

FITNESS

Trib3 vende su primera franquicia en España al director de la Bruguera Academy

El responsable de dirigir la academia de tenis más antigua del país firma un contrato al 50% con los directivos de la cadena, Rod Hill y Joaquín Galí, para abrir el primer club en Barcelona.

Patricia López
4 may 2018 - 04:57



Trib3 encuentra en la élite del tenis formativo a su primer franquiciado en España. La cadena de estudios *boutique* debutará en el mercado español a finales de mayo, y no lo hará con un club propio, sino de la mano de un socio. Se trata de Roberto Hernández, el director de la Bruguera Academy, la academia de tenis fundada hace 35 años por Lluís y Sergi Bruguera, actual capitán del equipo nacional de la Copa Davis.

Roberto Hernández y su socio Pol Bregon han firmado un acuerdo de colaboración con el responsable de la marca en España, Rod Hill, para gestionar el club que se inaugurará el 22 de mayo en Barcelona. Según ha podido saber *Palco23*, compartirán la propiedad de ese centro al 50% con la matriz. “Vamos a medias porque nos interesa conocer la gestión del club y aprender. Los creadores tienen mucha experiencia en el

sector del *fitness* y del *retail* y creemos que es la mejor fórmula para abrir”, explica a este diario Hernández.

Como parte del acuerdo, Trib3 reservará a los franquiciados los derechos para explotar la marca en Barcelona. “Tenemos la opción de crecer en esta zona. La idea es abrir un primer club y, en un futuro, expandirnos por la capital catalana”, asegura. De este modo, Hernández entra en el sector del *fitness* por primera vez, un proyecto que compaginará con la dirección de la academia de tenis más longeva de España.

El director de la Bruguera Academy se ha asociado con Pol Bremon y la matriz, Trib3 Europe, para abrir el primer club en España

El motivo por el que ha decidido introducirse en esta industria es que, tras estar en Inglaterra probando el método de entrenamiento, le “gustó el concepto porque huye del gimnasios convencional y se acerca a la experiencia de *retail*”. Para el directivo, la clave está en que la empresa está obligada a “innovar constantemente y a no ser pasivos para garantizar el alta de clientes”.

La única manera de que Trib3 genere ingresos recurrentes es fidelizar a los usuarios o captar nuevos abonados, debido a que el método de ingresos por el que apostará es el pago por uso. Es decir, los clientes pagarán por aquellas sesiones a las que asistan, y no habrá una política de permanencia obligatoria. “Es un producto interesante porque, aparte de cuidar la estética, los abonados pueden realizar una sesión *Hiit* en cuarenta minutos”, justifica, sobre un modelo de club que pretende atraer al público que no cuenta con demasiado tiempo para entrenar.

La inversión prevista para abrir un club es de 300.000 euros, de los cuales 70.000 euros proceden de *renting* y el resto de financiación de entidades de crédito. Para agilizar el crecimiento de la cadena, la compañía ha cerrado una ronda por aproximadamente un millón de euros en la que han participado altos directivos de empresas deportivas y del *retail* cuya identidad no ha trascendido.



La inversión prevista para abrir un club es de 300.000 euros, de los cuales 70.000 euros proceden de renting y el resto de financiación de entidades de crédito.

En la actualidad, la compañía ya opera en Reino Unido, con tres clubes, Rusia (Moscú) y Finlandia (Helsinki), y próximamente abrirá en Francia (París) y Madrid, donde inaugurará un club en agosto. 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 en el punto de mira.

Con todo, España se ha convertido en el mercado prioritario de la empresa debido a que su director financiero, Joaquín Galí, y el presidente, Rod Hill, conocen el sector en este país. Por eso a principios de año la cadena captó un millón de euros para crecer en España, donde prevé cerrar el año con al menos diez licencias vendidas.