

Zoom al mercado de los gimnasios: en el regreso tras la pandemia número de sucursales crece más de 70%

Según XBrein entre 2020 y 2025 el número de locales de gimnasios en Chile subió un 72,3%. Esto ha sido impulsado fuertemente por el aumento en regiones. Lidera la Región de Los Ríos, con un incremento de 591%, seguida de La Araucanía, con 178%, y el Maule, con 141%. Pero la Región Metropolitana sigue siendo la que anota el mayor número de sucursales nuevas, sumando más de 270 localizaciones.

PAULINA ORTEGA

La pandemia del Covid-19 fue un duro golpe para los gimnasios que operaban en el país en ese entonces, debido a que las restricciones sanitarias adoptadas por la autoridad restringió drásticamente su actividad, obligándolos a cerrar sus puertas por varios meses por resolución del Ministerio de Salud para contener la propagación del virus. Según la consultora inmobiliaria GPS Property, casi el 30% del total de los gimnasios tuvo que cerrar sus puertas entre 2020 y 2022.

Pero tras todo ese periodo, el retorno de estos recintos ha venido ocurriendo a paso firme. Así, actualmente los gimnasios tienen un total de 2.128 localizaciones distribuidas a lo largo del país. "Los gimnasios son transversales a todos los grupos socioeconómicos, sin embargo, se puede apreciar una mayor concentración de gimnasios de cadena en el sector centro y sector oriente de la Región Metropolitana", precisan desde la empresa de geointeligencia, XBrein. De hecho, señalan que el 47,7% de estos se encuentran en ella.

La firma asegura que entre 2020 y 2025 el número de locales o sucursales de gimnasios en Chile ha crecido con fuerza, subiendo un 72,3%.

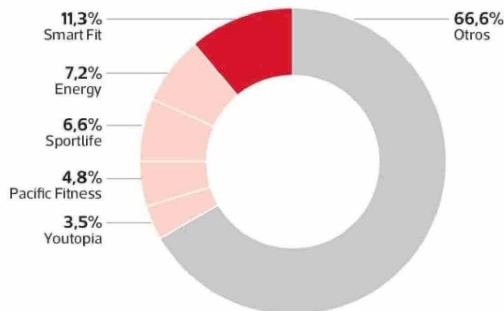
Esto ha sido impulsado fuertemente por el aumento en regiones. Lidera la Región de Los Ríos, con un incremento de 591%, seguida de La Araucanía, con 178%, y el Maule, con 141%.

Pero a pesar de estos explosivos avances en dichas regiones, la Región Metropolitana sigue siendo la que anota el mayor número de sucursales nuevas, sumando más de 270 localizaciones, dice XBrein. En la capital, los gimnasios crecieron un 10% en el último año, siguiendo la tendencia de los dos previos, de acuerdo a los datos de GPS Property. Ese aumento se concentra principalmente en Las Condes, Vitacura y Providencia.

De acuerdo a la medición de XBrein, el mercado de los gimnasios es liderado en me-

MERCADO DE GIMNASIOS EN CHILE

% de participación por metros cuadrados



FUENTE: XBrein

LA TERCERA

tros cuadrados por Smart Fit con un 11,3%, seguido de Energy con 7,2%, Sportlife con 6,6%, Pacific Fitness con 4,8% y Youtopia con 3,5%. Más atrás también figuran Mindfit (1,1%), Speedwork (0,7%), Dmoov (0,5%), Motion (0,5%) y Lit Fitness (0,4%). El resto de los gimnasios suma el 63,5% del total de la superficie.

En número de sucursales Smart Fit también está a la cabeza (4,4%). Más atrás se posicionan Pacific Fitness (2,9%), Sportlife (2,1%), Energy (1,6%), Mindfit (0,6%), Dmoov (0,3%), Speedworks (0,2%), Witness Club (0,2%), Fast (0,1%), y Lit Fitness (0,1%). Los otros gimnasios registran el 87,4% del total de los locales.

