

ESPACIO II

Una publicación de  franquiciashoy

franquicia

CONOCE LAS 24
ENSEÑAS MÁS
RELEVANTES
DEL SECTOR

DESCUBRE POR
QUÉ HA CRECIDO
TANTO EN ESPAÑA

MÁS EN FORMA QUE
NUNCA, ESTE SECTOR
CONTINÚA CON SUS
BUENAS PREVISIONES

GIMNASIOS Y FITNESS

ÍNDICE

04 Claves del Sector

Caracterizadas por la tendencia hacia el low cost, los modelos 24/7/365, el importante papel que cumplen los servicios extra y por ser un mercado en crecimiento.

05 Reportaje del Sector

Con un total de 24 redes de franquicia, el sector de gimnasios y fitness aumenta año a año su facturación y consigue atrapar a un mayor número de fieles, gracias a la concienciación de la importancia de la salud en la sociedad.

11 Ranking

Consulte nuestro ranking y conozca las enseñas del sector más económicas y más expandidas.

12 Entrevistas

Entrevistamos a los principales responsables de las franquicias de gimnasios y fitness.

20 Reportaje enseñas del sector

Acércate a esta sección y conocerás multitud de marcas del sector y sus oportunidades de negocio.

25 Quién es quién

Descubre a los responsables de cada enseña.

26 Directorio

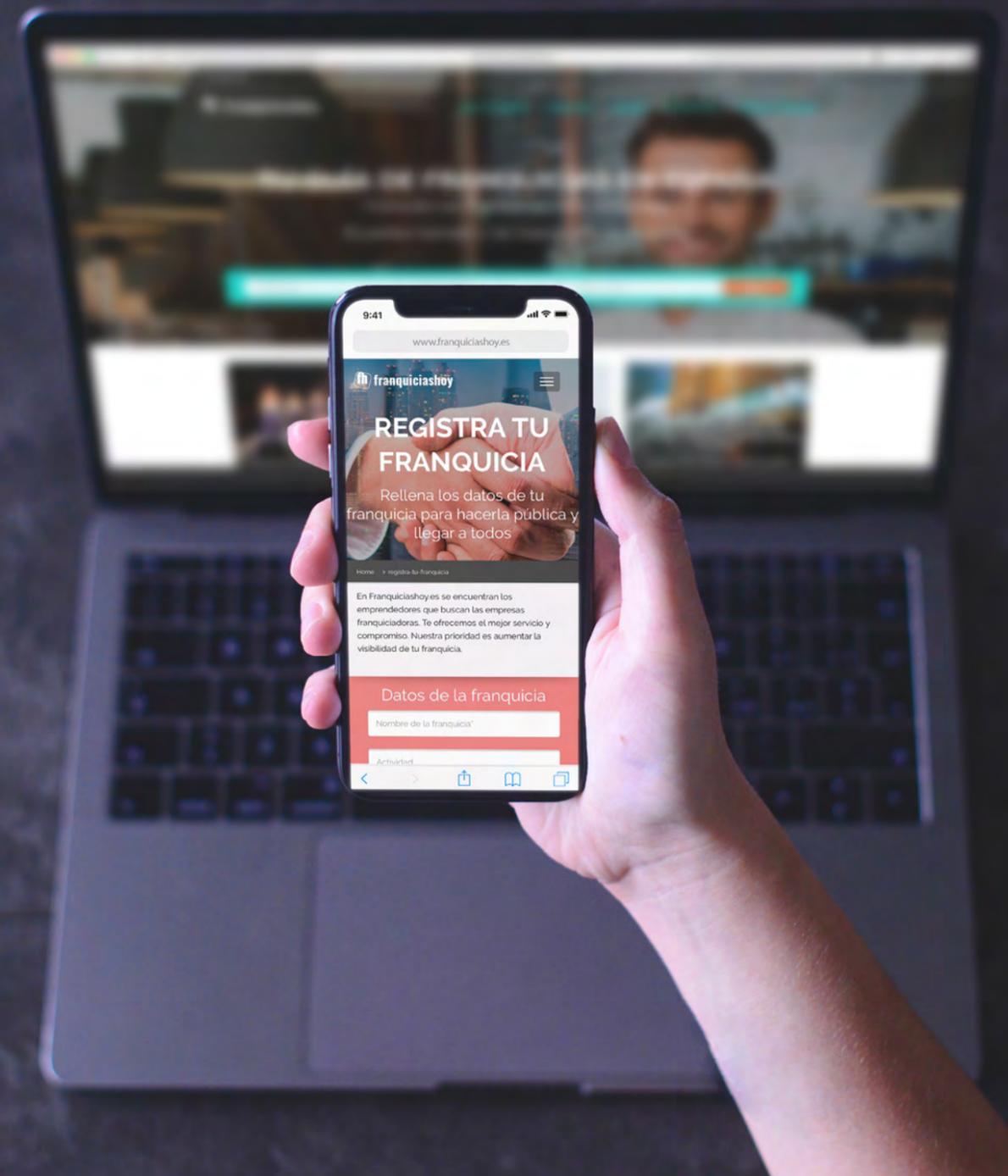
Todos los datos que necesitas saber de cada franquicia del sector.

ESPACIO FRANQUICIA

Espacio Franquicia es la revista online de Franquiciashoy.es que tiene como objetivo informar periódicamente sobre los sectores de la franquicia y sus protagonistas. El contenido de Espacio Franquicia incluye las tendencias más actuales del sector, la información de las principales marcas, en un espacio exclusivo donde mostrar sus modelos de negocio, entrevistas, reportajes y un quién es quién de los principales protagonistas del sector. En este número tratamos el sector de Gimnasios y Fitness.

ESPACIO
franquicia

ANÚNCIATE EN **FRANQUICIAHOY.ES**,
EL PORTAL DE FRANQUICIAS PARA TODOS
LOS EMPRENDEDORES



Ponte en contacto con Leticia Jurado a través del correo info@franquiciashoy.es
o en el teléfono 911 592 106

CLAVES DEL SECTOR

Los gimnasios cada vez logran más adeptos y conforman un sector realmente interesante para los inversores que deciden entrar en el mismo. La sociedad está cada vez más concienciada con la salud y el físico, hechos que empujan a un gran número de usuarios a acudir a los gimnasios como centro de entrenamiento principal. A continuación, os presentamos las claves del sector de franquicias de gimnasios y fitness:

TENDENCIA LOW COST

Un modelo de negocio centrado en la reducción de costes y un gran volumen de clientes es el elegido por muchas de las franquicias del sector. En la actualidad, el número de usuarios que deciden optar por opciones de bajo coste ha aumentado y, por ello, han aparecido muchas marcas que han lanzado al mercado versiones low cost de su negocio principal para competir contra las enseñas de gimnasios de bajo coste.

MODELOS 24/7/365

Cada vez son más las franquicias que se apuntan a la tendencia de permitir el acceso de los usuarios a los gimnasios durante todo el día. Para ello, las enseñas que realizan esta práctica hacen uso de cámaras de seguridad y tarjetas de control de acceso, entre otros mecanismos, para controlar la entrada y la seguridad de los usuarios al centro.

IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS EXTRA

El número de personas que se decantan por un gimnasio en función de los servicios extra que ofrece va en aumento año tras año. Clases grupales, servicio de fisioterapeuta o sauna son algunas de las funcionalidades que ofrecen los gimnasios Premium (y cada vez un mayor número de gimnasios low cost) para intentar atraer a nuevos clientes al centro.

MERCADO EN CRECIMIENTO

La asistencia a los gimnasios es un valor al alza, creciendo exponencialmente en los últimos 10 años en España. Gran parte de la culpa de este crecimiento la tienen las enseñas y los nuevos modelos de negocio que han lanzado al mercado, logrando democratizar el uso y la afluencia a los gimnasios.



