

FITNESS

Trib3 ficha a un director de expansión para acelerar su crecimiento en España

La cadena de centros *boutique* ficha a un ex de Eurona con experiencia en el sector del *real estate* para dar con los emplazamientos idóneos para abrir al menos cuatro centros más durante 2018.

P. López
28 mar 2018 - 04:57

La primera apertura de Trib3 en España será en Barcelona

Trib3 refuerza equipo en España para acelerar el ritmo de crecimiento. La cadena de centros *boutiques* ha fichado a un director de expansión con experiencia en el sector del *real estate*, según ha podido saber *Palco23*. Se trata de Rafael Franco, que entre 2015 y agosto de 2017 dirigió la unidad de negocio de franquicias y asociaciones de grupo Eurona, del que también formó parte del comité de dirección.

Durante esa etapa Franco se encargó de conceptualizar, desarrollar y expandir nuevos modelos de negocio de telecomunicaciones minorista, una función que compaginó con la puesta en marcha de Batex Global, empresa que fundó en 2013 dedicada a la consultoría inmobiliaria para el sector del *retail* y que le ha llevado a asesorar a veinte centros comerciales y parques empresariales.

Es un perfil que encaja con lo que Rod Hill, presidente de Trib3 Europe, y Joaquín Galí, director financiero, buscaban para potenciar la expansión. Como ya explicaron a este diario, durante los meses posteriores a haber realizado una ampliación de capital de un millón de euros pretendían fichar a un director de desarrollo de negocio y de operaciones "con experiencia en el sector del *retail* y en el sistema de franquicias".

Trib3 amplió capitán en aproximadamente un millón de euros a principios de año para crecer en España

Por el momento han dado prioridad a la división de desarrollo de negocio, ya que Franco liderará este departamento con el objetivo de “buscar ubicaciones e inversores interesados en abrir franquicias”, explica a este diario Galí. Durante los próximos meses la cadena incorporará a nuevos responsables de expansión en Barcelona y Madrid que reportarán a Franco.

En mayo Trib3 abrirá su primer centro en España. Lo hará en el número 186 de la calle Aribau, cerca de la Avenida Diagonal de Barcelona. Se trata de un emplazamiento ubicado en el centro de la ciudad, en una zona de edificios residenciales y de oficinas con alto poder adquisitivo. Este primer centro será propio, al igual que el que inaugurará en Madrid de cara al verano, con el objetivo de ganar presencia de marca, una condición de gran importancia a la hora de convencer a potenciales franquiciados.

El plan estratégico definido por la dirección establece que, en un futuro, más del 60% de los centros de la cadena estén operados por terceros. La inversión estimada para abrir un estudio es de 300.000 euros, de los cuales 70.000 euros se destinan al **renting** del equipamiento y el resto de financiación de entidades de crédito con las que la matriz trabaja.

La primera apertura de Trib3 en España será en Barcelona

Al frente a la cadena están el ex director general de Anytime Fitness, Rod Hill, y el ex director general de Eureka Telecom, Joaquín Galí, que ejerce de director financiero. Hill, por su parte, lidera la operativa de Trib3 a nivel europeo con especial atención a España, uno de los mercados que la cadena considera prioritarios. En la empresa también trabajan Kevin Yates, cofundador, presidente y director de relaciones globales, David Cross, cofundador y director de diseño, y Daniel Summerson, ejecutivo de marketing y ventas.

Este equipo consiguió ampliar capital en un millón de euros, aproximadamente, con el apoyo de altos directivos de empresas deportivas y del *retail*. “Con estos fondos nos sentimos preparados para desplegar nuestro plan de crecimiento, que pasa por implantar cincuenta centros en la Península Ibérica en los próximos cinco años”, explicó en febrero Joaquín Galí.

PALCO23

En la actualidad Trib3 tiene presencia en Reino Unido, con tres clubes, Moscú y Helsinki, y próximamente abrirá en París. En el mercado finés la marca ha entrado de la mano de un masterfranquiciado, y los planes de la dirección pasan por entrar en Alemania, China y Estados Unidos, con Florida como principal mercado para plantar bandera en ese país.