

Informe Económico del Fitness

en España

Intelligence2P

2025

2PLAYBOOK

2playbook.com

2Playbook Intelligence

01

Benchmark de negocio

+50 cadenas de gimnasios, con PyG, balances y principales KPIs de negocio

02

Plan de expansión

Geolocalizador con **+7.000** clubes segmentados por servicios

03

Estudios de mercado

+10 informes anuales para anticipar tendencias y radiografiar el mercado

04

Conocimiento

Acceso a todo el contenido diario de 2Playbook.com para todas las personas de tu organización

¡Apoya tu instinto con datos!



Si quieres saber cómo te podemos ayudar, conecta con intelligence@2playbook.com

Intelligence2P 2Playbook

Intelligence 2P es la unidad de estrategia e inteligencia de mercado de 2Playbook, cuya plataforma de datos monitoriza en tiempo real el negocio de más de una treintena de gestoras de instalaciones deportivas, incluidas las cadenas de gimnasios más relevantes con operaciones en el país.

La herramienta incluye los estados financieros estandarizados, tanto la cuenta de pérdidas y ganancias como los balances, además de un mapa con más de 7.000 centros deportivos indexados, ratios comerciales y de negocio que permiten analizar y comparar el rendimiento anual de las compañías en sus distintas líneas de actividad.

Si quieres más información, contacta a través de intelligence@2playbook.com

What the fact!

¡Apoya tu instinto con datos!

intelligence.2playbook.com

The image displays three overlapping screenshots of the 2Playbook Intelligence web application. The largest screenshot in the foreground shows the main dashboard with the following elements:

- Header:** "2Playbook & Productos", "Castellano / English", and "2Playbook Club".
- Navigation:** "Fútbol", "Fitness", "Macro", "Retail", "Marketing", "Baloncesto".
- Search:** "Los 8 más buscados en Intelligence - QUATROO LIBRES / LIGA / QUATROO LIBRES / LIGA / FFA".
- Section:** "Sector / Macro / Administración / Gasto público / Europa".
- Selection Panel:** "Selección de variables" with filters for "Temporada" (2023-2024), "País" (Televisión), "Métrica" (Comercialización), "Categoría" (Gastos de explotación), and "Club".
- Comparison Table:** "Compara la evolución histórica del club/es seleccionado/s por los conceptos escogidos la media de la categoría". The table has columns: Nombre, Propiedad, Competición, Modalidad, Marca, Sector.
- Mobile View:** A smaller screenshot shows the app's interface on a smartphone, highlighting the "Los 'marches' de la concentración del fitness" and "ALIAS DEL PATROCINIO" sections.

Negocio al alza

■ Los 26 principales operadores del sector facturaron de manera agregada casi 1.100 millones de euros en 2023, un año en que se alcanzó la plena recuperación en lo que ingresos concierne.

2Playbook

CEO
Marc Menchén

Directora de
2Playbook Media
Patricia López

Equipo de contenidos
Jabier Izquierdo
Álvaro Carretero
Cristian García
Roger Requena

Brands Solutions
Héctor Barbero

Director de
diseño y marca
Àxel Durana

in 2playbook
X @2playbook
@ @2playbook
Sports, Inside

www.2playbook.com

■ **Reservados todos los derechos.** Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento.



Índice

Metodología

06

#1

Macro

07

#2

Empresa

19

#3

IXI

31

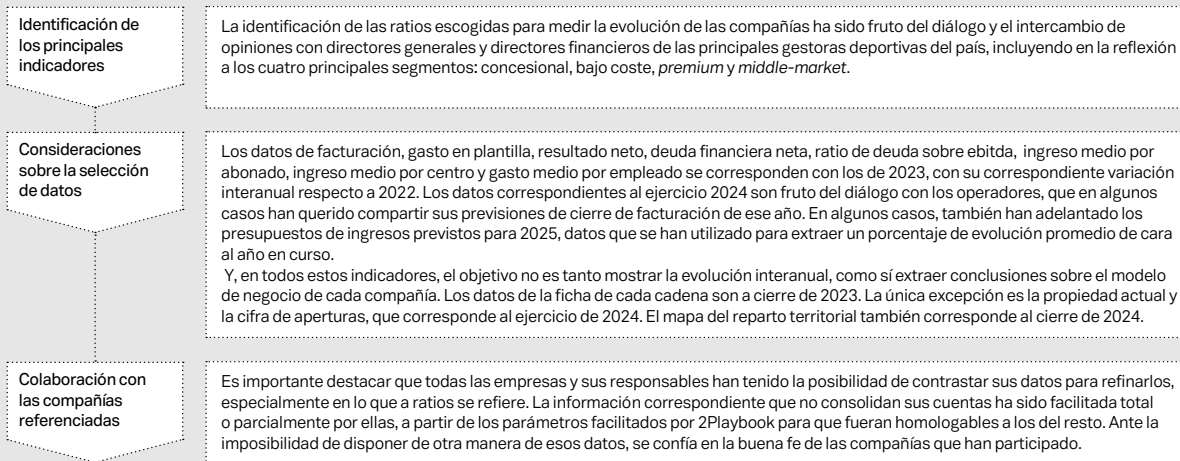
#4

Líderes del Sector

58

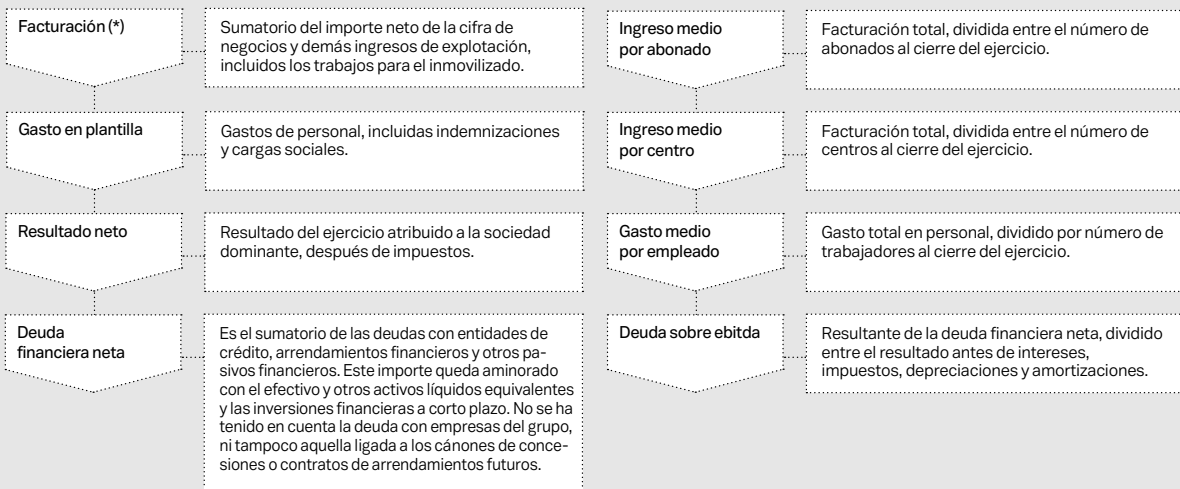
Metodología

El Informe Económico del Fitness ha utilizado numerosas fuentes estadísticas, todas ellas de contrastada solvencia y credibilidad por parte de la industria, como son el Instituto Nacional de Estadística (INE), Ihrs, EuropeActive y Deloitte. Los datos relativos a las compañías se han extraído de sus cuentas anuales depositadas en el Registro Mercantil y de conversaciones con sus directivos.

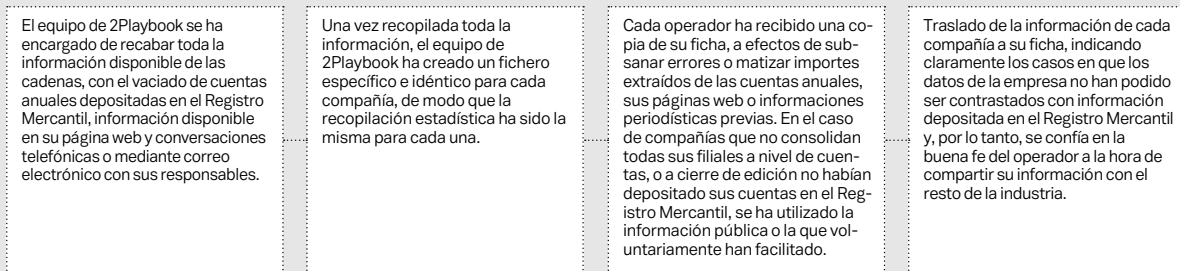


Método de cálculo para cada indicador

() En los grupos que, además de gestionar centros deportivos, también ofrecen la prestación de servicios de actividades deportivas, su facturación total incluye ambas líneas de negocio.*



Metodología de trabajo





Global	8
Europa	11
España	14

MACHO

El año 2023 fue un ejercicio de crecimiento para el sector de los gimnasios y la actividad física, tanto a escala global como europea y española. Y la tendencia

apunta al alza durante los próximos años. Mientras que en el Viejo Continente la industria de los gimnasios aspira a alcanzar los anhelados 100 millones de

inscritos a un centro de fitness, en España el sector se concentra cada vez más en menos operadores que generan mayor negocio y atienden a más clientes.

En 2 frases

La industria del bienestar factura más que la de las tecnologías de la información

El sector del bienestar facturó más de 6 billones de euros y ha crecido un 25% desde 2019.

+ 4 conceptos

#salud
#bienestar
#deporte
#nutrición

El mercado global del wellness alcanzó una facturación de 6,3 billones de dólares (6 billones de euros) a nivel mundial en 2023. Es una industria compuesta por múltiples sectores, desde el de la cosmética hasta el de la actividad física, pasando por el del turismo activo y de bienestar, la nutrición y el sector termal y de spas.



WELLNESS

GLOBAL

La industria del wellness es una de las más grandes y transversales que existen. En ella se concentran desde las compañías de productos de

higiene personal y cosmética hasta los operadores de spas, pasando, cómo no, por el sector de la nutrición, la actividad física, la medicina

preventiva y de suplementación complementaria. Su facturación agregada 6 billones de euros en 2023, según *The Global Wellness Economy*.

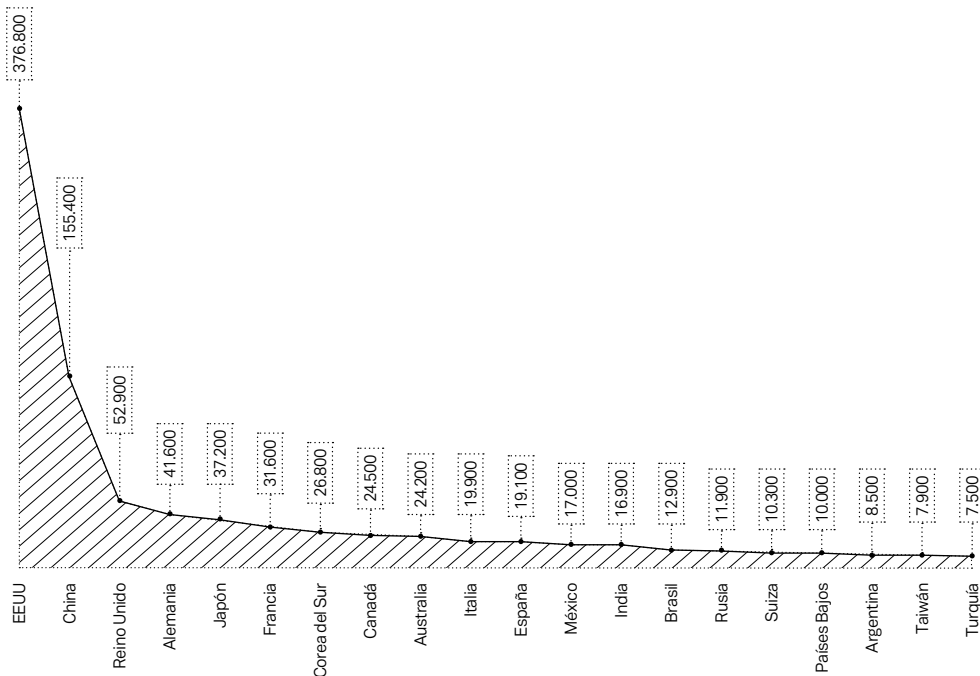
Wellness Global

1—1

El sector de la actividad física es el tercero en relevancia para el ecosistema del wellness, por detrás del sector del cuidado personal y la nutrición. Sólo EEUU concentra el 37% de los 1.000 millones de dólares que movió en total la actividad física a nivel global.

Facturación anual del mercado de la actividad física, país a país

En millones de dólares. Incluye la facturación asociada a la práctica de actividad física de todo tipo de deportes, sean federados o no, como el fitness
Fuente: Global Wellness Economy Monitor 2024



Más de la mitad del mercado de la actividad física lo facturaron sectores facilitadores, como el de la ropa y el calzado, los wearables o el equipamiento de fitness. Un total de 500 millones lo reportaron empresas dedicadas a la actividad física.

Mercado global actividad física por sectores

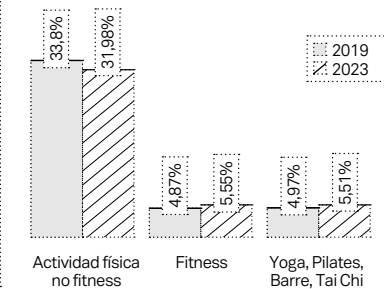
En millones de dólares. Fuente: Global Wellness Economy Monitor 2024

	2023	Crecimiento 2019-23
Actividad física recreativa	500.000	4,1%
Actividad física no fitness	281.200	3,9%
Fitness	173.800	2,6%
Yoga, Pilates, Barre, Tai Chi	45.000	7,1%
Sectores facilitadores	578.000	4,4%
Ropa y calzado	395.600	3,4%
Equipamiento de fitness	128.700	4%
Tecnología de fitness	57.600	16,6%
Total	1.059.700	4,10%

El 31,8% de la población mundial practica deporte no vinculado al que se imparten en las cadenas de gimnasios, pero el porcentaje ha ido cayendo. En cambio, la práctica del fitness y de actividades de cuerpo mente ha ganado peso.

Población mundial que practica cada disciplina

Fuente: Global Wellness Economy. En porcentaje



La tecnología ha derribado las barreras del acceso a la práctica de actividad física, que hoy día puede realizarse en cualquier lugar a través de un dispositivo

que guía el ejercicio, monitoriza la actividad y ofrece *feedback* al usuario. Ese es uno de los motivos de la tendencia alcista del mercado del deporte, que

se prevé que alcance los 1.400 millones de dólares en 2028 y proyecte un crecimiento del 5,8% de media cada año, según el Global Wellness Institute.

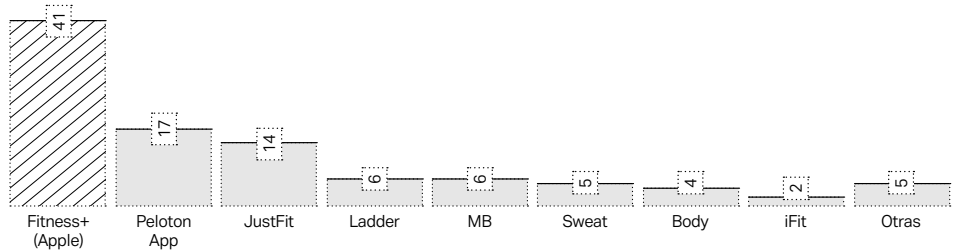
Wellness Global

1—1

En esta batalla online por acompañar al cliente en su itinerario de bienestar, Apple está ganando la partida. Su aplicación Fitness+ goza de una cuota de mercado del 41% en Norteamérica, seguida de Peloton App.

Cuota de mercado de las aplicaciones de fitness

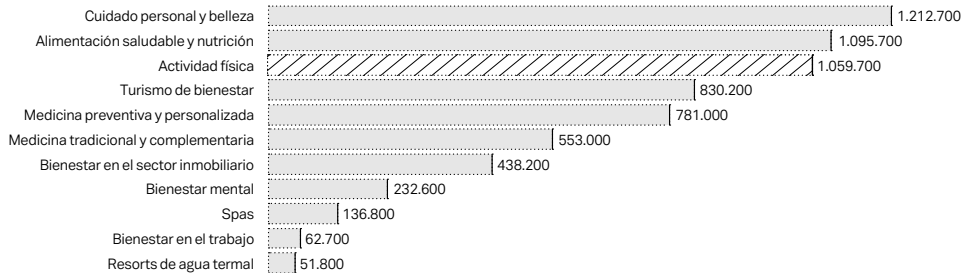
En porcentaje. Fuente: Peloton.



La actividad física ocupa la tercera posición del ranking de sectores más relevantes para la industria del bienestar, por detrás del cuidado personal y la estética, por un lado, y la alimentación saludable y la nutrición, por otro.

¿Cuánto dinero mueve cada categoría del sector del bienestar?

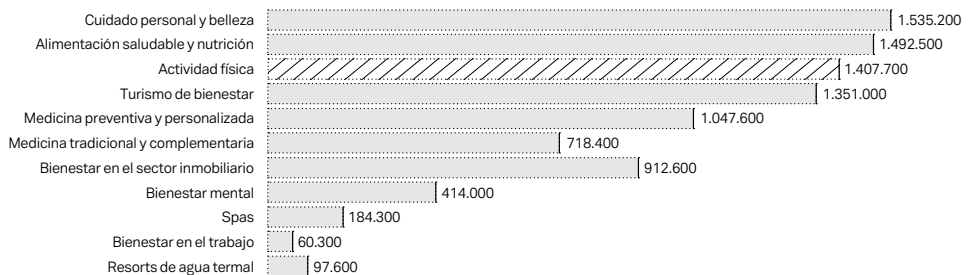
En millones de dólares. Fuente: Global Wellness Economy Monitor 2024



Se espera que el negocio de la actividad física continúe ocupando una posición en el podio de industrias de mayor tamaño dentro del ecosistema del wellness. Se prevé que alcance los 1.400 millones de dólares en 2028.

¿Cuánto dinero moverá cada categoría del sector del bienestar en 2028?

En millones de dólares. Fuente: Global Wellness Economy Monitor 2024



En 2 frases

Los veinte principales operadores del fitness europeos dan servicio al 25% de los clientes

Los gigantes del fitness en Europa facturaron 6.200 millones de euros, un 19% interanual más

+ 4 conceptos

#ReinoUnido
#Alemania
#Fitness
#Salud

El negocio agregado de las cadenas de gimnasios que operan en Europa creció un 14% durante 2023, cuando se situó un 12,7% por encima de la facturación registrada en 2019. El fitness en el viejo continente movió 31.800 millones de euros, con 67,6 millones de abonados, un 7,5% más que en 2022.



FITNESS

EUROPA

El sector europeo de los gimnasios espera alcanzar los anhelados 100 millones de abonados en 2030. Siete años antes del deadline, en 2023,

el sector estaba un 32,4% por debajo del objetivo y, a tenor de los ritmos de crecimientos de clientes previos a la pandemia (en torno a un 4% interanual)

necesitará dar un fuerte acelerón para conseguir el objetivo. Mantener el ritmo significaría cerrar 2030 con alrededor de 92 millones de inscritos a un centro.

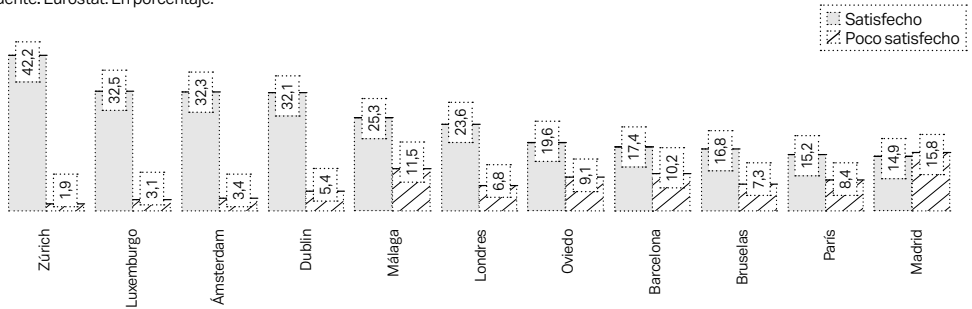
Fitness Europa

1—2

El grado de satisfacción muy elevada de los ciudadanos respecto a los centros deportivos de sus ciudades es dispar. Los europeos más satisfechos son los que viven en Zúrich, pues un 42% afirma estarlo.

Porcentaje de la población que dice estar satisfecha con los centros deportivos de su ciudad

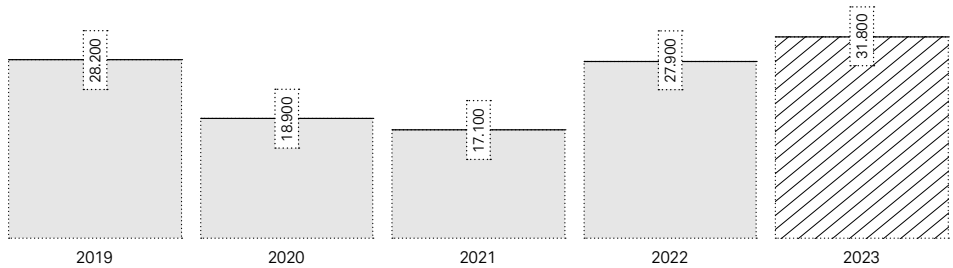
Fuente: Eurostat. En porcentaje.



En 2023 se dejó definitivamente atrás la pandemia. Los gimnasios facturaron más que en 2019 por el aumento del número de clientes y por el alza que experimentó el ticket medio.

El fitness europeo facturó más que nunca en 2023

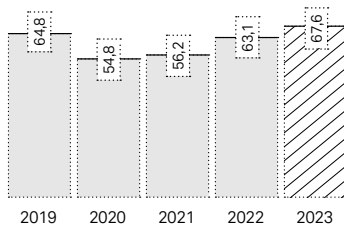
Fuente: European Health & Fitness Market Report. EuropeActive y Deloitte. En millones de euros.



Los tres operadores con más socios del continente en 2023 fueron Basic-Fit, con 3,8 millones de abonados; RSG Group (dueño de McFit), con 2 millones de miembros; y PureGym, con 1,9 millones de inscritos.

Los gimnasios europeos tuvieron 2,8 millones de clientes más que en 2019

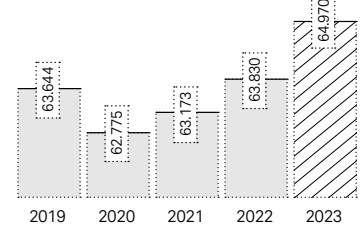
Fuente: European Health & Fitness Market Report. EuropeActive y Deloitte. En millones de clientes.



Si bien algunos operadores alertan del riesgo de saturación en algunas ciudades, las cadenas han seguido con el pie puesto en el acelerador: Planet Fitness ha llegado a Europa y Basic-Fit plantea franquiciar par entrar en nuevos mercados.

La oferta de gimnasios no deja de crecer en Europa

Fuente: European Health & Fitness Market Report. EuropeActive y Deloitte. En número de gimnasios.



Reino Unido continúa siendo el principal mercado europeo en términos de facturación, ligeramente por encima de Alemania. Eso sí, el mercado

alemán es más relevante en número de clientes, lo que habla bien de la capacidad de los operadores británicos de generar un elevado ticket medio.

Ahí influye la oferta de alta gama de cadenas como David Lloyd Clubs o Virgin Active, pero también los esfuerzos de las low cost de elevar los ingresos.

