PALCO23

FITNESS

De Brasil a México: el ‘fitness’ ya factura 6.000 millones de dólares en Latinoamérica

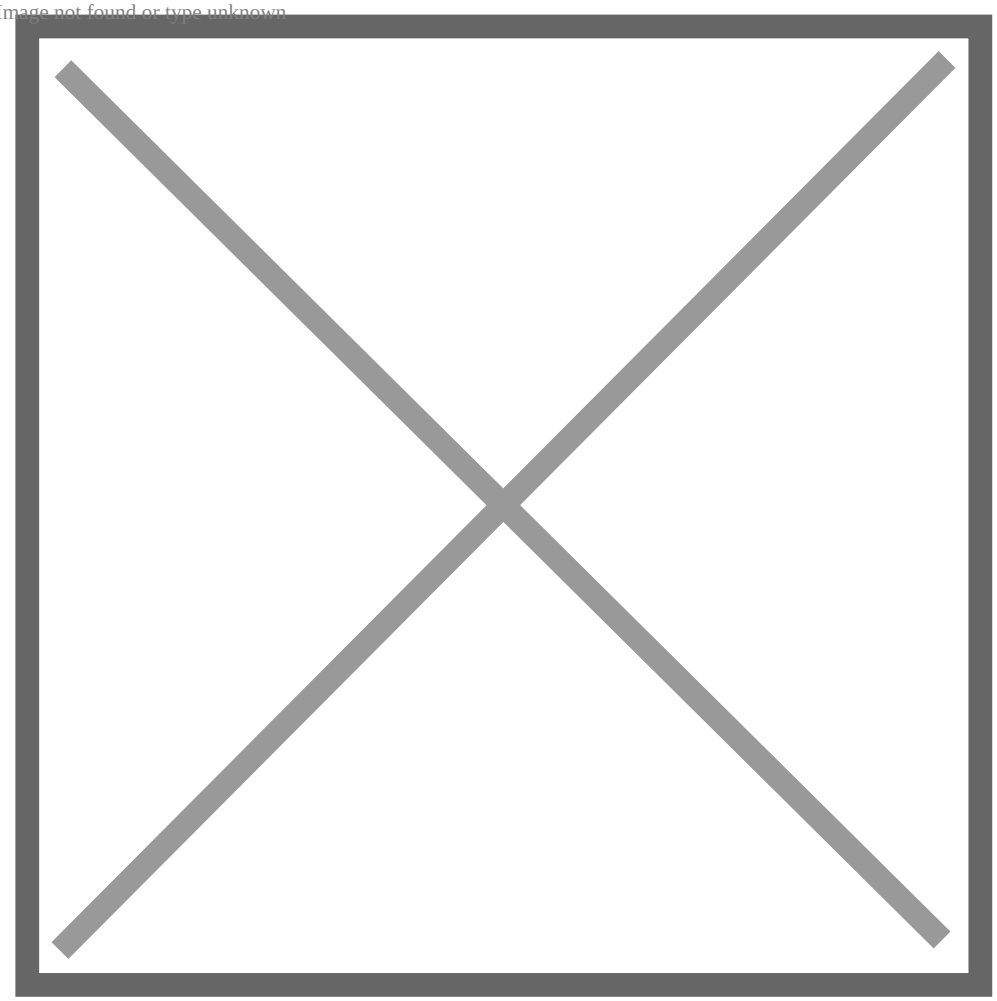
Los gimnasios en Latinoamérica continúan su desarrollo al margen de las grandes cadenas estadounidenses, que aún no han conseguido arrebatar la hegemonía de las cadenas locales.

Patricia López
11 may 2017 - 04:56

https://www.palco23.com/fitness/de-brasil-a-mexico-el-fitness-latinoamericano-facturo-6000-millones-de-dolares-en-2016

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Image not found or type unknown



Latinoamérica representa un territorio lleno de oportunidades para las cadenas de gimnasios. Las compañías internacionales buscan hacer negocio en una región con potencial que, a día de hoy, está controlada por empresas locales. Ese potencial reside, precisamente, en el paulatino desarrollo que ha experimentado esta industria en los últimos años, y que la llevó a facturar 6.000 millones de dólares en 2016, un 7% más que en 2016.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

En total, Latinoamérica cerró el año con 65.800 gimnasios, 19,9 millones de abonados y una baja penetración media, sólo el 2,15%, que explica por qué los gimnasios de un territorio con 625 millones de habitantes, según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), no consiguen aumentar a mayor ritmo su volumende ingresos.

