

Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes, profundiza en la **evolución reciente** y las **tendencias** del sector, los **factores clave de éxito** del negocio, las **previsiones** a corto y medio plazo, las **oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrentará en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de **40 de las principales empresas** que operan en el sector.

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ Evolución del **número total de gimnasios** y su distribución por **zonas geográficas y tamaños**
- ⇒ Evolución del **valor del mercado**, total y por **tipo de servicio** (actividades deportivas, otros servicios)
- ⇒ Evolución del **número de gimnasios** de las **principales empresas**
- ⇒ **Localización y enseñanzas** de los gimnasios de las principales empresas
- ⇒ **Instalaciones y cartera de servicios** de los gimnasios de las principales empresas
- ⇒ Evolución de la **facturación en el sector** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas
- ⇒ **Resultado antes de impuestos** y su participación sobre los ingresos de las principales empresas
- ⇒ **Oportunidades y amenazas** a las que se enfrenta el sector
- ⇒ **Previsiones** de evolución del mercado

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2016

➤ Número de gimnasios	3.910
➤ Crecimiento del número de gimnasios (%var. 2016/2015)	+0,3
➤ Superficie total (miles de m ²)	3.750
➤ Mercado (mill euros)	
– 2014	800
– 2015	850
– 2016	900
➤ Crecimiento del mercado	
– % var. 2015/2014	+6,3
– % var. 2016/2015	+5,9
➤ Cuota de mercado conjunta en valor (%)	
– Cinco primeras empresas	23,0
– Diez primeras empresas	36,7

El mercado registra un aumento del 6% en 2016

En un contexto de **favorable coyuntura** económica y notable crecimiento del **gasto de los hogares**, el volumen de negocio de los gimnasios experimentó una **reactivación** en el período 2015-2016. La mayor preocupación por **la salud y el aspecto físico**, junto con la **ampliación y mejora de la oferta**, siguieron también impulsando las ventas.

El **mercado total** se cifró en **900 millones** de euros en **2016**, un **5,9%** por encima de la cifra del ejercicio anterior, mientras que el dato provisional para el cierre de 2017 apunta también a un crecimiento cercano al 6%.

Aunque continuaron produciéndose cierres, se aprecia una reactivación de la tendencia de **inauguración de centros** por parte de las principales empresas, ya sean de **nueva creación**, ya **adquiridos** a otras cadenas u operadores independientes. El **número total de gimnasios** en funcionamiento en 2016 era de **3.910**, registrándose un crecimiento por primera vez desde 2008.

A pesar de que el sector sigue presentando una notable **atomización**, los principales operadores continúan incrementando su **cuota de mercado conjunta**. En 2016 los **cinco primeros** concentraron el **23%** del valor del mercado, cerca de un punto y medio por encima de la cifra alcanzada dos años antes.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La novena edición del estudio **Sectores** de DBK “Gimnasios” cuenta con una extensión de 180 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2016.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución del valor del mercado a escala internacional, 2006-2016.

Tabla 3. Evolución del número de gimnasios y usuarios a escala internacional, 2008-2016.

Tabla 4. Distribución del número de usuarios y el valor del mercado a escala internacional por países, 2016.

Tabla 5. Evolución del número de usuarios en los principales países de Europa, 2015-2016.

Tablas 6-7. Evolución del número de gimnasios (2000-2016) y usuarios (2005-2016) en Estados Unidos.

Tabla 8. Número de gimnasios e ingresos de las principales cadenas en Europa, 2016.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 9. Evolución del número total de gimnasios, 2000-noviembre 2017.

Tabla 10. Distribución geográfica de los gimnasios, noviembre 2017.

Tabla 11. Evolución de la superficie total y la superficie media por gimnasio, 2003- noviembre 2017.

Tabla 12. Distribución del número total de gimnasios por superficie, noviembre 2017.

Tabla 13. Grado de concentración de la oferta, 2016.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 14. Fuerzas competitivas relevantes, 2017.

Tabla 15. Factores clave de éxito, 2017.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 16. Evolución del valor del mercado, 2000-2016.

Tabla 17. Evolución de la facturación media por gimnasio, 2000-2016.

Tabla 18. Evolución del valor del mercado por tipo de servicio, 2008-2016 (actividades deportivas, otros servicios).