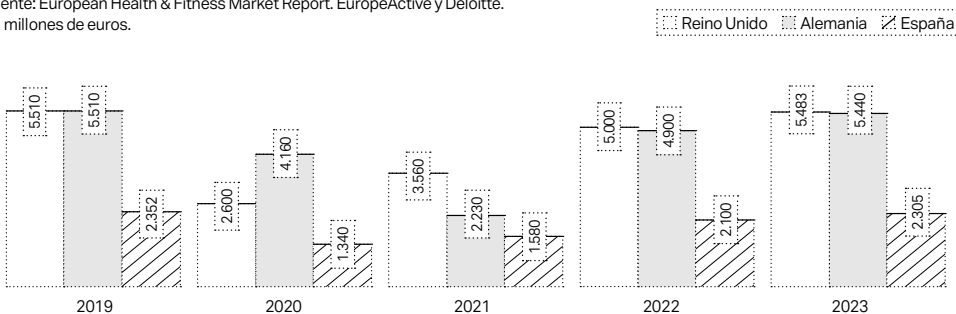
Fitness Europa

1—2

En tiempos prepandemia, el mercado británico y el alemán empataban como territorios donde más facturaban los gimnasios. Hoy, Reino Unido está por delante y más que dobla al español.

El ritmo de recuperación del negocio, por mercados

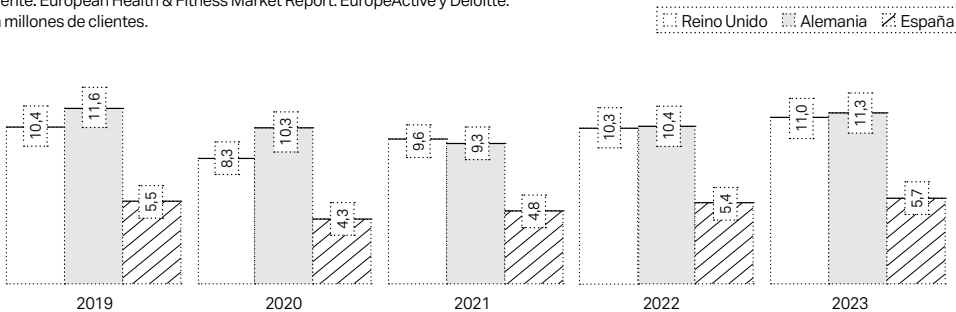
Fuente: European Health & Fitness Market Report. EuropeActive y Deloitte. En millones de euros.



El mérito de Reino Unido es facturar más, con menos centros y menos clientes que Alemania. De hecho, el mercado germano no ha recuperado los 11,6 millones de abonados que tuvo en 2019.

La red de abonados de los principales mercados del fitness europeo

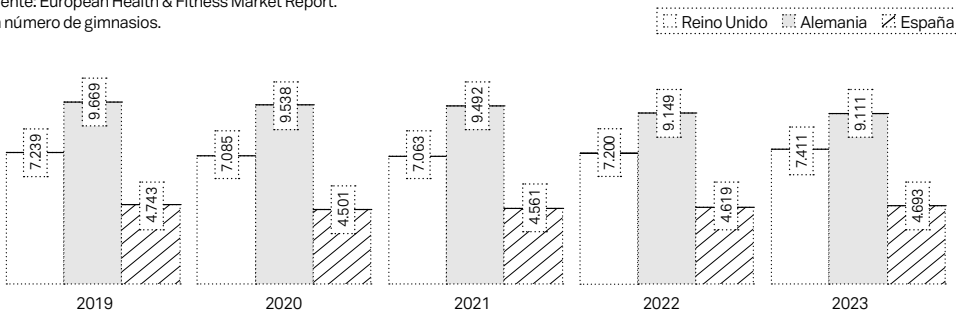
Fuente: European Health & Fitness Market Report. EuropeActive y Deloitte. En millones de clientes.



Si bien en Reino Unido operaban más clubes en 2023 que en 2019, en España y Alemania aún no se había recuperado el nivel de actividad prepandemia. Es un 5,7% menos en Alemania y un 1% menos en España.

La red de centros en cada uno de los grandes mercados

Fuente: European Health & Fitness Market Report. En número de gimnasios.



En 2 frases

Centros deportivos de gestión directa al margen, el sector facturó 2.300 millones en 2023

La facturación agregada del sector del fitness alcanzó los 3.570 millones en 2022

+ 4 conceptos

#ventas
#salud
#fitness
#empresas

El segmento de los gimnasios y la gestión de instalaciones deportivas representa un 19% de la facturación total de la industria del deporte en España, con un negocio agregado de 3.570 millones de euros, un 10,5% más que en 2019, según el INE. Los últimos registros disponibles demuestran que en 2022 el sector ya se había recuperado de la Covid-19.



FITNESS

ESPAÑA

El sector del fitness es clave para conformar sociedades más saludables y menos sedentarias. Con todo, su relevancia en términos de negocio aún

está lejos de el segmento del mercado más relevante: el de los clubes deportivos profesionales. Sin embargo, las gestoras de instalaciones deportivas y

gimnasios son los principales generadores de empleo en el sector, de modo que su impacto económico y social es muy elevado.

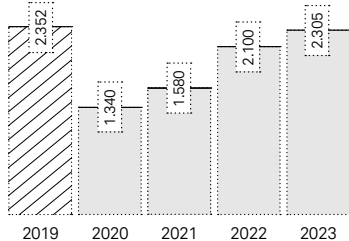
Fitness España

1—3

Sin contar los centros deportivos municipales de gestión directa, la industria de los gimnasios facturó cerca de 1.000 millones más en 2023 que en 2022.

Los gimnasios españoles facturaron un 2% menos en 2023 respecto a 2019

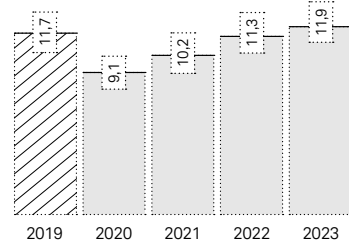
Fuente: European Health & Fitness Market Report. EuropeActive y Deloitte. En millones de euros.



El fitness en España rozó el 12% de penetración en la sociedad, aunque en ciudades como en Barcelona, donde existe una amplia oferta, esta tasa se eleva al 20%.

La penetración del fitness aumenta en España hasta rozar el 12%

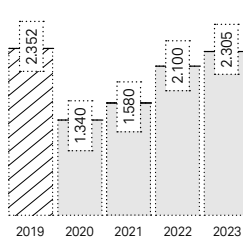
Fuente: European Health & Fitness Market Report. EuropeActive y Deloitte. En millones de euros.



El mercado está en fase de concentración, también en España. Esa realidad explica por qué en 2023 aún no se habían superado las cifras de centros de 2019.

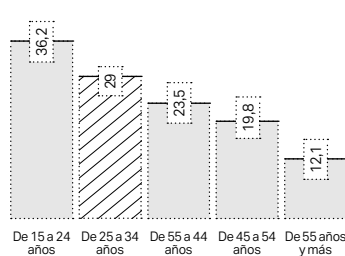
El número de gimnasios en España sigue por debajo de niveles prepandemia

En número de gimnasios. Fuente: European Health & Fitness Market Report. EuropeActive y Deloitte



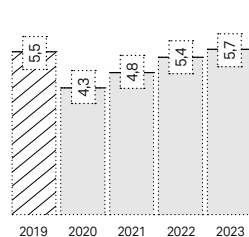
Penetración del fitness según la franja de edad

Fuente: Encuesta de Hábitos Deportivos. CSD. En porcentaje sobre el total de españoles que hicieron deporte en el último año.



España remonta y bate su récord de inscritos al gimnasio

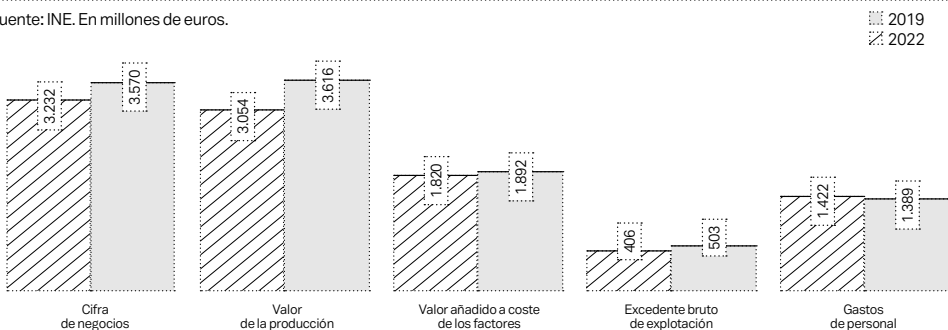
En porcentaje. Fuente: European Health & Fitness Market Report. EuropeActive y Deloitte



La facturación agregada del sector del fitness, contabilizando los centros deportivos municipales de gestión directa, se ha elevado un 10,5% desde 2019, según datos del INE.

Número de empresas y empleo generado por los gimnasios españoles

Fuente: INE. En millones de euros.



Las gestoras de instalaciones deportivas facturan siete de cada diez euros ingresados por las empresas dedicadas a la explotación de instalaciones

en España. Son más de 2.660 millones de euros, aunque el valor de su producción es aún superior. Las empresas de gimnasios, por su parte, a

pesar de ser más numerosas, facturaron algo más de 900 millones de euros en 2022, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

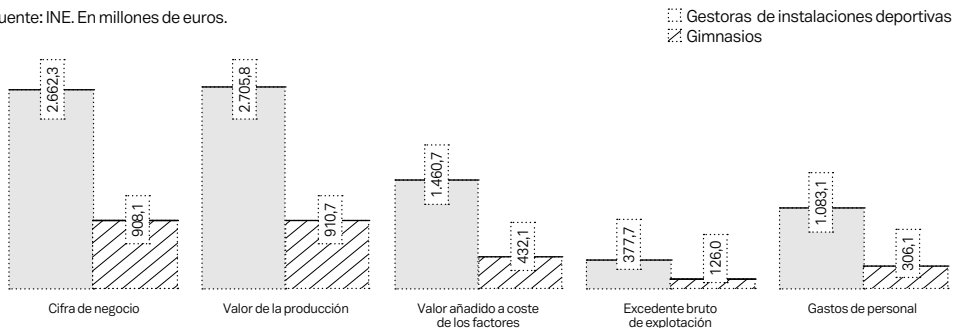
Fitness España

1—3

Las cifras oficiales muestran que, pese a ser 4.900 sociedades menos, las gestoras de instalaciones deportivas generan más negocio que las de gimnasios.

Así es el negocio que mueven las gestoras de instalaciones y gimnasios

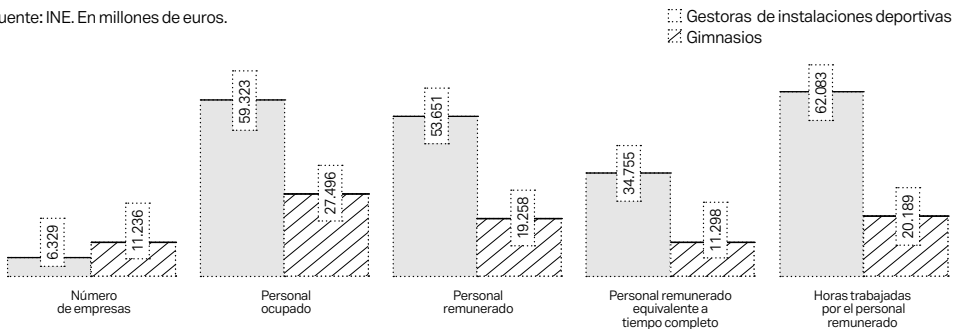
Fuente: INE. En millones de euros.



Las empresas de gestión de instalaciones también generan más empleo, con más de 53.000 profesionales remunerados en España.

Número de empresas y empleo generado por los gimnasios y centros deportivos españoles

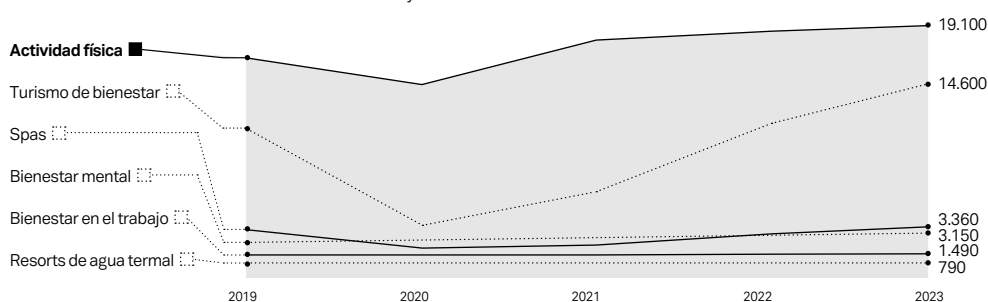
Fuente: INE. En millones de euros.



La industria de la actividad física en España facturó más de 19.100 millones de euros en 2023, según el Global Wellness Institute. Este indicador tiene en cuenta el sector del retail y el del equipamiento de fitness.

Evolución del negocio de la industria del bienestar en España

En millones de dólares. Fuente: Global Wellness Economy Monitor 2024



El sector de la actividad física en España tiene un amplio margen de crecimiento. Dos datos apuntan en esa dirección. El primero de ellos es que el

42,7% de la población residente en España que tiene 16 años o más no practica nada de deporte, según la Encuesta de Hábitos Deportivos. El segundo

es que el 35% del total admite haber abandonado este hábito saludable, según otro estudio, elaborado por el Centro de Investigaciones Sociológicas.

Practicante Fitness España

1—3—1

El 52,5% de los españoles hizo deporte cada semana en 2022, pero el gap entre mujeres y hombres continúa existiendo, con una diferencia de diez puntos porcentuales. Un 23,8% admitió entrenar todos los días.

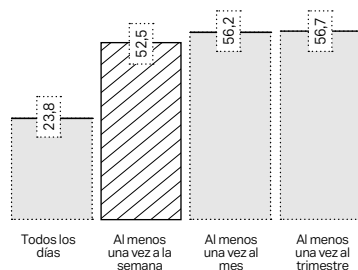
La práctica deportiva con frecuencia semanal en España

Fuente: Encuesta de Hábitos Deportivos. CSD. En porcentaje.



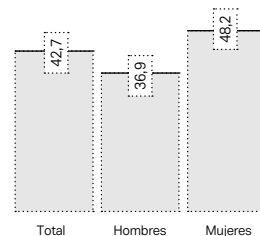
La frecuencia de práctica deportiva en España

Fuente: Encuesta de Hábitos Deportivos. CSD.



Porcentaje de la población sedentaria en España

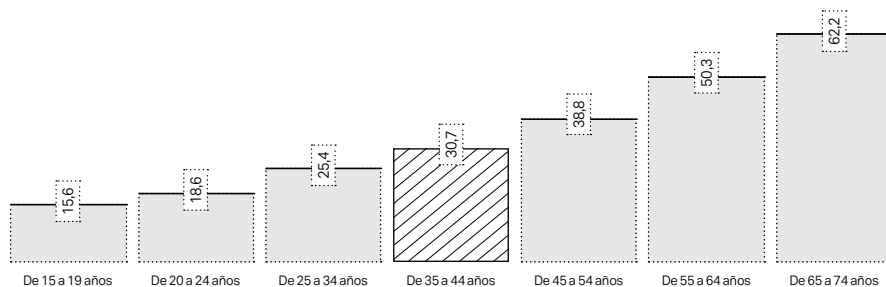
Fuente: Encuesta de Hábitos Deportivos. CSD.



Conforme aumenta la edad, crece el porcentaje de población que dice no practicar nada de deporte. Una cuarta parte de los jóvenes de entre 25 y 34 años no se ejercitó durante el año pasado.

El porcentaje de la población totalmente sedentaria en España aumenta conforme lo hace la edad

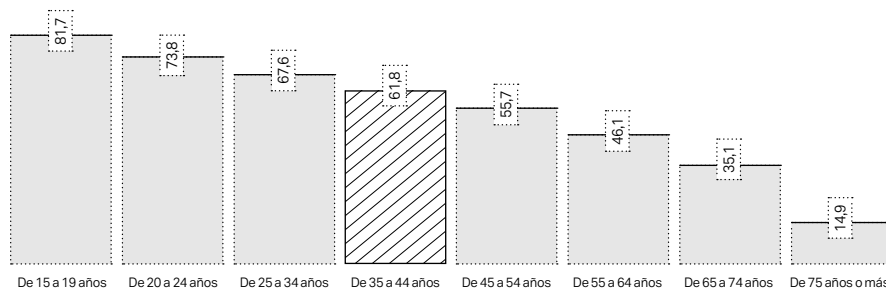
Fuente: Encuesta de Hábitos Deportivos. CSD. En porcentaje.



Ocho de cada diez jóvenes de entre 15 y 19 años hacen deporte todas las semanas, y muchos de ellos eligen los gimnasios para mantenerse activos. Es un grupo de edad que ha ganado presencia en las salas de fitness.

Los más jóvenes son los más activos físicamente

Fuente: Encuesta de Hábitos Deportivos. CSD. En porcentaje.



Los últimos datos disponibles dictan que, del total de españoles que se ejercitaron entre mayo y septiembre de 2022, el 23,3% lo hizo para

estar en forma, por el 22,1% que apuntó a que lo hizo para divertirse y el 20,1% que señaló a motivos de salud. Son resultados que cambian en

función de la edad y del sexo. Un 27,9% de ellas hizo actividad física para estar en forma, mientras que el motivo principal de los hombres es divertirse.

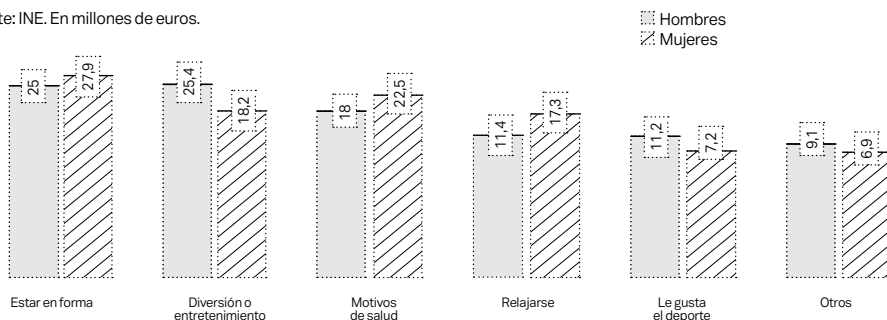
Practicante Fitness España

1—3—1

Siete de cada diez españoles y residentes en el país dicen ejercitarse para estar en forma, por motivos de salud o para divertirse.

Así es el negocio que mueven las gestoras de instalaciones y gimnasios

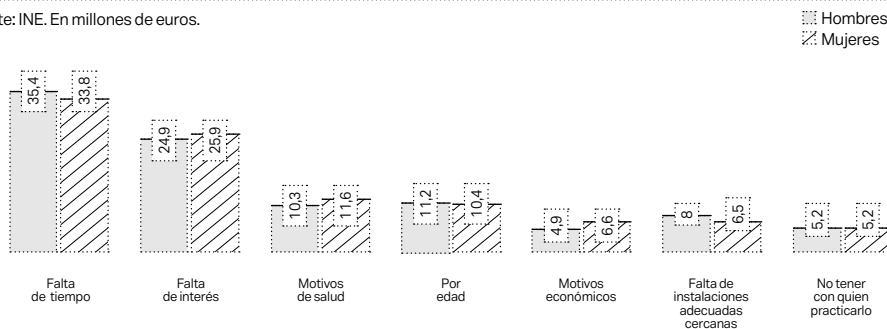
Fuente: INE. En millones de euros.



Cada vez menos españoles argumentan que no practican deporte, o no se ejercitan más, por la falta de tiempo. En 2015 este era el motivo al que apuntaban el 43,8%; en 2022, un 34,6%.

Número de empresas y empleo generado por los gimnasios y centros deportivos españoles

Fuente: INE. En millones de euros.



Las preferencias deportivas son distintas. Hay una brecha de 18,5 puntos porcentuales entre hombres y mujeres en la modalidad de ciclismo, que es la más practicada entre ellos. Entre ellas manda la natación.

Número de empresas y empleo generado por los gimnasios y centros deportivos españoles

Fuente: Encuesta de Hábitos Deportivos. CSD. En porcentaje respecto a la población total. Datos de 2022.

Deporte	Hombres	Mujeres	Deporte	Hombres	Mujeres
Ciclismo	47,1	28,5	Baloncesto	14,9	7,9
Natación	36,3	41,2	Ping pong	14,4	7,2
Fútbol 11 y 7	35,8	6,3	Gimnasia suave	14,4	46
Carrera a pie	33,4	26,7	Atletismo	10,6	6,2
Senderismo, montañismo	32,1	31,6	Deportes de invierno	10,5	8,3
Musculación, culturismo	26,7	12,1	Otro deporte	9,5	9,6
Fútbol sala	23,3	3,3	Voleibol	8,9	8,3
Gimnasia intensa	22,9	36,3	Patínaje, monopatín	7,7	12,3
Pádel	21,7	11	Otra act. fís. con música	3,1	15,2
Tenis	18,1	9,1			

02

Top24	21
Operadores nacionales	23
Rankings por magnitudes	25
Rankings por ratios	28

EMPRESAS

Las 26 principales cadenas de gimnasios del sector del fitness en España facturaron cerca de 1.100 millones de euros en 2023. Cada gimnasio ingresó de media

1,7 millones de euros. Forus representó más de un 10% del total de este negocio. La compañía presidida por Ignacio Triana volvió a ser la que más

facturó, pero también la que más pérdidas registró tras numerosos años de crecimiento desarrollando gimnasios desde cero o comprando operadores.

Los gigantes se ponen a 1.000

Las 25 principales cadenas de gimnasios se apoyaron en la expansión para incrementar sus ventas un 43% en 2023 y superar en un 62% los niveles precovid. Sólo tres facturaron menos que en 2019. Forus, líder en ingresos, fue el único grupo por encima de los 100 millones de negocio.

