

FITNESS

The Gym dispara ingresos y beneficios: gana 8,1 millones en 2017 tras crecer un 24%

La cadena británica *low cost* finalizó el ejercicio con 21 aperturas y 18 adquisiciones, lo que le permitió ampliar su cartera de clientes un 35,5%.

Patricia López
20 mar 2018 - 09:55

The Gym, que cerró el año con un beneficio de 8,1 millones, es una cadena de bajo cost

The Gym mantiene su crecimiento a ritmo de doble dígito. La cadena británica de gimnasios cerró 2017 con unas ventas de 91,4 millones de libras (103,9 millones de euros), un 24,3% más que el año anterior. Durante el pasado ejercicio también mejoró su beneficio un 24,5%, hasta 7,1 millones de libras (8,1 millones de euros)

La compañía combinó el crecimiento orgánico con el crecimiento por adquisiciones ya que en los últimos doce meses inauguró 21 clubes y selló la adquisición de otros 18 de la marca Lifestyle Fitness por 23 millones de euros. El objetivo de esta operación corporativa era crecer en el norte y el centro de Reino Unido, dos regiones en las que The Gym aún tiene margen para expandirse.

Fruto de este crecimiento, la cadena aumentó su cartera de clientes un 35,5%, hasta 607.000 abonados a finales de año y una media de 528.000 clientes durante 2017. “Ha sido un año de significativo crecimiento con 21 aperturas y 18 adquisiciones, lo que nos ha permitido aumentar nuestra cartera de clientes”, ha explicado el consejero delegado, John Treharne. “Nuestro plan para seguir creciendo en implantación no descarta nuevas adquisiciones. Las operaciones corporativas forman parte de nuestra estrategia de crecimiento”, ha asegurado.

The Gym, que cerró el año con un beneficio de 8,1 millones, es una cadena de bajo coste que abre las

24 horas del día

El directivo prevé que 2018 sea un buen año, ya que hasta febrero la compañía logró incrementar su volumen de abonados un 9,4% respecto a diciembre. Por su parte, el director financiero, Richard Darwin, ha apuntado que para 2018 la compañía espera seguir adelante en su plan de inaugurar entre quince y veinte clubes. Asimismo, realizará el *rebranding* de los 18 gimnasios Lifestyle adquiridos el año pasado, con una inversión total de 8,4 millones de libras (9,5 millones de euros).

“Nuestra estructura de operaciones ha desarrollado nuevos talentos, en especial en el área de marketing y tecnología, que nos dan la capacidad de crecer”, ha comentado la presidenta, Penny Hughes. “Durante este año también hemos mejorado el servicio de entrenamiento personal; en esta industria el 80% de los técnicos son autónomos, y hasta ahora hemos apostado por ese modelo, pero a partir de este año vamos a contratar a tiempo parcial a algunos de los entrenadores para así mejorar el servicio”, ha anunciado la directiva.