

FITNESS

Mujer menor de 30 años: el perfil más agradecido con el segmento 'low cost'

Patricia López
22 feb 2017 - 14:10

El público joven y femenino se ha convertido en uno de los principales motores de crecimiento de los gimnasios de bajo coste en España. En un contexto de crisis económica en el que los jóvenes tienen poco poder adquisitivo este tipo de centros se ha convertido en un modelo de éxito, especialmente entre el público juvenil femenino.

En concreto, el 61,2% de las mujeres menores de 20 años y el 63,8% del público femenino que tiene entre 21 y 30 años acuden a un club del segmento de bajo coste, una cifra que contrasta con el 38,8% de los jóvenes de 20 años y el 36,2% de los varones de entre 21 y 30 años.

Según el estudio elaborado por la consultora Valgo, las mujeres (52,8%) acuden a este tipo de gimnasios con mayor proporción que los hombres (47,2%). Ahora bien, mientras que entre los clientes varones mejora este porcentaje respecto el año pasado en un 0,7%, la penetración entre las mujeres ha caído un 0,7%.



Los gimnasios de bajo coste tienen éxito entre el público juvenil femenino. El 63,8% de las mujeres entre 21 y 30 años están abonadas a este tipo de centro.

Del informe también se desprende una tendencia hacia la concentración del mercado porque aumenta el número de clubs pero ha caído el volumen de cadenas que operan en este segmento. Un total de 247 gimnasios conforman el panorama del *low cost* en España a fecha de febrero de 2017, doce más que el año anterior si tenemos en cuenta la apertura de Viva Gym en Barcelona a mediados de enero. Madrid (101), Barcelona (25), Valencia (16) y Sevilla (13) concentran el 62% de la oferta.

Este dato gana aún más fuerza si se compara la concentración de clubs por comunidades autónomas. La Comunidad de Madrid lidera con 101 gimnasios, por los 30 de Andalucía (3 menos que el año pasado), los 28 de Catalunya y los 25 de la Comunidad Valenciana. Las cuatro principales regiones reúnen el 74% de la oferta.

Cuando se cumplen ocho años de la llegada a España de McFit, el primer operador de bajo coste en el país, se aprecia que este negocio ha dado pasos adelante hacia madurez. Las compañías han ralentizado su ritmo de aperturas y se ha reducido el número de empresas que operan en este segmento, pasando de 42 a 37 cadenas en un año (-12%).

En este sentido, el informe revela que el mercado español se caracteriza por una mayor concentración. Las principales cadenas *low cost* concentran el mayor porcentaje de instalaciones y gozan de mayor capilaridad. De este modo, Altafit, con 41 clubs en este segmento, tiene presencia en 18 provincias; McFit, con 32 clubs, opera en 15, y Viva Gym, con 17 instalaciones está en 11 regiones.

En cambio, Basic-Fit concentra sus 31 ubicaciones en siete provincias, una estrategia que la filial española de la compañía holandesa está intentando cambiar porque en 2017 aspira a entrar en regiones donde hasta ahora apenas operaba, como es Andalucía.

Esta madurez también se aprecia en términos de satisfacción de clientes. Según el informe, la percepción de los abonados ha mejorado y día de hoy ponen mejor nota a los gimnasios de este segmento. Mejora considerablemente el concepto de atención al cliente por parte de los empleados, con una nota de 6,99, por 6,38 que registró el año pasado.