

Town Sports regresa a números rojos pese a vender un 8,8% hasta marzo

La cadena estadounidense de gimnasios facturó 116,5 millones de euros en el primer trimestre pero no logró mantenerse en beneficios.

Palco23
26 abr 2019 - 09:54

Town Sports International regresa a pérdidas pese a incrementar sus ventas. La cadena estadounidense finalizó el primer trimestre con un resultado negativo de dos millones de dólares (1,7 millones de euros) debido al incremento de los gastos, que se elevaron a mayor ritmo que la facturación.

La compañía generó un volumen de negocio de 116,5 millones de dólares (104,5 millones de euros), un 8,8% más, pero los gastos crecieron un 12,2%, lo que contribuyó a que en el primer trimestre la empresa no lograra mantenerse en beneficio. Eso sí, el resultado antes de intereses, impuestos y amortizaciones (ebitda) fue positivo en 1,2 millones de dólares (1,07 millones de euros). La empresa opera en más de 150 instalaciones en Estados Unidos.

“La cadena no logró aprovechar el crecimiento de los ingresos debido a las presiones de los costos de mano de obra”, ha comentado el consejero delegado de la empresa, Patrick Walsh. El grupo, que en los últimos años ha realizado varias adquisiciones de cadenas y de centros de *fitness* que operan de manera independiente, invirtió 35,3 millones de dólares (31,6 millones de euros) en la compra de 24 clubes en 2018.

Creado en 1973, Town Sports es un grupo empresarial que opera a través de varias marcas en el mercado estadounidense. Destacan New York Sports Clubs (Nysc), Boston Sports Clubs (BSC), Washington Sports Clubs (WSC) y Philadelphia Sports Clubs (PSC), cada uno con marcas independientes. Durante 2017 y principios de 2018, Town Sports se ha expandido por Nueva York, con la adquisición de los gimnasios femeninos Lucille Roberts y el centro *premium* TMPL Gym, ubicado en Manhattan. En California también ha crecido con la compra de Total Woman.