El sector del fitness consolidó en 2023 un cambio de tendencia después de tres años marcados por la pandemia y en 2024 despejó definitivamente. Conceptos como fondos de inversión, rally de aperturas o ingresos récord fueron *trending topic* en una industria en plena ebullición de compraventas, que en los últimos 24 meses han dado continuidad a la concentración del mercado. Las 25 principales cadenas de gimnasios aumentaron un 43,8% su facturación agregada en 2023 y por primera vez superaron los 1.000 millones de euros. La cifra de negocio superó en más de un 60% los niveles prepandemia, cuando el techo rondaba los 700 millones. Forus se ha consolidado como el líder por ventas, siendo la única compañía por encima de los 100 millones de euros de ingresos, seguido por VivaGym, con 94 millones en 2023. El precierre de 2024 apunta a que este registro de facturación se habrá superado holgadamente, pues los datos anticipados por 15 operadores apuntan a un crecimiento promedio del 19% interanual, lo que elevaría las ventas totales de las 25 cadenas en torno a los 1.300 millones de euros. Una progresión que prevén mantener de cara a 2025, lo que daría pie a superar los 1.500 millones de euros. Esta mejoría se explica por el acceso a un mayor volumen de financiación, principalmente a través del capital riesgo, que ha facilitado la ejecución de planes de expansión y operaciones corporativas. El top-25 copó el gru-

so de las 190 aperturas de clubes de fitness en 2023, con casos destacados como el de Basic-Fit, que pasó de 90 a 139 clubes e incrementó un 68,5% sus ventas. El aumento de la facturación aún no se ha traducido en una clara rentabilidad a nivel de sector, si bien los ebitdas han mejorado. Las cadenas aumentaron precios para compensar la subida de los costes, que impactaron de lleno en el margen como también lo hicieron los gastos financieros de un sector que salió más endeudado de lo que entró tras la pandemia. En 2023, sólo cinco empresas registraron beneficios, y las pérdidas agregadas fueron de 59,7 millones de euros, un recorte de casi el 28% respecto a 2022. Entre 2020 y 2023, las pérdidas acumuladas por las quince principales cadenas de gimnasios superan los 420 millones. Entre las compañías que completaron 2023 en beneficios están Enjoy Wellness, Claror, Brooklyn Fitboxing, McFIT y Paidesport Center. Esta última dejó atrás tres años en negativo justo antes de vender tres centros a Planet Fitness. En el caso de la marca controlada por RSG Group, alcanzó la rentabilidad por primera vez en el país a las puertas de su venta a Basic-Fit. La ca-

■ Forus

La gestora de instalaciones controlada por JP Morgan se consolidó en lo más alto del ranking

por volumen de negocio en el fitness español, con más de 120 millones de euros de facturación entre España, Italia

y Portugal. VivaGym superó los 94 millones en ventas en la Península Ibérica, por encima de Basic-Fit.

Liderazgo

dena neerlandesa recibió un pago de 26,1 millones de euros de su matriz para compensar los gastos incurridos, lo que permitió a la filial minimizar sus pérdidas en hasta casi 1,7 millones. Más de la mitad de las compañías que cerraron en rojo en 2023 recoraron sus pérdidas. GO fit, BeOne y Supera las redujeron en un 7,1%, un 3,9% y un 1,7%, respectivamente. Las tres notaron ese año una significativa caída de los costes de suministros, que se habían disparado en 2022. También se acercaron a la rentabilidad VivaGym, que las redujo en un 68%, y Synergym, que las recortó un 58%. La deuda financiera neta agregada de los principales trece ope-

radores en 2023 se situó en 1.238 millones, un 3,2% menos interanual, pero casi 400 millones adicionales en comparación con 2019. Entre los motivos de este fuerte aumento está el endeudamiento adicional contraído, en parte con los avales del Instituto de Crédito Oficial (ICO), para proteger la tesorería durante el cierre de instalaciones. VivaGym concentra una tercera parte de este endeudamiento, con más de 410 millones. Brooklyn Fitboxing repitió como la cadena con una mayor red, con 206 locales, principalmente franquiciados, seguida por Basic-Fit, con 139, y VivaGym, con 104. En total, las 25 cadenas sumaban 1.158 clubes en 2023.

Top 24 - Empresas del Fitness

1 Forus

→



2023	2024
121,9 M€	128 M€

2 VivaGym

→



2023	2024
94,3 M€	n.d.

3 Basic-Fit

↑6

2023	2024
82 M€	n.d.

4 GO fit

↓1

2023	2024
77 M€	84 M€

5 Metropolitan

↓1

2023	2024
70 M€	n.d.

6 Supera

↑1

2023	2024
50,3 M€	n.d.

←
Top — 24
Empresas
del Fitness

7 DiR
↑ 1

DiR

2023	2024
50 M€	n.d

8 McFit
↓ 2



2023	2024
49,5 M€	n.d

9 Altafit
↓ 4



2023	2024
48,7 M€	n.d

10 Fitness Park
Nueva



2023	2024
42 M€	60 M€

11 BPXport
↑ 6



2023	2024
40 M€	47 M€

12 Brooklyn Fitboxing
Nueva



2023	2024
45 M€	50 M€

13 Dreamfit
↓ 3



2023	2024
37,2 M€	42 M€

14 Synergym
↑ 1



2023	2024
37 M€	49,1

15 BeOne
↓ 4



2023	2024
33,5 M€	36,6 M€

16 David Lloyd
Nueva



2023	2024
33,5 M€	n.d

17 Viding
Nueva



2023	2024
31 M€	34,5 M€

18 Eurofitness
↓ 5



2023	2024
30 M€	n.d

19 Enjoy Wellness
↓ 3



2023	2024
27,5 M€	33,6

20 Claror
↓ 6



2023	2024
23,9 M€	25,6 M€

21 Anytime Fitness
Nueva



2023	2024
20 M€	21 M€

22 CET10
↓ 1



2023	2024
8,5 M€	9,5 M€

23 FitUp
Nueva



2023	2024
14,8 M€	17 M€

24 Padesport Center
Nueva



2023	2024
8,5 M€	9,5 M€

Así se reparte el dominio territorial

La pugna entre Basic-Fit y VivaGym se libra por todo el país. La cadena neerlandesa es la líder por número de centros en ocho comunidades, por las tres que domina la gestora española. Las dos aparecen en diez y ocho podios en los rankings de centros por regiones, respectivamente.

A diferencia de otros países, en España todavía no hay un claro campeón nacional en la industria de los gimnasios. Hay líderes en términos de facturación o número de centros, pero la distancia con sus principales competidores es menor a la que existe en otros mercados. Pese a esto, el imparable proceso de concentración que vive el sector está posicionando a un reducido número de compañías, que luchan por acelerar su implantación geográfica en el país. El low cost es el gran agitador del proceso de fusiones y adquisiciones, como demuestra el hecho que cuatro de las cinco compañías que suman más podios en los rankings de centros por comunidades autónomas sean precisamente de este segmento. Lidera Basic-Fit, que a cierre de 2024 ocupa alguna de las tres primeras posiciones en una de-

cena de regiones. En ocho, de hecho, era la primera. Le sigue VivaGym, con presencia destacada en ocho comunidades y siendo la líder en tres. La pugna de estas dos compañías se aceleró en 2024, con la compra de 42 y 120 instalaciones, respectivamente. Unas operaciones corporativas con las que han reforzado su presencia en territorios donde ya operaban y han debutado en otros. Synergym y Fitness Park, con cinco y dos podios respectivamente, no lideran en ningún territorio. Sólo consigue Brooklyn Fitboxing, que lidera en la Comunidad de Madrid, Ceuta y Melilla, y aparece en el podio en hasta siete regiones. Sólo cinco cadenas mantienen sus fortines en sus regiones de origen: BeOne en Galicia, DiR en Cataluña, Imagym en Cantabria, Fraile Gym en Baleares y Emtesport en Euskadi. Son cinco mercados de gran interés también por el low cost, que en los últimos años ha expandido su mirada hacia otros territorios menos concurridos. El reto que persiguen estas grandes cadenas, y otras que acaban de llegar como Planet Fitness, es escalar el modelo que les funciona en las grandes capitales a otros municipios donde aún ven margen para crecer. ■

■ Low cost

En 2024 se han abierto 266 gimnasios de bajo coste en España, copando el 64,8% del total

de aperturas. VivaGym, con 121 aperturas, y Basic-Fit, con 73, nuevos proyectos, fueron protagonistas.

■ Concentración

Dos cadenas protagonizaron una decena de operaciones corporativas entre 2024 y 2025.

VivaGym ha adquirido 120 clubes de cadenas como Altafit, FitUp, Smartfit, Macro Fit, Body Factory, Fitness-

s4All, BeWay y Dreamfit. Basic-Fit, por su parte, compró los 42 clubes McFit y 5 Holmes Place que vendió a We/On.

65%

Compras

1 — Andalucía (1.029)

Basic-Fit	45
Sano Center	40
Brooklyn Fitboxing	32

2 — Aragón (191)

Basic-Fit	10
VivaGym	9
Fitness Park	4

3 — Canarias (301)

VivaGym	12
Brooklyn Fitboxing	9
Paleotraining	7

4 — Cantabria (67)

Imagym	4
BeOne	3
Basic-Fit	3

5 — Castilla y León (293)

Basic-Fit	12
Synergym	6
Brooklyn Fitboxing	5

6 — Castilla-La Mancha (162)

Basic-Fit	10
Synergym	6
Brooklyn Fitboxing	5

7 — Cataluña (1.229)

DiR (incluye YogaOne)	78
VivaGym	29
Anytime Fitness	27

8 — Comunidad de Madrid (1.446)

Brooklyn Fitboxing	72
Basic-Fit	60
VivaGym	58

9 — Comunidad de Navarra (64)

VivaGym	4
MasQuatro	4
Sparta Sport Center	3

10 — Comunidad Valenciana (523)

Basic-Fit	28
Brooklyn Fitboxing	20
Synergym	18

11 — Extremadura (84)

VivaGym	2
Brooklyn Fitboxing	1
Forus	1

12 — Galicia (402)

BeOne	18
Evofit	14
AB Fitness	10

13 — Islas Baleares (124)

Fraille Gym	10
Viding	5
VivaGym	4

14 — La Rioja (88)

Basic-Fit	3
Synergym	3
Curves	2

15 — País Vasco (293)

Emtesport	16
VivaGym	14
BPXport	10

16 — Principado de Asturias (100)

Basic-Fit	5
Emtesport	4
Supera	4

■ **Número de centros en cada región.**

Fuente: Intelligence 2P.

17 — Región de Murcia (147)

Basic-Fit	6
Synergym	6
Fitness Park	5

18 — Ceuta y Melilla (147)

Brooklyn Fitboxing	1
--------------------	---



Rankings por Magnitudes

■ **Facturación total 2023**

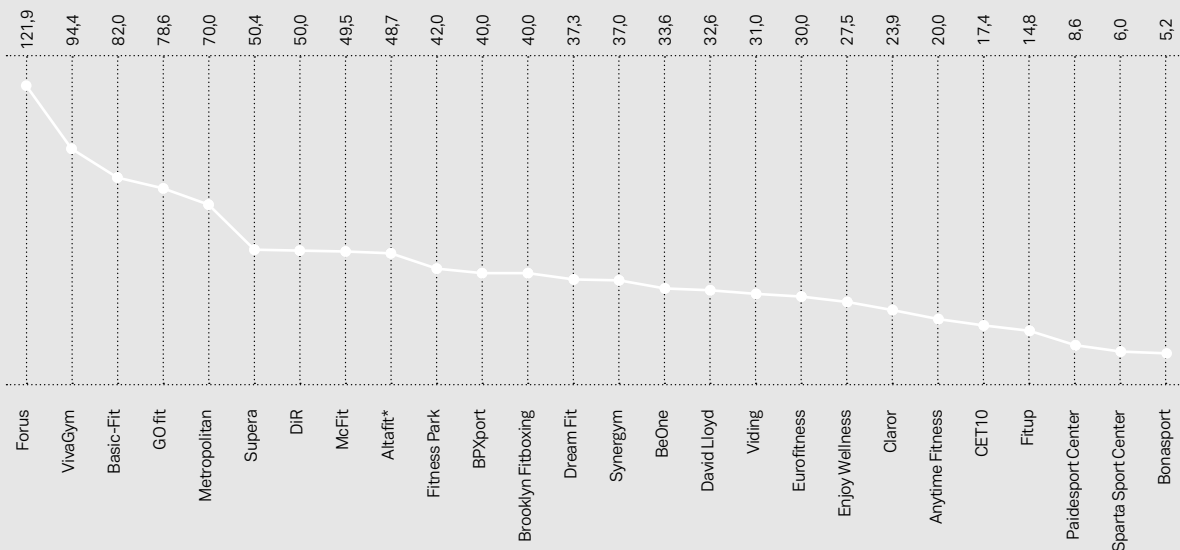
Fuente: Intelligence 2P.

En millones de euros.

El segmento concesional representó un 41,5% (454 millones de euros) de la facturación agregada de los 26 principales operadores por volumen de ventas en 2023. Destacaron actores como Forus y GO Fit. Le sigue la

categoría *low cost*, que representó el 37% del total (405 millones de euros), destacando VivaGym (94,4 millones de euros) y Basic-Fit (82 millones de euros). Los segmentos *premium* y medio aportaron conjuntamente

un 17,1% (187 millones) del total de ventas de los principales players, con Metropolitan y DiR liderando en sus categorías. Sólo una cadena *boutique* está entre las 26 que más facturaron: Brooklyn Fitboxing.



En la clasificación por compañías, Forus lideró el mercado con el 11% de la facturación total en 2023, seguido por las *low cost*

VivaGym y Basic-Fit. Los 10 primeros actores concentraron el 63% del total del top-26, destacando el dominio del segmento concesional, que

represento más de la mitad de las empresas del ranking. El *low cost* ganó terreno con varias marcas relevantes, mientras que los segmentos *boutique*

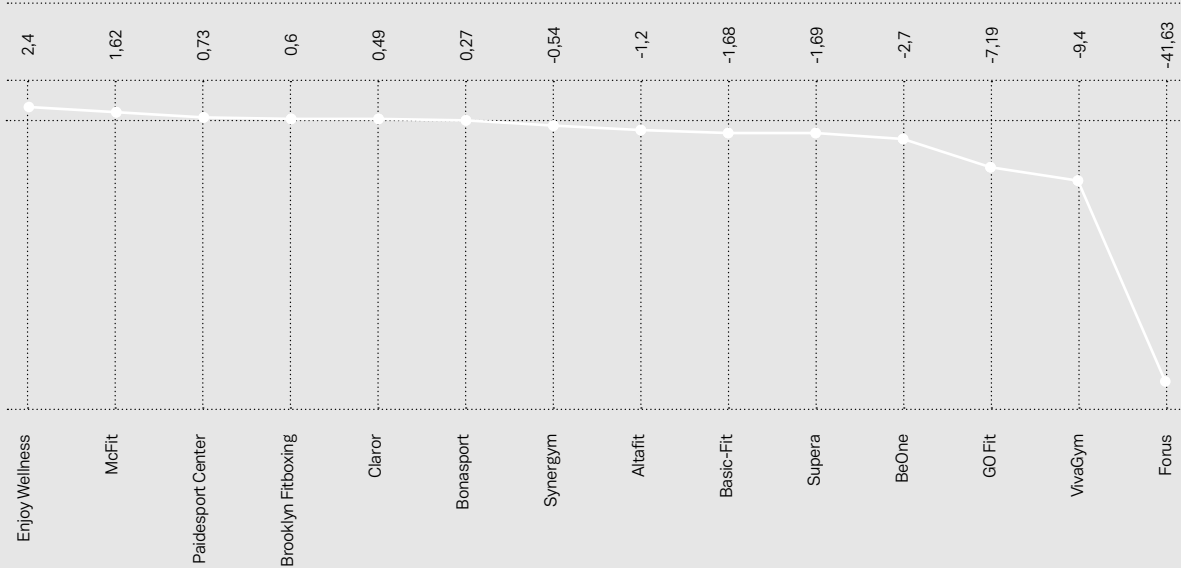
■ **Resultado neto 2023**

Fuente: Intelligence 2P.
En millones de euros.

Forus registró unas pérdidas de 41,6 millones de euros, resultado de los últimos años de expansión mediante adquisiciones. Eso sí, descontado el resultado financiero y las amortizaciones, su ebitda fue positivo

en 11,6 millones de euros. Otra de las compañías que más ha crecido de manera no orgánica es VivaGym Group, la segunda que mayores números rojos registró en 2023, con unas pérdidas de casi 9 millones de euros.

GO fit se dejó 7,2 millones de euros en 2023, pero registró el ebitda más elevado del sector, con 23,6 millones de euros. Altafit, por su parte, regresó a pérdidas un año antes de su venta a VivaGym.



■ **Deuda financiera neta 2023**

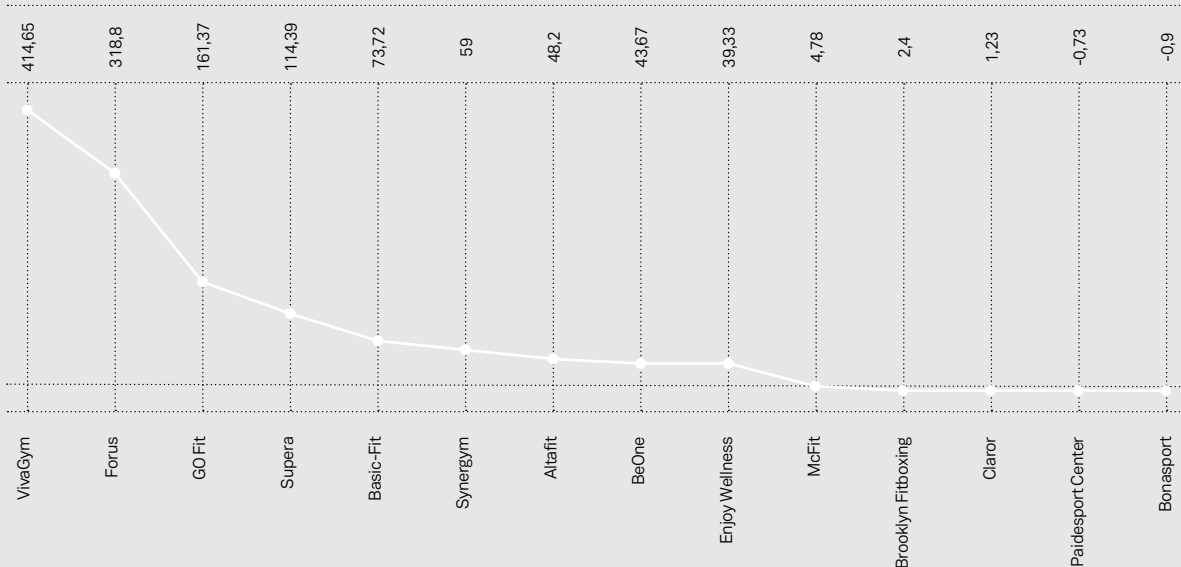
Fuente: Intelligence 2P.
En millones de euros.

Las principales cadenas de gimnasios en España presentan un variado nivel de deuda financiera neta, pero sin duda las que más han invertido en crecer son las más apalancadas. VivaGym encabeza la lista con 414,7

millones de euros de deuda financiera neta, apenas un 0,5% más que en el año anterior. Le siguió Forus con 318,8 millones y GO Fit con 161,4 millones. En el caso de la cadena propiedad de Mutua Madrileña y Torreal, su deuda

financiera neta se redujo más de un 15% en 2023. Este importe no tiene en cuenta la deuda con empresas del grupo, ni tampoco aquella ligada a los cánones de concesiones o contratos de arrendamientos futuros.

(*sin contar franquicias)



y premium mantuvieron un enfoque de nicho con margen para crecer. En el ranking de la rentabilidad, destaca Enjoy Wellness y McFIT, que

antes de su venta a Basic-Fit consiguió registrar beneficios por primera vez en España. Les acompañaron Bonasport, habitual en los rankings de

rentabilidad, Paidesport Center y Claror, que con con la excepción de los años de la pandemia, acostumbraban a registrar resultados positivos.

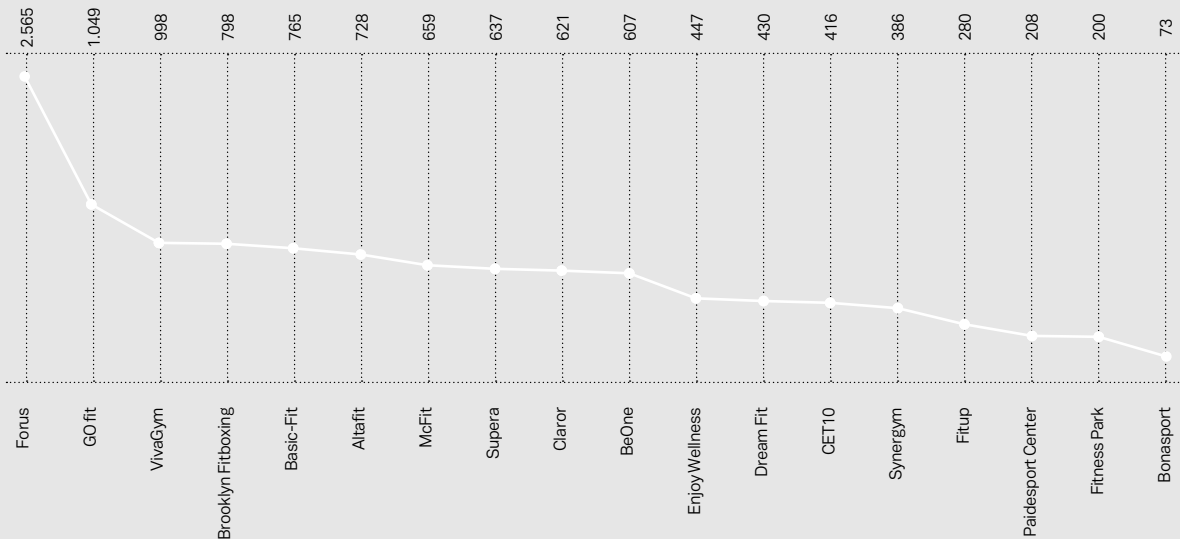
Plantilla 2023

Fuente: Intelligence 2P.
En número de personas

Las cadenas que operan en régimen de concesión administrativa volvieron a ser las más intensivas en contratación de personal. Un año más, Forus lidera el ranking con más de 0.565 empleados, seguida de GO fit. Otros

operadores que sumaban más de un centenar de instalaciones, como son VivaGym, Brooklyn Fitboxing y Basic-Fit, cerraron el top-5 del ranking de empresas con mayor número de trabajadores. Todas ellas superaron

los 700 empleados, una cifra que también rebasó Altafit en el año previo a su venta a VivaGym. Synergym, con 88 gimnasios a cierre de 2023, tenía de media 4 empleados por club y un total de 386 trabajadores.



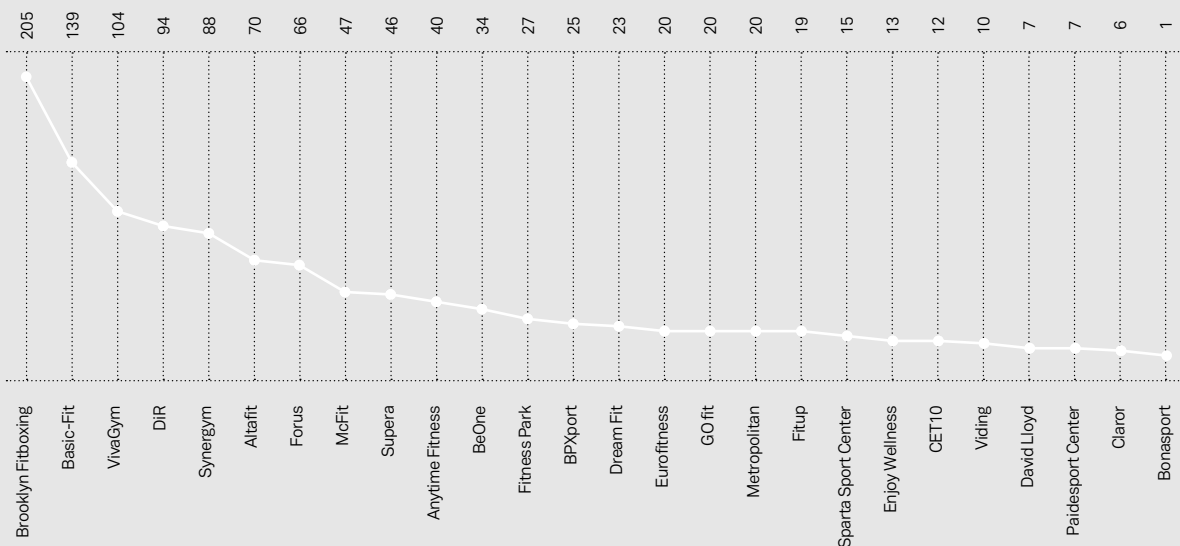
Tamaño de red 2023

Fuente: Intelligence 2P.
En número de clubes

Atrás quedan los años en que las cadenas de franquicias copaban las primeras posiciones del ranking por número de gimnasios operativos. Brooklyn Fitboxing, con más de 200 locales, continúa liderando gracias

a su expansión mediante clubes operadores por terceros. Sin embargo, dos cadenas con centros deportivos propios se han subido al podio durante los últimos años: Basic-Fit y VivaGym. La catalana DIR, que cuenta con

clubes en propiedad y franquicias, sumó 94 centros, mientras que Synergym rozó los noventa tan sólo nueve años después de su puesta en marcha en el país y sin crecer mediante adquisiciones.



