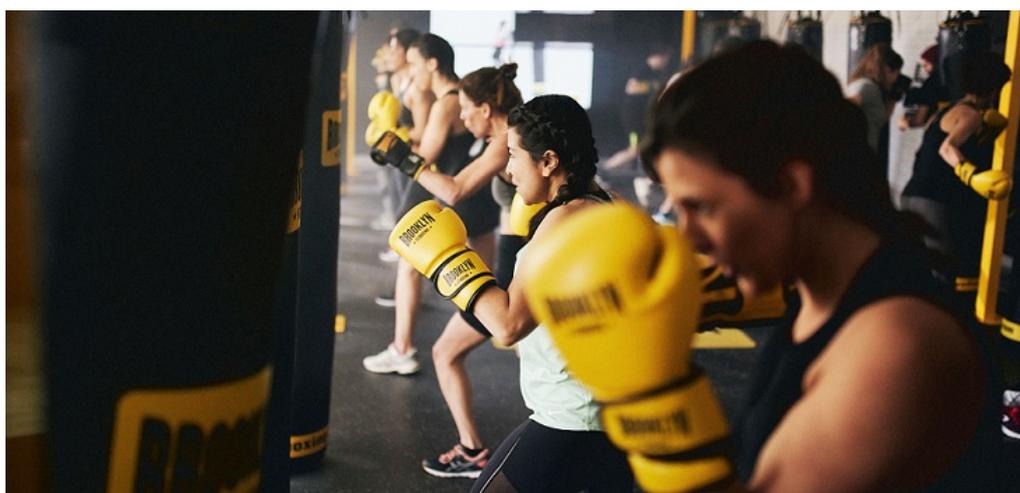


FITNESS

Brooklyn Fitboxing: el ‘gancho’ internacional de una cadena española que opera en quince países

La cadena de estudios *boutique* de boxeo sin contacto ha acelerado su expansión internacional basa en analizar cada territorio, incorporar socios locales para introducir la marca y garantizar la rentabilidad en un plazo de cuatro meses. A la espera de sus próximas aperturas, hoy ya opera en doce países.

P. López
22 jul 2019 - 04:58



Renta media, penetración del *fitness* en la sociedad, volumen de población... Son sólo algunas de las múltiples variables que entran en juego cuando las cadenas de gimnasios desean dar el salto fuera de España. Una de las compañías españolas con mayor vocación internacional es Brooklyn Fitboxing, que poco más de cinco años después de haber hecho ya opera en doce países de Europa, América y África. “Nuestro principal reto es mantener el control, la homogeneidad de la marca para que no se pierda la esencia de Brooklyn Fitboxing”, explica a *Palco23* Pablo Nebrera, confudador y consejero delegado.

La compañía prevé cerrar 2019 con 150 centros operativos en el mundo, la mayoría de ellos franquiciados. En España, su principal mercado, la compañía va camino a cumplir la previsión de cuarenta aperturas durante 2019, lo que elevará su red hasta 97 instalaciones a finales de año. Esta rápida expansión ha sido posible gracias a la venta de la licencia de uso de la marca a terceros, un sistema que ha replicado en otros países apoyándose en el modelo de masterfranquicia. De ahí que mantener el control de la marca sea un reto.

“Lo bueno que tiene Brooklyn es que desde el inicio tiene mentalidad de internacionalización; la experiencia se puede replicar fácilmente en diferentes culturas, y la tecnología nos permite ir montando unidades sin perder esa esencia”, afirma. Eso sí, reconoce que “se requiere esfuerzo de la central para que no haya descontrol”.

Brooklyn Fitboxing cerró 2018 con unos ingresos de 15 millones

Pero, ¿diste la estrategia de expansión en Holanda de la que se ejecuta en México? Nebrera admite que según el tipo de territorio, se realiza un aterrizaje distinto, aunque todos tienen algo en común: la búsqueda de socios locales. Mientras que en mercados con elevada penetración de *fitness* en la sociedad, como Estados Unidos, Australia o Reino Unido, se busca crear un equipo *in situ*, en otras regiones como China o Rusia se busca vender a master franquicia. “Son países con menos penetración pero, a su vez, grandes mercados que ofrecen oportunidades”, afirma. En un tercer rango estarían territorios como Perú, donde no se contempla la apertura de más de tres instalaciones.

En el último año, Brooklyn Fitboxing ha iniciado su expansión por Estados Unidos, Italia, Holanda, Bélgica, Argentina, Colombia, Marruecos y Perú. A estos mercados en los próximos meses se sumarán Australia, Alemania, Reino Unido, Francia, México y Brasil, que elevarán hasta quince los países en los que la cadena tiene presencia. Más allá de la estrategia de internacionalización, el rápido crecimiento de la compañía se debe a que el modelo se presta a ello.

“Los centros empiezan a ser rentables cuatro meses después de abrir, como muy tarde, y la devolución de la inversión llega entre 18 y 24 meses después; es algo complicado de encontrar en el sector”, afirma Nebrera, que dirige una cadena que facturó 15 millones de euros en 2018. Los estudios requieren una inversión de

130.000 euros y un espacio que oscile los 150 metros y 250 metros cuadrados, dos requisitos que favorecen la expansión.



En España, el principal mercado de Brooklyn Fitboxing, va camino a cumplir la previsión de cuarenta aperturas durante 2019

La cadena de estudios *boutique* basa su sistema de entrenamiento grupal en el boxeo sin contacto, una tendencia que Nebrera defiende que ha llegado para quedarse como “alternativa a otras disciplinas grupales, como el Body-Pump y el *cycling*. Al igual que el *ciclo-indoor*, que en los últimos años se ha apoyado en la tecnología para ofrecer experiencias de gamificación.

Brooklyn Fitboxing ha creado rankings internacionales para favorecer la competición entre sus socios. Los juegos puntúan en función de la precisión del golpeo al saco y la potencia, que se mide a través de unos sensores incorporados en el equipamiento. “Tenemos ligas, pero estamos desarrollando otras líneas de gamificación que lanzaremos tras el verano”, comenta Nebrera.