

“Fitness en Expansión”: una radiografía del sector a través de las voces de sus protagonistas

El pasado 19 de junio, el **Franchise Innovation Summit** (FIS), en colaboración con la **Asociación Española de la Franquicia** (AEF), celebró en Madrid la jornada profesional “Fitness en Expansión: tendencias, retos y oportunidades del modelo de franquicia”. Un encuentro que reunió a representantes de diez marcas líderes del sector fitness para compartir visión estratégica, detectar oportunidades y abordar los desafíos del crecimiento en franquicia.

Moderado por **Manel Valcarce**, director gerente de la consultora **Valgo**, el coloquio permitió conocer de primera mano cómo evoluciona el modelo de franquicia en uno de los sectores con mayor proyección en número de establecimientos en España.

Entre las intervenciones más destacadas, **José Nercellas**, CEO de **L’Orange Bleue**, explicó que su red es ya la número dos en Francia por número de clubes, con la mayoría en régimen de licencia de marca, y prevé abrir entre 40 y 45 centros en 2025. Subrayó el interés estratégico por el mercado español, donde cuentan ya con centros propios y licenciados, y remarcó el valor diferencial de su campus de formación, por el que pasan anualmente más de 1.000 futuros entrenadores.

Desde **Sano Center**, su CEO **Felipe Pascual** compartió la evolución de la marca desde su primera franquicia en 2015 hasta los 73 centros actuales. Explicó que Sano Center ha redefinido su foco hacia un público +40, desarrollando el concepto Good Life, centrado en salud, longevidad y bienestar. “Sano ha aprendido qué quiere ser de mayor”, apuntó, y defendió que la resiliencia del modelo es una de sus principales fortalezas: “Si tenemos la suficiente persistencia, vamos a llegar”.

David Estébanez, director de expansión y desarrollo de **Distrito Estudio**, reveló que el 50% de sus 18 centros actuales son propios y que su modelo se basa en un franquiciado inversor que no se involucra en la gestión. “Cuidamos cada detalle operativo para que el franquiciado confíe en la marca y delegue al 100%”, afirmó, en referencia a su enfoque boutique especializado en entrenamiento funcional.

Álvaro Bachiller, director general de **Método Fenómeno**, relató cómo pasaron de un proyecto de investigación a abrir 15 centros en dos años, apostando por una visión que integra entrenamiento, fisioterapia y prescripción médica. Sin capital para escalar orgánicamente, la entrada de inversores permitió estructurar su red franquiciada. Hoy, incluso están colaborando con operadores del ámbito concesional, trazando vías híbridas entre el fitness y los servicios de salud.

En el caso de **QOMBO Pilates**, su CEO **Juan Carlos Hurtado** explicó su visión de crecimiento progresivo, desde Madrid y con un enfoque muy definido: “Queremos llevar el pilates a zonas donde no ha llegado, con una cuota media asequible y una propuesta clara de diferenciación”. Su compañera, **Mery Macarro**, área manager de la firma, añadió: “Llevamos 20 años en el sector y ahora buscamos volcar procesos, captación y formación en los nuevos franquiciados para acelerar su éxito”.

Juan Francisco Ramírez, expansion manager al frente de **ZENERGY Body & Soul** (parte del conglomerado Energie Fitness Iberia), destacó el carácter disruptivo de su propuesta. Con ocho centros y un noveno en camino, su flagship en Sant Cugat combina entrenamiento de alta intensidad con estudios de mindfulness en instalaciones de más de 1.000 m². “La longevidad es una tendencia imparable y nuestra propuesta una salud, tecnología y experiencia premium”, subrayó.

Desde **Brooklyn Fitboxing**, **Alberto Campo**, director of business development, apuntó que la cadena ya está presente en nueve países, con 260 centros operativos y la vista puesta en alcanzar los 300. “Hemos logrado una experiencia escalable, completamente homogénea en todos los mercados”, explicó. Además, destacó el lanzamiento de su nuevo formato SMART, pensado para poblaciones menores de 100.000 habitantes: “Queremos democratizar el acceso al fitboxing sin perder la esencia del modelo”.

También participó **Sergio García**, socio fundador de **Wellzone**, un centro boutique de reciente creación, que explicó que su objetivo era escuchar y aprender de los líderes del sector para definir mejor su posicionamiento de futuro. “Estamos en una fase inicial, pero creemos que combinar entrenamientos personalizados y grupales nos puede dar un espacio diferencial”, explicó.

El encuentro contó con la intervención de **Raúl Calleja**, director de FIS, quien subrayó que “no se trata de hacer más eventos, sino de construir motivos reales para acudir a ellos”. Añadió que “FIS es un espacio human-to-human, diseñado para conectar marcas en expansión con los agentes clave del ecosistema franquicia”.

Por su parte, **Eduardo Abadía**, director ejecutivo de la AEF, calificó la jornada como “una clase magistral de sector”. “Yo no puedo ayudar a una marca franquiciadora si no la conozco bien. Por eso este tipo de sesiones son tan necesarias”, afirmó.

La presidenta de **FAGDE**, **Milagros Díaz**, también se sumó a la jornada, agradeciendo el papel del sistema de franquicia en la promoción del deporte: “Las franquicias están ayudando a que la actividad física llegue a más personas. Tenemos que contarlos más y colaborar más desde las instituciones”.

Como resultado de la jornada, FIS lanzará un dossier sectorial exclusivo con las principales conclusiones, casos de éxito y propuestas de valor compartidas. El informe se difundirá durante los meses de julio y septiembre entre emprendedores, inversores, franquiciados, escuelas de negocio y medios especializados.