

"Tardamos diez años en llegar a 100 clubes, y en dos pasaremos de los 200"



Jordi Bella, director general de Synergym

Synergym acelera su crecimiento orgánico tras cerrar 2025 con 160 clubes y fija como objetivo superar los 210 centros en 2026.

Synergym es una cadena española de gimnasios fundada en Málaga en 2013 que se ha consolidado como uno de los operadores más dinámicos del sector del fitness en España. Su propuesta combina precios accesibles y flexibles, instalaciones amplias y de alta calidad, equipamiento moderno y clases dirigidas incluidas. La compañía ha crecido mediante un modelo 100 % orgánico, con gestión directa de cada centro, lo que le ha permitido expandirse rápidamente y consolidar su presencia en todo el país.

Pregunta. ¿Qué balance hacéis de 2025 y qué decisiones han sido clave para los resultados?

Respuesta. 2025 ha sido un año muy relevante para Synergym. Hemos alcanzado unos ingresos de 72 millones de euros y un EBITDA de 27 millones, consolidando nuestro crecimiento y mejorando márgenes de forma sostenida. Este avance se ha apoyado principalmente en las aperturas: el año comenzó con 119 clubes y se cerró con 160, todos bajo un modelo de crecimiento orgánico. El crecimiento se explica por tres factores clave: una clara oportunidad de mercado en un sector en expansión, la solidez financiera del grupo —reforzada por un préstamo sindicado de 120 millones de eu-



"El crecimiento orgánico es más complejo, pero también mucho más eficiente y sostenible"

ros— y la mejora progresiva de los resultados en cada nueva oleada de aperturas, lo que eleva los ratios globales de la compañía.

P. ¿Por qué apostar por un crecimiento 100% orgánico y con gestión propia?

R. Creemos que es la mejor forma de garantizar una experiencia homogénea y altos estándares de calidad en todos nuestros clubes. Desde el punto de vista económico, el modelo orgánico es más eficiente que las adquisiciones: abrir un club

cuesta aproximadamente cuatro veces el EBITDA que genera, frente a múltiplos de siete a nueve veces en el mercado en caso de adquirir una compañía. Aunque es un crecimiento más complejo, hoy contamos con el equipo, el pipeline y la capacidad operativa necesarios para abrir entre 50 y 60 clubes al año, además de poder diseñar espacios adaptados a las nuevas tendencias del fitness.

P. ¿Qué experiencia ofrece Synergym a sus socios?

R. Synergym ofrece una propuesta basada en la mejor relación calidad-precio del mercado. Como modelo smart price, no hay contratos ni permanencias, con precios transparentes y procesos digitales y flexibles. La experiencia se apoya en tres ejes: tecnología, con acceso autónomo y app de entrenamiento; una sala fitness equipada con maquinaria de primer nivel gracias al acuerdo con Technogym; y clases dirigidas propias, renovadas periódicamente. Todo ello se completa con una apuesta constante por la innovación, como la incorporación de entrenamientos híbridos DEKA, y un equipo de entrenadores con formación propia.

P. ¿Cuáles son los planes de crecimiento para 2026? ¿Habrás expansión internacional?

R. Nuestro objetivo es cerrar 2026 con más de 210 clubes, lo que supone alrededor de 50 nuevas aperturas en un solo año: tardamos diez años en abrir los primeros 100 clubes, y solo dos en pasar de 100 a 200. A nivel financiero, el reto es alcanzar los 100 millones de euros de facturación, manteniendo una mejora progresiva del margen y un EBITDA cercano a los 40 millones. A corto plazo, la prioridad sigue siendo España, donde aún existe un amplio margen de crecimiento en ciudades medianas con poca oferta de fitness de calidad, impulsado por el aumento de la penetración del fitness y el crecimiento del segmento smart price.

Más información
www.synergym.es