

FITNESS

The Gym Group reduce su facturación un 4% y entra en números rojos en 2020

La cadena de gimnasios británica tuvo unas pérdidas de 10,57 millones de libras y perdió un 27,2% de sus abonados, hasta 578.000 socios.

Palco23

18 mar 2021 - 11:00



The Gym Group pierde su músculo. La cadena británica de gimnasios, que actualmente cuenta con 183 gimnasios en Reino Unido, redujo su facturación un 47,4%, hasta 80,47 millones de libras (93,88 millones de euros) en el ejercicio fiscal 2020, cerrado el 31 de diciembre del año pasado.

La cadena de gimnasios tuvo un resultado operativo negativo de 33,92 millones de libras (39,57 millones de euros), frente a 21,58 millones de libras (25,18 millones de euros) en positivo del año anterior. Asimismo, la empresa registró un resultado neto negativo de 36 millones de libras (42 millones de euros) frente a los beneficios de 10,57 millones de libras del año anterior (12,33 millones de euros)

Además, la cadena aumentó su número de gimnasios un 4,5%, con tan solo ocho aperturas y perdió un 27,2% de sus abonados, hasta 578.000 socios. Pese a este contexto, la empresa aumentó el ingreso medio mensual por socio un 7,4%, hasta 17,2

libras (20,07 euros).

The Gym Group aumentó el ingreso medio mensual por socio un 7,4%, hasta 17,2 libras (20,07 euros)

La cadena de centros de bajos coste y sin contratos de permanencia ha explicado en un comunicado que “los resultados se ven perturbados por el Covid-19, después de que el gobierno del Reino Unido cerrará los gimnasios el 45% de los días comerciales”. En esta línea, la empresa considera que “el fuerte control de los costes y el apoyo del gobierno” limitaron las pérdidas.

La compañía confía en que se puedan abrir los gimnasios a partir del 12 de abril en Reino Unido y del 26 de abril en Escocia, según los planes de los gobiernos. También prevé un mayor nivel de retención de los miembros en el último *lockdown* en comparación con el primero que se decretó.

De hecho, según la compañía, mientras el número de socios el 31 de diciembre era de 578.000 abonados, en febrero de 2021, este volumen se situó en 547.000. Además, el 97% de los abonados manifiestan la voluntad de volver lo antes posible mientras que tres cuartas partes reiteran que la salud será más importante tras la pandemia. Por lo tanto, la estrategia de la cadena durante 2021 pasará por centrarse en la gestión de la caja y por abrir dieciséis centros durante el año, aunque hay varios más en negociaciones.

“Congelamos las suscripciones con los cierres y después proporcionamos un entorno seguro, reteniendo la mayoría de nuestros miembros; si administramos bien la baja saldremos de la crisis con niveles de deuda manejables”, explica Richard Darwin, consejero delegado del grupo. “Estamos listos para volver al número de socios de antes de la pandemia y hacer crecer nuestro patrimonio a partir del 12 de abril”, sentencia.