REPORTAJE DEL SECTOR Gimnasios y Fitness



GIMNASIOS Y FITNESS

LOS GIMNASIOS COGEN IMPULSO EN ESPAÑA

La situación de los gimnasios en España ha cambiado sobremanera en los últimos años debido, entre otros factores, a los nuevos modelos de negocio que han aparecido en el sector.

La tendencia hacia el low cost marca un sector que gana adeptos año a año. Las distintas franquicias de este segmento de mercado han sabido adaptarse a los nuevos tiempos con precios más competitivos y elementos complementarios tales como wifi, clases en grupo o maquinaria más moderna.

Los gimnasios más tradicionales eran salas que contenían cierto número (dependiendo del tamaño del mismo) de máquinas para hacer ejercicio y apenas contaban con servicios extra. Además, los precios eran elevados y el servicio quedaba limitado a las personas que realmente tenían interés en los gimnasios.

Actualmente, el panorama es muy diferente, esto es debido a que los gimnasios han adaptado su oferta, presentando una mayor variedad de servicios disponibles para ofrecer una mejor experiencia de entrenamiento con un precio mucho más competitivo (en la mayoría de los casos).

EL SECTOR EN DATOS

Se trata de un segmento de mercado en el que operan un total de 24 enseñas. Estas, a su vez, cuentan con un total de 456 unidades de negocio, que están repartidas a lo largo de todo el territorio español. Las franquicias de gimnasios y fitness han conseguido facturar una cifra cercana a los 173 millones de €, hecho que demuestra el buen hacer de las mismas.

Para alcanzar esta facturación, han necesitado realizar una inversión total de 82 millones de €. Además, han conseguido generar 2.138 empleos, siendo magníficas cifras y convirtiéndose en un sector que presenta excelentes expectativas de crecimiento.

Con todos estos datos, concluimos que la facturación media de estas franquicias es de 378.662 € y la inversión media es de 179.313 €.

Dentro de este segmento de mercado, encontramos diversos subsectores como electroestimulación o gimnasios para el público femenino y, en cada uno de ellos, las perspectivas son diferentes.

AUMENTO DE LA ASISTENCIA A LOS GIMNASIOS DE FORMA ASÍDUA

La asistencia a los gimnasios en España ha crecido exponencialmente en los últimos 10 años gracias, en gran medida, a los nuevos modelos de negocio que han aparecido en el sector y que han democratizado el uso y la asistencia a los gimnasios. Según el último estudio realizado por DBK, el porcentaje de población que realiza actividad física se ha mantenido en un 46% en España, dato que sí ha aumentado en la cantidad de población con pertenencia a un club de fitness, pasando de un 10,6% a un 10,9%. El mismo estudio indica que la media de miembros por club ha ascendido de 1.136 usuarios a 1.141. Además, los precios de las cuotas mensuales han disminuido, pasando de 39,5 € a 39,3 €.

El peso de las cadenas de gimnasios españolas en el mercado europeo es notable. La cuota de mercado de los principales operadores en España por número de socios es de un 18% (un total de 5,06 millones de miembros) en nuestro país respecto al total de socios en Europa. A su vez, España cuenta con más de 4.400 clubes, cifra que supone un 8% del total de clubes en Europa.

Los datos arrojados por el anterior estudio revelan el proceso de democratización a estos servicios. Cada vez más personas tienen la posibilidad de acudir a los distintos gimnasios gracias a la oferta más competitiva existente en el mercado, surgida por los nuevos modelos de negocio que han aflorado en este sector.

Como podemos observar, en la gran mayoría de los casos, los usuarios que acuden a los gimnasios privados supera con amplitud al total de usuarios que acuden a gimnasios públicos. Este hecho favorece a las franquicias del sector, que ven como sus ingresos y afiliados suben año a año.

GIMNASIOS LOW COST FRENTE A LOS GIMNASIOS PREMIUM

En los últimos años, han surgido diversas enseñas que han adaptado su modelo de negocio para reducir drásticamente sus costes, pudiendo, de este modo, ofrecer sus servicios por un precio



mucho más competitivo. Otras franquicias, sin embargo, han decidido mantener sus precios a cambio de ofrecer servicios Premium y una gama de extras que mejoran la experiencia de entrenamiento.

Ambos modelos de negocio tienen pros y contras (dejando de lado la ventaja del precio). Por ejemplo, los gimnasios low cost tendrán una mayor afluencia de gente y, por el contrario, los gimnasios Premium permitirán al usuario un entrenamiento más relajado. Otra de las ventajas de los gimnasios Premium (aunque cada vez un mayor número de franquicias low cost la están implementando) es la oferta de extras y servicios complementarios que ofrecen, desde balneario, fisios, entrenadores personales...

Las líneas de gimnasios de bajo coste están enfocadas, principalmente, a conseguir un mayor volumen de negocio, permitiéndolo...

La oferta 24/7 es una ventaja competitiva que atrae a un gran número de personas que, por diferentes motivos, no pueden acudir en un horario "más tradicional"

les sacar una mayor rentabilidad a la inversión realizada. Por su parte, las líneas de gimnasios Premium buscan ofrecer un servicio de mayor calidad y varios extras que les permitan mantener un precio elevado.

Varias enseñanzas han sacado su línea de gimnasios low cost, destacando Body Factory. Este grupo cuenta con 4 líneas de negocio diferentes: Fitness Center, Weltnes Center, BF Fit Price y BF+Fit. Cada línea de negocio tiene distinto precio para los

usuarios y ofrece la posibilidad de contratar unos u otros servicios. Esta estrategia permite al grupo llegar a un mayor número de inversores y copar mayor parte del mercado.

TENDENCIAS EN EL SECTOR

Una de las novedades cada vez más extendidas dentro del sector son los gimnasios que abren durante todo el año durante las 24 horas y los 7 días de la semana, horarios que tienen franquicias como Snap Fitness.

Este tipo de gimnasio incorpora una gran cantidad de cámaras de vigilancia para que, una vez que el personal ha acabado su turno de trabajo, el centro pueda seguir abierto sin sufrir pérdidas de ningún tipo.



DATOS SECTOR

Facturación Media
378.662 €

Inversión Media
179.313 €

Además, estas enseñanzas cuentan con un método de acceso al mismo a través de tarjetas electrónicas que, además de contener la información de cada usuario, permiten controlar a qué hora accede al recinto normalmente y ofrecer packs de clases adaptadas a sus horarios. La oferta 24/7 es una ventaja competitiva que atrae a un gran número de personas que, por diferentes motivos, no pueden acudir en un horario "más tradicional".

Otra de las tendencias más destacadas dentro del sector hace referencia a las clases de actividad física en grupos. Este fenómeno ha atraído a un gran número de usuarios que buscaban realizar actividades físicas distintas a las realizadas en las salas de musculación clásicas.

Los nuevos modelos de negocio que han aparecido en el sector han tenido en cuenta este factor y se han centrado en proporcionar una oferta variada de actividades deportivas e, incluso, aplicaciones que muestran los horarios y las descripciones de cada una.

Los extras utilizados por los distintos gimnasios se convierten en un elemento diferencial para la contratación de estas prestaciones. Servicios complementarios tales como: acciones de sampling elaboradas por Body Factory, en los que se presentan productos de otras empresas dentro del mismo centro; botón del pánico, que alerta a la central de Infinit Fitness acerca de cualquier emergencia; acceso para los usuarios a todos los establecimientos de la franquicia, ofrecido por enseñanzas como Anytime Fitness o la tarjeta familiar que presentan franquicias como Basic-Fit, con la que varios miembros de una misma familia pueden compartir su pase al gimnasio (pudiendo, únicamente, entrar una persona a la vez).