Brasil, México y Argentina representan el 81% de la facturación de la industria del *fitness* en América Latina

El principal mercado de la región es Brasil, donde el sector ingresó 2.100 millones de dólares en 2016. Sin embargo, fue el único país donde las ventas derivadas de esta actividad cayeron respecto a 2011. La caída en la facturación fue del 10,9%, según se desprende del informe *Latin American Report* elaborado por Ihrsa, con el apoyo de Mercado Fitness y Fitness Brasil. El país es uno de los grandes bastiones del *fitness* a nivel global, hasta el punto de que en 2015 fue el octavo país a nivel mundial donde más facturó esta industria y la segunda que más gimnasios tiene, tan sólo superada por Estados Unidos.

Su oferta es amplia, pero la tasa de penetración en la sociedad tan sólo fue del 4,62% en 2016. Fundada en 2009 por el grupo Bio Ritmo, Smart Fit es el principal operador del país con una red de 180 gimnasios propios y 58 franquiciados, todos *low cost.* Es precisamente el amplio desarrollo del segmento de bajo coste el que explica por qué el *fitness* brasileño facturó menos en 2016 que en 2011 a pesar de que el número de abonados creció un 36,7%. A rebufo está Bodytech, que lidera en Latinoamérica en términos de implantación a pie de calle, con presencia Colombia con 80 clubes, Perú y Chile. En Brasil cuenta con 53 instalaciones, además de 48 clubes que operan bajo su marca Fórmula.

México es el segundo mayor mercado del *fitness* latinoamericano. Influenciado por la cultura estadounidense, la industria de este país ha crecido un 21,7% desde 2011, hasta los 1.800 millones de dólares. En cinco años, el número de instalaciones abiertas ha crecido un 58,1% y su cifra de abonados un 49,6%. Este mercado está muy polarizado por las cadenas mexicanas, como Sports World, y las estadounidenses, como Anytime Fitness y Snap Fitness, que cuentan con más de cincuenta gimnasios

https://www.palco23.com/fitness/de-brasil-a-mexico-el-fitness-latinoamericano-facturo-6000-millones-de-dolares-en-2016

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

cada una. Sin embargo, la compañía con más clubes es la brasileña SmartFit, con setenta. En cuanto a Sport City, empresa controlada por el Grupo Martí, cuenta con 39 gimnasios, y trata de hacerse hueco en un país donde conviven el segmento medio y el *low cost.*

Argentina es la región donde mayor penetración tiene el sector, con un 6,75%, y es el tercer mayor mercado de la región, con unos ingresos de 1.000 millones de dólares, un 8% más que hace cinco años, y un 20% más de clientes. La mayoría de la oferta se concentra en la capital, Buenos Aires, donde Sport Club y Megatlon rivalizan. Ambas operan en el segmento medio y apuestan por tarifas mensuales que oscilan entre 30 dólares y 50 dólares, pero mientras que la primera cuenta con más de cuarenta instalaciones, Megatlon roza la treintena con una facturación de 53 millones de dólares y 135.000 abonados en 2016.

Brasil, México y Argentina representan el 81% de la facturación del sector en una región claramente dependiente de estos países. Si Latinoamérica quiere dar un paso adelante en esta industria, los países deben alcanzar el reto de convencer a buena parte de la población inactiva y que no se siente atraída por los clubes de *fitness.* En un territorio con 625 millones de habitantes latinoamericanos, las cadenas tienen la gran oportunidad de captar clientes y dejar atrás una cifra de abonados que no supera los 20 millones.

https://www.palco23.com/fitness/de-brasil-a-mexico-el-fitness-latinoamericano-facturo-6000-millones-de-dolares-en-2016

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.