

## Yogaworks duplica sus pérdidas pese a aumentar la facturación un 13% hasta septiembre

La cadena de centros *boutique* admite que los resultados están en sintonía con las previsiones, y que desea incrementar el resultado de explotación redefiniendo la estrategia de promoción de los clubes y de márketing.

Palco23  
15 nov 2018 - 09:42

Yogaworks echará freno a su estrategia de adquisiciones hasta que logre sus objetivos e

Yogaworks echa el freno a las adquisiciones para reconciliarse con la rentabilidad. La cadena de estudios *boutique* de yoga cerró el tercer trimestre con unas pérdidas de 24,5 millones de dólares (21,6 millones de euros). En comparación con los primeros nueve meses de 2017, la compañía dobló sus números rojos pese a que incrementó sus ventas un 13%, hasta 45 millones de dólares (39,8 millones de euros).

Sólo en el tercer trimestre, la cadena facturó 15,1 millones de dólares (13,3 millones de euros), un 11,8% más que entre julio y septiembre de 2017, pero también triplicó sus pérdidas hasta 13,8 millones de dólares (12,2 millones de euros). Es decir que en el tercer trimestre de este año la empresa facturó casi tanto dinero como el que perdió.

La presidenta y consejera delegada de la compañía, Rosanna McCollough, ha señalado que "los resultados del tercer trimestre estuvieron en línea con nuestras expectativas y nos llevan a mantener nuestras perspectivas para este año".

**Yogaworks echará freno a su estrategia de adquisiciones hasta que logre sus objetivos económicos**

Los malos resultados económicos de Yogaworks han llevado a la dirección a replantear su estrategia. “Queremos mejorar nuestro margen de resultado de explotación, por eso vamos a emprender una serie de acciones, como redefinir y actualizar nuestra estrategia de promoción y de marketing, y mejorar nuestra oferta”, ha explicado McCollough.

La empresa, que durante los últimos años ha firmado operaciones corporativas para ampliar su red de centros de yoga, ha dado un freno a esta vía de crecimiento. “Una vez que hayamos logrado nuestros objetivos de ebitda, retomaremos nuestra estrategia de adquisiciones”, ha explicado.

La cadena opera con 70 estudios en California, nueva York, Boston, Baltimore, Washington DC, Houston y Atlanta, aunque también opera vía online a través de una plataforma que ofrece una catálogo de 1.100 clases de yoga y meditación.