EQUIPAMIENTO DEPORTIVO Y COMUNIDAD EN LOS GIMNASIOS

Muchas de las franquicias que operan en el sector eligen marcas de equipamiento deportivo como Matrix Fitness, referentes en el mercado, para renovar toda la maquinaria de sus centros.

La posibilidad de contar con maquinaria nueva será uno de los mayores atractivos para muchos usuarios, por lo que varias de estas enseñanzas tienen acuerdos especiales con estas marcas para poder renovar la maquinaria puntualmente.

Una opción muy interesante dentro del sector de las franquicias de gimnasios y fitness son los contratos de renting de la maquinaria deportiva, lo que permite a las mismas tener un equipamiento moderno y actualizado.

En la actualidad, dentro de las franquicias de este segmento de mercado ha cobrado especial importancia el sentimiento de comunidad a través de las redes sociales. Eventos especiales, actividades complementarias o, incluso, celebración de días festivos son un gran atractivo para los usuarios de los gimnasios y puede ser un punto diferenciador con el resto de franquicias. Un ejemplo de franquicia que gestiona de manera óptima las redes sociales lo encontramos en Snapfitness que, especialmente en países como Australia, utiliza las Redes Sociales para mostrar vídeos de algunos de los eventos que han realizado.

Entre las causas que empujan a los clientes a elegir unos gimnasios por delante de otros, encontramos, según una encuesta realizada por Nielsen y Les Mills, que la razón principal elegida por los usuarios fue la localización. Tras esta causa, atendemos a un gran ambiente en el gimnasio, maquinarias de calidad, clases de fitness de calidad, buena música y que sus amigos acudiesen al mismo.

	ENSEÑAS	24
	UNIDADES	456
	INVERSIÓN TOTAL	81,76 MILLONES DE €
	FACTURACIÓN TOTAL	172,67 MILLONES DE €
	EMPLEO TOTAL	2.138

IDENTIFICACIÓN DE ENSEÑAS

ENSEÑAS	INVERSIÓN	AÑO INICIO	UNIDADES
Brooklyn Fitboxing	80.000 € - 120.000 €	2014	61
Curves	100.000 €	1995	60
Anytime Fitness	Desde 460.000 €	2002	+ 50
Altafit Gym Club	290.000 €	2011	40
Sano Center	Desde 55.000 €	2014	35
Basic Fit	Desde 21.000 €	2011	33
The Body	24.500 €	2014	26
Corpo10	Desde 6.800 €	2012	20
Body Factory	437.000 €	1995	19
F.a.s.t. Fitness	Desde 80.000 €	2013	19
Biotraje	7.000 €	2012	18
Cuerpos Fitt	Desde 66.000 €	2009	14
Eq Pilates	80.000 €	2016	11
Infinet Fitness	Desde 100.000 €	2013	10
Rockgym	Desde 500.000 €	2014	9
Body Design	Desde 13.990 €	2012	8
Método fenómeno	30.000 €	2013	7
BodyActiv	Desde 9.900 €	2014	4
L'Orange Bleue	250.000 €	2006	3
Pilates Vitae Studios	Desde 45.000 €	2017	2
Fun Pilates	39.000 €	2014	1
Justfit	14.900 €	2015	1
TRIB3	Desde 300.000 €	2017	1
Training Boutique	28.000 €	2018	1

RANKING GIMNASIOS Y FITNESS

MÁS EXPANDIDAS

(ESTABLECIMIENTOS)

BROOKLYN FITBOXING	61
CURVES	60
ANYTIME FITNESS	+ 50
ALTAFIT GYM CLUB	40
SANO CENTER	35
BASIC FIT	33
THE BODY	26
CORPO10	20

MÁS ECONÓMICAS

(INVERSIÓN)

MÉTODO FENÓMENO	30.000 €
TRAINING BOUTIQUE	28.000 €
THE BODY	24.500 €
BASIC FIT	Desde 21.000 €
JUSTFIT	14.900 €
BODYACTIV	Desde 9.900 €
BIOTRAJE	7.000 €
CORPO10	Desde 6.800 €

MÁS NUEVAS

(AÑO DE CREACIÓN)

TRAINING BOUTIQUE	2018
TRIB3	2017
PILATES VITAE STUDIOS	2017
EQ PILATES	2016
JUSTFIT	2015
BODYACTIV	2014
BROOKLYN FITBOXING	2014
FUN PILATES	2014

Emilio Quero

El sector de la salud no es una moda

Emilio es venezolano pero lleva 18 años en España, por lo que se considera “madrileño de adopción”. Su formación, aunque es ingeniero industrial, siempre ha estado orientada al mundo del retail y de la franquicia, en el área de comunicación y desarrollo de operaciones. Ha trabajado en empresas como Burger King o Bricorama. También cuenta con experiencia en el área de consultoría para el mundo del retail.

P- ¿Cuáles son las claves para que un gimnasio pueda expandirse internacionalmente con tanto éxito como ha tenido vuestra enseña?

R- Hay dos razones de peso. Anytime Fitness nace desde el primer momento con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de los usuarios y los franquiciados. Nace en Estados Unidos en 2012, y los fundadores eran consultores de operaciones de gimnasios en el mismo país. Ellos analizaron las necesidades que tenían tanto los usuarios como los gestores de los gimnasios, y ahí es donde nace Anytime Fitness. A nivel de cliente, las necesidades eran eliminar las principales barreras que tiene una persona para asistir a un club de fitness, y aquí entra la conveniencia y la apertura de horarios con gimnasios que abren 365 días del año, las 24 horas del día. Además, hay espacios más reducidos, con una atención personalizada y un ambiente amable y familiar. Es importante destacar el uso de duchas individuales, que puede aparecer como otra barrera.

Por otro lado, somos un concepto muy sólido. Los emprendedores adoran nuestro club, hasta el punto que algunos de ellos se tatúan el logo, ya que se sienten orgullosos de aportar valor al mundo a través de llevar el deporte a todas las comunidades. De hecho, nuestra tasa de fracaso no llega al 1%.

P- ¿Cómo piensas que se desarrollará el sector en los próximos años?

R- Nosotros trabajamos en el sector de la salud, y la salud no es una moda. Es algo que ha llegado para quedarse. Se trata de un sector en franca evolución y que, como tantos otros sectores se están profesionalizando cada vez más. Cada vez existen más nichos de mercado que permiten al consumidor poder acceder a este tipo de ofertas. Pero, repito, se trata de un sector en franca evolución tanto a nivel global como a nivel local.

P- ¿Crees que el sector de las franquicias de gimnasios y fitness ha evolucionado tras la crisis?

R- La crisis ha afectado a todo el mundo. El cambio que ha sufrido el sector del fitness es que ahora está especializado y cuenta con una oferta mucho más segmentada. Como caso parecido encontramos al sector retail, donde encontramos una oferta “low cost”; puedes conseguir una oferta de conveniencia o boutique, como es la nuestra o puedes conseguir clubes más grandes de lujo. Lo que confirma la evolución del sector es el hecho de contar con una oferta más diferenciada para los clientes.

P- ¿Qué modelo de negocio presenta Anytime Fitness y en qué rango de precios os situáis?