Las cadenas que más dinero ganan no son las que lideran el ranking de centros deportivos en funcionamiento. De hecho, es justo al revés. Bonasport sólo

tiene un club y está entre los *players* más rentables. Claror opera seis instalaciones analiza al detalle cada concurso al que se presenta. En cambio, Basic-

Fit y VivaGym lideran a pie de calle pero siguen en pérdidas por las elevadas inversiones que han realizado para expandirse en los últimos años.

Rankings por Ratios

■ **Facturación por centro 2023**

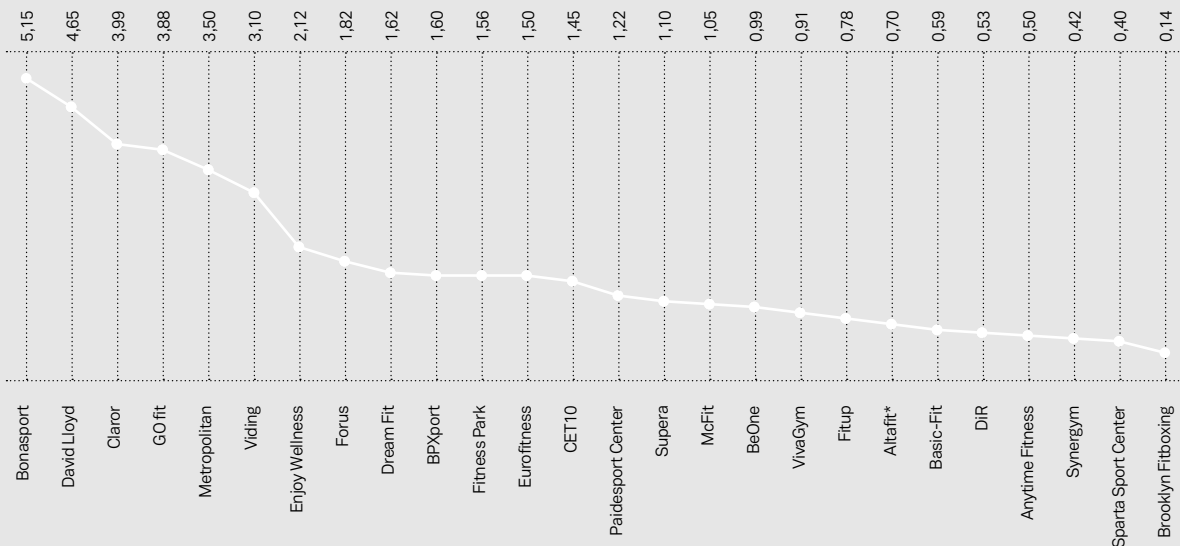
Fuente: Intelligence 2P.

*sin contar franquicias

Las cadenas de gimnasios premium lideran protagonizan el liderazgo en términos de facturación por instalación, un ranking en el que también tienen presencia las cadenas concesionales. No es habitual

encontrar en lo más alto de la lista a cadenas low cost como Synergym o Basic-Fit, que facturan entre cuatro y ocho veces menos que un club concesional como Claror o GO fit. Se trata de cadenas que tratan de

poner en valor una oferta amplia, con zona de aguas y piscina, dirigida al público familiar, con otros servicios extras como el acompañamiento de entrenadores personales o el asesoramiento nutricional.



De media, los gimnasios españoles facturaron 1,7 millones de euros por club en 2023, lo que se tradujo en 200.000 euros más de ventas

por instalación. Un dato que, descartados los extremos, dio una mediana de 1,6 millones de euros, 300.000 euros más que en 2022.

En definitiva, el 2023 fue el año de recuperación plena en la industria de los gimnasios en España, al menos, en lo que ha cifra de negocios concierne.

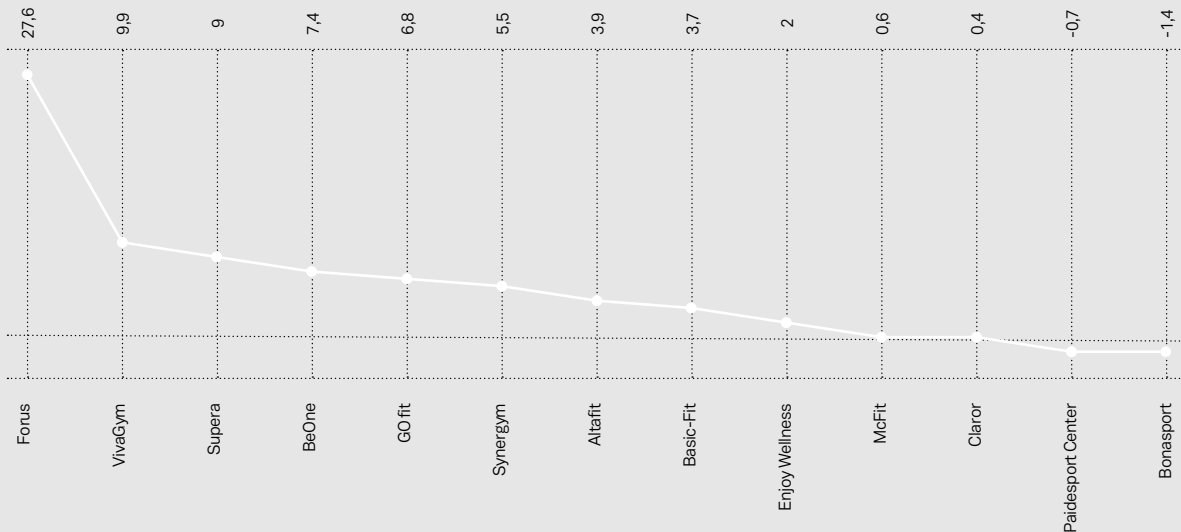
■ **Ratio deuda/ebitda 2023**

Fuente: Intelligence 2P.

Las empresas con un ratio deuda/ebitda elevado tienen un nivel de endeudamiento significativo en relación a su capacidad de generar beneficios operativos. Entre ellas está Forus, que ha apoyado su expansión

en mochilas de deuda bancaria y alternativa. Descartando los valores extremos, el ratio de deuda/ebitda mediano del sector se sitúa en 4,1. Por debajo de este ratio están compañías como Basic-Fit y McFIT, dos empresas

que siempre han contado con la inyección de recursos de su matriz para equilibrar sus balances. También están Claror o Bonasport. Esta última, con un ratio negativo al no contar con deuda.



■ **Gasto por empleado 2023**

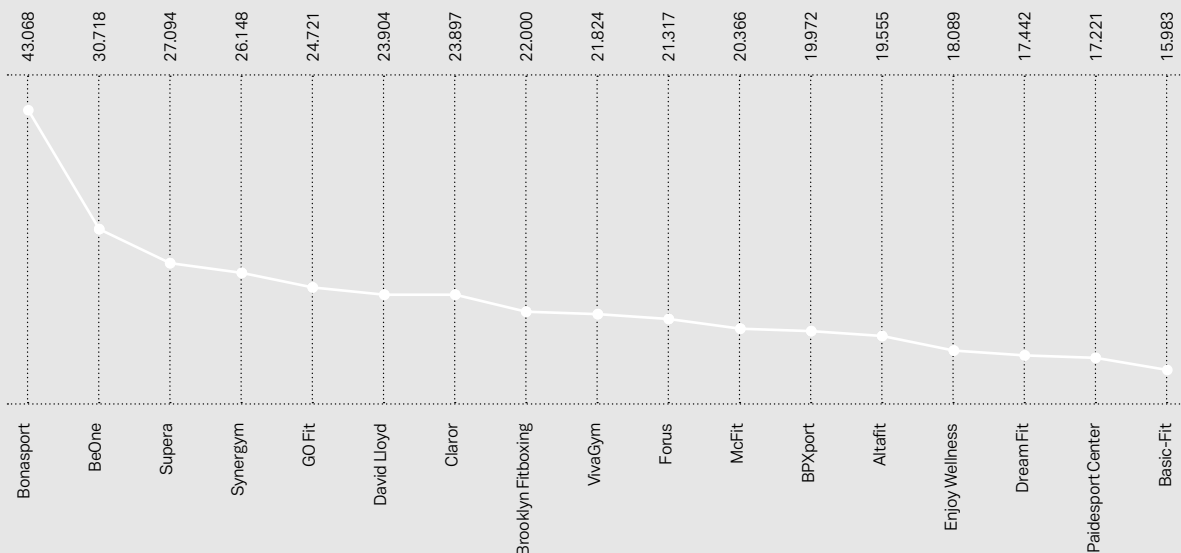
Fuente: Intelligence 2P.

En euros.

La media de gasto por empleado de los 16 principales operadores del sector se situó por encima de los 23.1236 euros en 2023, superando los 21.500 euros al año registrados en 2022, lo que refleja un aumento significativo

en los costes laborales. Las subidas salariales, incluida la del salario mínimo interprofesional (SMI), han elevado notablemente los costes de plantilla de las cadenas, especialmente en aquellas con mayores ajustes a la

normativa laboral. En 2023, el gasto por trabajador osciló entre los 15.983 euros de Basic-Fit y los más de 43.000 euros de Bonasport. En este ratio influye también el tipo de jornada, ya que la elevada parcialidad del sector.



De media, los gimnasios españoles facturaron 1,7 millones de euros por club en 2023, lo que se tradujo en 200.000 euros más de ventas

por instalación. Un dato que, descartados los extremos, dio una mediana de 1,6 millones de euros, 300.000 euros más que en 2022.

En definitiva, el 2023 fue el año de recuperación plena en la industria de los gimnasios en España, al menos, en lo que ha cifra de negocios concierne.

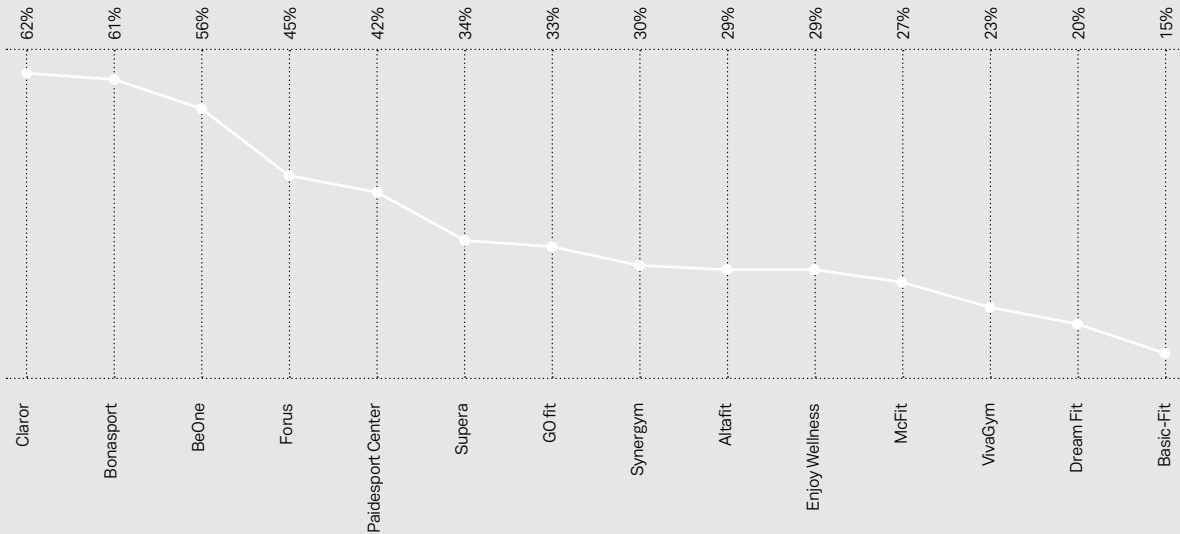
■ **Masa salarial sobre ingresos**

2023 Fuente: Intelligence 2P.
En porcentaje.

En 2023, el ratio de coste salarial sobre ingresos reflejó importantes diferencias entre las principales cadenas del sector. Claror y Bonasport lideraron con los valores más altos, superando el 60%, mientras que

BeOne también destacó con más de la mitad de sus ingresos destinados a costes laborales. En el rango medio se encuentran cadenas como Forus, Padesport Center y Supera, con ratios que oscilan entre el 34% y el 45%. Por

otro lado, las cadenas *low cost* como Dream Fit y Basic-Fit presentaron los índices más bajos, en línea con su modelo de negocio basado en una mayor eficiencia operativa y menores costes por empleado.



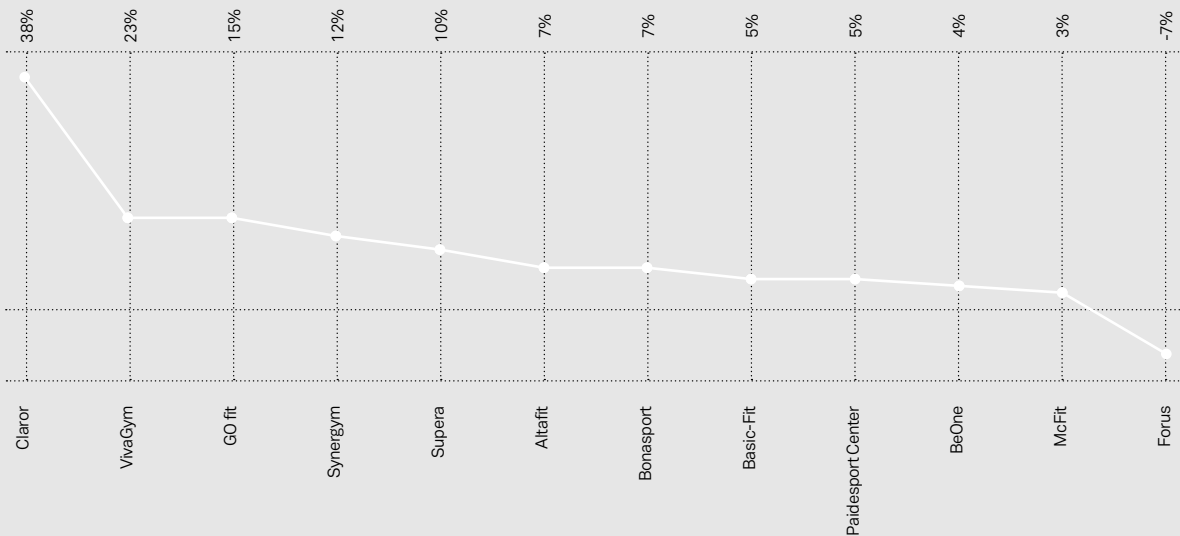
■ **Bait sobre ventas 2023**

Fuente: Intelligence 2P.
En porcentaje.

También se registraron diferencias significativas entre las principales cadenas del sector en lo que concierne al margen de beneficio sobre ingresos. Claror destacó con un 38%, liderando en rentabilidad, mientras que GO fit y

Synergym también lograron márgenes sólidos, situándose entre el 12% y el 15%. Supera y Altafit mantuvieron cifras moderadas, mientras que cadenas como Basic-Fit, Bonasport y Padesport Center operaron con

márgenes más ajustados. En el otro extremo, Forus cerró el año con un margen negativo del 7%, reflejando retos financieros específicos en su modelo debido a los elevados costes financieros que tenía.



Uno de los indicadores que demuestra que el fitness es un sector intensivo en contratación es que el 36% de los ingresos de las cadenas va

a pagar nóminas. Un ratio que que supera el 55% en algunas cadenas concesionales. Las que operan centros municipales suelen contar con una plantilla

más amplia para atender instalaciones más grandes. En cambio, tres de las principales cadenas *low cost* destinan menos de un 25% a nóminas.



Altafit	32
Anytime Fitness	33
Basic-Fit	34
BeOne	35
Bonasport	36
BPXport	37
Brooklyn Fitboxing	38
CET10	39
Claror	40
David Lloyd	41
DiR	42
Dream Fit	43
Duet Sports	44
Enjoy Wellness	45
Eurofitness	46
Fitup	47
Forus	48
GO fit	49
McFit	50
Metropolitan	51
Paidesport Center	52
Sparta Sport Center	53
Supera	54
Synergym	55
Viding	56
Viva Gym Group	57



Seis cadenas se acercaron o superaron los 50 millones de euros de ingresos en 2023. Sólo una, Forus, consiguió superar los tres dígitos. Fitness Park registró

el crecimiento más destacado, pues prácticamente quintuplicó sus ventas. Hasta 16 compañías facturaron más de un millón de euros por centro, y siete de

estas superaron los 2 millones. Una decena destinaron más de 20.000 euros por empleado. Basic-Fit apenas invirtió en su plantilla un 15% de sus ventas.

01

ALTA FIT

Altafit modernizó su red de gimnasios antes de reanudar su expansión. En 2023, a las puertas de su venta a VivaGym, la cadena de bajo coste invirtió 3,5 millones de euros en renovar 43 clubes. Esta inversión permitió poner a punto su red en un año en que sus 70 centros propios facturaron 48,7 millones de euros, un 15,6% más interanual. Esta cifra, la más elevada de la historia de la compañía, superó en un 54,4% los ingresos obtenidos en 2019. Si se tienen en

cuenta las 11 franquicias, el conjunto de la marca facturó más de 55 millones. Estas mejoras contribuyeron a que su base de inscritos se elevara hasta una media de 2.200 clientes por establecimiento. La subida de precios contribuyó al incremento de las ventas, y, junto a un menor aumento de costes, le permitió mejorar un 40% interanual su ebitda, hasta 12,3 millones de euros. Además, recortó un 6,5% su deuda financiera neta, hasta 48,2 millones de eu-

ros. En 2023 cerró un gimnasio en Leganés, abrió una franquicia en Albacete y se aseguró la firma de una decena de locales. Antes de su venta a VivaGym, el plan pasaba por alcanzar el centenar de clubes en España y, para ello, situó a Felipe Rodríguez, ex responsable de expansión en McFIT, al frente de la división de expansión. Ya en 2024, la compañía sumó dos establecimientos en Estepona y Arroyomolinos, que financió con un préstamo de 30 millones de Ares Management, fondo que también había sido clave en la refinanciación de deuda de VivaGym, que a finales de 2024 compró el 100% de su competidor -y sus 70 clubes propios- a MCH Patners. En esta operación, que también intentó sin éxito la brasileña Smart Fit, se incluyeron los contratos de las franquicias, si bien su futuro aún está por resolver. Al cierre de este informe, VivaGym ya había adquirido a One Fit una pequeña red de cuatro locales que estaban licenciados. ■



■ Ficha

Marcas
Altafit, Myst, The Boxer Club

Propiedad actual
VivaGym

Dirección general
José Antonio Sevilla

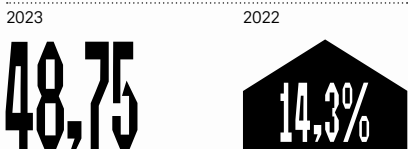
Empleados
728

Abonados
150.000

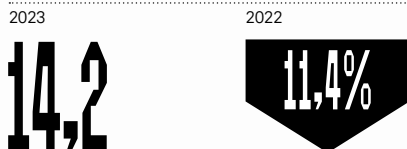
Número de centros
81

Aperturas en 2024
2

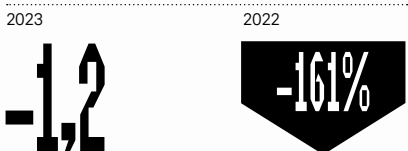
■ Facturación (en M€)



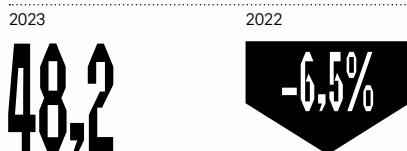
■ Gasto en plantilla (en M€)



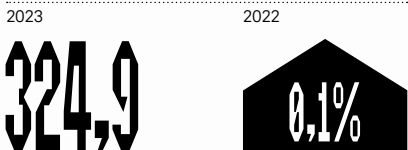
■ Resultado neto (en M€)



■ Deuda financiera neta (en M€)



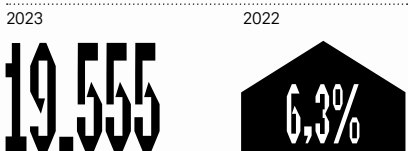
■ Ingreso medio por abonado (en €)



■ Ingreso medio por centro (en €)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



02

Anytime Fitness

Anytime Fitness busca recuperar el músculo que tuvo antes de la pandemia en España. La cadena de gimnasios abiertos 24 horas prevé superar los cerca de 60 establecimientos que llegó a tener en 2019. Entre sus franquicias y la central facturaron unos 20 millones de euros en 2023, año que concluyó con 40 clubes y cerca de 40.000 socios. Ese año inauguró dos establecimientos en Baleares y otro en Madrid, un crecimiento al que dio continuidad en

2024, cuando sus franquiciados destinaron más de 3 millones de euros a la apertura de cinco instalaciones. De cara a 2025, la marca y sus franquiciados prevén doblar ambos registros, e invertir 6 millones en diez instalaciones. El foco de su crecimiento será Madrid, Andalucía y la zona de levante. La compañía tiene proyectos firmados en Mallorca, Premià de Mar y Sant Joan Despí (Barcelona), Lleida y Boadilla del Monte.