Tabla 19. Distribución del valor del mercado por tipo de servicio, 2008-2016 (actividades deportivas, otros servicios).

1.5. La demanda

Tabla 20. Evolución del consumo final de los hogares, 2003-2016. Previsión 2017-2019.

Tabla 21. Evolución de la población y la densidad de gimnasios, 2005-2016.

Tabla 22. Densidad de gimnasios por comunidades autónomas, 2016.

Tabla 23. Evolución de la población española por segmentos de edad, 2012-2016.

Tabla 24. Evolución del gasto de los hogares destinado a actividades deportivas y recreativas, 2006-2015. Distribución por destino, 2015.

Tabla 25. Gasto medio por persona destinado a actividades deportivas y recreativas, 2006-2015.

Tabla 26. Gasto medio por persona destinado a actividades deportivas y recreativas por comunidades autónomas, 2015.

Tabla 27. Actividades en las que la población española emplea su tiempo libre, junio 2017.

Tabla 28. Evolución del número de clubes deportivos federados, 2007-2016.

Tablas 29-30. Evolución del número de federados deportivos total (2000-2016) y por disciplinas (2015-2016).

Tabla 31. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2000-2016.

Tabla 32. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2016.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 33. Estructura media de costes y del balance, 2015. Tendencia 2016.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 34. Composición de los grupos analizados, noviembre 2017.

Tabla 35. Titularidad del capital de las principales empresas, 2016.

Tabla 36. Plantilla de las principales empresas, 2012-2016.

Tabla 37. Enseñas de los gimnasios de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 38. Evolución del número de gimnasios en España de las principales empresas, 2012- noviembre 2017.

Tabla 39. Evolución del número de gimnasios públicos gestionados por las principales empresas, 2012- noviembre 2017.

2.2. Diversificación

Tabla 40. Facturación en el sector de las principales empresas, 2014-2016.

Tabla 41. Distribución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas por tipo de servicio, 2016.

Tabla 42. Evolución del número de socios de algunas de las principales empresas, 2014-2016.

Tabla 43. Distribución de los gimnasios de las principales empresas por comunidades, noviembre 2017.

Tabla 44. Distribución de los gimnasios de las principales empresas por provincias, noviembre 2017.

Tabla 45. Localización de las aperturas de gimnasios en España de las principales empresas, 2011- noviembre 2017.

Tabla 46. Localización de los cierres de gimnasios en España de algunas de las principales empresas, 2011- noviembre 2017.

Tabla 47. Distribución del número de gimnasios de las principales empresas por régimen de explotación, noviembre 2017.

Tabla 48. Superficie total y superficie media de los gimnasios en España de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 49. Distribución de las empresas analizadas en función de la superficie media de sus gimnasios en España, noviembre 2017.

Tabla 50. Localización, superficie y año de inauguración de los gimnasios en España de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 51. Localización de los gimnasios de titularidad pública gestionados por las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 52. Distribución de las empresas analizadas en función del número de provincias en que están presentes, noviembre 2017.

Tabla 53. Distribución de las empresas analizadas y de sus gimnasios en España en función de las provincias en que están presentes, noviembre 2017.

2.3. Marketing mix

Tabla 54. Características de las instalaciones deportivas de los gimnasios en España de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 55. Servicios complementarios de los gimnasios en España de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 56. Condiciones de franquicia de algunas de las principales empresas, noviembre 2017.

2.4. Cuotas y resultados

Tabla 57. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2014-2016.

Tabla 58. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2014-2016.

Tabla 59. Cuotas de número de gimnasios en España de las principales empresas, diciembre 2015- noviembre 2017.

Tabla 60. Cuotas de número de gimnasios en España de las principales empresas por comunidades autónomas, noviembre 2017.

Tabla 61. Cuotas de superficie total de los gimnasios en España de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 62. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2014-2016.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 63. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2017.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 64. Previsión de evolución del valor del mercado, 2017-2019.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 65. Proyectos de algunas de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 66. Previsión de evolución de la plantilla de algunas de las principales empresas, 2017.

Tabla 67. Previsión de evolución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2017.

Tabla 68. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2018-2019.

4. Perfiles de los principales competidores