R- Nosotros creamos el modelo de conveniencia en el mundo del fitness. Nuestro propósito es acercar el deporte a las personas, permitiéndoles practicar fitness en cualquier rincón del planeta, de ahí la gran cantidad de clubes que tenemos y la expansión tan sólida con la que contamos. Tenemos un modelo de conveniencia, de cercanía, que abre 24 horas al día, 365 días al año. Este modelo permite a los usuarios acceder a cualquier

EMILIO QUERO, General Manager en Anytime Fitness Iberia.

momento al club. Los puntos fuertes de la enseña son: cercanía, amplitud de horarios, una relación calidad-precio excelente y un trato personal cercano. Nuestros precios están en un rango medio del mercado.

P- ¿Cómo afecta la innovación tecnológica en vuestro sector?

R- Nosotros siempre hemos estado a la vanguardia tecnológica en nuestras instalaciones. De hecho, contamos con las mejores equipaciones del mercado relacionado con la maquinaria, el peso libre, cardiovascular... Contamos con las dos mejores marcas del mercado como nuestros proveedores oficiales. Además, los sistemas de seguridad están en línea con la mejor tecnología.

De cara al usuario, nosotros no vemos la tecnología como un objetivo, sino que nosotros vemos la tecnología como un medio para dar un mejor servicio a todos nuestros clientes. Esto aportará un mayor acercamiento, una mayor cercanía y un mayor conocimiento de nuestros clientes.

P- ¿Cuáles son los principales problemas a los que el sector se enfrenta y cómo los solucionarías?

R- Como todo sector tiene barreras. Yo creo que la principal misión que tiene el sector del fitness es poder facilitar a los usuarios la posibilidad de poder hacer deporte y actividad física. Nuestra misión es ser parte integrante de la comunidad en la que estamos y poder facilitar a las comunidades la posibilidad de realizar actividad física. Nosotros creemos fielmente en ello y debemos ser parte importante de ello.

P- ¿Crees que es importante que un gimnasio se base en el sistema de conveniencia con sus clientes?

R- Por supuesto. Las principales barreras con las que se encuentra un cliente son: cercanía, horarios, un trato personalizado y una relación precio-calidad excelente. Pero nosotros no nos quedamos ahí nada más, nosotros seguimos evolucionando. Por ello, lanzamos un nuevo modelo e imagen en el que España (Barcelona) fue seleccionado como uno de los lugares en los que

"La principal misión del sector es poder facilitar a los usuarios la posibilidad de poder hacer deporte"

se implementarían junto con Shangái. Lo hemos evolucionado hacia un modelo más abierto y más especializado en el entrenamiento en grupos, en un entrenamiento más funcional, acercándolo aún más al cliente.

Nosotros no necesitamos 4.000 socios para ser rentables. Nuestro modelo es rentable con 500/600 socios. Se trata de un gimnasio de calidad para el usuario y eficiente para el franquiciado, con unos costes de operación muy reducidos comparados con otras enseñas en el mundo del fitness.

P- ¿Por qué un franquiciado debería elegir el sector de los gimnasios y fitness?

R- El sector de la salud y del fitness es un mercado en pleno crecimiento y consolidación. No es una moda. El mundo entero entiende que cuidarse no es un lujo, sino una necesidad absoluta. En segundo lugar, nuestro modelo, comparado con otros sectores, es más sencillo de gestionar ya que los costes operativos son más controlados. Además, este sector te brinda la oportunidad de llevar el deporte a las personas, hecho que engancha a los franquiciados y es la razón por la cual estamos nosotros aquí.

P- ¿Qué papel juega la franquicia dentro del sector?

R- Anytime Fitness está considerada como una de las marcas más importantes dentro del sector. Sin duda, está en el top 3 en reconocimiento de marca dentro de su segmento de mercado. A nivel nacional, somos la primera cadena en número de clubes y la cadena con mayor crecimiento dentro de España.

La franquicia dentro del fitness es una tendencia imparable. Lo que permite es: 1- consolidación de marca, 2- ha aportado profesionalización al sector y 3- ha sido el vehículo o puente para que empresarios e inversores puedan invertir en un sector rentable como es este.



En franquicia nuestra experiencia es la mayor garantía para su empresa

Nuestros servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean franquiciar, franquiciadores en activo y emprendedores e inversores que desean incorporarse en una red de franquicia.

Puede contactar directamente con nosotros en el teléfono **911 592 558** y en el email **info@tormofranquicias.es**

TORMO
FRANQUICIAS
Consulting

Proyectos de franquicia

Expansión de Redes

Servicios Legales

Asesoramiento a Franquiciados

Marketing y comunicación de Franquicias

Internacional

Formación

Comités de Dirección



INFINIT

FITNESS

24/7



MARCOS BAROJA, Fundador del Grupo Infinit Fitness

Marcos Baroja

Después de años en una empresa familiar, desde 2000 comenzó a trabajar en el mundo de la consultoría y en 2007 pasó a trabajar por cuenta propia, con sus propias empresas. En 2012, arrancó el proyecto en el sector del fitness que es Infinit Fitness, atendiendo a su carácter emprendedor. Fue galardonado con el premio Joven Emprendedor por el Ministerio de Economía e Industria.

¿Cuáles son las claves principales para destacar en el sector?

Al estudiar cuál es el mayor factor de decisión a la hora de elegir un gimnasio para cualquier persona, y en las encuestas y estadísticas se comprueba, es la cercanía. Cuando un cliente es preguntado por el gimnasio al que acude, su respuesta es que al más cercano a su casa o al trabajo. Por tanto, la proximidad es una de las claves dentro del sector. No solo la proximidad en sentido físico, sino también en lo relacionado a la atención al cliente, que sería la segunda clave. Y que a cada persona se le oriente de forma óptima para que consiga sus objetivos.

El tercer punto importante hace referencia a un precio asequible. Se valora mucho en el sector de la salud y del fitness que se cobre al cliente exactamente por lo que consume. El mercado ha pasado de ofrecer spa, cafetería, piscina... y una larga lista de cosas gratis que luego no se utilizan bajo una cuota muy alta a ofertar exclusivamente lo que el consumidor desea con la cuota justa.

¿Qué tendencias hay en el sector actualmente?

Una tendencia sería el crecimiento de negocios que siguen las variables comentadas en la pregunta anterior y, en segundo lugar, el llamado entrenamiento personalizado. Ya no es solo una atención personalizada y que sepan mis objetivos, sino que entrenen conmigo y me guíen en el entrenamiento, ya sea de forma individual o en pequeños grupos.

Existe el concepto que se denomina boutique, que son tiendas más especializadas. Nosotros no lo llamábamos boutique hace 5 años, pero ya lo estábamos haciendo. Lo que sí vemos es un crecimiento en la demanda en esta área de negocio que nosotros también lo desarrollamos bajo la denominación AB Entrenamiento personalizado. Son corners en nuestros centros Infinit Fitness enfocados a los entrenamientos personalizados. El concepto boutique ha ido creciendo de manera llamativa.

¿Qué opinión tienes al respecto?

Estoy totalmente de acuerdo. El público, cada vez más, busca que el servicio que recibe obtenga resultado. Se valora mucho el entrenamiento personalizado, ya sea de boxeo, yoga, etc. Las enseñanzas generalistas, que ofrecen todo tipo de servicios, se ven un poco perjudicadas puesto que no pueden ofrecer la misma calidad en los servicios que aquellos gimnasios boutique especializados.

"La proximidad es una de las claves dentro del sector. No solo la proximidad en sentido físico, sino también en lo relacionado a la atención al cliente"

¿Qué papel juega la franquicia dentro del sector?

Me parece fundamental que, dentro de un sector que durante años ha estado atomizado, estamos viviendo una concentración muy importante y con una mayor presencia de marcas importantes con las que competir, con sus capacidades en comunicación, imagen, capacidad de compra, economías de escala en tecnología o economías de escala en los precios de compra. Cuando hablamos que el sector de la proximidad está creciendo y la capacidad de compra es mucho menor,

es muy difícil que puedan tener estas economías siendo “llaneros solitarios”. Pienso que este sector ya no es de empresas individuales, sino que pertenece a grupos con una imagen, con una marca, un modelo de negocio definido y de calidad y esas capacidades de compra y gestión.

