

FITNESS

Sportmadness continúa su expansión y prevé duplicar el número de franquiciados hasta 2021

La empresa de gestión deportiva cerrará el año con una facturación por encima de los 200.000 y quiere ampliar su cartera de servicios para la próxima temporada.

M. L-E.
8 oct 2020 - 04:56



Sportmadness acelera. La empresa de gestión deportiva busca cerrar 2021 con cincuenta franquiciados, el doble que los 25 franquiciados actuales. La compañía de servicios deportivos tiene como objetivo conseguir tres franquicias más este año y crecer en Latinoamérica, que son México, Uruguay y Perú.

La sociedad especializada en actividades deportivas a través de sus franquicias ofrece varios servicios como la gestión de escuelas, campus, gimnasios, clubes de pádel y organiza carreras o torneos de pádel, tanto de entidades privadas como públicas.

“Hay mucha gente interesada en nuestro modelo, pero el momento echa atrás, tenemos diez o doce oportunidades abiertas ahora mismo”, señala el director general

de la entidad, Alejandro García, a Palco23. “Vendemos nuestro modelo a otros emprendedores para que puedan tener su propio negocio”, destaca. “Les damos la marca Sportmadness, posicionamiento y márketing, además de parte del conocimiento y del mercado, como ejecutar y vender, y todas las herramientas de tecnología, además de soporte continuado de márketing y la venta de los servicios”, aclara.

Las franquicias de Sportmadness facturan entre 150.000 euros y 300.000 al año

Sportmadness cuenta con siete trabajadores en su central de Madrid y entre todas sus franquicias cuenta con 40 personas. Para adquirir una franquicia Sportmadness, es necesaria una inversión de 15.000 euros de canon de entrada más una suscripción de 500 euros mensuales.

La compañía cerrará el año con una facturación por encima de los 200.000 euros, mientras que las franquicias facturan entre 10.000 euros y 12.000 euros al mes. “Para 2021 tenemos previsto recuperar nuestras cifras de negocio, a partir de allí queremos crecer y añadir nuevos productos a nuestra cartera de servicios”, subraya García.

La empresa, a través de sus franquicias, tenía 130 campus cerrados en 2020 pero sólo ha podido ejecutar 25 a causa del coronavirus. “Después del confinamiento la actividad se pudo recuperar, pero no en todas nuestras líneas de negocio, por el momento, estamos sacando un proyecto de deporte seguro en la calle y lanzaremos un producto de clases online”, revela.

La empresa sólo ha podido organizar 25 de los 130 campus previstos por el coronavirus

El servicio que mejor funciona es “la gestión de instalaciones, con las medidas que hay que tener, aunque el más dañado es el de los eventos, que se dejaron de vender en marzo”, sostiene. En cuanto a 2021, “el Covid-19 seguirá afectando al primer trimestre de 2021, aunque haya una recuperación, será lenta”, dice.

“Estamos lanzando muchos productos adaptados al Covid.19, haciendo las cosas que se pueden hacer”, remarca García. “Vamos a suplir la bajada de la facturación con

productos avanzados, habrá una recuperación en V de la actividad física cuando la situación mejore un poco”, destaca.

Durante la pandemia, algunas franquicias realizaron un expediente de regulación temporal de empleo (Erte), aunque, desde la central, “hemos seguido dando servicios porque las franquicias necesitaban más apoyo que nunca e hicimos planes de reducción de la suscripción”. “No hemos perdido ni una”, concluye.