Publicado en Barcelona el 04/10/2021

Self Esteem Brands avala la gestión, la evolución y los planes de expansión de Anytime Fitness en España

El vicepresidente de Operaciones de la multinacional, Raj Kumar, y su director de Expansión, Tony Mitchell, reconfirman el interés de Self Esteem Brands en el mercado español. En su última visita a Barcelona, ambos directivos avalan el plan de expansión de la firma y revelan que la compañía estudia cómo traer a España dos de sus marcas, la entrada en Portugal, cómo abrirse hueco en Arabia Saudí y cómo crecer en otros mercados que se antojan estratégicos como India, China, Alemania y Japón

Anytime Fitness, la cadena de gimnasios de conveniencia más grande del mundo, crece y seguirá creciendo tanto dentro como fuera del mercado español. Así lo han manifestado Raj Kumar, vicepresidente de Operaciones de Self Esteem Brands, dueña de la firma, y Tony Mitchell, director de Expansión de la multinacional en su última visita a España.

Durante su estancia en nuestro país, en la que ambos directivos se reunieron con franquiciados de Anytime Fitness en el mercado nacional y con el equipo corporativo, los dos dejaron claro que “España es un mercado prioritario para el grupo”.

Dos marcas nuevas para España

Además de crecer con Anytime Fitness, Raj Kumar explicó que Self Esteem Brands planea traer al mercado español otras dos marcas de su portfolio. Se trata de The Bar Method y de Basecamp. Aunque aún no hay fechas concretas para el desembarco de esas dos nuevas enseñas, el directivo señaló que será “más pronto que tarde” y que el grupo ya está “preparando el terreno” para hacerlo, puesto que esas dos cadenas completarían su estrategia de expansión en nuestro país.

Un país donde Anytime Fitness sumará a su red en los próximos seis meses cinco nuevos clubes en Santander, Mallorca y en la provincia de Barcelona -de la mano de nuevos franquiciados y de franquiciados que ya operan clubes de la firma-. Este plan de expansión recibió el espaldarazo de ambos directivos quienes destacaron que la franquicia tiene potencial para alcanzar la cifra de los 250 clubes operativos en España.

Entrada en Portugal y Andorra

Self Esteem Brands pretende también reforzar la presencia de Anytime Fitness en todos los países europeos en los que ya opera, con especial incidencia en el Reino Unido y en Alemania, y entrar en Andorra y en Portugal donde, según Tony Mitchell, la multinacional “tiene intereses”.

“Andorra y Portugal son dos mercados que ya hemos estudiado y que seguimos estudiando”, matiza.

Expansión internacional

Fuera de Europa, Self Esteem Brands también planea hacerse más fuerte con Anytime Fitness en

países como China, donde ya opera algunos clubes con un socio local, e India, donde la firma podría sumar -según los cálculos de Mitchell- hasta 1500 clubes operativos, al igual que en Japón, donde actualmente tiene funcionando 1000 centros.

Respecto a nuevos mercados en los que entrar, el directivo asegura que Self Esteem Brands mira con buenos ojos las oportunidades que se presentan en el Medio Oriente, y más concretamente en Arabia Saudí. La razón es, a su juicio, la pequeña penetración que el sector del fitness tiene en ese mercado. “Ya estamos teniendo conversaciones para implantarnos allí donde pensamos que no sólo hay oportunidades para Anytime Fitness sino también para The Bar Method y Basecamp”, matiza.

200 clubes en un año

Las opciones de crecimiento de Self Esteem Brands no se acaban aquí. Según Raj Kumar, el grupo, que a mediados de este año adquirió la marca de coaching virtual de salud, nutrición y bienestar Stronger U, sigue mirando “nuevas oportunidades tanto dentro como fuera de Estados Unidos en los sectores del fitness y del bienestar, que pudieran cumplimentar nuestra cartera global”.

Marcas con las que la multinacional pretende seguir llevando salud y calidad de vida a todos los rincones del planeta. En lo que va de año, “un año de auténtico reto”, según puntualiza Kumar, Self Esteem Brands ha seguido sumando unidades a su red. “Estoy absolutamente orgulloso de poder decir que Anytime Fitness ha abierto más de 200 clubes en todo el mundo este año y en el contexto de la pandemia”.

Un crecimiento al que -recuerda- “España ha contribuido” al igual que todos los países donde los clubes han estado cerrados buena parte del año. “Eso demuestra – a su juicio- el compromiso de nuestra franquicia y de nuestros franquiciados y de cómo el fitness está convirtiéndose cada vez más en un estilo de vida para mucha gente en todo el mundo. Tenemos casi 5.000 clubes en 33 países de los siete continentes y más de cuatro millones de usuarios en todo el mundo, con unas ventas en todo el sistema que rozan los 2.000 millones de dólares”, puntualiza.

2022: año para crecer

De cara a 2022 Kumar se muestra “optimista” y sostiene que el año que viene será un año de crecimiento para el grupo. “La gran mayoría de las franquicias giran en torno a la comida, y en la gran mayoría hay que gestionar salarios relativamente altos y empezar cada día casi desde cero. Nosotros estamos en el polo opuesto. Tenemos salarios relativamente bajos, no tenemos inventario que hacer día tras día, no hay flujo de efectivo y tenemos ingresos estables, así que tenemos un modelo muy atractivo para los franquiciados, tanto por la facilidad operativa como por la rentabilidad”, explica.

Una ventaja que se une a la que supone para el grupo el haber apostado desde mucho antes de la pandemia por las tecnologías para dar a los usuarios de sus marcas las mayores facilidades a la hora de entrenar cuándo y dónde quisieran.

Ser pioneros en innovación

“Desde un punto de vista de la innovación hemos sido mejores que nuestros competidores. La

Covid19 ha sido un punto de inflexión en nuestra industria y ha cambiado las necesidades de los usuarios hasta el punto de hacernos acelerar en lo que se refiere a la innovación. Somos Anytime Fitness y vamos al encuentro de nuestros clientes allí donde estén, estén donde estén y cuándo estén. Anytime, Anywhere. Nuestro presente y futuro está marcado por el Coaching Model: ofrecer a nuestros socios un servicio más personalizado y cercano cada día" concluye.

Elegida mejor franquicia de fitness en el mundo
Anytime Fitness, con un modelo de negocio basado en la conveniencia y la apertura de sus instalaciones 24 x 365, ha sido elegida hace sólo unos meses la mejor franquicia de fitness del mundo e incluida en el Top 10 de las franquicias de más rápido crecimiento del planeta por la revista Entrepreneur.

Gracias a esa posición, la compañía puede presumir de haber estado entre las diez mejores franquicias del mundo hasta siete veces en los últimos catorce años. Un tiempo en el que siempre ha figurado de forma consecutiva y sin ninguna interrupción en la clasificación de las mejores franquicias globales hecha por esta publicación.

Datos de contacto:
Natalia López-Maroto
722386445

Nota de prensa publicada en: Barcelona

Categorías: Nacional Franquicias Emprendedores Otros deportes Recursos humanos Fitness

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es