¿Crees que la crisis ha afectado a este cambio de modelo?

No necesariamente. Por la crisis, por ejemplo, podemos ver la expansión de los modelos “low cost” en el sector.

Yo creo que ahora el mercado es más sensible al servicio a precio razonable. Vemos una expansión en el segmento de pequeños centros, por aquello de la proximidad, hecho que también se da, por ejemplo, en el sector de la alimentación. Creo que estos hechos no han sido consecuencia de la crisis, sino de la propia demanda del mercado. En el cambio de hábitos y en la forma de consumir del propio consumidor.

¿Se ha superado la crisis en el sector?

Si por crisis entendemos si hemos recuperado los precios que se cobraban antes de la crisis, no se ha recuperado. Ahora somos mucho más competitivos y eficientes, ofreciendo prácticamente lo mismo por un precio menor (siendo el IVA mayor). No se han recuperado aquellos precios. Lo que sí es importante, es

que las empresas con modelos de negocio de antes de la crisis, con estructuras muy pesadas, que no potenciaban la tecnología... siguen diciendo que se encuentran en crisis. Aquellos que hemos reinventado procesos con el objetivo de reducir costes para ser eficientes en el sistema de precios, no vemos crisis. Estamos en una nueva era.

"Ahora somos más competitivos, ofreciendo lo mismo por un precio menor"

¿Cuál es el futuro del sector y las expectativas de crecimiento?

Creo que este sector tiene un potencial de crecimiento grandísimo, ya que nosotros nos englobamos dentro del sector de la salud. La gente sabe que tenemos un estilo de vida cada vez más sedentario y trabajamos sentados. Por lo tanto, necesitamos hacer algo para poder mantener una calidad de vida óptima cuando seamos mayores. A mayor nivel cultural, mayor concienciación, por lo que opino que el sector seguirá creciendo a nivel de demanda. Si, además, lo comparamos con países que puedan estar más avanzados o desarrollados a nivel de cultura que España, vemos que todavía existe un potencial de crecimiento importante. Hace años, viendo las encuestas y las estadísticas, se veía que las personas de 70 años no entrenaban. Hoy en

día, encontramos personas con 70 años en adelante que entrenan estupendamente. Por lo tanto, potencial de crecimiento en volumen total, muchísimo. Aunque aún quedan centros que deben reconvertirse a la situación actual. El gimnasio de toda la vida que abre a las 9 de la mañana y cierra a las 10 de la noche no es eficiente en costes, no es eficiente en equipamiento ni personal. O se redefine el modelo, siendo más efectivo en costes, o no va a ser rentable.

¿Cuál es el perfil común de franquiciado?

Este sector se caracteriza por una inversión inicial alta y unos costes operativos más bajos. No se trata de una franquicia de autoempleo que con 50.000 € comienza a funcionar. Al montar un gimnasio, la inversión está entre 700 y los 1.000 € por metro cuadrado, por lo que el perfil de franquiciado es inversor.

¿Por qué es importante el uso de la tecnología en el sector?

Para nosotros, es esencial en nuestro modelo de negocio. Desde que entra el cliente, lo hace con huella dactilar, siendo identificado a la hora que entra, a la que sale y qué hace. Nuestro CRM es muy importante, está en la nube y está integrado en todos nuestros centros.



El fitness “franquiciado”

Desde hace unos años, el fitness “está de moda”. Como en todo, aparecen inversores y emprendedores que se quieren dedicar a ello. El fitness “franquiciado” es una buena opción de negocio. Cada día estamos más concienciados de que el deporte es salud. El futuro de este sector es muy prometedor.

Desde las grandes superficies hasta los pequeños centros de entrenamiento personal, el sector sufre una gran revolución. De ella son participes las franquicias, ofreciendo a inversores y emprendedores una buena opción de negocio en auge.

Es cierto que cualquiera puede montar un centro de fitness. El hacerlo de la mano de una marca experimentada en el sector hará que desde el minuto 1 el negocio sea rentable. Las franquicias de fitness son empresas que, en su equipo, tienen técnicos con la formación y la experiencia necesaria para hacer que el franquiciado tenga éxito como empresario. Aportan la experiencia y la preparación necesaria, poniendo al servicio del franquiciado un equipo humano que de otra forma no podría contar con él, para solventar cada aspecto de la gestión. Es un sector muy dinámico y en constante evolución.

El candidato, debe asesorarse por especialistas, analizar qué modelo de negocio se ajusta a sus expectativas y decidirse por una marca. No todas ofrecen los mismos servicios. Las hay desde el entrenamiento personal hasta grandes superficies de fitness.

Si siguen las pautas de sus franquiciadores, el éxito está garantizado.

**José Luis Delgado Calvo,
CEO and General Manager
The Body**



Electroestimulación y fitness

El futuro dentro del sector del fitness y la estética cuenta con clientes enfocados en obtener resultados en poco tiempo y con poco esfuerzo de forma divertida. Los clientes no tienen ni las ganas, ni el tiempo, ni el dinero para perder como antes.

Para ello, están los centros de fitness y estética o centros dedicados al cuerpo. La estética es lo más importante, y, en segundo lugar, la salud. Para ayudar a los consumidores a conseguirlo, hay equipos que simplifican los métodos al máximo y consiguen resultados. En tercera posición, está la socialización, es decir, hacer amistades. En cuarto lugar, disfrutar mientras lo hacemos. A continuación, claro está, el precio, que debe ser adecuado a las exigencias. Por ello, el servicio ha de ser colectivo, para conseguir por poco precio lo que solo no puedes tener: música, decoración o servicios adicionales que ayudan a conseguir resultados en poco tiempo y son muy bien valorados.

Uno de los métodos que más resultados consigue es combinar la electroestimulación integral con ejercicios en sala de fitness, en la cinta de correr o elíptica, puesto que la tecnología actual permite trabajar Wireless y con trajes ergonómicos. Gracias a la tecnología actual, existen programas que modifican la frecuencia automáticamente, consiguiendo que 20 minutos de entrenamiento equivalgan a 3 horas de fitness convencional.

**Andreu Vilar
Managing Director - CEO
Corpo10**



BROOKLYN FITBOXING
CURVES
F.A.S.T. FITNESS
INFINIT FITNESS
PILATES VITAE STUDIO
SANO CENTER

REPORTAJE

ENSEÑAS DEL SECTOR



El método de entrenamiento que utiliza esta franquicia combina movimientos de boxeo y fitboxing realizados sobre sacos de boxeo profesionales con intervalos de entrenamiento funcional para conseguir un entrenamiento completo. La decoración y la ambientación es una de las características principales de esta franquicia, utilizando una recopilación de música que mantendrá motivados a los usuarios durante todo el entrenamiento.

Creada en 2013, cuentan actualmente con 13 centros operativos. Sin duda, Brooklyn Fitness se presenta como una alternativa diferente dentro del sector de las franquicias de gimnasios.

En Brooklyn Fitboxing son conscientes de la importancia y las ventajas que aporta la tecnología a los entrenamientos, por ello, utilizan un sistema patentado por ellos mismos que es capaz de monitorizar la sincronización, fuerza y quema de calorías realizados por cada usuario. Esta tecnología permite que el usuario compita virtualmente con otros situados en todo el mundo en otros gimnasios Fitboxing, creando un torneo online entre centros.