En un contexto de aumento de la competencia, en el que todos los segmentos buscan reforzar su propuesta de valor, la compañía ha aumentado los servicios a sus franquiciados para elevar el interés por su modelo. Además, le sirvió para que los clubes elevaran el ticket medio por cliente un 19% desde la pandemia. "No somos un centro *boutique*, pero nos apoyamos en herramientas tecnológicas para acercarnos a la personalización. Con el *smart coaching* disponemos de una herramienta que integra la gestión del club y que ayuda al socio a alcanzar sus objetivos", comenta Enrique Iranzo, director de operaciones de Anytime Fitness Iberia. Esta propuesta le ha permitido incrementar de 37 a 44 euros su ingreso medio por usuario. "Tras la pandemia hablamos más de rentabilidad por club que de número de socios: nos preocupa más la oferta de valor, que los socios duren más y poder rentabilizar más los clubes", precisa. ■



■ Ficha

Marcas

Anytime Fitness

Propiedad actual

Self Esteem Brands

Dirección general

Tim Devereaux

Empleados

n.d

Abonados

40.000

Número de centros

40

Aperturas en 2024

5

■ **Facturación (en M€)**



■ **Gasto en plantilla (en M€)**



■ **Resultado neto (en M€)**



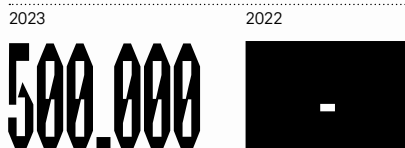
■ **Deuda financiera neta (en M€)**



■ **Ingreso medio por abonado (en €)**



■ **Ingreso medio por centro (en €)**



■ **Gasto medio por empleado (en €)**



■ **Ratio Deuda/Ebitda**



03

BASIC-FIT

En un 2023 en el que el sector del fitness empezaba a reanudar su expansión, Basic-Fit dio un golpe sobre la mesa al batir el récord anual de aperturas propias de una cadena en España, con 51 gimnasios. La empresa neerlandesa fue el gran agitador del mercado, convirtiéndose en la primera *low cost* en superar el centenar de clubes en España. La madurez de los establecimientos existentes y el despliegue de nuevos le permitió elevar sus ventas un

68,9% interanual, hasta 55,1 millones de euros. La matriz aportó 26,1 millones de euros para minimizar pérdidas y sostener el ritmo de crecimiento, mediante la "compensación de gastos incurridos por la sociedad, conforme a la política de precios de transferencia adoptada por el grupo". Además, condonó parte de los préstamos que tenía, perdonándole 100 millones de euros. Con estos movimientos, la filial ibérica registró unos números ro-

jos de casi 1,7 millones de euros en 2023, que contrasta con el beneficio de 25.000 euros registrado en 2022. El ebitda se disparó un 89%, hasta 19,9 millones de euros, mientras que la deuda financiera se recortó un 35%, hasta 48,1 millones de euros. En términos de oferta, la cadena suprimió la cuota basic y la reemplazó por la *comfort*, de forma que su tarifa más barata pasó de costar 19,9 euros a 24,9 euros por cada cuatro semanas de servicio. Este movimiento ha sido clave para el aumento de su ingreso medio por usuario. A finales de 2023, Basic-Fit compró el negocio de RSG Group en España. Se adelantó a VivaGym y se hizo con los 42 clubes de McFit en el país, así como con los cinco Holmes Places que después vendió a We/On. Esta operación, para la que obtuvo un préstamo sindicado de 110 millones, se sumó a una treintena de aperturas que realizó en 2024, lo que le permitió superar los 200 clubes. ■



■ Ficha

Marcas
Basic-Fit

Propiedad actual
Cotiza en Bolsa (68,8%), René Moos (14,1%), 3i Private Equity (6,6%), North Peak Capital

Dirección general
René Moos

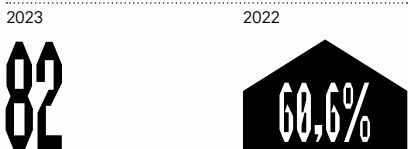
Empleados
765

Abonados
277.714

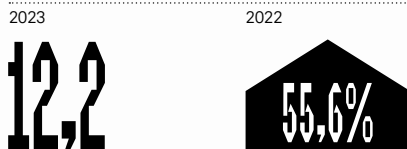
Número de centros
139

Aperturas en 2024
72

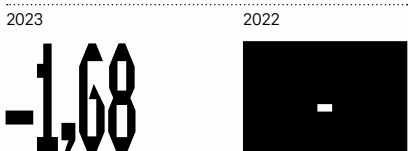
■ Facturación (en M€)



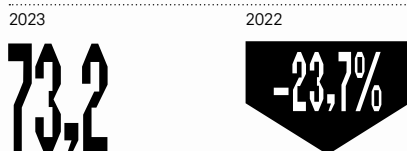
■ Gasto en plantilla (en M€)



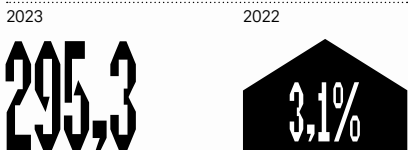
■ Resultado neto (en M€)



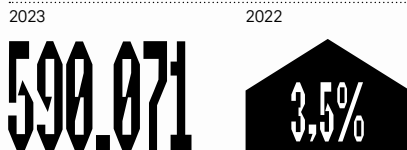
■ Deuda financiera neta (en M€)



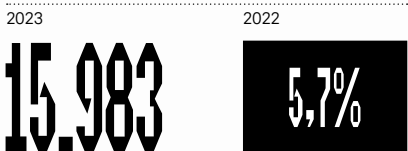
■ Ingreso medio por abonado (en €)



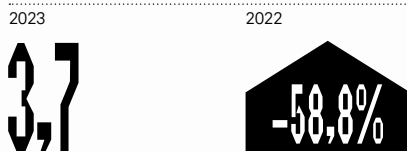
■ Ingreso medio por centro (en €)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



04

BeOne

BeOne firmó en 2023 su mejor año en términos de negocio. La gestora gallega de instalaciones deportivas elevó su facturación un 17,8% interanual, hasta más de 33,5 millones de euros. En 2024 creció un 9%, hasta 36,6 millones. El grupo superó sus mejores registros históricos, tanto a nivel de abonados como de rentabilidad. Ello, a pesar de que los costes energéticos aún permanecieron en un nivel sensiblemente superior a los previos a la pandemia. Y,

también, pese a que dejó de operar dos establecimientos en 2023: en abril cerró un centro propio en Orense y, a finales de año, Ágora Meeting Sport Place cogió el relevo en la gestión del CDM Pepu Hernández, en el distrito de San Blas-Canillejas de Madrid. Ambas gestoras también se vieron las caras en otro concurso en Madrid para construir y gestionar durante 23 años un gimnasio municipal en el barrio de Tetuán. BeOne se impuso en la licitación, haciéndose

con un contrato valorado en 100 millones de euros y por el que asume una inversión de 12,4 millones de euros. También se formalizó la adjudicación por el que levantará un equipamiento deportivo en el centro educativo de la sede de la Asociación Pro Huérfanos Guardia Civil, en el distrito de Chamartín. BeOne aportará la mitad de la inversión prevista, 5 millones de euros, y gestionará el recinto durante 30 años. También invirtió 2,4 millones en modernizar tres de los centros que opera en Boadilla del Monte, Ourense y Albal.

La compañía, que opera 35 instalaciones en España, retomará así un crecimiento que no se limitará al principal mercado de la Península Ibérica. A finales de 2023 empezó a explorar su expansión internacional, y lo hará en Portugal e Italia de la mano de Life Management, empresa especializada en la prestación de servicios profesionales de consultoría para administraciones públicas y entidades privadas. ■



■ Ficha

Marcas
BeOne

Propiedad actual
Formentor Capital (94,32%), Roberto Ramos y José Amado (5,68%)

Dirección general
Roberto Ramos

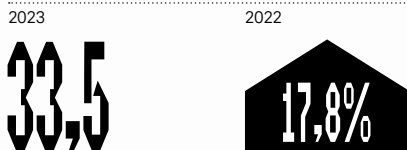
Empleados
607

Abonados
148.257

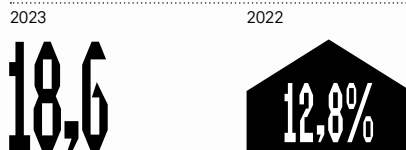
Número de centros
34

Aperturas en 2024
0

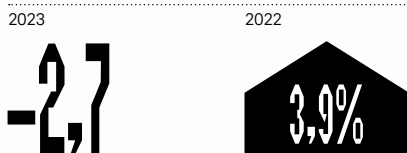
■ Facturación (en M€)



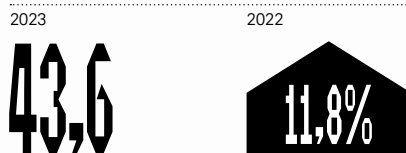
■ Gasto en plantilla (en M€)



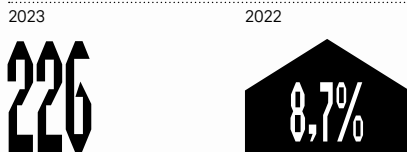
■ Resultado neto (en M€)



■ Deuda financiera neta (en M€)



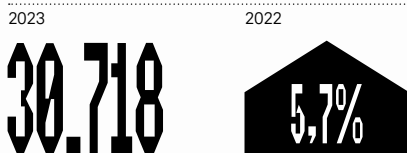
■ Ingreso medio por abonado (en €)



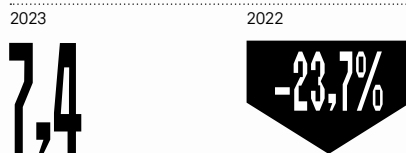
■ Ingreso medio por centro (en €)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



05

BONASPORT

Bonasport Club ha mantenido su apuesta por la exclusividad para superar por primera vez los 5 millones de euros en ingresos. El centro deportivo, uno de los más *premium* de Barcelona, ganó 273.000 euros en un 2023 en el que facturó 5,1 millones de euros. Y lo hizo tras acumular una subida de su cuota mensual del 33% entre 2016 y 2023, hasta 226 euros. De esta forma, dio continuidad a los beneficios de 420.000 euros acumulados entre 2020 y 2022. Su

privilegiada ubicación en la zona alta de Barcelona, la disponibilidad de espacio (16.000 metros cuadrados, la mayor parte de los cuales *outdoor*), así como el alto perfil socioeconómico de sus 2.000 socios, blindaron a este club social *premium* en las épocas de mayor incidencia de la covid. Ahora ha reinstaurado su matrícula de entrada, un pago de 600 euros que dejaron de cobrar temporalmente durante la pandemia para fomentar el regreso de los usuarios.

En paralelo, renovó sus bicicletas de cycling, cinco pistas de pádel y modernizó la iluminación de sus salas de actividades dirigidas. Tras estas y otras actualizaciones registró un aumento de los usos que le permitió vender otros servicios no incluidos dentro de la cuota. El 60% de sus ingresos procede de sus cuotas. El resto, de otros servicios como clases particulares, escuelas y campus de verano y Navidades. Y la intención es potenciar la oferta de servicios complementarios. "Nuestra idea es adecuar el centro con un concepto de wellness holístico introduciendo un nuevo centro de estética y otros nuevos servicios enfocados al público que quiere cuidar el *antiaging*", explica Eduard Cabré, director general de Bonasport. "Hay un público de más de 60 años que tiene muy presente el tema de la longevidad. Queremos seguir haciendo actividades siendo jóvenes", amplía. El club potenciará este tipo de servicios en 2025. ■



■ Ficha

Marcas

Bonasport

Propiedad actual

Eusebio Güell,
Familia Navarro y
David Lloyd (5%)

Dirección general

Eduard Cabré

Empleados

73

Abonados

2.000

Número de centros

1

Aperturas en 2024

0

■ Facturación (en M€)

2023

2022

5,1

7,5%

■ Gasto en plantilla (en M€)

2023

2022

3,1

6,8%

■ Resultado neto (en M€)

2023

2022

0,27

-3,9%

■ Deuda financiera neta (en M€)

2023

2022

-0,9

21%

■ Ingreso medio por abonado (en €)

2023

2022

2.577

7,6%

■ Ingreso medio por centro (en M€)

2023

2022

5,1

7,5%

■ Gasto medio por empleado (en €)

2023

2022

43.068

-1,8%

■ Ratio Deuda/Ebitda

2023

2022

-1,4

-17,6%

06

BPXPORT

Tras consolidarse como uno de los principales operadores de gimnasios municipales en el norte de España, BPXport ha decidido explorar nuevos territorios con los que ampliar su negocio. La gestora vasca de instalaciones deportivas facturó 40 millones de euros en 2023, y apuntaba a crecer un 17,5% interanual en 2024, hasta 47 millones de euros facturación y un ebitda de 7,5 millones de euros. A medio plazo, la empresa quiere elevar su resul-

tado operativo hasta los 10 millones de euros. Todo esto, tras la compra de la canaria Lude Gestiones y Servicios. Con esta adquisición sumó una concesión administrativa y once contratos de prestación de servicios deportivos, que en total dan servicio a 27.000 clientes. Como parte de esta operación, incorporó a José Calero, director general de Lude, como responsable de operaciones y de expansión en Canarias.

El archipiélago se sumó a la lista de regiones en las que opera, mientras que en Terrassa (Barcelona) ganó un contrato valorado en 53 millones de euros por el que también pujaban Forus y Àccura. En total, tiene implantación en Barcelona, Bizkaia, Cantabria, Gipuzkoa, Granada, Navarra, Valencia y Valladolid y estudia crecer con nuevas compras. "Nos gustaría poder incorporar algún activo de aquí a final de año, siempre y cuando las negociaciones fluyan", comenta Jaime Gutiérrez, antiguo ejecutivo de GO fit y DuIn Sports al que fichó como director general. A BPXport le interesan compañías con portfolios mixtos, que combinan la gestión integral de instalaciones con los contratos de prestación de servicio. Fundada en 2006, hoy está controlada por Sherpa Capital, fondo de inversión que fundó Fusio-nix-Co, holding dedicado a la compra-venta de activos mobiliarios y participaciones en empresas. ■



■ Ficha

Marcas
Sherpa Capital (51%)

Propiedad actual
Eusebio Güell,
Familia Navarro y
David Lloyd (5%)

Dirección general
Jaime Gutiérrez

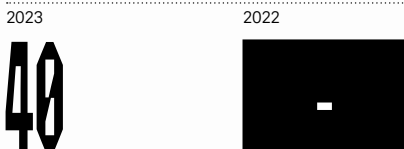
Empleados
1.300

Abonados
70.000

Número de centros
25

Aperturas en 2024
1

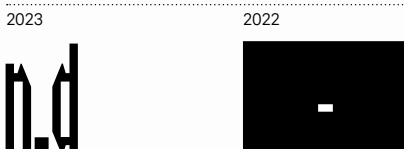
■ Facturación (en M€)



■ Gasto en plantilla (en M€)



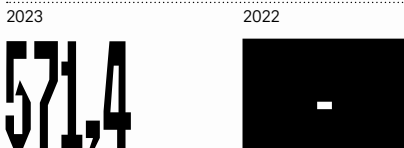
■ Resultado neto (en M€)



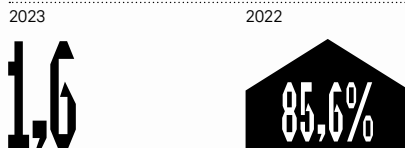
■ Deuda financiera neta (en M€)



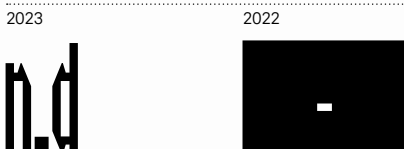
■ Ingreso medio por abonado (en €)



■ Ingreso medio por centro (en M€)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



07

BROOKLYN FITBOXING

Brooklyn Fitboxing se ha convertido en la marca líder del entrenamiento de boxeo sin contacto en España, y quiere replicar esa posición en todo el mundo. La compañía, que combina clubes propios y franquiciados, ha trazado un plan de crecimiento con el que prevé superar los 500 locales en todo el mundo antes de 2029.

En 2023, toda la red facturó 40 millones de euros tras superar las 200 instalaciones en todo el mundo. De éstos, más de 180 estaban

en España. La cadena dio continuidad a su expansión en 2024, con unos ingresos de 45 millones de euros y más de 240 establecimientos. En 2024 también desembarcó en América, con sus primeros tres gimnasios en México y la firma de un acuerdo para operar en Brasil.

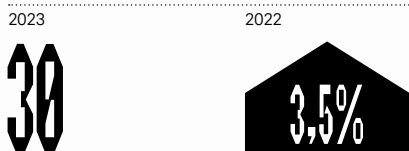
La cadena ha entrado en estos dos mercados con un nuevo modelo que sustituye el masterfranquiciado de un país por inversores que desarrollen zonas estratégicas

concretas, con un plan para abrir, al menos, diez clubes, y una inversión total de entre 2,5 millones y 3 millones de euros. "América de momento es un mercado complementario y no prioritario, pero estas dos ciudades son dos oportunidades suficientemente atractivas como para decir que no, ya que hemos visto mucha demanda por nuestra red. Nuestro core está de momento en España, Alemania, Francia e Italia, países donde queremos llegar a 200 clubes", explica Alberto Campo, director de desarrollo de Brooklyn Fitboxing.

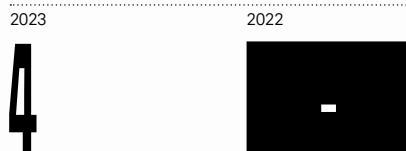
En 2025 podría sumar algún país más si fructifican las conversaciones que mantiene con potenciales inversores. El 80% de sus centros están operados por terceros. Apoyando esta expansión están los accionistas de la compañía, que en 2022 amplió capital en 10 millones de euros y dio entrada a José Múgica, ex consejero delegado de Ecoalf y el socio del fondo GA Partners Frédéric Gilg. ■



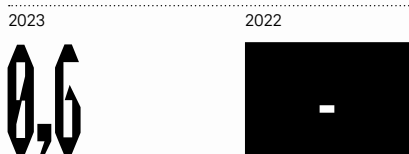
■ Facturación (en M€)



■ Gasto en plantilla (en M€)



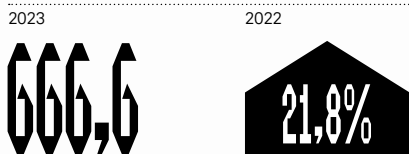
■ Resultado neto (en M€)



■ Deuda financiera neta (en M€)



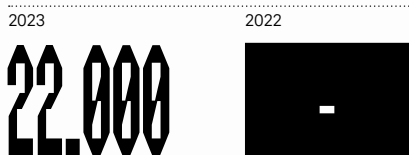
■ Ingreso medio por abonado (en €)



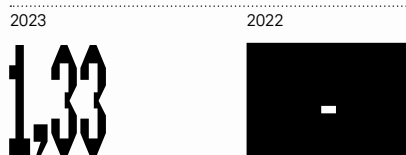
■ Ingreso medio por centro (en €)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



■ Ficha

Marcas

Brooklyn Fitboxing

Propiedad actual

Juan Pablo Nebrera,
Civis, Bejo Ventures,
Paulesti Blanco

Dirección general

Juan Pablo Nebrera

Empleados

798

Abonados

53.000

Número de centros

205

Aperturas en 2024

39

08

CET10

CET10 ha logrado las ventas más elevadas de su historia. La gestora de gimnasios, principalmente municipales, elevó un 33,8% sus ventas en 2023, hasta 17,4 millones de euros. Ese año sumó su segundo centro propio, en Mahón (Menorca) para alcanzar la docena de instalaciones en el país. La cadena facturó un 6,2% más que en prepandemia pese a contar con 29.600 inscritos, un 4,5% menos. Su recuperación continuó en 2024, cuando superó los

33.000 abonados, si bien no ha precisado la facturación del último ejercicio. La compañía catalana, que en los años noventa se dedicaba al deporte escolar y el ocio educativo, ha ido diversificando su presencia territorial y ya está en cuatro comunidades autónomas: Cataluña, con cinco instalaciones; Baleares, con tres; Comunidad de Madrid, y Comunidad Valenciana, con dos en cada una. La mejora del negocio se explica, en parte, por

la apertura en Madrid del CDM La Cebada a finales de 2022. Se trata de un contrato valorado en 13,5 millones de euros que se adjudicó la UTE que formó con Clece. La misma alianza por la que pujó sin éxito por el CDM Cea Bermúdez, en Madrid. En Barcelona instaló placas solares en los CEM Bac de Roda y CEM Júpiter, con parte de los 1,4 millones que el Ayuntamiento destinó al impulso de la energía verde. También invirtió otros 600.000 euros en la reforma de los CEM Bac de Roda y el CEM Júpiter, ambos de titularidad municipal. Estas inversiones se centraron en la ampliación de las salas de fitness, dando continuidad a la renovación de diferentes espacios que ya ejecutó en otros gimnasios que gestiona. Con estas reformas, dirigidas a adaptarse a las nuevas demandas y tendencias, reforzó su apuesta por las zonas de entrenamiento de fuerza y actualizó sus instalaciones con un diseño más moderno. ■



■ Ficha

Marcas
CET10

Propiedad actual
Fundación CET10

Dirección general
Carles Meilan

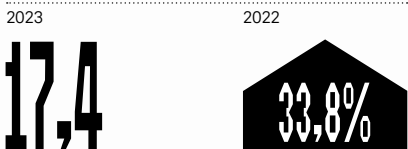
Empleados
416

Abonados
29.600

Número de centros
12

Aperturas en 2024
0

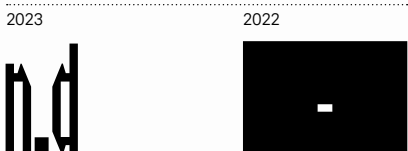
■ Facturación (en M€)



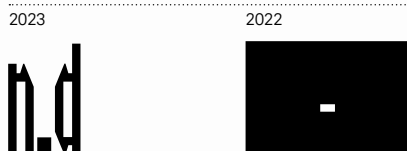
■ Gasto en plantilla (en M€)



■ Resultado neto (en M€)



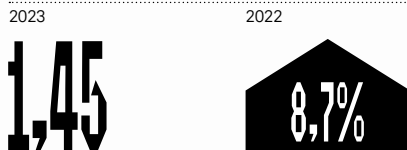
■ Deuda financiera neta (en M€)



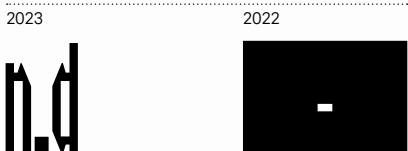
■ Ingreso medio por abonado (en €)



■ Ingreso medio por centro (en M€)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



09

Claror

Claror es una de las gestoras deportivas con mayor número de abonados en Barcelona. En 2023 elevó sus ventas un 8,7% interanual, hasta más de 23,9 millones de euros, gracias a superar los 43.300 socios, la cifra más alta de sus más de cuatro décadas de trayectoria. A ello contribuyeron la consolidación del CEM Can Caralleu, renovado de forma integral en 2021 con una inversión de 3,2 millones de euros, así como la apertura de su primer club propio

a finales de 2022. Pero también la creación de espacios *boutique*, como los de estilo bootcamp o pilates reformer. La compañía culminó en 2024 una inversión de cerca de 850.000 euros en este club, entre la obra y la renovación del equipamiento, para crear una nueva marca, Marítim by Claror, y reposicionarlo para atraer al público joven e internacional.

Su reto es "conectar con la comunidad tecnológica, de investigación y universitaria de nuestro

entorno; queremos ser un hub social para este público joven, emprendedor e investigador. Nos dirigimos sobre todo a los expatriados que trabajan en Barcelona, al trabajador de empresa tecnológica y a los universitarios; es un público que busca algo distinto a lo que veníamos ofreciendo", explica Gabriel Domingo, director general de Claror.

