

FITNESS

Burn50 retoma el vuelo: abrirá un ‘boutique’ en Madrid y da el salto a Perú

La cadena Burn Calories cambia de marca y apuesta por abrir clubes más pequeños para optimizar los espacios y reducir el coste por metro cuadrado.

Patricia López
21 nov 2017 - 04:59

Burn50 abrirá su primer club fuera de España en Perú, y ya ha cerrado varias concesiones

Volver al origen para crecer. Ese es el objetivo Burn50, una cadena de centros *boutique* que, tras más de un año operando como Burn Calories, ha decidido cambiar su marca para dar un impulso a su crecimiento. Según ha podido saber *Palco23*, la compañía abrirá a finales de enero su primer club en Madrid y dará el salto internacional a Lima (Perú).

Fran Gutiérrez, fundador y presidente de la empresa, explica a este diario que los nuevos proyectos se ubicarán en el barrio de Chamberí y en el distrito de Miraflores de la capital de Perú, un país que supondrá la primera apertura de la cadena fuera de España. “Lo haremos de la mano de nuestros socios en Perú, Colombia y Chile”, apunta.

Esta es la fórmula con la que le directivo busca expandir la marca por otros países. “En España el club será propio, mientras que en Perú estará gestionado por el masterfranquiciado”, señala. Más adelante, la cadena planea vender la licencia de su marca a terceros, pero por el momento operará con clubes propios y a través de masterfranquiciados.

Burn50 abrirá su primer club fuera de España en Perú, y ya ha cerrado varias concesiones para crecer en Europa, Latinoamérica y Oriente Medio

Todos estos proyectos funcionarán bajo la marca Burn50, que es el nombre que “tenía desde su inicio el concepto de entrenamiento que utilizamos”, indica. Próximamente también se realizará el *rebranding* en el club que ya opera en Marbella. El motivo por el que se ha realizado el cambio es porque la compañía ha decidido abrir en locales más pequeños, de entre 300 metros y 400 metros cuadrados, con una inversión aproximada de 400.000 euros.

“Nos surgieron varias propuestas en el territorio nacional e internacional que nos condujeron a adaptar el tipo de club donde crecer”, señala. “Queremos ubicarnos en mejores localizaciones minimizando el impacto del coste por metro cuadrado, aprovechando espacios de menor dimensión”, aclara.

Gutiérrez no esconde que el modelo de club con el que preveían crecer hace un año no es el mismo que el actual y que el aumento del coste de alquiler ha provocado este replanteamiento. “Hace años encontrábamos arrendamientos muy interesantes, pero con la recuperación los precios han subido”, asegura. El cambio de marca no afectará ni método de entrenamiento ni al modelo de pago, puesto que se seguirá apostando por el *pay as you go*. El nuevo concepto mantiene el sistema de entrenamiento, apoyado en la tecnología MyZone, que sirve para monitorizar y comparar a tiempo real las métricas de los usuarios.

Burn50 abrirá su primer club fuera de España en Perú, y ya ha cerrado varias concesiones

Image not found or type unknown

Burn Calories realizará el rebranding para empezar a operar como Burn50

Una vez la cadena abra su segundo club en España y el primero en el extranjero, se centrará en seguir alimentando su crecimiento por otras regiones. “Aunque contemos con centros propios, la estrategia de crecimiento se centra en la modalidad de franquicia; la venta de licencias para la explotación de la marca es nuestra apuesta más fuerte para la expansión en el resto de países”, manifiesta. El ejecutivo asegura que “para este año hay cerradas concesiones internacionales para abrir crecer en Europa, Sudamérica y Oriente Medio”.

Para ello, está en búsqueda de socios interesados en gestionar la marca en otros países. “Nos interesan *partners* con experiencia en el sector del *fitness* que actualmente

operan en otra dirección estratégica en esos países y así poder crear sinergias, ya que son los que mejor conocen la idiosincrasia de cada uno de los países para el posicionamiento y expansión de nuestra marca”, afirma.