El entrenamiento

Las sesiones propuestas por la enseña tienen una duración de 47 minutos en total. La música que utilizan busca la sincronización entre los golpes realizados por las personas que están entrenando y la misma. De los 47 minutos, 10 son de calentamiento, para adaptar el cuerpo al ejercicio más intenso posterior. Además, el entrenamiento hace uso de un saco de boxeo, pesas, balones medicinales y ejercicios de bodyweight.



Esta franquicia tiene un negocio de gimnasios exclusivos para mujeres, aunque desde Curves se autodefinen como más que un gimnasio, un auténtico proveedor de servicios en la industria de la salud. Su misión es ofrecer a las mujeres lo necesario para que mejoren su salud y construir un futuro más saludable.

Entre sus modelos de negocio encontramos: Curves Fitness, que ofrece un acceso limitado al circuito; Curves Complete, incluye ejercicios, plan de comidas personalizados y entrenamiento personal; Curves Smart, sistema informatizado de entrenamiento personal que se centra en partes específicas del cuerpo o Curves Products, que ofrece una amplia gama de productos de ropa y accesorios disponibles para los socios.

Entrenamiento especialmente diseñado para las mujeres

El método utilizado en Curves está basado en un entrenamiento completo que se realiza en 30 minutos como máximo y que cuenta con asesoramiento personalizado. En el entrenamiento se combinan ejercicios de fuerza, cardio y estiramientos con el objetivo de aumentar el metabolismo y quemar la máxima grasa posible.

Toda la maquinaria que utiliza la enseña son máquinas de bajo impacto que pueden trabajar desde 2 a 4 grupos musculares simultáneos. El método de entrenamiento está basado en un circuito de 12 máquinas situadas de manera circular para que el paso de una a otra sea sencillo y ágil. Los elementos del circuito incorporan la última generación de sensores.



F.A.S.T. FITNESS

El poder de la electroestimulación

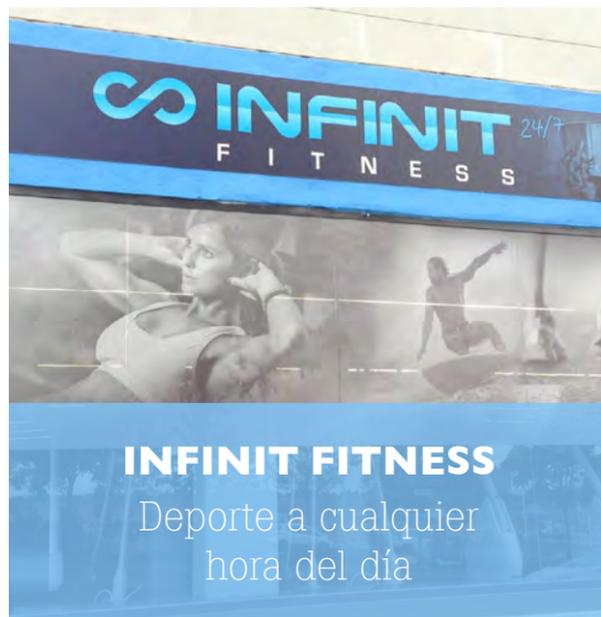
F.a.s.t. Fitness supone un nuevo método de entrenamiento utilizando la electroestimulación integral activa (EMS). Gracias a la EMS se pueden estimular más de 300 músculos simultáneamente de manera activa, dentro de un entrenamiento con trabajo biomecánico funcional global.

La EMS utiliza impulsos eléctricos de baja y media frecuencia para crear una contracción muscular. Dichos impulsos son transmitidos mediante electrodos situados de manera estratégica para generar una contracción muscular natural. La enseña utiliza trajes completos con los que se pueden estimular una gran cantidad de músculos a la vez.

Distintos programas, distintas necesidades

La enseña tiene tres modelos de programas adaptados a diversos objetivos. Encontramos Fitness-belleza, enfocado a tonificar todos los grupos musculares en tiempo record, que, a su vez, cuenta con tres vertientes distintas: Tonic, creado para conseguir una excelente tonificación muscular; Reduce, enfocado en la quema de grasas y pérdida de peso o el anti-aging, con el que se busca activar el tejido muscular y conectivo por completo.

El segundo programa se llama Wellness-Salud y tiene el objetivo de evitar lesiones y limitaciones. Dentro del mismo encontramos 3 variables: Rehability, con el que nos olvidaremos de las lesiones; Equilibrium, con el que corregiremos malas posturas corporales o Vitality, enfocado a recuperar la vitalidad y aumentar el metabolismo basal. Por último, destacamos el programa Sports.



INFINIT FITNESS

Deporte a cualquier hora del día

Se trata de una de las marcas más consolidadas dentro del mundo del fitness. Con un total de 10 establecimientos en nuestro país, Infnit Fitness es una marca fundada en 2012 por Marcos Borja y que opera bajo el modelo de proximidad. Se trata de uno de los gimnasios que han decidido ofrecer una amplitud total de horarios, permitiendo el acceso los 365 días del año durante las 24 horas del día.

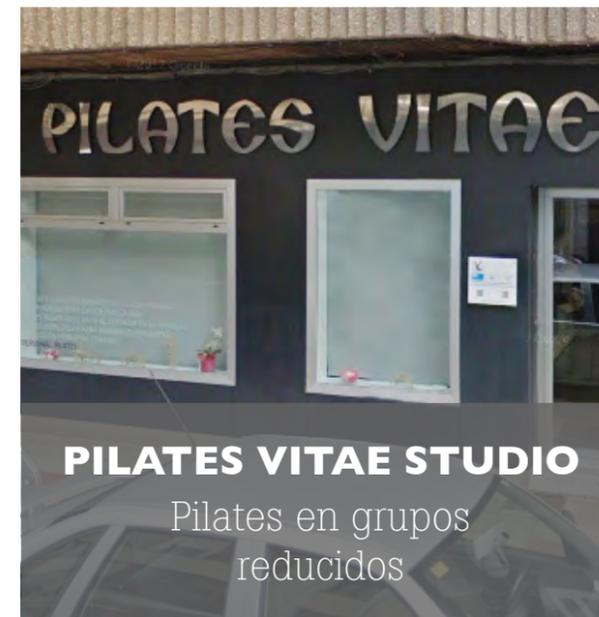
Su concepto de franquicia te permite ofrecer a los clientes un servicio de entrenamiento cómodo, cercano a sus domicilios y en un ambiente limpio y amigable a un precio asequible.

Los clientes dispondrán del mejor equipamiento, como el que ofrecen los mejores gimnasios, pero sin aparcamientos multitudinarios, grandes colas, o grandes cuotas mensuales. Todo ello acompañado de servicios de valor añadido como entrenamientos personales o en grupo, asesoramiento nutricional, etc.

El cliente es lo primero

Su política de tarifas está muy orientada al cliente. Los clientes no tienen por qué comprometer su permanencia y pueden congelar sus contratos cuando lo deseen cuando no los usen. Además, los socios pueden ir día y noche a cualquier centro Infnit que deseen.

Si combinamos estos servicios con un sistema de seguridad y vigilancia 24 horas, junto con botones de pánico dentro de la sala y un acceso por control biométrico (huella digital), dispondrás de un gran negocio.



PILATES VITAE STUDIO

Pilates en grupos reducidos

Operando desde 2007, la enseña ha aumentado su cartera de servicios ofrecidos hasta crear uno de las marcas de referencia en el sector de los centros de Pilates.

Entre sus prestaciones ofrecidas están los personal trainers, el servicio especializado de readaptación al ejercicio y recuperación funcional, el SGA, técnicas de entrenamiento neuromotor o entrenamiento específico para dolencias de espalda.

