

FITNESS

El golpe en los gigantes del fitness en España: caída del 31% en 2020

El número de gimnasios en España sólo creció un 6,7%, frente al aumento del 58% del año anterior a causa de la ralentización de los planes de expansión por la pandemia.

Miquel López-Egea
26 mar 2021 - 05:00



El Covid-19 lastra el fitness español. La facturación de las diez principales cadenas de gimnasios en España se desplomó un 31,2% en 2020 por el golpe del Covid-19, según datos recopilados por Palco23 en el documento *Facts&Figures Fitness: industria, evolución y operadores*.

[Consulta aquí Facts&Figures Fitness: industria, evolución y operadores](#)

La caída de socios fue del 28,7%, aunque el número de centros continuó aumentado, con un alza del 6,7%, pese a la ralentización general de los planes de expansión de las compañías.

La caída de ingresos osciló entre el 18% y el 50%, en función de la tipología de los centros y de sus ubicaciones, ya que no todas las regiones de España han sido igual de restrictivas durante los varios cierres obligados o las limitaciones de aforo impuestas y que se han alargado durante el primer trimestre de 2021, obligando hasta en ciertas ocasiones a tener que trasladar los entrenos al aire libre.

La caída de ingresos osciló entre el 18% y el 50%, en función de la tipología de los centros y de sus ubicaciones

En este grupo analizado se encuentran los diez mayores operadores del fitness en el país: Vivagym, GoFit, Metropolitan, Forus, Supera, Dir, Altafit, McFit, Inacua y Holmes Place, aunque GoFit, Metropolitan y Dir han dejado de facilitar datos tras la crisis del Covid-19.

FitnessKPI, herramienta especializada en la gestión y el análisis de instalaciones deportivas y de fitness, estimó una caída de los ingresos del 35% el año pasado. Estos datos son más optimistas que los que revela un informe de Valgo, la Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas (Fneid) y la Universidad de Sevilla publicado en septiembre, que auguraba una caída media del 53% en la facturación de los centros. Otro estudio, elaborado por EuropeActive y Deloitte, previó en diciembre un descenso de la facturación de los gimnasios en España del 40%.

Treinta centros en 2020

Las cadenas frenaron en seco sus planes de expansión en 2020, centrándose en mantener la tesorería, aplicando medidas de contención de gastos como expedientes de regulación temporal de empleo (erte) y renegociando los alquileres. Mientras los ingresos se paralizaban, los gastos continuaban, teniendo que hacer frente a los alquileres de los locales, los gastos de personal y los costes de financiación.

En España, sólo se inauguraron 30 centros en 2020, lo que supuso terminar el año con tan solo un 6,8% más de centros que el año anterior. Este dato contrasta con el significativo crecimiento de los diez principales operadores del país entre 2018 y 2019, cuando se abrieron 163 gimnasios, lo que supuso terminar el año con un incremento

de centros del 58%.

Con 98 centros, VivaGym continúa siendo la cadena que más centros opera, seguida de Altafit, con 83 centros, y de DiR, con 75 centros. Pese a que los planes de las compañías se ralentizaron y que las cadenas apostaron por mantener sus planes de expansión en el congelador, las que ya tenían obras en marcha, intentaron terminarlas como fuera.

Con 98 centros, VivaGym sigue siendo la cadena que más centros opera, seguida de Altafit, con 83 centros, y de DiR, con 75 centros

Altafit, que abrió trece centros en 2020 y, se situó como la cadena que más centros abrió en el año del Covid-19. Sin embargo, Altafit venía de multiplicar por diez su número de centros en un año. Cuando estalló la pandemia, la empresa tenía muy avanzado su plan de expansión y muchos contratos firmados y aunque pudo parar algunos, la cadena optó por tomar las obras y abrir en el último cuatrimestre del año. Además, hay cautela en el sector porque muchos de los operadores consideran que hay que ser prudentes y estar atentos a las posibles oportunidades, tanto orgánicas como inorgánicas.

Esta tendencia seguirá en 2021 y, aunque han entrado nuevos operadores en el mercado español y ya se han visto algunas operaciones. La situación sanitaria provocará una oleada de operaciones corporativas en 2021, ya que el Covid-19 implicará una serie de oportunidades cuando a los operadores de pequeñas cadenas o independientes no les quede pulmón para aguantar el golpe de la pandemia.

En el caso de los principales operadores, han podido aguantar el golpe con una relativa estabilidad. Este contexto es diferente al de los pequeños operadores. De hecho, muchos de las grandes cadenas ya están atentas a la posibilidad de realizar una compra en muy buenas condiciones.

En socios, la caída ha sido del 28,5%, con descensos de entre el 4,9% y del 49%

En socios, la caída ha sido del 28,5%, con descensos de entre el 4,9% y del 49%. Este importe ha variado en función de las estrategias adoptadas por los gimnasios, de su ubicación o del tipo de instalación. En este contexto, las cadenas *premium* y las cadenas con un mayor número de metros cuadrados, que generalmente operan el modelo concesional, son las que mejor han aguantado la caída de socios generalizada en el sector. Viva Gym, Go Fit y Forus son las cadenas con más socios de los principales operadores del sector.

Uno de los grandes focos de inversión de los centros en 2020 fue y continuará siendo en los próximos meses, la seguridad y limpieza. Además de hacer frente a la baja rentabilidad de los centros por la limitación de aforo, las empresas tuvieron que invertir en protocolos de seguridad y doblar, por ejemplo, los turnos de limpieza. Sin embargo, el golpe no se pudo maquillar.

En esta línea, una de las estrategias durante 2021 fue la inversión en digitalización, con la esperanza de no ver tan mermada esta caída de socios. Cuando se declaró el primer estado de alarma todas las empresas apostaron por una modernización exprés. De hecho, la mayoría de los operadores optaron por realizar importantes inversiones y desarrollar sus propias plataformas o aplicaciones para poder interactuar con los usuarios. Esta digitalización forzada implicó que, después, cuando las comunidades autónomas decretaron cierres en sus territorios o se implementaron medidas como la cita previa, las compañías estuviesen preparadas.

La recuperación de los socios no será ni en 2021 y probablemente tampoco en 2022. Si bien los operadores estiman que el grueso de los socios vendrá cuando haya una normalidad, con vacunas y sin brotes, habrá un porcentaje que habrá encontrado una nueva manera de entrenar y que demandará un producto distinto, por lo que cada vez las cadenas apostarán por un producto más personalizado y de más calidad.