LOS ACTORES

Entre 2020 y 2025 XBrein sostiene que Smart Fit, firma brasileña que llegó a Chile en 2014, es la compañía que tuvo el mayor número de aperturas. "El 2024 realizamos 28 aperturas para llegar a un total de 93 gimnasios en operación en Smart Fit", corroboraron desde la firma. Con esto, se convierte en la cadena de gimnasios con mayor presencia en el país. Pese a ello la partici-

pación de mercado que mantiene es baja porque es una industria muy atomizada.

Previo a 2020 los gimnasios Pacific Fitness, nacidos en Chile en 1997, tenían la mayor presencia en el mercado a lo largo del país, según la firma de geointeligencia. La compañía pasó por un difícil momento en el 2021 con la muerte de su propietario y un proceso de quiebra cuyos antecedentes se remontaban al 2017. Llegó a tener 104 sucursales. Hoy cuenta con 65, de las cuales dos fueron inauguradas durante 2024. Además, se reinaugararon 15 en un proceso de upgrade.

"Desde 2021 hemos trabajado en fortalecer nuestra estructura organizacional, agilizando procesos y redirigiendo esfuerzos que impactan positivamente en la situación financiera, optimizando costos y potenciando nuevas líneas de negocios, más un cambio cultural en la organización para revalorizar correctamente nuestra marca. Sin embargo, este proceso no ha sido fácil", expresó el gerente general de Pacific, David Pezo.

Actualmente, Pacific tiene el cuarto lugar de participación de mercado en metros cua-

drados (4,8%), y segundo lugar en número de gimnasios (con 2,9%). Energy le gana en superficie, ocupando el segundo lugar del ranking con un 7,2% del total de espacio que tienen los gimnasios en el país, aunque con sólo el 1,6% del total de las sucursales. La empresa cuenta con un total de 33 centros, de los cuales 10 son franquicias.

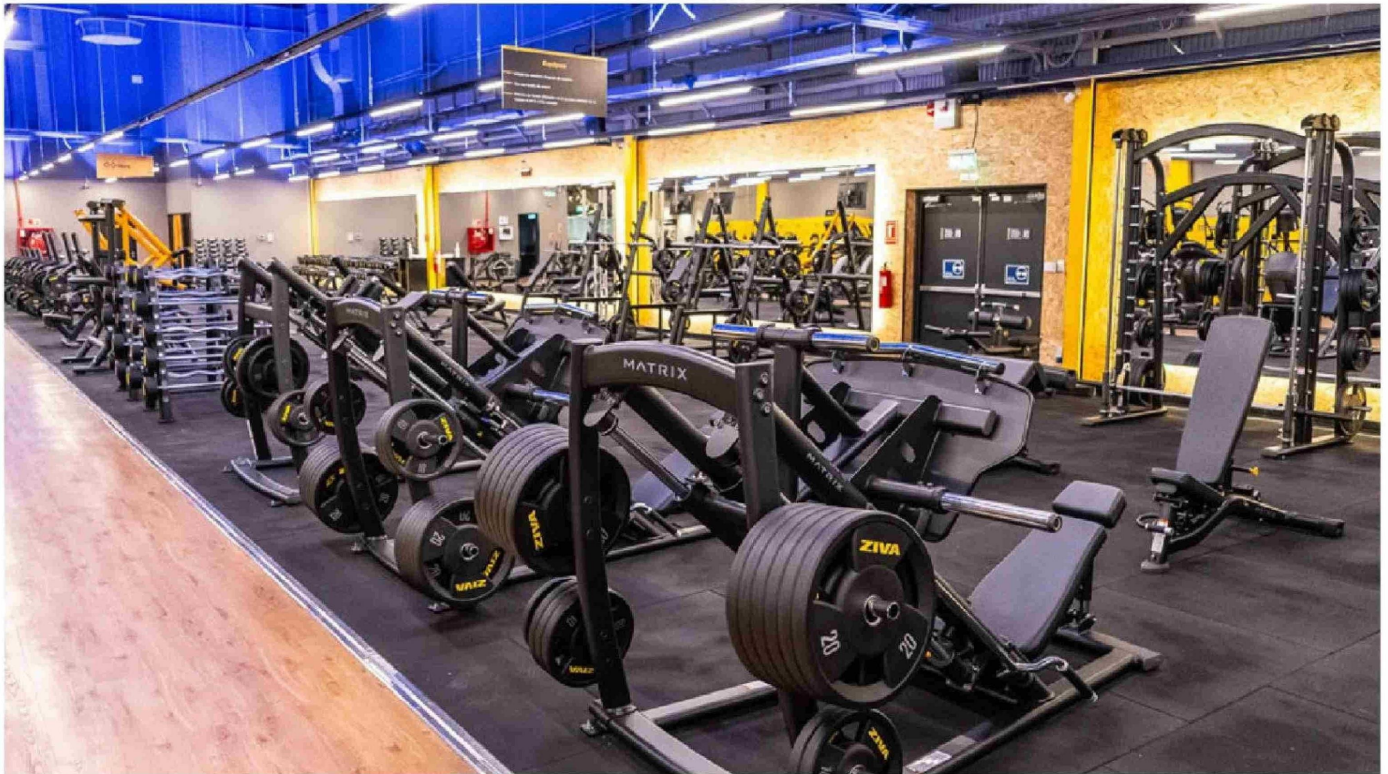
En el último año no han abierto nuevos recintos, pero el CEO y fundador de Energy, Alex Wiesner, sostiene que "fuimos la única cadena que creció en pandemia", con la finalización de la construcción de una sede en Temuco, la apertura de un gimnasio en Nueva Las Condes, y una franquicia en el Mall Sport, incorporando al antiguo Balthus.