El método que utiliza la enseña trabaja con grupos reducidos, entrenamientos privados y utiliza un equipo multidisciplinar de expertos. Su público objetivo es muy amplio y abarca desde personas que buscan mejorar su calidad de vida hasta deportistas que buscan en el Pilates un complemento ideal para mejorar el rendimiento y disminuir el riesgo de lesión.

Gran variedad de actividades

Entre las actividades ofrecidas por la franquicia, encontramos clases privadas, ideales para coger técnica previa incorporación a las clases grupales; Pilate Studio, clases en grupos reducidos con máquinas de Pilates; Pilates Tono, clases grupales con máquinas pequeñas de pilates y unidades de pared; Pilates en columpio; Pilates Mat, clases con ejercicios en suelo en grupos de 7 a 9 personas; embarazo y postparto, clases grupales adaptadas a la mujer embarazada; Pilates for senior, clases enfocadas a personas de la tercera edad; Pilates para adolescentes, clases destinadas a jóvenes con edades superiores a los 8 años y cuyo objetivo es desarrollar el esquema corporal de los mismos.



SANO CENTER

Una oferta sencilla para franquiciar

Sano Center se caracteriza por presentarse exclusivamente a personal altamente cualificado, asegurando una gran prestación del servicio y una óptima expansión de la marca Sano. Se definen como una vía de expansión profesional de la figura del entrenador personal. Cuentan con un modelo probado y en evolución, gracias a la experiencia conseguida a través de la operativa de sus centros desde 2013.

Oferta llave en mano

El equipo de Sano Center ofrece una opción "llave en mano" para las personas interesadas en franquiciar con ellos. El objetivo es facilitar el acceso y la operativa a los nuevos franquiciados.

La enseña ofrece asistencia técnica en la selección del local y negociación de condiciones para incentivar el éxito del centro. Además, Centros Sano realiza un estudio de ubicación para determinar si la zona en la que se quiere abrir un nuevo centro es un área óptima.

La franquicia realiza los diseños de los espacios en los locales de próxima apertura, consiguiendo el máximo aprovechamiento de los espacios en función del tamaño del local. Todos los locales de Centros Sano tienen la imagen de marca acorde a lo que dicta la enseña en sus manuales corporativos.

Otros servicios de asistencia ofrecidos por la enseña son: apoyo en la financiación; diseño de la estrategia de marketing, incidiendo en las Redes Sociales; implantación de la app Trainingym y formación inicial al franquiciado.

El boom de los gimnasios boutique



En los últimos años, en España ha surgido un nuevo concepto de gimnasio que está consiguiendo especial relevancia dentro del sector. Se trata de los gimnasios boutique. Para definir este tipo de negocio, necesitamos atender a sus características:

1. Por lo general, se tratan de centros de tamaño reducido, en los que se trabajan en grupos pequeños y donde la atención por parte de los entrenadores es lo más personalizada posible. El tamaño medio del establecimiento de un gimnasio boutique suele ser entre 150 y 300 metros cuadrados.
2. La luz oscura, la música y las luces fosforescentes cobran especial importancia en la gran mayoría de gimnasios boutique. Este ambiente crea una gran atmósfera donde entrenar es una motivación.
3. Los entrenamientos suelen basarse en una modalidad específica. Los entrenadores que la imparten son muy conocedores de la técnica que ofrecen, teniendo varias de estas boutiques entrenadores famosos en la categoría que imparte.
4. Algunos gimnasios boutiques ofrecen servicios complementarios para mejorar y optimizar el entrenamiento. Como ejemplos encontramos especialistas en nutrición o especialistas en fisioterapia. Estos servicios adicionales aumentan el precio a pagar por el usuario.
5. Los usuarios deben reservar su plaza en la clase con antelación para poder acceder a la misma.
6. Se dirigen a segmentos de población concretos con gustos similares.
7. Crean un fuerte sentimiento de pertenencia en el usuario, lo que acaba creando una pequeña comunidad.

Aunque existen gimnasios boutique diseñados específicamente como tal, cada vez son más las cadenas de gimnasios y fitness que toman algunas de estas características y las implementan en sus modelos de negocio. Como ejemplo, encontramos a la franquicia Anytime Fitness que, como bien indica Emilio Quero en la entrevista, lleva varios años con un modelo similar al boutique, aunque ellos no lo denominaban como tal.

QUIÉN ES QUIÉN

ANYTIME FITNESS



Responsable David Abrahams
David.abrahams@anytimefitness.es
Establecimientos totales Más de 50

CORPO10



Responsable Andreu Villar
dirección@yoim.eu
Establecimientos totales 20

PILATES VITAE



Responsable Sonia Blanco
vitae@pilatesvitae.com
Establecimientos totales 2

BIOTRAJE



Responsable Alex Giménez
T90@AlexGimenez.es
Establecimientos totales 18

CUERPOS FITT



Responsable Juan Barea Fernández
info@cuerposfitt.com
Establecimientos totales 14

THE BODY



Responsable José Luis Delgado
info@thebody.es
Establecimientos totales 26

BODY DESIGN



Responsable Luis Wyche
luis@myofx.eu
Establecimientos totales 8

EQ PILATES



Responsable Gala Martínez de Tejada Pozo
franquicias@eq-pilates.com
Establecimientos totales 11

TRAINING BOUTIQUE



Responsable Javier Carbajo
franquicias@trainingboutique.es
Establecimientos totales 1

BODY FACTORY



Responsable Almudena Otero
aotero@bodyfactory.es
Establecimientos totales 19

INFINIT FITNESS



Responsable Enric Torres. Expansión
enric@infitfitness.com.es
Establecimientos totales 10

BROOKLYN FITBOXING



Responsable Juan Pablo Nebrera
franquicias@brooklynfitboxing.com
Establecimientos totales 61

MÉTODO FENÓMENO



Responsable Bárbara
socialmedia@metodofenomeno.com
Establecimientos totales 7



ANYTIME FITNESS

Descripción Anytime Fitness es una innovadora franquicia de Fitness mixta, abierta las 24 horas y líder en el mundo. Sus gimnasios ofrecen una manera cómoda y económica de entrenar.

Inversión Total Desde 460.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2002
Creación de Franquicia 2002

BASIC FIT

Descripción En la franquicia Basic Fitness se centran en ofrecer el "core" de su servicio, el Fitness, eliminando otros aspectos que encarecen y no aportan ningún valor añadido. Ofrecen menos servicios con la misma calidad y a menor precio.

Inversión Total Desde 21.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2010
Creación de Franquicia 2011

BIOTRAJE

Descripción La primera franquicia Biotraje en modelo low cost, siendo los Nº1, como han hecho desde que abrieron el mercado de la electroestimulación integral.

Inversión Total 7.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2011
Creación de Franquicia 2012

BODYACTIV

Descripción BodyActiv Center es una cadena de establecimientos especializada en entrenamientos personalizados basados en la EMS (Electro Estimulación Muscular).

Inversión Total Desde 9.900 €
País de origen España
Creación de Empresa 2014
Creación de Franquicia 2014

BODY DESIGN

Descripción El primer centro de fitness en España para mujer y hombre, donde combinan programas anti-aging con técnicas de electroestimulación integral mihabodytec®, asesoramiento nutricional, y tratamientos de estética, en un concepto integral que ofrece programas personalizados de fitness y salud para todos.

Inversión Total Desde 13.990 €
País de origen España
Creación de Empresa 2011
Creación de Franquicia 2012

BODY FACTORY

Descripción Para ser franquiciado de Body Factory no es necesario tener experiencia en el sector del Fitness & Wellness, pero sí tener interés y ganas de invertir en un negocio en auge. Body Factory te ofrece su conocimiento y saber hacer en este negocio. Una imagen de marca consolidada y reconocida, así como unas instalaciones de gran calidad. Sus franquiciados son personas con gran iniciativa, espíritu comercial, aptitudes de organización y dirección de personal.

