

# 2017: el año en que las cadenas rebasaron el centenar de aperturas al calor del '24h'

Las principales cadenas de gimnasios sumaron 127 aperturas de clubes en 2017, gracias al impulso de los estudios boutique y al crecimiento de los centros de conveniencia.

P. López  
20 dic 2017 - 04:57

2017: el año en que las cadenas rebasaron el centenar de aperturas al calor del '24h'

El año 2017 será recordado en el sector del *fitness* por el acelerón protagonizado por los gimnasios 24 horas y por el crecimiento experimentado por el segmento *boutique*. Según los datos recopilados por *Palco23*, las principales cadenas de gimnasios han acometido 127 aperturas este año, y más de sesenta corresponden a estos formatos, que han proliferado con fuerza en los dos últimos años.

La expansión del modelo *boutique* y de los clubes de conveniencia ha coincidido con el freno de algunas cadenas de bajo coste en los últimos doce meses. Algunas han moderado su crecimiento para digerir las inversiones realizadas durante los años anteriores, tras ejercicios en los que algunas *low cost* superaban las ocho aperturas anuales, como AltaFit, Dream Fit o Fitness-19. Esta última también se vio afectada por la salida de doce franquiciados que han sumado fuerzas para crear la cadena Fitnext.

Las que más han crecido en este concepto han sido Viva Gym y Basic-Fit con cinco aperturas, y McFit, con cuatro, aunque han cerrado el año por debajo de la previsión fijada a principios de año, que para Viva Gym y McFit era de seis nuevos clubes, mientras que Basic-Fit preveía diez.

## La apertura de gimnasios de conveniencia ha convertido a Supera en el líder en términos de implantación, con 45 centros en España y Portugal

El *low cost*, que copó la expansión del sector entre 2010 y 2015, ha cedido protagonismo a otros modelos que han sabido acercarse a las nuevas tendencias de la industria y los nuevos hábitos de consumo de los abonados, que exigen disponibilidad *full-time*, pago por uso y mayor especialización.

En este contexto, Anytime Fitness ha vuelto a coronarse como la cadena que más centros ha inaugurado, con un total de quince, seguida de los estudios boutique de boxeo Brooklyn Fitboxing, con catorce. El tercer cajón del podio lo ocupa la cadena de entrenamiento personal Sano Center y, a continuación figuran Snap Fitness, con ocho, y Supera, que sólo a través de su club 24 horas ha abierto cinco instalaciones.

Pero, ¿qué caracteriza a estas empresas más allá del modelo de instalación? Todas ellas, a excepción de Supera, han franquiciado sus negocios para acelerar su expansión. Es el modelo al que recurren todas las marcas que quieren ganar presencia con agilidad, pero, a su vez, esta fórmula presenta varios retos. La salida de franquiciados de Fitness-19 ha evidenciado que controlar la marca cuando se licencia a terceros es todo un desafío para este tipo de operadores.

Sin embargo, a Anytime Fitness le ha servido para coger carrerilla y desbancar a AltaFit, hasta el año pasado líder por implantación, tras cerrar 2017 con 43 instalaciones, dos más que la cadena madrileña. Con el fin de controlar la operativa de sus inversores, la filial ha realizado una gira de seminarios para explicar su concepto formar a sus franquiciados, y captar nuevos socios, además de seducir al capital chino tras cerrar un acuerdo con el portal *Franchises and Business*, vinculado al grupo chino de comunicación Eulam.

Pese al elevado ritmo de crecimiento de Anytime Fitness, finalmente ha sido Supera la cadena que se ha alzado con el primer puesto en número de centro en España, con un total de 44 sin contar el que opera en Portugal. Su liderazgo se ha gestado precisamente a través marca Supera 24 Fitness, rival de Anytime, línea de negocio que le ha permitido abrir 16 instalaciones desde 2015 y mantener un crecimiento con independencia de las concesiones.

Con todo, el mercado español sigue estando lo suficientemente fragmentado como para no contar con un *campeón* nacional. Los focos de interés siguen estando en Madrid y Barcelona, las dos regiones donde se concentra el mayor número de operadores. En la capital sigue liderando Basic-Fit con un total de 26 instalaciones, seguida de AltaFit, con 18 clubes.

## **Más de 60 clubes inaugurados en 2017 son *boutique* o gimnasios 24 horas, lo que demuestra la permeabilidad del mercado español ante las nuevas tendencias**

Uno de los segmentos que menos ha crecido, aunque empieza a dar síntomas de recuperación, es el de las cadenas que operan en régimen de concesión administrativa. BeOne es la excepción, ya que aceleró en Galicia con la compra de Aquafit, en una operación que le sirvió para absorber a un operador rival, ensanchar su cartera de clientes y aumentar su hegemonía en la región.

En total, han sido seis aperturas que han contribuido a mejorar la rentabilidad del grupo un 25% respecto al año anterior. La compañía asegura que volverá a salir de compras durante los próximos años para adquirir al menos cinco instalaciones más, por lo que participará de la tendencia hacia la consolidación en la que está el sector del *fitness* en Europa.

Más allá de la cadena gallega, Forus ha destacado al sumar cinco instalaciones a su red, cuatro de ellas municipales, dos en Zaragoza, dos en Málaga, y un club propio en Galicia. Go Fit, por su parte, ha abierto cuatro centros deportivos, pero dos de ellos no son municipales, lo que pone de referencia que las gestoras de clubes municipales cada vez buscan más alternativas en el modelo privado para seguir creciendo sin depender de las concesiones.

Un 2017 marcado por las adquisiciones de gimnasios

El año también ha estado protagonizado por las adquisiciones, que van más allá de la compra realizada por BeOne. Basic-Fit ha adquirido dos gimnasios en Madrid que le han permitido crecer pese a bajar la persiana de sus dos clubes de Valencia, que heredó de Fitness First. Fuentes de la cadena justifican los cierres por la caída de la rentabilidad de esos dos negocios y por no considerarlas afines a la nueva estrategia de la compañía, centrada en crecer en Madrid y en Andalucía, pero con el foco internacional puesto en Francia.

Pero las adquisiciones más relevantes han llegado a finales de año, con la compra del negocio de Virgin Active en España por parte de Holmes Place, que le llevan a jugar un rol protagonista en el mercado español y, en especial, en el segmento *premium*, donde Metropolitan sigue liderando con 22 instalaciones. La compra de Supera por parte de Portobello Capital también ha sido una de las noticias más destacadas.

El 2017 también ha sido un año de estreno para algunas cadenas, internacionales, como la francesa L'Orange Bleue o la estadounidense Orangetheory Fitness. Ambas han puesto un pie en España tras consolidarse en sus mercados locales y prevén seguir creciendo con el apoyo de franquiciados durante el próximo año.