Energy se enfrenta a un proceso de reorganización judicial desde diciembre del año pasado. Los problemas financieros se remontan a poco después de la emergencia sanitaria, donde tuvieron que inyectar US\$5 millones y además renegociar deuda con los bancos.

Pero en el 2023 se implementó el IVA a servicios que afectó directamente a los gimnasios y eso "nos liquidó porque empezamos a tener que pagar aproximadamente \$200 millones mensuales de IVA que no pagábamos antes y por lo mismo no pudimos cumplir con el programa de pago de nuestra deuda con los bancos", relata Wiesner.

Wiesner asegura que las perspectivas para el proceso de reorganización son positivas. "Energy operacionalmente es una empresa supervivable, su flujo de caja operacional es superrobusto y efectivamente puede pagar la deuda hacia el futuro, pero nos tienen que dar más tiempo", dice.

"Nosotros estamos muy confiados en que se va a aprobar, porque el plan de negocio va a pagar la deuda en 5 años. Pero obviamente si nos presionan para que todo se pague como estaba definido originalmente, no es posible, porque hubo eventos que nadie



pudo prever cuando hicimos esta primera estructura de pago de la deuda”, añade.

En el ranking de participación por metros cuadrados, se posiciona en el tercer lugar Sportlife, de 31 años de presencia en el país, con el 6,6%, antecedido por Energy y sucedido por Pacific. En número de sedes ocupa el tercer lugar con un 2,1% de participación, según XBrein. Tiene un total de 45 sedes, 16 propias y 28 franquicias. En 2024, no se realizaron nuevas aperturas.

“Nos enfocamos más en la renovación y mejoramiento del producto de las sedes actuales”, precisó la gerenta general, Marcela Díaz.

Desde XBrein también destacaron que Youtopia no aparece en el top 10 de gimnasios con mayor cantidad de ubicaciones, sin embargo, se ubica en el top 5 en cantidad de metros cuadrados utilizables con sobre 25.000 m2, equivalentes al 3,5% del total.

“También han ido tomando fuerza centros especializados en entrenamiento funcional, pilates y yoga”, explican en GPS. “Existen gimnasios más boutique o con temáticas, que tienen clases personalizadas y son más chicos, pero con mensualidades más caras, como por ejemplo BeCycle, Vértice, Mumbai, Be You, que toman locales tipo 300-600 m2 y pueden pagar hasta 0,60 UF/m2”, agregan.

“Mindfit es la cadena de gimnasios que en 2020 no contaba con ubicaciones y actualmente tiene más de 10 en el país”, añaden en XBrein. Este tiene el 1,1% de la superfi-

cie total de gimnasios y 0,6% de las sucursales. El informe asegura que otros gimnasios, más pequeños y de menor número de sucursales, fuera del top 10, tienen el 63,5% del total de la superficie de la industria y el 87,4% de las sucursales del país.