Inversión Total 437.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 1991
Creación de Franquicia 1995



BROOKLYN FITBOXING

Descripción "Brooklyn Fitboxing es una experiencia de entrenamiento, juego y competición que combina movimientos de boxeo y kickboxing sobre sacos profesionales, con intervalos de entrenamiento funcional para conseguir un entrenamiento completo y monitorizado"

Inversión Total 80.000-120.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2014
Creación de Franquicia 2014

CORPO10

Descripción El servicio de corpo10.com es competitivo y demandado en todo el mundo. Actualmente se encuentra en progresiva demanda debido al aumento de la población con escaso tiempo para una actividad física y diversas patologías derivadas del sedentarismo como sobrepeso, enfermedades metabólicas, problemas de espalda. Con su método se consiguen resultados visibles y hábitos saludables.

Inversión Total Desde 6.800 €
País de origen España
Creación de Empresa 2012
Creación de Franquicia 2012

CUERPOS FITT

Descripción Cuerpos Fitt, gimnasios femeninos, ofrece en un solo centro todos los servicios que una mujer puede realizar. Deporte, estética, cosmética, dietética, bronceado, etc. Ubicadas en zonas centros o comerciales y en locales desde 15 metros cuadrados, con una cuota única de 29€/mes. Sin contrato de permanencia.

Inversión Total Desde 66.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 1998
Creación de Franquicia 2009

CURVES

Descripción Su misión es cambiar el mundo del fitness dirigido a las mujeres con su entrenamiento completo en 30 minutos con asesoramiento personalizado. Su entrenamiento, único y probado, está diseñado específicamente para combinar entrenamiento de fuerza, cardio y estiramientos para crear macro músculos, aumentar el metabolismo y quemar más grasa.

Inversión Total 100.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 1995
Creación de Franquicia 1995

EQ PILATES

Descripción EQ Pilates & Salud, son centros de Pilates asociados a diferentes servicios de salud para ofrecer a sus clientes un tratamiento integral. Sus centros tienen un diseño actual y atractivo donde le dan especial importancia a la experiencia del usuario. Ofrece equipamiento con la reconocida marca Bonpilates además de un acuerdo de financiación para sus franquiciados con Banco Sabadell.

Inversión Total 80.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2016
Creación de Franquicia 2016

F.A.S.T. FITNESS

Descripción Fa.st. es una empresa líder y pionera en la gestión, asesoramiento de Estudios de Entrenamiento personal y rehabilitación, utilizando Electroestimulación Integral Activa.

Inversión Total Desde 80.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2013
Creación de Franquicia 2013

FUN PILATES

Descripción Fun Pilates es una franquicia que utiliza equipos de AeroPilates, AeroFitness, AeroYoga, de última generación que permiten el entrenamiento y bienestar deportivo.

Inversión Total 39.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2013
Creación de Franquicia 2014



INFINIT FITNESS

Descripción Su concepto de franquicia te permite ofrecer a los clientes un servicio de entrenamiento cómodo, cercano a sus domicilios, en un ambiente limpio y amigable, a un precio asequible y abierto los 365 días del año. Su política de tarifas está muy orientada al cliente.

Inversión Total Desde 100.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2011
Creación de Franquicia 2013

JUSTFIT

Descripción Entrenamiento personal mediante sistema de electro estimulación muscular (EMS) inalámbrico. El sistema sin cables con una base wifi de 20 metros de alcance y la tablet portable, crean una mayor conexión con el cliente.

Inversión Total 14.900 €
País de origen España
Creación de Empresa 2014
Creación de Franquicia 2015

L'ORANGE BLEUE

Descripción Ideal para candidatos emprendedores, apasionados por deporte, con entusiasmo por las relaciones humanas y que tenga una voluntad verdadera de aportar el mayor bienestar a otros. Deberá también estar dotado del sentido de la organización y de las calidades de gestión.

Inversión Total 250.000 €
País de origen Francia
Creación de Empresa 1996
Creación de Franquicia 2006

MÉTODO FENÓMENO

Descripción Su metodología se basa en el control exhaustivo del cliente, utilizando para ello las herramientas científicas más avanzadas aplicadas al deporte, obteniendo de esta forma mayores garantías en la eficiencia del entrenamiento. Las tecnologías aplicadas y diferentes software con los que cuenta la marca, son un valioso instrumento que darán calidad a todos los procedimientos implicados en la gestión de tu centro de entrenamiento personal y en el control, evaluación, mantenimiento y programas de tus clientes.

Inversión Total 30.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2013
Creación de Franquicia 2013

PILATES VITAE STUDIOS

Descripción Pilates Vitae abrió sus puertas en 2007. A lo largo de estos años han introducido nuevos servicios complementarios al Pilates como el servicio de personal trainer, servicio especializado de readaptación al ejercicio y recuperación funcional, SGA, técnicas de entrenamiento neuromotor, entrenamiento específico para dolencias de espalda etc. gracias a un equipo multidisciplinar.

Inversión Total Desde 45.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2007
Creación de Franquicia 2017

ROCKGYM

Descripción ¿Qué ofrecen a sus franquiciados? Soporte, asesoramiento y formación continua, rentabilidad y seguridad en un sector que no se ve alterado por las crisis económicas, garantía de suministros con las mejores condiciones del mercado y amplios beneficios para el cliente que, junto con el prestigio de la marca, es una garantía de éxito.

Inversión Total Desde 500.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 1957
Creación de Franquicia 2014

SANO CENTER

Descripción Sano es una Franquicia de Centros de Entrenamiento Personal de nueva generación, que nace con la misión de asesorar a clientes en sus objetivos de salud.

Inversión Total Desde 55.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2014
Creación de Franquicia 2014



THE BODY

Descripción Los centros The Body, son centros de entrenamiento personal y tratamiento corporal. Cuentan con el mejor "Know How" del sector, elaborado y respaldado por una de las empresas con más crecimiento en el sector de la gestión, la consultoría deportiva y el outsourcing en el sector del fitness de los últimos 15 años.

Inversión Total 24.500 €

País de origen España
Creación de Empresa 2013
Creación de Franquicia 2014

TRIB3

Descripción Franquicia de gimnasios de gran valor con soporte 24/7. Un concepto de gimnasio bootcamp donde se disfruta del esfuerzo.

Inversión Total Desde 300.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2015
Creación de Franquicia 2017

TRAINING BOUTIQUE

Descripción Training Boutique son centros boutique de entrenamiento personal y recuperación física, donde se ofrecen soluciones personalizadas para cada tipo de persona.

Inversión Total 28.000 €
País de origen España
Creación de Empresa 2016
Creación de Franquicia 2018

No te pierdas el
próximo número de
ESPACIO FRANQUICIA



Es una publicación de
Franquiciashoy.es 2018

C/ del Poeta Joan Maragall , 38
28020, MADRID
Tel.: 911 592 106
www.franquiciashoy.es
info@franquiciashoy.es

Edita: Marketing y Publicidad de Franquicias, S.L.

Redacción y Colaboradores:

Alberto Guerra

Andrés Álvarez

Diseño y Maquetación:

Mario Cabrero

Publicidad:

Leticia Jurado

con la colaboración de **Tormo Franquicias**

ESPACIO
franquicia

© Franquiciashoy.es 2018

ESPACIO FRANQUICIA es una publicación de Franquiciashoy.es
Todos los contenidos referidos a las empresas incluidas en la presente publicación han sido
aportados por las marcas, sin que la empresa editora sea responsable de los mismos.