La cadena retomó su crecimiento al adjudicarse los servicios deportivos del CEM Patí Vic. Un contrato de dos años, que incluye una prórroga para dos años más, por los que podría llegar a facturar un millón de euros. El Ayuntamiento de Vic, por su parte, prevé invertir más de 7 millones de euros en la renovación de esta instalación en los próximos años. La gestora, en cambio, no optó a la renovación de la prestación de los servicios deportivos de las instalaciones municipales de Sant Joan Despí, cuyo contrato finalizó en diciembre de 2024. El nuevo contrato se lo adjudicó Ebone. ■



■ Facturación (en M€)

2023

2022

23,9

8,7%

■ Gasto en plantilla (en M€)

2023

2022

15,8

6,6%

■ Resultado neto (en M€)

2023

2022

0,49

444%

■ Deuda financiera neta (en M€)

2023

2022

1,2

-38,1%

■ Ficha

Marcas

Claror y 22 Fitness Club

Propiedad actual

Fundació Claror

Dirección general

Gabriel Domingo

Empleados

621

Abonados

43.367

Número de centros

6

Aperturas en 2024

0

■ Ingreso medio por abonado (en €)

2023

2022

579

2,1%

■ Ingreso medio por centro (en M€)

2023

2022

3,9

8,7%

■ Gasto medio por empleado (en €)

2023

2022

23.897

13,5%

■ Ratio Deuda/Ebitda

2023

2022

0,4

100%

10

PROFITADO

David Lloyd aspira a ser uno de los líderes del segmento *premium* en España. En 2023 superó los 32,6 millones de euros de facturación, principalmente por la consolidación de los tres clubes adquiridos a Áccura a finales de 2021 y en los que invirtió 9 millones en su renovación en 2022. La compañía esperaba dar continuidad a un ritmo de crecimiento de doble dígito en 2024, hasta superar los 37,5 millones de euros de facturación con siete instalacio-

nes a pleno rendimiento y más de 33.000 abonados.

El segundo principal operador de centros deportivos en Europa por ingresos dedicó buena parte de su equipo e inversión a la integración de sus últimas adquisiciones: los dos antiguos Reebok Sport Club, en los que invirtió 10 millones de euros, así como la remodelación integral del Club de Tenis Santana en Boadilla del Monte (Madrid). La inauguración de este último está prevista para el primer trimestre

de 2025, tras destinar 22,8 millones de euros a la compra y reforma del complejo.

La cadena británica ve un gran margen para expandirse en España. "Es un país clave en el que queremos replicar el modelo que tenemos en Reino Unido y crecer con clusters en las ciudades principales y otras secundarias", explica Stuart Caswell, director de nuevas aperturas en Europa. La cadena ve factible superar los 40 clubes en el país "a largo plazo". Para ello, ve "potencial" de crecimiento en Madrid y Barcelona, pero también en otras ciudades como Málaga, Valencia, Bilbao o Santander. David Lloyd incorporó al responsable regional de operaciones de GO fit, Carlos Peral, como director general en España. "El desafío que vemos que hay por delante es el de trabajar como una marca sólida dentro de España y posicionarnos como el referente de la industria en el segmento *premium*, con una propuesta diferente", afirma Peral. ■



■ Ficha

Marcas

David Lloyd

Propiedad actual

TDR Capital III Holding LP (74%) y TDR Capital Deuce Co investment (26%)

Dirección general

Carlos Peral

Empleados

188

Abonados

23.904

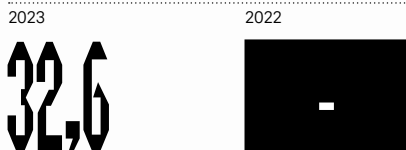
Número de centros

7

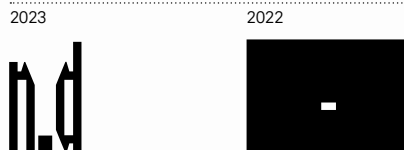
Aperturas en 2024

0

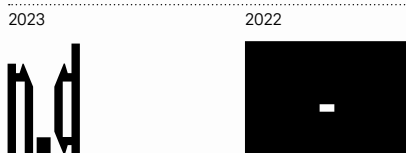
■ Facturación (en M€)



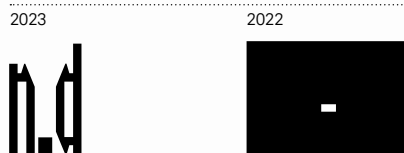
■ Gasto en plantilla (en M€)



■ Resultado neto (en M€)



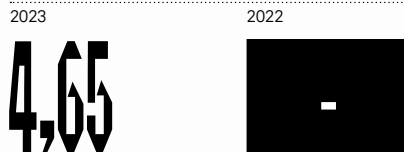
■ Deuda financiera neta (en M€)



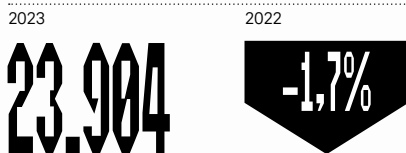
■ Ingreso medio por abonado (en €)



■ Ingreso medio por centro (en M€)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



11

BDiR

DiR se ha apoyado en la diversificación de formatos de club para dinamizar su negocio. La principal cadena de gimnasios por número de clientes de Cataluña elevó su facturación casi un 25% en 2023, quedándose ligeramente por debajo de 50 millones de euros, cifra que llegó a superar en 2019. Este crecimiento se explica tanto por la recuperación de abonados, acumulando más de 140.000 inscritos entre todas sus marcas, como por las aperturas de clubes.

Su expansión se cimentó sobre las franquicias de sus diferentes conceptos. YogaOne fue la que jugó un papel más destacado, pues ese año se acercó a las 60 ubicaciones, cifra que superó en 2024. La red de estudios de yoga le permitió crecer en Madrid, País Vasco, Andalucía, Navarra, Aragón, Castilla y León o Comunidad Valenciana. A esta última región también llegó a finales de 2023 con su primer gimnasio BDiR fuera de Cataluña. Un franquicia-

do destinó cerca de 100.000 euros a este local, pero apenas estuvo abierto más de un año. A finales de 2024 abrió en Piera (Barcelona) la primera franquicia de OneDiR, un modelo de centro más pequeño, con 500 metros cuadrados y con una elevada apuesta digital, con clases virtuales durante todo el horario de apertura. También integró a su red de franquicias una instalación con pistas de raqueta y piscina en Palau-solità i Plegamans (Barcelona).

El grupo supera el centenar de gimnasios con todas sus marcas y prevé alcanzar el centenar de franquicias -tenía 84 a cierre de 2024- en los próximos meses. A lo largo del año pasado la compañía fundada y dirigida por Ramon Canela refinanció deuda por valor de 5 millones de euros a través de tres emisiones de bonos. El grupo destinó estos fondos a remodelar locales, pero también a implementar otras mejoras. En 2025 inaugurará su primera concesión en Premià de Dalt. ■



■ Ficha

Marcas

DiR, BDiR, YogaOne, Jambox, Ò Wellness, OneDir

Propiedad actual

Familia Canela (75%)

Dirección general

Ramon Canela

Empleados

n.d

Abonados

140.000

Número de centros

94

Aperturas en 2024

10

■ Facturación (en M€)

2023

50

2022

25%

■ Gasto en plantilla (en M€)

2023

n.d

2022

-

■ Resultado neto (en M€)

2023

n.d

2022

-

■ Deuda financiera neta (en M€)

2023

n.d

2022

-

■ Ingreso medio por abonado (en €)

2023

357.142

2022

-

■ Ingreso medio por centro (en €)

2023

531.914

2022

14,3%

■ Gasto medio por empleado (en €)

2023

n.d

2022

-

■ Ratio Deuda/Ebitda

2023

n.d

2022

-

12

DREAMFIT

Dreamfit se ha apoyado en el reposicionamiento de su marca para alcanzar la facturación más elevada de su historia. La cadena dirigida por Rafael Cecilio batió su récord de ingresos en 2023, con 37,3 millones de euros, un 28% más interanual, pese a que no abrió ningún gimnasio nuevo. Y volvió a superar su marca en 2024, con 42,1 millones. La cadena rebasó por primera vez los 100.000 abonados en 2023 y los 110.000 en 2024. En ambos años subió sus

tarifas, que pasaron de 36,9 euros a 38,9 de 2024. En 2025 ha aplicado una nueva subida, hasta 40,9 euros mensuales, más del doble de los 19,9 euros con los que salió al mercado.

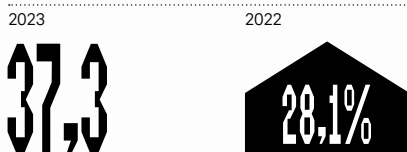
El fundador de la compañía sostiene que los precios continuarán aumentando, hasta situarse entre 45 y 50 euros al mes. "Entendemos que podemos cobrar más porque tenemos un producto que vale 70 euros", argumenta Cecilio. Estas subidas han ido acom-

pañadas de la renovación de sus centros, con una nueva imagen de marca y un estilo más cuidado. La cadena, que había mantenido en *standby* su expansión durante la pandemia, empezó a desencallar algunos de los proyectos que tenía firmados. En 2024 sumó dos aperturas, en Móstoles y Santiago de Compostela, y en 2025 destinará 12 millones a la inauguración de otros dos centros. Además, invertirá 24 millones hasta 2027 en la renovación de su red de 24 clubes.

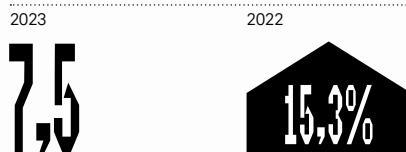
A finales de 2024 vendió un gimnasio en Valencia a VivaGym al no considerarlo un activo que cumpliera con su modelo de gimnasio de grandes dimensiones. Por contra, próximamente sumará al menos otros cinco en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona); Madrid, Coslada (Madrid), Córdoba y Bilbao. Su objetivo es crecer a un ritmo de entre dos y tres centros al año para tener 30 gimnasios en 2026 y facturar 80 millones con 40 clubes en 2030. ■



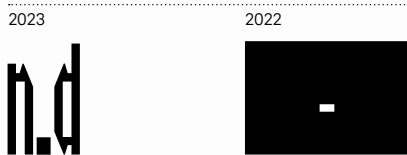
■ Facturación (en M€)



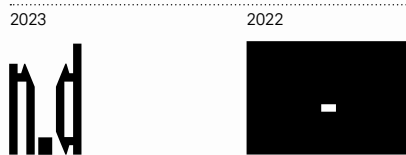
■ Gasto en plantilla (en M€)



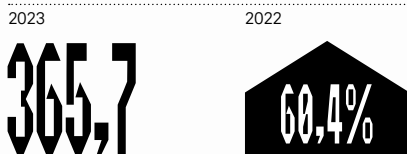
■ Resultado neto (en M€)



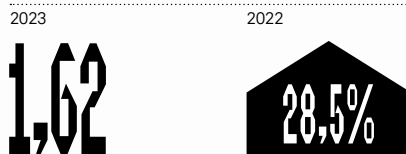
■ Deuda financiera neta (en M€)



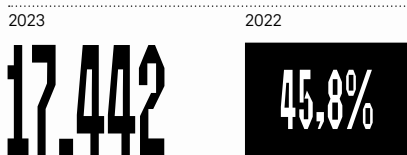
■ Ingreso medio por abonado (en €)



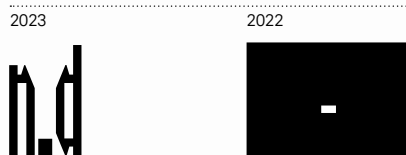
■ Ingreso medio por centro (en M€)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



■ Ficha

Marcas
DreamFit

Propiedad actual
Rafael Cecilio y family office segoviano

Dirección general
Rafael Cecilio

Empleados
430

Abonados
102.000

Número de centros
23

Aperturas en 2024
2

13

Enjoy Wellness

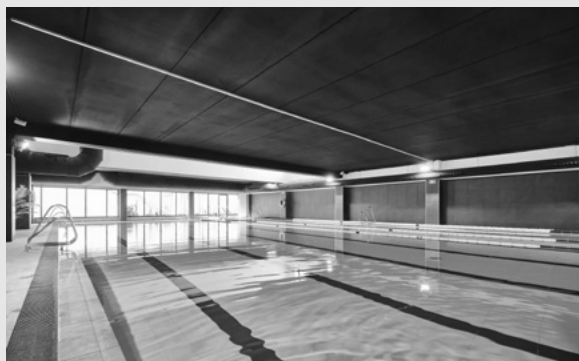
Enjoy Wellness se ha apoyado en su expansión para duplicar la facturación que registraba antes de la pandemia. La cadena dirigida por Óscar Tejada cerró 2023 con unos ingresos de 27,5 millones de euros, un 38% más que en 2022, mientras que el resultado operativo se situó en 9,2 millones de euros. La compañía dio continuidad a su crecimiento en 2024, con una facturación de 33,6 millones tras consolidar las aperturas realizadas entre 2021 y 2023.

Ese último año invirtió más de 17,5 millones de euros para crecer en Murcia y Jerez de la Frontera. Las nuevas instalaciones y la consolidación de las existentes -entonces, tenía 13 operativas- permitieron a la cadena cerrar 2023 con más de 100.000 abonados. En 2024 se ha sumado un nuevo complejo deportivo, y se espera que siga creciendo en los próximos meses. Enjoy está buscando terrenos privados, pero también públicos, ya principios

de 2025 se adjudicó la construcción y explotación de un gimnasio municipal en Zaragoza por el que podría llegar a facturar 223 millones en 73 años.

Un proyecto que se sumará a otros ocho que se irán inaugurando entre 2025 y 2026 en Carabanchel y Vallecas (Madrid), Albacete, Málaga, San Fernando (Cádiz), Zaragoza, Valladolid y Murcia. Los dos primeros supondrán su regreso a la capital española, donde no tiene presencia desde que a principios de 2022 dejó de operar el CDMI Fabrián Roncero, en el distrito de Barajas.

Éstos se suman al gimnasio que abrirá en Vila Nova de Gaia, en Portugal, que está parado temporalmente por cuestiones burocráticas y aún no tienen fecha de inicio de obras ni de apertura. En el país luso tenía atado otro proyecto que finalmente no desarrollará por falta de licencias. La compañía ha comprometido una inversión de 40 millones para las cinco aperturas previstas en 2025. ■



■ Ficha

■ Marcas

Enjoy Wellness

■ Propiedad actual

Espiga Capital (89%), Óscar Martínez y David Sotelo (11%)

■ Dirección general

Óscar Martínez

■ Empleados

447

■ Abonados

91.000

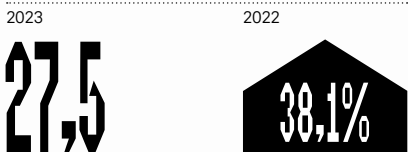
■ Número de centros

13

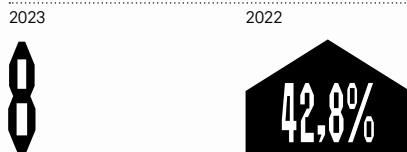
■ Aperturas en 2024

0

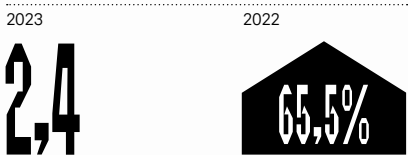
■ Facturación (en M€)



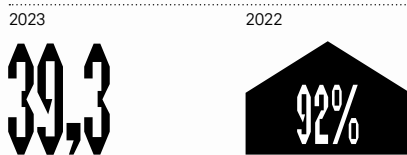
■ Gasto en plantilla (en M€)



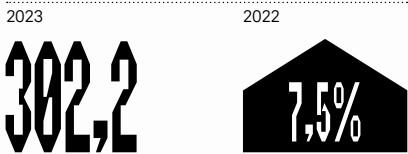
■ Resultado neto (en M€)



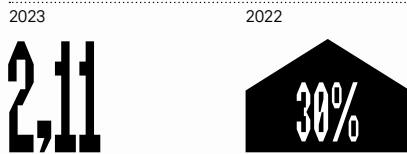
■ Deuda financiera neta (en M€)



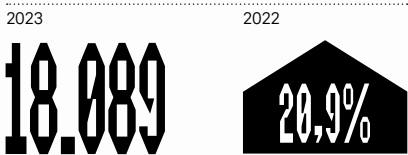
■ Ingreso medio por abonado (en €)



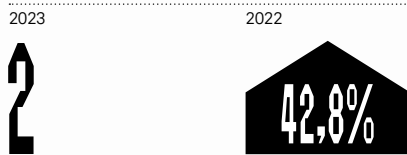
■ Ingreso medio por centro (en M€)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



14

Eurofitness

Eurofitness diversifica su negocio para volver a batir su récord de facturación. La gestora catalana de instalaciones deportivas cerró 2023 con unos ingresos de 30 millones de euros, un 27% más interanual. La mejora del negocio de la compañía se explica, en parte, por la recuperación de socios, pues finalizó ese año rozando los 60.000 inscritos, prácticamente la misma cifra que tenía antes de la pandemia con los mismos centros. En el resultado de 2023

se incluye la explotación de las pistas de tenis y pádel del CEM Riu Sec, un espacio de deportes de raqueta que se adjudicó a mediados de 2022. Además, en 2023 culminó una inversión de 800.000 euros para renovar el CEM Can Cu-yàs de Barcelona. Esa subida de ingresos mitigó, en parte, la escalada de los costes por suministros, que en 2023 se estabilizaron después de que los pagos por luz y gas se dispararan un 35% entre 2019 y 2022.

Tras más de 25 años de operaciones, la gestora catalana busca renovar sus centros para adaptarlos a los nuevos hábitos de consumo. Una modernización que no se limita al mantenimiento de sus instalaciones, sino que también pasa por incluir nuevas actividades como cross-training, Hiit, funcional o TRX, y, especialmente, por implementar un cambio digital para optimizar la experiencia de los usuarios.

“Tendremos un mix muy interesante, con polos casi antagónicos: la personalización con la IA y el entrenamiento funcional a través del trabajo con el propio cuerpo”, afirma Josep Viladot, director general de Eurofitness. La cadena se ha aliado con Layers of Reality para crear Alfa5 XR Sports. La joint venture invirtió 3 millones en la apertura de uno de los mayores recintos de realidad extendida y actividades en Barcelona. Un primer proyecto al que prevén sumar más en el futuro, en España y en el extranjero. ■



■ Ficha

Marcas

Eurofitness

Propiedad actual

Ubac y Ufec

Dirección general

Josep Viladot

Empleados

n.d

Abonados

60.000

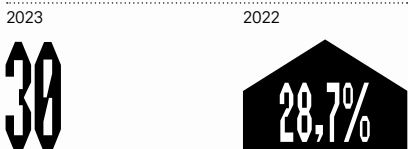
Número de centros

21

Aperturas en 2024

1

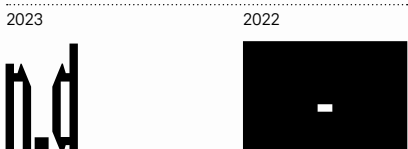
■ **Facturación (en M€)**



■ **Gasto en plantilla (en M€)**



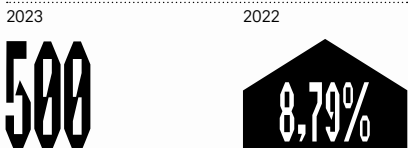
■ **Resultado neto (en M€)**



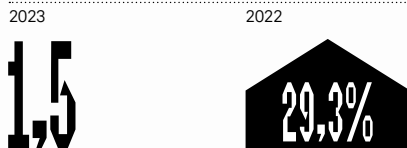
■ **Deuda financiera neta (en M€)**



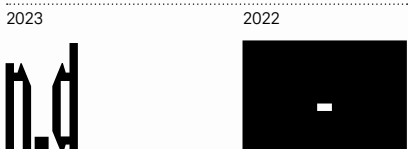
■ **Ingreso medio por abonado (en €)**



■ **Ingreso medio por centro (en M€)**



■ **Gasto medio por empleado (en €)**



■ **Ratio Deuda/Ebitda**



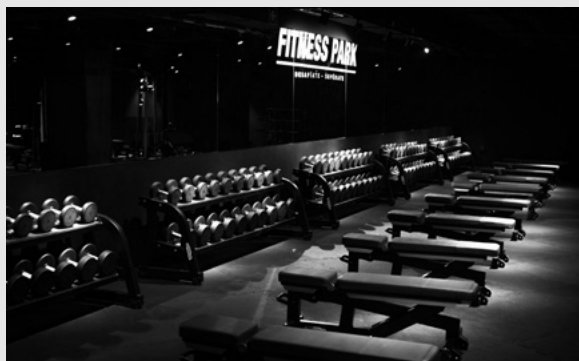
15

FITNESS PARK

Fitness Park no quiere quedarse atrás en la carrera por el liderazgo del segmento *low cost* en España. La cadena, que en el país opera a través de la masterfranquicia controlada por Upgyms, facturó 42 millones de euros en 2023, cinco veces más que en 2022 gracias a la apertura de 13 clubes con los que duplicó su tamaño, hasta 27 centros. La compañía prevé movilizar la inversión de alrededor de 70 millones de euros en 2025 para abrir un mínimo de 34 clu-

bes en los próximos meses. Un rally inversor con el que prácticamente doblará su actual red en el país, formada por 47 gimnasios que en 2024 facturaron más de 60 millones de euros con 184.000 socios. Su intención es continuar ampliando sus ingresos hasta 90 millones en 2025, gracias tanto a la consolidación de los últimos locales que ha inaugurado como los que prevé añadir durante este año, en el que aspira a alcanzar las 80 instalaciones. En 2024 batió

su propio récord de aperturas en España, con 20, siete más que en 2023. La compañía destinó más de 50 millones a crecer en 2024. Los últimos tres los inauguró a finales de diciembre. España se ha convertido en su primer mercado al sur de Europa, y en 2025 prevé alcanzar los 80 gimnasios. Ya tiene presencia en diez comunidades autónomas. La mayoría se concentran en la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana, donde tiene siete, seguidas por Cataluña, con seis, País Vasco y Murcia, con cinco cada una. A partir de 2025, acelerará especialmente su crecimiento en Andalucía, donde sumará una decena de clubes a los cuatro que explota en las provincias de Sevilla, Málaga, Cádiz y Granada. La ciudad donde tiene previsto crecer más en 2025 es Barcelona. Ahí tiene firmados cuatro proyectos, con los que pasará de tres a siete clubes. También crecerá en Madrid, Valencia y Bilbao, con dos clubes en cada municipio. ■



■ Ficha

Marcas

Fitness Park

Propiedad actual

Upgyms

Dirección general

Frédéric Conquet

Empleados

450

Abonados

105.000

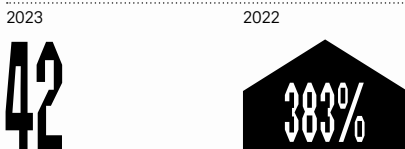
Número de centros

27

Aperturas en 2024

20

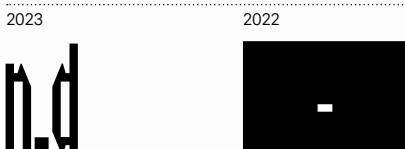
■ **Facturación (en M€)**



■ **Gasto en plantilla (en M€)**



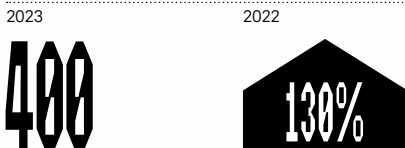
■ **Resultado neto (en M€)**



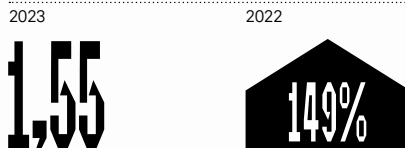
■ **Deuda financiera neta (en M€)**



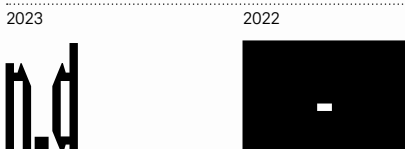
■ **Ingreso medio por abonado (en €)**



■ **Ingreso medio por centro (en €)**



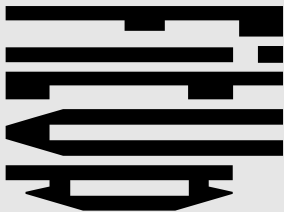
■ **Gasto medio por empleado (en €)**



■ **Ratio Deuda/Ebitda**



16



FitUp era una de las pocas compañías españolas con una red que superaba los veinte gimnasios y que aún no había abierto su capital a los fondos de inversión. En 2023, la cadena elevó su facturación hasta 14,8 millones de euros, impulsada por las dos instalaciones que inauguró ese año en la calle Serrano y el mercado de San Pascual, ambos en Madrid, con una inversión cercana a 1,7 millones de euros. En 2024, batió su récord de ingresos, con