El rumbo a los niveles pre pandemia
 El country manager del Grupo Smart Fit Chile, Nicolás Calderón, explicó que el panorama actual del mercado es positivo, apuntando a un “cambio cultural en las personas que las ha llevado a preocuparse más de su bienestar físico y emocional”.

Según Calderón, “debido a nuestro modelo de negocios, capacidad de innovación y crecimiento, ya contamos con niveles mejores que previo a la pandemia. Sin perjuicio de lo anterior, este será un año con muchos desafíos, ya que la situación económica del país está estancada, y además al ser año de elecciones, habrá incertidumbre sobre la situación del país en el mediano y largo plazo”.

Sportlife también logró recuperarse de los estragos de la pandemia, al menos en parte: “En cuanto a las ventas B2C esto ya se recuperó y en algunas locaciones incluso se ha mejorado, pero en el segmento B2B es diferente, apenas se está llegando a los números prepandemia dado los cambios de hábitos de trabajo de las empresas y el aumento del teletrabajo”, dijo Marcela Díaz, gerenta general de la cadena.

Díaz aseguró que “aunque los usuarios son más conscientes de la necesidad del ejercicio tanto física como mentalmente,

aún la penetración del mercado a nivel país es baja, cerca del 5 al 6%. Desde los gimnasios esperamos que sea mayor considerando los niveles de obesidad y sobrepeso de la población chilena”.

El gerente general de Pacific, David Pezo, una cadena que aún está muy lejos de su mejor marca de sucursales, indicó que “el mercado de gimnasios en 2024 ha mostrado una recuperación lenta, dado que, si bien existe un mayor interés en el bienestar y la actividad física, el ingreso de nuevos actores con expansiones muy agresivas y el interés a otras formas de ejercitarse ha diversificado y enfocado más específicamente al cliente. Esto plantea un escenario donde la oferta que brindaban los gimnasios pasó de ser muy amplia a insuficiente. Quien sepa leer correctamente al público que tiene, es quien ganará un mercado donde aún el sector busca entender a quién orientar sus estrategias comerciales”.

El CEO de Energy, Alex Wiesner asegura que los gimnasios están llenos, pero detalla que la industria se ha visto afectada por una serie de factores: “Este negocio tiene una alta exposición a los gastos fijos. Básicamente: las remuneraciones y los arriendos. Entre ambos normalmente este rubro quema entre un 60% y un 70% de la venta. Ambos están superimpactados por la inflación. Si vamos a tener presiones inflacionarias este año, obviamente que es muy difícil mantener el margen de la industria, que normalmente se mueve en torno a 20-25%. Mantenerse ahí con inflaciones que sean crecien-

tes va a ser difícil”, explica.

Por otro lado, Wiesner dice que la industria podría verse afectada por la depreciación del peso chileno frente al dólar como consecuencia del panorama internacional. “Las máquinas vienen todas de afuera, todas se compran en dólares, y por lo tanto las inversiones se encarecerían”, advierte.

Pese a las dificultades que se anticipan para este año, GPS apunta que para el 2025 “probablemente veremos que los gimnasios seguirán creciendo hasta en un 20%, impulsados principalmente en comunas como Santiago Centro, Nuñoa y La Reina”. Smart Fit es la única que tiene planes concretos de expansión agresiva. En octubre del 2024, Calderón dijo a Pulso que esperaban abrir entre 23 y 30 sedes más dentro de Chile, lo que sería a través de crecimiento orgánico.

Pero la tendencia entre las demás cadenas apunta a expandirse mediante franquicias, acorde con la atomización del mercado. Energy planea incorporar una franquicia en Buin en 2025. “Por ahora no hay planes de crecimiento, salvo vía franquicia, que eso es algo obviamente que genera ingresos y no gastos para Energy”, adelanta Wiesner. Pacific tiene la misma lógica. “No es un objetivo en el corto y mediano plazo una expansión de la cadena dado que tenemos sucursales operativas que requieren mejoras (...) Con esto buscamos reconquistar a una clientela que nos ha acompañado durante más de 28 años”, dice Pezo. Lo mismo ocurre con Sportlife, que planea remodelar sedes, aunque también considera franquicias. ●