

EQUIPAMIENTO

Anytime Fitness apunta a Italia y Suecia tras alcanzar los 3.000 gimnasios en todo el mundo

M.M.A.
4 nov 2015 - 13:50

Stroud es un pequeño pueblo de Reino Unido, más cerca de la frontera con Gales que de Londres. La localidad es famosa por su industria textil, pero hoy Anytime Fitness la ha situado en el centro del mapa porque allí se ha firmado el acuerdo de apertura que le permitirá alcanzar los 3.000 gimnasios en todo el mundo antes de que acabe 2015.

Además, lo hará en un estado de forma que le ha permitido alcanzar este hito a un ritmo muy superior al de otras franquicias. Mientras que la compañía estadounidense sólo ha tardado menos de trece años, grandes marcas como McDonald's o Dunkin' Donuts tardaron 20 años y 37 años, respectivamente.

"Casi un tercio de todos los gimnasios se encuentran fuera de Estados Unidos," recuerda su consejero delegado y cofundador, Chuck Runyon. Esta expansión internacional le ha valido el título de marca número uno en el ranking de franquicias globales que elabora la publicación *Entrepreneur*.

La cadena tiene sus orígenes en el estado de Minnesota, donde abrió su primer gimnasio allá por 2002. Tras un arranque tímido, con el que alcanzó la treintena de gimnasios en 2004, Anytime Fitness pisó el acelerador con un crecimiento a doble dígito y su expansión internacional, clave para alcanzar los 3.000 centros. "Esto prueba que nuestro modelo de negocio es atractivo para potenciales franquiciados y consumidores en todo el mundo. De hecho, el 2015 será el primer año que habremos abierto más gimnasios internacionalmente que en los Estados Unidos", aseguran.

Australia fue el primer país al margen de Canadá en el que se empezaron a abrir gimnasios y hoy es el segundo mercado más importante, con más de 400 instalaciones. En total, la cadena ya está presente en una veintena de países y hoy ha anunciado la firma de acuerdos con masterfranquicia en Suecia e Italia.



Anytime Fitness tiene 18 gimnasios en España, principalmente en Catalunya.

Todo este crecimiento no es ajeno a los intereses de los socios, ya que una de las ventajas con la que Anytime Fitness trata de desmarcarse de sus rivales es la posibilidad de que los clientes puedan entrenarse en cualquiera de los gimnasios que tiene repartidos por todo el mundo.

Más allá de Norteamérica y España, la compañía ha optado por buscar grandes socios en cada uno de los mercados. Más allá de la cuota inicial de 29.000 euros que paga cada franquiciado, se estima que cada uno de ellos acostumbra a invertir entre 300.000 euros y 500.000 euros de media para abrir un centro. Por último, cobra un euro mensual por cada uno de los abonados.

La ofensiva comercial prevista para la Península Ibérica se centrará este año en Madrid, aunque no dejará al margen a Catalunya, donde dispone de 12 de sus 19 centros y en la que tiene los tres únicos centros propios del país (en Sant Cugat del Vallès, y en el Pedralbes Centre y el distrito 22@, ambos en la capital catalana). Según Hill, existen proyectos en firme para abrir en Girona, Tarragona, Manresa y Sabadell, mientras que también ultiman otras aperturas en Castelldefels y Esplugues de Llobregat, dos municipios del área metropolitana de Barcelona.