17 millones de euros, y rozó los 55.000 socios. La posición de la empresa fundada y dirigida por Carlos Castañeda llamó la atención de VivaGym, que a finales de 2024 cerró la compra de 20 de sus clubes. De estos, quince están en la Comunidad de Madrid y el resto se ubican en Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña y Asturias. Quedaron al margen de la operación el FitUp Serrano, en Madrid, dos FitUp Padel Hub by Gaby Reca, así como

las concesiones que se adjudicó en alianza con Mistral 2010. Antes de su venta, la compañía había comprometido una inversión de cerca de 4 millones de euros para crecer en 2024. A principios de ese año materializó un proyecto en el mercado de Villaverde de Madrid al que destinó cerca de 1,5 millones de euros. Y tenía previsto desembarcar en Canarias con un gimnasio en La Laguna, cuya apertura se demoró unos meses por el retraso en la obtención de las licencias administrativas para empezar las obras. Un proyecto que finalmente ejecutará VivaGym como parte de la compraventa. Durante ese año continuó explorando nuevas ubicaciones. A principios de 2025 reanudó su crecimiento, con la compra de un antiguo Altafit en Barcelona, al que sumará otro club en Huesca, con el que se entrenará también en Aragón. "Tenemos la intención de continuar operando, porque FitUp no desaparece en absoluto", afirma Castañeda. ■



■ Ficha

Marcas

FitUp

Propiedad actual

Carlos Castañeda

Dirección general

Carlos Castañeda

Empleados

280

Abonados

50.000

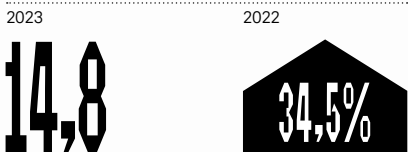
Número de centros

19

Aperturas en 2024

1

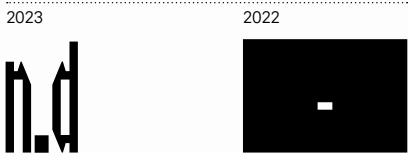
■ **Facturación (en M€)**



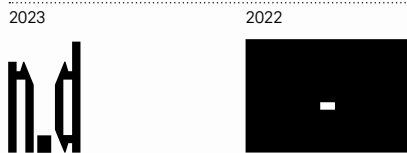
■ **Gasto en plantilla (en M€)**



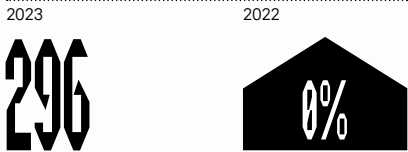
■ **Resultado neto (en M€)**



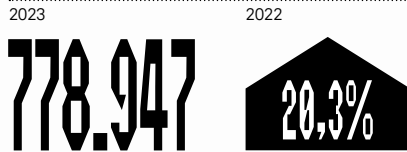
■ **Deuda financiera neta (en M€)**



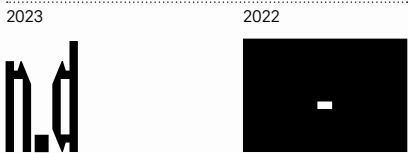
■ **Ingreso medio por abonado (en €)**



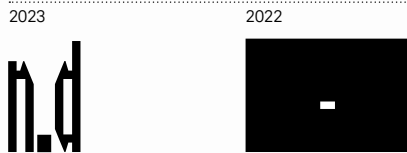
■ **Ingreso medio por centro (en €)**



■ **Gasto medio por empleado (en €)**



■ **Ratio Deuda/Ebitda**



17

FORUS

Forus se ha convertido en la primera cadena de instalaciones deportivas que supera los 120 millones de facturación en España. Y los concursos adjudicados y las adquisiciones ejecutadas en los últimos años refuerzan su plan para mantenerse como uno de los tres principales operadores del mercado en términos de negocio e implantación del país. Con Paloma Pérez como consejera delegada desde finales de 2023, la gestora presidida por Ignacio Triana ele-

vó sus ingresos un 14,3% interanual, mientras que las pérdidas se incrementaron un 30,8%, hasta 41,6 millones de euros. Un crecimiento que alargó en 2024, cuando facturó 128 millones. A finales de 2024 recibió una inyección de 50 millones de JP Morgan mediante la capitalización de la deuda que vencía ese año. De este modo, extendió las obligaciones de pago previstas a 2029 y 2030. En paralelo, acordó con sus acreedores una quita de 106 millones, con

lo que recortó muy buena parte de su deuda. La compañía, que cuenta con más de 385.000 clientes en sus 68 instalaciones entre España, Italia y Portugal, no inauguró ningún centro en 2023. Un año más tarde sí creció en el ámbito de la prestación de servicios con algunos contratos en Cataluña. Por uno de ellos, en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), podría llegar a facturar hasta 8,5 millones de euros en cinco años. En la misma provincia asumió los servicios deportivos y administrativos del CEM Montcada Aqua, un contrato valorado en más de 1,7 millones, y del CEM d'en Peixo, en El Prat de Llobregat, por la que podría llegar a percibir 2,8 millones de euros. Asimismo, se adjudicó la gestión integral de un complejo en Cerdanyola del Vallès, contrato valorado en 4,5 millones. Optó a gestionar un gimnasio municipal en Zaragoza valorado en 223 millones que se adjudicó Enjoy y otro Terrassa, valorado en 53 millones, que ganó BPXport. ■



■ Ficha

Marcas
Forus

Propiedad actual
JP Morgan

Dirección general
Ignacio Triana

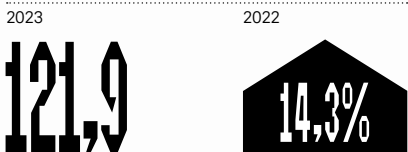
Empleados
1.863

Abonados
385.000

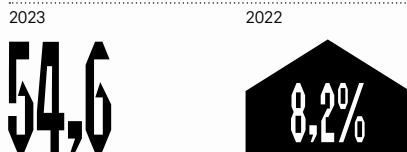
Número de centros
68

Aperturas en 2024
0

■ Facturación (en M€)



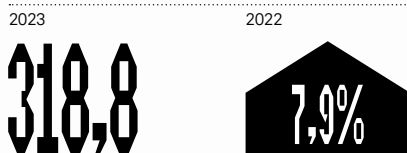
■ Gasto en plantilla (en M€)



■ Resultado neto (en M€)



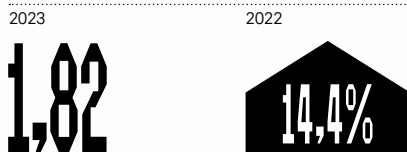
■ Deuda financiera neta (en M€)



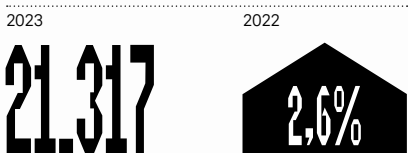
■ Ingreso medio por abonado (en €)



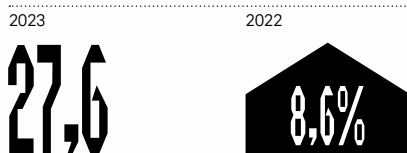
■ Ingreso medio por centro (en M€)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



18

GO fit

GO fit continúa su proceso de recuperación, mientras avanza en su plan de expansión internacional. La gestora de instalaciones deportivas municipales creció un 13,2% interanual en 2023 y alcanzó su récord de facturación, con 78,6 millones de euros. Ello, sin realizar ninguna apertura y creciendo gracias a la recuperación de clientes y el incremento del precio de las tarifas.

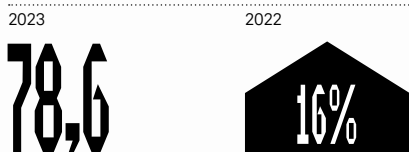
Esa mejoría en el negocio, en la que ya no se incluyen los ingresos

de Trainingym tras venderla, tuvo su réplica en la rentabilidad. GO fit elevó su ebitda un 16,7% interanual, hasta 23 millones de euros, la cifra más elevada de su historia. Esta mejora es fruto tanto de unas mayores ventas, como una mejora en la eficiencia de costes. Por un lado, porque hasta 2029 tiene fijado el precio que paga por la energía. Por otro lado, por las coberturas de tipos de interés que permite fijar el coste de la deuda. En paralelo, a finales de 2023

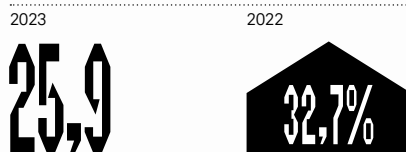
realizó una ampliación de capital por valor de 40,8 millones de euros, de los que 21,5 millones fueron compensaciones de créditos de sus accionistas. En 2024, José María Jon Riberas, presidente de Gonvarri, compró el 15% de la compañía a Aecon Investments. La mejoría de su negocio continuó en 2024, año en el que esperaba facturar 84 millones. Un crecimiento que se acelerará en 2025, tras completar una inversión de más de 22 millones en Santa Cruz de Tenerife, proyecto al que sumará otros dos en Milán y Turín. "Queremos crecer en Italia y en distintas ciudades con una alianza bajo colaboración público-privada para el diseño, la construcción y la operativa de los centros deportivos en ese país", afirma Mário Barbosa, consejero delegado de GO fit. Pese a participar en el diálogo competitivo para el proyecto de obra y explotación del nuevo pabellón La Casilla de Bilbao, finalmente no presentó ninguna oferta. ■



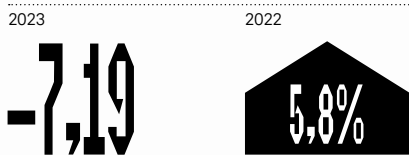
■ Facturación (en M€)



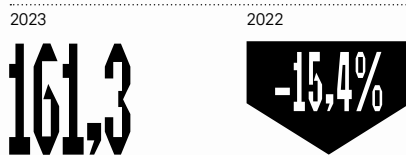
■ Gasto en plantilla (en M€)



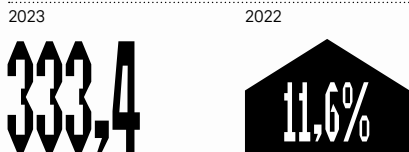
■ Resultado neto (en M€)



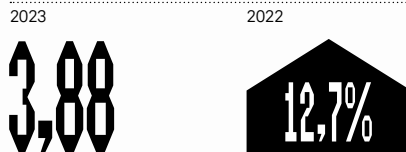
■ Deuda financiera neta (en M€)



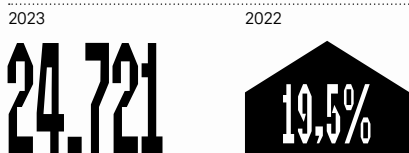
■ Ingreso medio por abonado (en €)



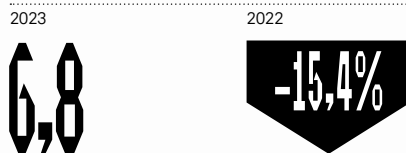
■ Ingreso medio por centro (en €)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



■ Ficha

Marcas

GO Fit

Propiedad actual

Torreal (53,28%)
Mutua Madrileña (30,46%)
Ion Ion (14,83%)

Consejero delegado

Mario Barbosa

Empleados

1.049

Abonados

233.000

Número de centros

20

Aperturas en 2024

0

19

McFIT

RSG Group volvió a la rentabilidad en su último año de operaciones en España. Precursora del modelo *low cost* en España en 2009, el dueño de McFIT acumuló importantes pérdidas compensadas por su matriz durante más de una década. Así aceleró su expansión antes de vender su negocio en el país a Basic-Fit. La venta se firmó tras un 2023 en que su filial ganó 1,6 millones de euros, cerrando así su primer año en beneficios en el país. Un resultado que

se explica por el crecimiento que experimentaron sus ventas, que se elevaron un 20,7% interanual, hasta 49,5 millones de euros con 75.000 clientes. La radiografía del negocio de RSG Group Spain también muestra que cerró 2023 con el ebitda más elevado de su historia, con 8,2 millones de euros. Ese año, aún no había recuperado el volumen de clientes de antes de la pandemia, algo que la compañía atribuyó "al incremento de los precios realiza-

dos a los socios a partir de enero de 2022, en línea con los precios aplicados a los nuevos socios". Tras un proceso de venta al que también acudió VivaGym, finalmente fue Basic-Fit la que tomó el control de 42 gimnasios McFit y otros cinco HolmesPlace en España. La transacción se completó en marzo de 2024, aunque pocas semanas después la cadena neerlandesa traspasó los clubes *premium* a We/On. La desinversión realizada por RSG Group en España se explica, principalmente, por el cambio de rumbo tomado por la nueva dirección del grupo tras el fallecimiento de su fundador, Rainer Schaller. Ahora, el foco de crecimiento del grupo se centra en los mercados germanohablantes y en Estados Unidos, donde prevé crecer con centros propios. En el resto de mercados, RSG Group sólo tendrá presencia a través de franquicias. De hecho, regresará a España en 2025 con otra de sus marcas, Gold's Gym. ■



■ Ficha

Marcas

McFITy Holmes Place

Propiedad actual

Basic-Fit

Dirección general

Rafael Lirio

Empleados

659

Abonados

75.000

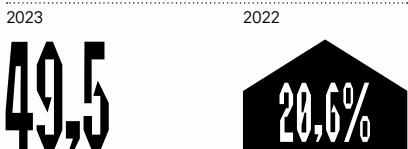
Número de centros

47

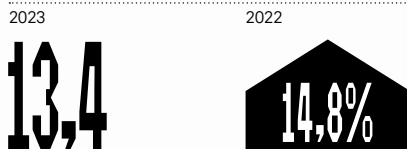
Aperturas en 2024

0

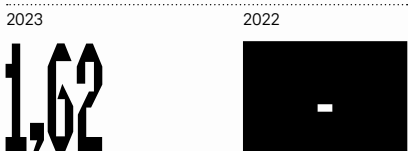
■ **Facturación (en M€)**



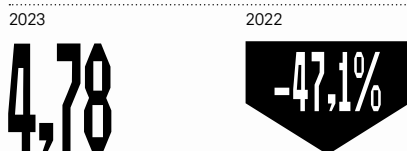
■ **Gasto en plantilla (en M€)**



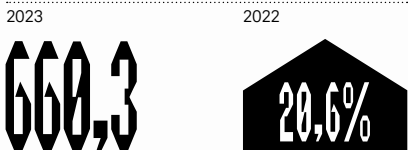
■ **Resultado neto (en M€)**



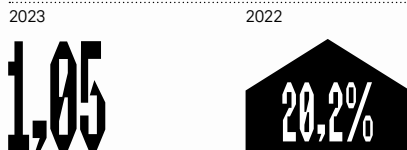
■ **Deuda financiera neta (en M€)**



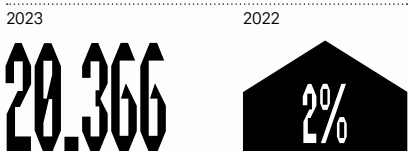
■ **Ingreso medio por abonado (en €)**



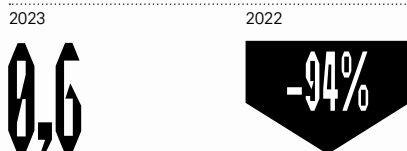
■ **Ingreso medio por centro (en M€)**



■ **Gasto medio por empleado (en €)**



■ **Ratio Deuda/Ebitda**



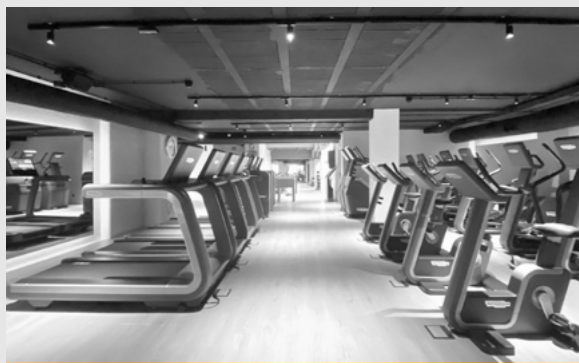
20

Metropolitan

Metropolitan ha reactivado en los últimos meses su expansión en España y Francia. La cadena de gimnasios *premium* culminó en 2023 una inversión de 14,5 millones de euros para abrir cuatro clubes: uno en Sant Just Desvern (Barcelona), a finales de 2023, y otros tres en Madrid, Ourense y Niza, en 2024. Un rally inversor que se eleva a 23 millones de euros si se tienen en cuenta el plan de reformas y mejoras de otras instalaciones existentes que se

ha ejecutado en los últimos dos ejercicios. En 2024, la compañía dirigida por Albert Soler volvió a superar la veintena de clubes -23, en total- tras prescindir de cuatro instalaciones en el marco de los cambios en el equipo gestor y de otros dos, en Murcia y Torrelavega (Cantabria), por no ajustarse al nuevo modelo. Por contra, sumó un nuevo club en San Sebastián. Con todo, la cadena de fitness controlada por la familia Castro

logró elevar sus ventas hasta 70 millones de euros en 2023 y esperaba crecer hasta 80 millones en 2024. Entre los motivos que explican esta subida se encuentran la renovación y ampliación de su red, así como el incremento de cuotas. "Podemos escalar este modelo y no solo hacerlo una vez en una ciudad, sino que lo podemos replicar en diferentes ubicaciones y esa es la diferencia por la que somos la cadena más importante en este segmento", afirma Albert Soler, CEO de la empresa desde 2024. La compañía continúa explorando oportunidades tanto en España como en el extranjero. "Buscamos sitios donde haya oferta de *low cost* y *mid-market*, lo que significa que habrá un colectivo de personas acostumbradas a ir a un club que, algún día, tal vez querrán aspirar a buscar algo distinto, un concepto de centro *premium* que no sólo sea ejercicio físico, sino también nutrición o belleza", añade Soler. ■



■ Ficha

Marcas

Metropolitan

Propiedad actual

José Antonio Castro (75%)
y Javier y Sergio Pellón (25%)

Consejero delegado

Albert Soler

Empleados

n.d

Abonados

90.000

Número de centros

20

Aperturas en 2024

2

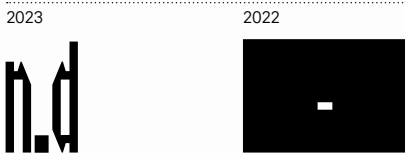
■ **Facturación (en M€)**



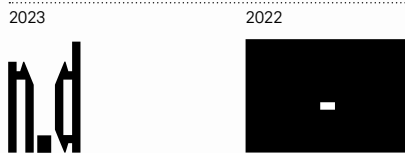
■ **Gasto en plantilla (en M€)**



■ **Resultado neto (en M€)**



■ **Deuda financiera neta (en M€)**



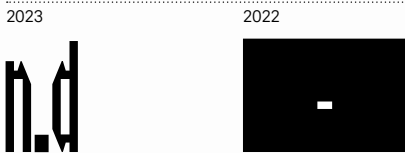
■ **Ingreso medio por abonado (en €)**



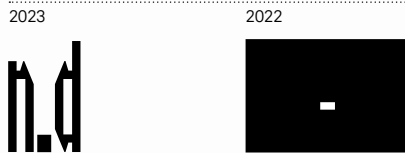
■ **Ingreso medio por centro (en M€)**



■ **Gasto medio por empleado (en €)**



■ **Ratio Deuda/Ebitda**



21

Paidesport Center

Paidesport Center lleva meses preparándose para el redimensionamiento de su proyecto. La cadena de gimnasios, que antes de la pandemia llegó a facturar 11,1 millones de euros, cerró 2023 con unos ingresos de 8,5 millones de euros, un 7,5% más que en 2022. Aun así, entre las razones que explican su retroceso respecto a 2019 está que en el camino dejó de operar dos clubes, uno de ellos el de Torre Picasso de Madrid, que cerró en 2021. En 2022

cerró un gimnasio en Zaragoza por el derribo del centro comercial Plaza Imperial.

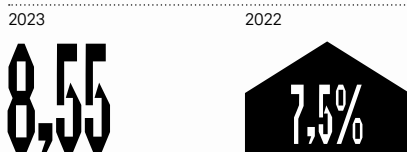
Año contra año, la mejora de sus ventas en 2023, junto a la reducción del gasto en suministros, le permitió ganar 734.000 euros. Así, dejó atrás el rojo después de acumular unas pérdidas de casi 4,2 millones de euros entre 2020 y 2022. Su recuperación tuvo continuidad en 2024, cuando elevó sus ingresos un 11% interanual con los nueve gimnasios que man-

tenía, hasta más de 9,5 millones de euros. Ello, pese a que prosiguió con su paulatina desinversión, en este caso, con la venta de tres clubes a Planet Fitness: el del centro comercial Parquesur, de Leganés, el del centro comercial Parque Corredor, en Torrejón de Ardoz, y el del centro comercial Bonaire, ubicado en Aldaia (Valencia). Este último tuvo que cerrar varios meses porque quedó afectado por la Dana.

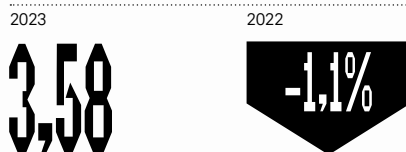
Estos no serán los únicos establecimientos que Paidesport dejará de operar, puesto que entre 2026 y 2027 cesará el que gestiona en el centro comercial La Ermita, en Madrid. El consistorio ha aprobado un plan para la demolición del recinto y la construcción de cerca de 550 viviendas y de un nuevo centro deportivo que incluirá una piscina pública cubierta y un gimnasio. La compañía recibirá una indemnización por el lucro cesante de este establecimiento, cuyo contrato de alquiler vencía en 2032. ■



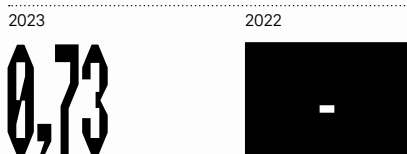
■ Facturación (en M€)



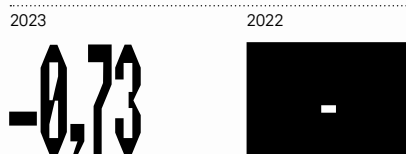
■ Gasto en plantilla (en M€)



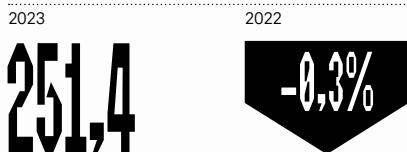
■ Resultado neto (en M€)



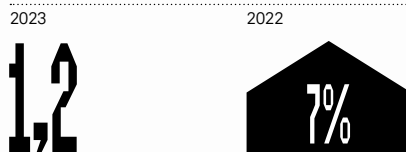
■ Deuda financiera neta (en M€)



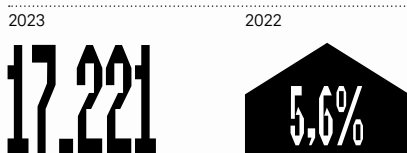
■ Ingreso medio por abonado (en €)



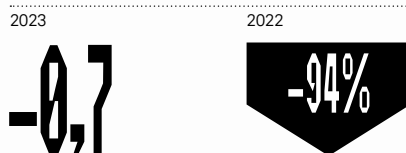
■ Ingreso medio por centro (en M€)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



■ Ficha

Marcas

Paidesport Center

Propiedad actual

Aurelio Gómez

Dirección general

Aurelio Gómez

Empleados

208

Abonados

34.000

Número de centros

7

Aperturas en 2024

0

22

Sparta Sport Center

Sparta Sport Center quiere hacerse fuerte en el norte de la Península Ibérica. La cadena navarra cerró 2023 con una facturación de más de 6 millones de euros, cifra que elevó a más de 9 millones en 2024. Esta mejora en su negocio se explica por las aperturas realizadas el último año, pero también por la consolidación de los 12 gimnasios que inauguró entre 2022 y 2024. La compañía fundada por Óscar Vergara aceleró su expansión a

partir de finales de 2022, tras la venta de una participación minoritaria por algo más de 1,8 millones de euros a dos inversores mexicanos, Silent Atlantic Management y Medio Ambiente y Habitat Inmuebles. Su entrada aceleró el rally inversor de la compañía, que sumó cuatro gimnasios en 2022, 2023 y 2024. De esta forma, prácticamente triplicó el tamaño de su red, que pasó de tener siete a 19 ubicaciones en apenas tres años. Y su intención es alcanzar los 25 es-

tablecimientos en 2025, con una inversión de más de 5,7 millones en seis clubes.

