

FITNESS

Retro Fitness proyecta cien aperturas en dos años de la mano de socios locales

Palco23

15 mar 2017 - 10:33

Retro Fitness quiere expandir su huella por todo Estados Unidos. La cadena de gimnasios planea crecer más allá del Noroeste del país, su principal área de influencia, y ha proyectado un centenar de aperturas durante los dos próximos años que le llevarán a ganar presencia en Florida, Illinois, California, Maryland, Michigan, Nueva York, Carolina del Norte, Pennsylvania, Texas, Utah, Virginia, y Washington D.C.

A día de hoy, la compañía fundada en 2004 por Eric Casubiri en Nueva Jersey cuenta con 155 gimnasios en 16 estados y aspira a tejer una red de 700 instalaciones de cara a 2020 de la mano de socios locales. El objetivo de la cadena es tener 250 clubs de cara a 2019, siguiendo el modelo de bajo coste en el que predominan las máquinas de *fitness* pero también la oferta de clases dirigidas como boxeo, zumba, yoga y de alta intensidad.



El nombre de la cadena hace referencia a la estética clásica de la instalación y del equipamiento de los centros. / Retro Fitness

"Estamos incorporando el entrenamiento funcional y militar para hacer que las sesiones sean más efectivas para nuestros abonados", ha explicado Eric Casubiri, consejero

delegado de la empresa. Según el directivo, el motivo por el que han diversificado su oferta de clases dirigidas es para combatir el fenómeno *boutique*.

"Nuestros clientes pueden unirse a una cadena más barata y pagar por el mismo servicio y método de entrenamiento que recibirían en un estudio boutique, que cuesta 149 dólares al mes", ha comentado el ejecutivo, que apuesta por un sistema de tarifas básicas de 19,9 dólares por mes pero que asciendan hasta los 69 dólares para aquellos que deseen asistir a las sesiones de entrenamiento funcional de alta intensidad.

"Estamos innovando nuestro modelo para ofrecer precios asequibles. La incorporación de estas sesiones son un elemento de cambio para nuestra marca y los resultados están siendo positivos porque hemos aumentado rápidamente el volumen de socios y cada vez hay más potenciales franquiciados interesados en comprar la licencia y abrir un centro"

Según explica la empresa, la media de facturación es de 2,1 millones de dólares (1,9 millones de euros) por instalación, que tiene un promedio de 3.200 abonados.