

La cadena de estudios de fitness Orangetheory Fitness despega en España

A nivel mundial cuenta con 890 centros repartidos por 18 mercados internacionales, e importantes planes de expansión para España, donde ya ha abierto su primer centro operativo y en pocas semanas inaugurará el segundo

La cadena norteamericana OrangeTheory Fitness especializada en la gestión de centros de fitness, inicia su expansión en nuestro país.

En Estados Unidos OrangeTheory Fitness ha revolucionado el sector del fitness con la apertura de cerca de 890 estudios en los que se clases dirigidas de alta intensidad, y 100% orientadas a resultados.

Con este modelo de negocio, la empresa fundada en 2010 ha sido una de las empresas con mayor desarrollo en su sector –durante 2017 inauguró 294 estudios en todo el mundo- y está ya implantada en 18 mercados internacionales: Alemania, Australia, México, España, Reino Unido, China, Colombia, Canadá, Chile, Estados Unidos, Israel, Japón, Hong Kong, Singapur, Guatemala, Kuwait, República Dominicana y Perú.

Para 2018, los objetivos de la compañía son alcanzar los 806 millones de euros, frente a los 595 de 2017, y abrir 300 estudios más, con especial interés por abrir sus primeros establecimientos en países clave como Francia y, fuera de Europa, en Centro América y Asia.

La dirección internacional de la compañía, en manos de un español

En España, la compañía desembarcó en 2017, con un primer establecimiento en el Centro Comercial Diversia, de La Moraleja, y en marzo inaugurará la segunda unidad de las 40 que prevé abrir en los próximos 10 años. También para este año está prevista la apertura del primer centro en Barcelona, y el inicio de la expansión en franquicias.

Este fuerte impulso de la compañía en España se debe a los empresarios Aaron Benoliel, Emilio Benzadon y Carlos Ferrán, quienes adquirieron los derechos de expansión de la compañía para nuestro país, y que contarán con todo el apoyo del español Carlos Vidal, nuevo director internacional de la multinacional, y cuya trayectoria profesional incluye la vice presidencia para Europa y Latino América de la multinacional Dunkin` Brands, la dirección general de Pressto y la del grupo de restauración Yum!, y que fue también director de franquicias para McDonald's.

Un modelo de negocio propio que basa su éxito en

El modelo de negocio de esta compañía, que desde su fundación y hasta la fecha no ha cerrado ninguno de los estudios de fitness abiertos, consiste en ofrecer clases de una hora grupales, con un

máximo de 24 personas, dirigidas por un monitor. Cada participante usa un monitor de ritmo cardíaco que le permite ver, en las pantallas del estudio, y más tarde en su smartwatch, su frecuencia cardíaca máxima durante todo el entrenamiento.

El objetivo es empujar la frecuencia cardíaca hasta la zona “naranja”, o al 83% del esfuerzo máximo, y permanecer en ella durante 12 de los 55 minutos de la clase.

Estos 12 minutos de máximo esfuerzo provocan un efecto llamado “after burn”, que estimula el metabolismo, permite consumir entre 500 y 1.000 calorías en 60 minutos y, además, continuar quemando calorías a una tasa promedio de 15 a 20% más alta que la media estándar, durante las 24 o 36 siguientes horas.

Esta combinación de tecnología y método es capaz de lograr unos resultados que son los responsables de su importante expansión a nivel internacional. Ahora la compañía inicia su expansión en España a través del sistema de franquicia.

Datos de contacto:

Pura de Rojas
ALLEGRA COMUNICACION
91 434 82 29

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Franquicias](#) [Emprendedores](#) [Otros deportes](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Fitness](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>