La compañía nació en 2014, cuando Óscar Vergara, que entonces ejercía como jefe de obra en una constructora, decidió aprovechar la salida de esa compañía para emprender. Sólo en 2023 destinó 4 millones de euros a cuatro locales, entre los que se incluye su debut en Cataluña en el local que ocupó Zenkiu, uno de los primeros grandes gimnasios de Lleida. Inaugurado en 2003, un franquiciado del grupo DiR lo operó con la marca BDiR Lleida entre 2019 y 2020. Con la llegada de la pandemia, optó por no continuar con su gestión.

Además de este club, Sparta Sport Center ha crecido en la gran mayoría de regiones del norte de España. Actualmente, gestiona cuatro clubes en Navarra; tres en País Vasco, Castilla-La Mancha y Castilla y León; y uno en Aragón, Asturias, Cantabria, Cataluña, Comunidad Valenciana y La Rioja. ■



■ Ficha

Marcas
Sparta Sport Center

Propiedad actual
Oscar Vergara
Silent Atlantic Management y
Medio Ambiente y Habitat Inmuebles

Dirección general
Oscar Vergara

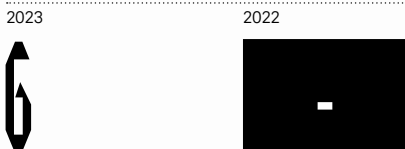
Empleados
140

Abonados
n.d

Número de centros
15

Aperturas en 2024
3

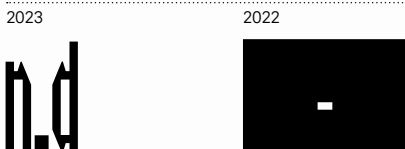
■ Facturación (en M€)



■ Gasto en plantilla (en M€)



■ Resultado neto (en M€)



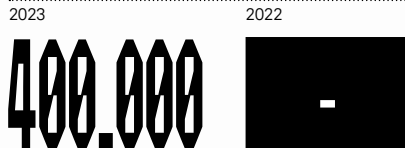
■ Deuda financiera neta (en M€)



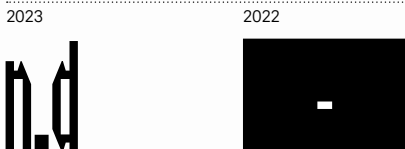
■ Ingreso medio por abonado (en €)



■ Ingreso medio por centro (en €)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



23

ALIAS

Supera ha dejado atrás el impacto de la crisis sanitaria y de suministros. La compañía, controlada por Portobello Capital, cerró 2023 con una facturación de 50,3 millones de euros en España, un 25,6% más interanual y un 3,7% por encima de 2019 pese a no haber aumentado el tamaño de su red de clubes. La mejoría de su negocio le permitió recortar pérdidas un 82% interanual, hasta 1,7 millones de euros. Los números rojos acumulados entre 2020 y 2023 se

sitúan en 27,6 millones, lejos de los más de 9,9 millones que ganó entre 2016 y 2019. Eso sí, su ebit en 2023 fue positivo por primera vez desde entonces: sin contar los costes financieros, el resultado operativo subió a 5 millones y su ebitda pasó de 2,4 millones a 12,6 millones de euros en un año. Ahora, el grupo pretende apoyarse en su expansión para lograr una ebitda de 29,6 millones en 2028. En febrero de 2023, puso en marcha su tercer club en Portugal, al

que siguió el cuarto en marzo de 2024, tras una inversión de más de 11 millones en Lisboa. En el mercado luso tiene cuatro instalaciones en construcción, dos de las cuales, en Coimbra y Seixal, abrirán en 2025. Aunque a futuro también tiene proyectos en Italia, su principal palanca de crecimiento en los próximos años será Portugal.

Para seguir adelante con su plan de expansión, la compañía consiguió refinanciar 70 millones de euros de deuda con bonistas hasta 2028. Además, extendió el plazo de devolución del 50% del capital pendiente de amortización del crédito concedido por Cofides, de 3 millones de euros, hasta marzo de 2026. La deuda neta de la cadena gallega se situó en 114,4 millones de euros a cierre de 2023, un 2% menos en comparación con 2022. La compañía cerró el primer semestre de 2024 con una facturación de 23,5 millones en España, un 5,5% más y un beneficio de 804.000 euros. ■



■ Ficha

■ Marcas

Supera, Supera 24 Fitness

■ Propiedad actual

Portobello Capital (57,5%)

■ Dirección general

Guillermo Druet

■ Empleados

637

■ Abonados

231.000

■ Número de centros

46

■ Aperturas en 2024

1

■ Facturación (en M€)

2023

2022

50,3

25,5%

■ Gasto en plantilla (en M€)

2023

2022

17,2

15,4%

■ Resultado neto (en M€)

2023

2022

-1,69

82,5%

■ Deuda financiera neta (en M€)

2023

2022

114,3

-2%

■ Ingreso medio por abonado (en €)

2023

2022

218,1

26,2%

■ Ingreso medio por centro (en M€)

2023

2022

1,1

26,4%

■ Gasto medio por empleado (en €)

2023

2022

27.094

15,5%

■ Ratio Deuda/Ebitda

2023

2022

9

-81%

24

WFS Synergym

Synergym ha sido uno de los operadores de bajo coste que más ha crecido en los últimos años. Pese a que en 2021 sólo realizó dos aperturas, la cadena andaluza firmó en 2023 el segundo año con más inauguraciones de su historia, 24, apenas cuatro menos que en 2022. Alcanzar los 88 clubes permitió a la empresa dirigida por Jordi Bella facturar 37 millones de euros en 2023, un 72,7% más interanual. La compañía dio continuidad a este crecimiento en un

2024 en el que se acercó a los 120 clubes y logró unos ingresos de 49,1 millones de euros. Pese al plan inversor desarrollado en los últimos años, en 2023 se acercó a la rentabilidad, pues recortó sus pérdidas hasta 537.000 euros, menos de la mitad de los 1,3 millones de 2022. Además, más que duplicó su ebitda, que pasó de 4,4 millones en 2022 a 10,7 millones de euros en 2023. Este crecimiento se explica por la consolidación de los gimnasios

ya maduros y las nuevas aperturas. Una mejora en su negocio a la que dio continuidad en 2024, año del décimo aniversario en el que cumplió el objetivo que se marcó cuando se fundó: superar el centener de instalaciones en España. Apunta a qué en 2025 continuará en esa senda, ya que prevé alcanzar los 160 gimnasios. Para ayudar a afrontar este plan, la compañía incorporó como director de operaciones a Javier Juliá, exdirector de franquicias de Adidas en Latinoamérica. Además, ha obtenido financiación bancaria y el apoyo de sus accionistas. En 2022 obtuvo un préstamo de 14,4 millones de euros de su socio luso, Oxy Capital. Dos años después, dio entrada a un tercer fondo de expansión, All Seas Capital, que tomó una participación minoritaria. Y este 2025 ha firmado un crédito sindicado de Santander, BBVA, Deutsche Bank y Unicaja por valor de 70 millones para abrir 80 gimnasios y superar los 200 establecimientos en el país en 2026. ■



■ Synergym

Marcas
Synergym

Propiedad actual
Sergey Miteyko
Leonard Lvovich
Growth Partner
y Oxy Capital

Dirección general
Jordi Bella

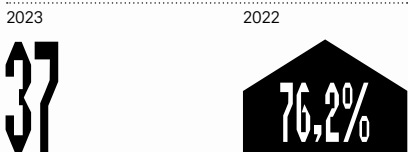
Empleados
419

Abonados
200.000

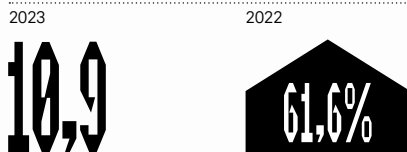
Número de centros
88

Aperturas en 2024
31

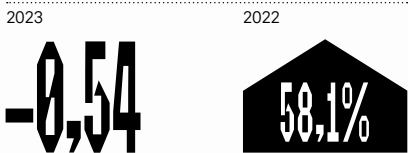
■ Facturación (en M€)



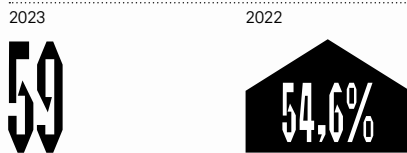
■ Gasto en plantilla (en M€)



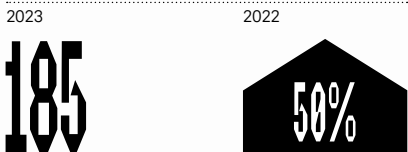
■ Resultado neto (en M€)



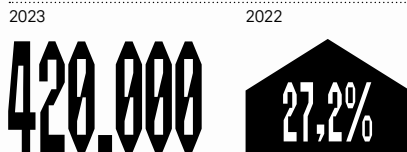
■ Deuda financiera neta (en M€)



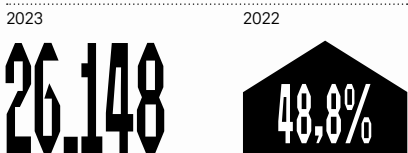
■ Ingreso medio por abonado (en €)



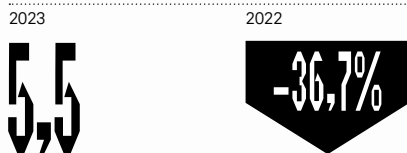
■ Ingreso medio por centro (en €)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



25

Viding Fitness

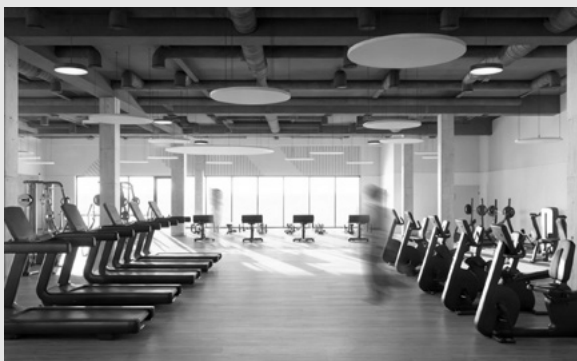
Viding Fitness retoma sus planes de expansión después de tres años de digerir sus últimas adquisiciones. La gestora de centros deportivos elevó su facturación un 47,6% entre 2019 y 2023, hasta 31 millones de euros, un periodo en el que ha sumado cinco instalaciones a su red. Su previsión era dar continuidad a la senda del crecimiento en 2024, mejorando sus ingresos un 11,2% hasta 34,5 millones de euros. Además, la compañía anunció un plan para invertir

45 millones en crecer o mejorar sus centros entre 2024 y 2025. Más de la mitad de este importe se está destinando a la expansión territorial, y en diciembre de 2024 abrió su primer gimnasio propio en Madrid. Con más de 11.000 metros cuadrados, Viding Fitness La Castellana se convirtió en su undécimo complejo deportivo. En Valladolid abrirá una instalación de 6.000 metros cuadrados en verano de 2025. La gestora, que supera los 60.000 abonados, dejó

en stand by otro proyecto en Salamanca a la espera de obtener financiación.

“Tenemos voluntad de crecer, aunque no tenemos presión por abrir un determinado número de centros”, comenta Álvaro Gumuzio, director comercial y de marketing de Viding. No descarta nuevas compras, aunque reconoce que ahora el foco está en buscar terrenos privados en poblaciones de más de 80.000 habitantes: “Si se presenta una opción atractiva, estamos abiertos a adquirir centros independientes o microcadenas, ya que existen algunas oportunidades. De momento estamos en una etapa en la que preferimos construir nuestros propios centros desde cero, aunque ello implique ir más lento”, afirma.

Viding descartó licitar para construir y explotar durante 40 años el nuevo equipamiento de La Casilla, en Bilbao. Se trataba de un contrato valorado en hasta 289 millones que quedó desierto. ■



■ Ficha

Marcas

Viding Fitness

Propiedad actual

Hermanos Becquer 10

Dirección general

n.d

Empleados

480

Abonados

60.000

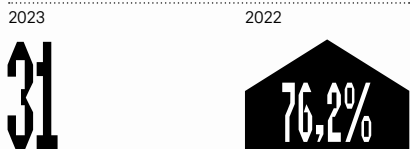
Número de centros

10

Aperturas en 2024

1

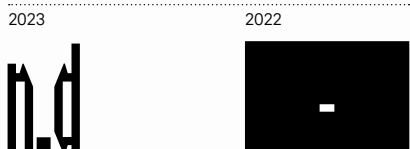
■ **Facturación (en M€)**



■ **Gasto en plantilla (en M€)**



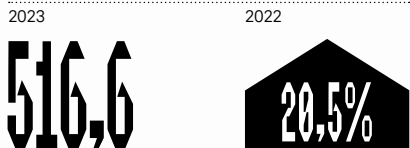
■ **Resultado neto (en M€)**



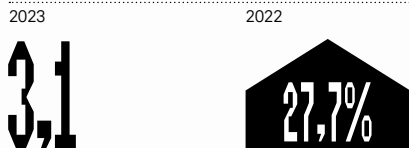
■ **Deuda financiera neta (en M€)**



■ **Ingreso medio por abonado (en €)**



■ **Ingreso medio por centro (en M€)**



■ **Gasto medio por empleado (en €)**



■ **Ratio Deuda/Ebitda**



26

VIVAGYM

VivaGym se ha convertido en uno de los dominadores del segmento de bajo coste en la Península Ibérica. Tras ver ralentizada su expansión durante la pandemia, el grupo consiguió acercarse al objetivo de alcanzar una facturación de tres dígitos. Sus ingresos en 2023 se situaron en 94,3 millones de euros, según la formulación de cuentas elaborada bajo la normativa contable Ifrs. Esto supuso un crecimiento del 22,2% respecto a 2022.

Las pérdidas se recortaron un 67,6% interanual, hasta 8,5 millones de euros, si bien los números rojos acumulados entre 2019 y 2023 se elevan a 134 millones de euros. Eso sí, la compañía mejoró su resultado operativo, pasando de casi 1,6 millones negativos en 2022, a 13,8 millones positivos en 2023.

Ese año lo completó con 284.000 abonados, un 8,4% más que en 2022, tras sumar seis nuevos clubes y situar su red en 106 esta-

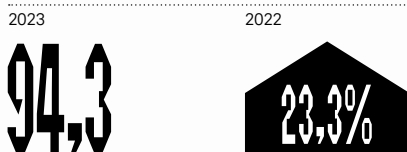
blecimientos operativos, todos propios.

A mediados de 2024, el fondo británico Bridges Fund Management vendió el 60,3% del grupo de gimnasios a Providence Equity Partners. Entre los fondos de deuda que apoyaron esta operación corporativa estaba Ares Management, que ya había financiado la compra de la cadena española Duet Fit o la lusa Fitness Hut, marca que se sustituyó por la de VivaGym en 2024.

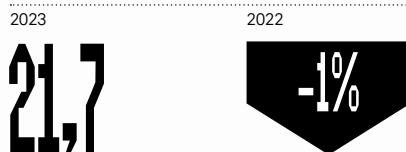
Ares es el principal acreedor de grupo de gimnasios, con un total de 142,2 millones de euros a cierre de 2023. Tras el cambio accionario y la refinanciación de deuda, VivaGym firmó con Ares otro préstamo de 80 millones para acelerar su crecimiento. A cierre de este documento, había sumado más de 120 gimnasios con las compras totales o parciales de Altafit -incluidas cuatro franquicias-, FitUp, Smartfit, Macro Fit, Body Factory, y un club de Dreamfit, de Fitness4All y de BeWay. ■



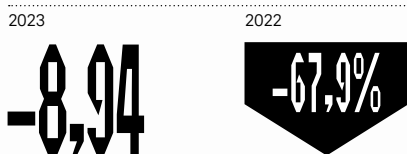
■ Facturación (en M€)



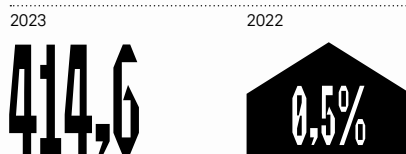
■ Gasto en plantilla (en M€)



■ Resultado neto (en M€)



■ Deuda financiera neta (en M€)



■ Ficha

Marcas

VivaGym

Propiedad actual

Providence Equity Partners

Dirección general

Juan del Río

Empleados

998

Abonados

284.000

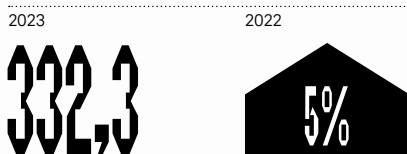
Número de centros

106

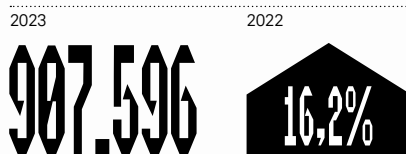
Aperturas en 2024

122

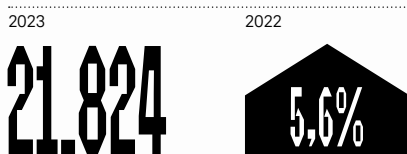
■ Ingreso medio por abonado (en €)



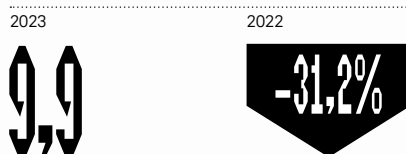
■ Ingreso medio por centro (en €)



■ Gasto medio por empleado (en €)



■ Ratio Deuda/Ebitda



04 LÍDERES

DEL SECTOR

La industria del fitness vive inmersa en un proceso de transformación y de crecimiento liderado por algunas grandes compañías. El consejero de-

legado de VivaGym, Juan del Río, anticipa que el crecimiento orgánico marcará su futuro tras un 2024 repleto de compras. Roberto Ramos, desde BeOne,

reivindica la importancia del segmento concesional. Alfonso Arroyo, de GO fit, considera el fitness un sector estratégico en la transformación de la sociedad.

Los líderes de las empresas

La necesidad de consolidación en el sector concesional

Roberto Ramos
Consejero delegado — *BeOne*

El sector concesional del fitness enfrenta un momento clave para su sostenibilidad y crecimiento. La proliferación de instalaciones públicas de gestión privada y de diferentes modelos ha generado alta competencia, reduciendo márgenes y dificultando mantener estándares de calidad/precios adecuados. Este modelo, marcado por licitaciones a la baja, elevados cánones, alto apalancamiento, rigidez contractual, precios no acordes al valor del servicio y falta de diferenciación, ha creado un ecosistema fragmentado que amenaza su viabilidad. La consolidación del sector es una solución. La unión de empresas optimizaría recursos, compartiría conocimientos y ofrecería servicios más competitivos. Una mayor escala facilitaría negociar con proveedores, acceder a tecnologías innovadoras y mejorar la experiencia del usuario. Esto beneficiaría también a entidades contratantes, garantizando instalaciones modernas y sostenibles en un entorno con mayores demandas y limitaciones presupuestarias. ■

“La consolidación en el sector es clave para optimizar recursos, mejorar servicios y garantizar instalaciones sostenibles”



La industria se consolidará por un aumento de las aperturas orgánicas

Juan del Río
Consejero delegado — *VivaGym*

A pesar de que en 2024 hubo mucho movimiento, principalmente por parte de Basic-Fit y VivaGym, la realidad es que la expansión de otros operadores relevantes como Fitness Park o Synergym ha sido buena. La parte buena de haber comprado otras compañías es que apenas hemos tocado el *whitespace*. Sigue existiendo una industria que debe seguir consolidándose, y esto llegará por un aumento de las aperturas orgánicas. Por ahí viene un gran esfuerzo. Otro gran desafío será aplicar una innovación que aparcamos por falta de tamaño o por la pandemia. Otro gran reto será, conseguir que la propuesta de valor continúe siendo diferencial y no se acomode, y mantener una estructura de costes adecuada. Ahora viene un desarrollo tecnológico importante, no sólo por la parte del contenido, también por la parte de la inteligencia de negocio e inteligencia artificial. Se aplicará sobre todo a algo que nos está definiendo muy bien a ojos del consumidor, que es el posicionamiento de salud. ■

“La parte buena de haber comprado otras compañías es que apenas hemos tocado el *whitespace*: la industria debe seguir consolidándose”



El fitness un reflejo de la sociedad que viene

Alfonso Arroyo
Adjunto a la presidencia — *GO fit*

El mundo del fitness y la actividad física está en constante evolución, y las tendencias futuras prometen fortalecer su relevancia en la agenda vital de las personas. La estructura y el tiempo que dedicamos a ejercitarnos están ligados al cuidado de nuestra salud. La pandemia aceleró la adopción de plataformas digitales, permitiendo a las personas entrenar desde sus hogares. Esto ofreció flexibilidad y un salto tecnológico, pero también evidenció que la experiencia del usuario necesitaba más componentes para convertirse en un hábito duradero. Hoy, una tendencia destacada es el enfoque en la salud mental y emocional, integrando la práctica de disciplinas como yoga y meditación para lograr un bienestar integral. La personalización sigue ganando terreno con programas adaptados a objetivos individuales, impulsados por tecnología como apps y *wearables*. Finalmente, la sostenibilidad cobra fuerza con productos de fitness respetuosos con el medio ambiente. ■

“El futuro del fitness promueve una vida más activa y fomenta un legado más sostenible para las futuras generaciones”



2Playbook Intelligence

01

Benchmark de negocio

+50 cadenas de gimnasios, con PyG, balances y principales KPIs de negocio

02

Plan de expansión

Geolocalizador con **+7.000** clubes segmentados por servicios

03

Estudios de mercado

+10 informes anuales para anticipar tendencias y radiografiar el mercado

04

Conocimiento

Acceso a todo el contenido diario de 2Playbook.com para todas las personas de tu organización

¡Apoya tu instinto con datos!



Si quieres saber cómo te podemos ayudar, conecta con intelligence@2playbook.com