

FITNESS

La concentración del 'fitness' da un nuevo paso en España

En España operan más de sesenta cadenas de gimnasios que conforman una red que supera las 4.000 instalaciones deportivas y generan un negocio de 2.291 millones de euros. Metropolitan es la cadena líder en facturación, mientras que GO fit es la que más clientes tiene.

Patricia López
11 abr 2019 - 04:55



Concentración frente a atomización. Saturación *versus* mercado inmaduro. Son términos opuestos, pero también son adjetivos que utilizan algunos directivos al describir cómo es la industria del *fitness* en España. El sector está atravesando una fase de concentración e integraciones como la de Ifitness y Altafit o Viva Gym y Fitness Hut son los últimos precedentes que certifican que el mercado tiende a repartirse cada vez más entre grandes grupos. Es un proceso que romperá con la fragmentación de la oferta de la industria, que en España ha sido más acusada que en otros países por la irrupción del *low cost* hace una década, la fuerte presencia de cadenas privadas que gestionan instalaciones municipales, las compañías *premium* y los nuevos *players* del sector, como los centros 24 horas y los estudios *boutique*.

Las treinta principales compañías por volumen de ventas alcanzaron una facturación

agregada de 737 millones de euros en 2018, un 7,7% más que el año anterior, y representan un 32,3% del negocio del sector, casi tres puntos porcentuales más que en 2017. Esta cifra refleja que los principales *players* cada vez tienen mayor impacto en el mercado. Con todo, aún arroja un amplio margen de consolidación en grandes grupos.

En España, el operador que lidera en términos de facturación no lo hace en implantación a pie de calle. Del mismo modo que la cadena que domina más comunidades autónomas en número de centros, no es la que más instalaciones tiene en todo el país. Metropolitan encabeza el ranking en volumen de ventas con 80 millones de euros, un 2,5% más, mientras que la segunda cadena que más estudios tiene, Brooklyn Fitboxing, factura 12 millones de euros al año. Ambas conviven en un sector que 2018 movió un negocio de 2.291 millones de euros, según datos de Deloitte y EuropeActive, y en el que el segmento concesional sumó una facturación agregada de 485 millones de euros, según datos Informa D&B.

*Lee el reportaje completo en el
Dossier Palco23 Los Reyes del Fitness 2019*

El protagonismo en términos de facturación en este segmento lo tiene GO Fit, con 65 millones y un alza del 25% respecto a 2017, y DiR, que mueve un negocio de 46 millones de euros y el año pasado logró desbancar a Supera en el tercer cajón del podio.

Altafit es una de las cadenas que más creció por la integración de Ifitness, que permitió a la empresa madrileña elevar un 44,4% su cartera de clientes, alcanzar 59 centros y convertirse en la única cadena con gimnasios presente en todas las comunidades autónomas a excepción de Ceuta y Melilla; también es la número uno del país en número de instalaciones propias. Con todo, a la cabeza en implantación está Brooklyn Fitboxing, con sesenta espacios, seguida de Curves, que en los últimos años se ha replegado y también opera con franquicias en pequeños estudios.

Los **boutique** lideran el **rally** de aperturas

En el año 2018 se superaron las 120 aperturas y más de la mitad las correspondieron a *boutiques* como Sano Center, YogaOne, Deporocio a través de Round Training Center o Trib3, que entró en España con su primer club en Barcelona. Otro de los operadores internacionales que ha ganado presencia en el país es Orangetheory Fitness, que inauguró su segundo estudio y asentó las bases de su expansión en la capital catalana.

Este fue el segmento que más aceleró, tomando el relevo de los clubes 24 horas, que en 2017 fueron los que más abrieron. A excepción de Altafit, en el rango de bajo coste 2018 ha sido un año para digerir inversiones. Sólo Viva Gym y Duet Fit aceleraron con seis y tres aperturas; otros *players* que tradicionalmente habían agitado el mercado a golpe de aperturas, como son Basic-Fit y McFit, no abrieron ningún club. Synergym esprintó a finales de año al abrir cuatro instalaciones, mientras que FitUp diversificó con una marca de gimnasios de menor tamaño que le permitió sumar tres locales.

En la categoría de centros deportivos municipales, Forus firmó su año de mayor crecimiento con la adquisición de siete instalaciones, de las cuales cinco ya han sido inauguradas. GO fit, por su parte, abrió un único centro en Madrid que en el momento de la inauguración ya estaba al completo. De ahí que la compañía dirigida por Gabriel Sáez volviera a coronarse como la cadena que más abonados tiene en España, con 230.000 clientes.

BeOne también ha expandido en la Comunidad de Madrid y está en negociaciones para firmar una operación corporativa para incorporar varios clubes, mientras que Viding ha comprado a O2 Centro Wellness una instalación en Sevilla. Los directivos de la industria apuntan a que las operaciones corporativas serán la principal palanca de crecimiento de estas cadenas, cuya expansión depende de la estabilidad política de los ayuntamientos.

Precisamente las cadenas que gestionan centros deportivos municipales suelen ser las que más empleo generan y las que más espacio gestionan. De las siete compañías que cuentan con una plantilla de más de 1.000 empleados, cuatro son concesionales, con Forus y BeOne a la cabeza. La gallega Supera y GO fit, por su parte, lideran el ránking de metros cuadrados, con 300.000 metros y 274.000 metros, respectivamente.

*Lee el reportaje completo en el
Dossier Palco23 Los Reyes del Fitness 2019*

Un año más, la categoría de centro privado del segmento medio ha sido el que menos se ha desarrollado. Sólo abrieron DiR, que apostó por los clubes franquiciados y de menor tamaño, Holiday Gym, la cadena fundada por Fernando Torres, Nine Fitness, y Áccura, que se ha hecho con el control del 100% del club de Zaragoza que operaba junto con la ACB y compró otro club en el centro de la ciudad.

De cara a 2019, todo apunta a que los *boutiques* van a seguir llevando la batuta de las aperturas, mientras que Metropolitan aspira a no ceder su liderazgo ante GO fit, que año a año recorta distancias. ¿Logrará la cadena *premium* continuar siendo campeón nacional?