

Orangetheory Fitness expande su huella: factura 595 millones e inaugura 294 clubes en 2017

La cadena estadounidense de centros *boutique* aspira a alcanzar los 1.000 millones de dólares en 2018 y a finalizar este año con 1.130 estudios operativos.

Palco23
31 ene 2018 - 10:00

Orangetheory Fitness se ha marcado como objetivo alcanzar los 1.000 millones de dólares en 2018.

La fiebre naranja sigue subiendo en la industria de los gimnasios. Orangetheory Fitness sigue acelerando en el sector tras finalizar 2017 con una facturación de 738 millones de dólares (595,4 millones de euros), un 7,5% más que el año anterior.

Este aumento de las ventas responde al crecimiento orgánico que ha experimentado la cadena durante el último año y que le llevó a inaugurar 294 estudios y a firmar 291 contratos de franquicia, según ha dado a conocer la compañía.

“En menos de diez años desde su fundación, Orangetheory Fitness se ha convertido en uno de los líderes de la industria y 2017 fue un gran año en términos de expansión en los que conseguimos vender nuestra licencia a numerosos inversores alrededor del mundo”, ha señalado Dave Long, fundador y consejero delegado.

Orangetheory Fitness se ha marcado como objetivo alcanzar los 1.000 millones de dólares en 2018

Fundada en 2010, la cadena ya ha tejido una red de 880 estudios en 17 países u modelo se basa en clubs donde se realizan clases dirigidas de alta intensidad y en el que el pago por uso es la principal fórmula de pago. En 2017, este concepto ha

desembarcado en España, un país donde aspira a abrir veinte clubs en una década.

De cara a 2018, Long se ha marcado como objetivo alcanzar los 1.000 millones de dólares (806,7 millones de euros) de ingresos y abrir 300 nuevos estudios, con vistas a cerrar el año con 1.130 clubes operativos. Además de Estados Unidos, la cadena prevé crecer especialmente en Reino Unido, Francia y Alemania. Es algo que el directivo ya apuntó a este diario al admitir que en los próximos cuatro años espera crecer más en Europa que en EEUU.

En la actualidad, Norteamérica sigue siendo su principal mercado con más de 700 estudios, pero la cadena también tiene presencia en Australia, México, Reino Unido, Colombia, Israel, Chile, Japón, Hong Kong, Singapur, Guatemala y Perú. Los próximos mercados donde aterrizará son China, Puerto Rico, Costa Rica y Panamá.