

ENTORNO

La tercera edad, nicho y filón de la industria deportiva en España

El número de españoles mayores de 65 años ha crecido un 14,1% en la última década, mientras que la población con edad comprendida entre 16 y 64 años ha caído un 3,5%. En un momento de envejecimiento poblacional, los centros deportivos y los clubes profesionales deben seducir al público veterano.

Palco23
23 ene 2020 - 04:56



Que la población española está envejeciéndose no es ningún fenómeno reciente. Lleva haciéndolo años y, en un país en el que la media de edad cada vez es mayor, la industria deportiva debe dar respuesta a las necesidades de consumo de bienes y servicios de un público cada vez más veterano. Según los datos definitivos del Padrón Continuo de Población publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística (INE), la población española ha envejecido en 2019.

La media de edad es de 44,2 años, pero el número de ciudadanos mayores de 65 años ha crecido un 14,1% en la última década. Durante este periodo de tiempo, la población con edad comprendida entre 16 y 64 años ha caído un 3,5%, mientras que el número de residentes menores de 15 años se ha mantenido estable, con un ligero

descenso del 0,1%. En otras palabras: en una década, en España hay 1,1 millones de personas más con al menos 65 años, al tiempo que el segmento de la población entre 16 y 64 años ha perdido 1,1 millones de miembros.

En un momento en que las propiedades deportivas, desde clubes profesionales de fútbol hasta competiciones como LaLiga, están poniendo el foco en cómo atraer la atención de los jóvenes para fidelizar al aficionado del futuro, aún hay camino por recorrer para captar el interés de un segmento de la población que cada vez va a ser más amplio: el fan veterano.

Si hay un sector del deporte que tradicionalmente se ha acercado a los clientes menores de cuarenta años, ese ha sido el de los gimnasios. Esta industria reconoce que, para elevar la penetración del fitness en la sociedad, dar servicio a la población mayor va a ser vital, no sólo porque los abonados cada vez llegan más en forma y sanos a la tercera edad, sino porque este segmento cada vez representa una parte más relevante de la sociedad.

Según la última Encuesta de Hábitos Deportivos elaborada por el Consejo Superior de Deportes. Según este informe, el 36,6% de los españoles mayores de 65 años practicaron deporte una vez a la semana en 2015, un porcentaje que en 2010 era del 19%. La tendencia va al alza y las cadenas de gimnasios han decidido incorporar actividades ad hoc para el público más mayor. Por ejemplo, CET10 ha renovado algunos de sus gimnasios habilitando un espacio con máquinas de musculación conectadas, para facilitar la práctica de ejercicio a este tipo de abonado.

Otras compañías, como BeOne, ofrecen abonos específicos para esta franja de edad, con un precio bonificado para atraerles. Como resultado, el 10% de la clientela de la cadena gallega supera los 60 años. “No es nuestro target principal, pero es un segmento secundario y emergente que cobrará importancia en los próximos años”, apuntan desde la compañía.

España es el país con la segunda esperanza de vida más elevada de los países de la OCDE, con una media de 83 años, una cifra que se prevé que continúe aumentando. Y, en ese contexto, los programas de envejecimiento activo que desarrollen los operadores de gimnasios serán de gran relevancia.