

## FITNESS

# Quero (Anytime Fitness): "Firmar 30 aperturas anuales no es nada descabellado"

Marc Menchén  
16 jun 2016 - 04:59

Emilio Quero (Puerto Ordaz, Venezuela, 1971) lleva poco más de una semana al frente de Anytime Fitness Iberia y ya ha tenido la posibilidad de encontrarse con los franquiciados que han permitido a la cadena estadounidense alcanzar una red de 25 centros operativos y otros cinco ya firmados que están en preventa. "Llama la atención la calidad humana y la implicación de las personas en los proyectos", explica a *Palco23* en su primera entrevista como primer ejecutivo de la filial española.

Y lo dice con conocimiento de causa, ya que este fin de semana se estrenó en la convención anual de la cadena en España y pudo conocer a las 90 personas que forman parte de la *familia*. Procedente de la inmobiliario Regus y con experiencia en Burger King, Quero admite que a partir de ahora iniciarán visitas a todos y cada uno de los franquiciados de la marca, de quienes considera que tienen "un alto nivel", precisamente por esa mezcla de experiencia y "vocación de colaborar con las personas para mejorar su salud". A partir de ahí, harán una radiografía y trazarán una nueva hoja de ruta para los próximos años.



Emilio Quero, junto a uno de los vinilos que están implantando en los Anytime Fitness para reforzar su identidad global. /Palco23

"Estamos revaluando el mercado y analizando las posibilidades, porque hay mercados en los que todavía se puede crecer mucho", avanza, tras constatar que hoy la red se centra especialmente en Catalunya, lo que a su vez no deja de ser una oportunidad. "Madrid es una asignatura pendiente que vamos a resolver y hay opciones en otras ciudades medianas; el formato de Anytime Fitness es adaptable cualquier municipio de más de 30.000 o 50.000 habitantes", asegura.

En la actualidad, 18 de los 25 centros operativos están en Catalunya y 9 de ellos en la capital catalana. A ellos se les sumarán próximamente, según consta en su página web, instalaciones adicionales en Barcelona, Girona y Esplugues de Llobregat, reforzando el peso de esta comunidad autónoma. En Madrid sólo tienen tres centros funcionando, más uno que abrirá próximamente en Arganda del Rey, un municipio de las afueras. También están en Andalucía (Cádiz, ya abierto, y Granada y Jerez de la Frontera, que lo harán próximamente); La Rioja, en Logroño; Castilla y León, con un gimnasio en Miranda de Ebro, y otros dos en Valencia, uno ya abierto y otro que lo hará próximamente.

Quero avanza que la intención de la filial es cerrar 2016 con 40 gimnasios, lo que obligaría a anunciar ocho nuevos proyectos a los siete ya anunciados. De cara a los próximos años, el directivo prefiere no hacer previsiones sobre cuántos centros tendrán, aunque asegura que "realizar 30 aperturas anuales no es descabellado". Es decir, que en 2020 podrían situarse en una red de mínimo 160 gimnasios.

Pero más allá de fuerte implantación, lo que persiguen es la sostenibilidad de esta expansión. "Vamos a acelerar el crecimiento y para ello vamos a seguir fortaleciendo el desarrollo integral de la marca y mejorar nuestras operaciones para que sean sólidas y poder ser más sistemáticos", apunta sobre los pilares de la estrategia que seguirán, que también implicará la contratación de más personal. "Perseguimos un desarrollo equilibrado y sano, de mayor aportación de valor al franquiciado", enfatiza.

En este sentido, asegura que una de las buenas noticias para Anytime Fitness es que muchos de los proyectos que están en marcha están siendo promovidos por socios que ya operan algún gimnasio de la marca, lo que en su opinión evidencia que "el trabajo que se ha hecho es increíble". "Cuanto más clubes tenga un franquiciado, más rentable puede ser su negocio", asegura, en referencia a las sinergias y la optimización de costes. "Tenemos un modelo de gestión simple y probado", añade.



El ejecutivo participó el pasado viernes en la convención anual de la filial española, junto a todo el equipo que dirige.

Un papel importante en la relación con ellos lo tienen Anna Creus y Alfons Sancho, dos profesionales que ya están en la casa desde hace tiempo. La primera es la encargada de diseñar todos los protocolos de actuación, de manera que la imagen de marca sea homogénea en todos los gimnasios, sean del franquiciado que sea, y también de estandarizar los procedimientos. El segundo es el encargado de apoyarles en la puesta en marcha de sus negocios, como por ejemplo la búsqueda de locales o la negociación de la financiación.

El objetivo es que todos usen los mismos proveedores (Life Fitness y Precor, a nivel de máquinas), la misma cartelería y las mismas estrategias comerciales. "Seleccionamos muy bien a los franquiciados y hay una realidad, que es que los centros que han abierto funcionan", defiende Quero sobre unos procedimientos que les llevan a ser muy rigurosos en la elección de socios. "No vale con que tenga dinero y ya está, también tiene que estar identificado con la marca y estar involucrado en el sector", indica.

La cadena de gimnasios también prepara importantes mejoras en el ámbito digital, con una nueva página web y la creación de contenidos propios que permitan reforzar la relación entrenador-cliente en las redes sociales. "La tecnología es muy importante, pero para nosotros lo es más el trato cercano y personal; queremos ser el gimnasio de barrio independiente que ha desaparecido por la falta de marca", resume sobre la filosofía de Anytime Fitness, que a nivel global ya ha rebasado los 3.000 clubes.

En España, los 25 clubes abiertos suman ya 18.000 abonados y el número crece de manera sostenida, según explican. Como ejemplo, ponen el centro que abrió en la calle

---

# PALCO23

---

Sardenya de Barcelona hace unos días y lo hizo ya con 400 socios desde el minuto uno. "Un centro puede ser rentable con menos de 700 clientes", aseguran, siempre en función de la zona donde estén situados. Cada franquiciado paga una cuota inicial de 32.000 euros, a lo que hay que añadir la inversión, que oscila entre 300.000 euros y 450.000 euros de media, y un euro mensual por socio, que de media paga entre 39,9 euros y 54,9 euros.