FITNESS

A la caza del 'runner': los gimnasios sólo seducen al 26% de los españoles activos

Por cada club de *fitness* que opera en España hay 4.315 personas que hacen ejercicio por su cuenta o de manera federada sin estar inscritas a un centro deportivo, según datos de EuropeActive y Deloitte.

P. López
5 abr 2019 - 04:59

Atraer al deportista no abonado al gimnasio triplicaría la base de clientes de cada instalación deportiva.

La industria de los gimnasios en España generó un negocio de 2.291 millones de euros en 2018, un 2,5% más que el año anterior. Es un ritmo de crecimiento inferior al de los años previos, pero los datos del informe de Deloitte y EuropeActive revelan que esta realidad no es tanto por la saturación del mercado como sí por una oferta que no convence a todos.

La oportunidad existe, ya que se estima que por cada club operativo en España hay 4.315 personas que hacen ejercicio, mientras que la media de socios es de sólo 1.146, según se desprende del informe *European Health & Fitness Market 2019*. Dicho de otra forma, el 74% de los que practican deporte en España no están inscritos a un gimnasio.

De atraer a este perfil, las cadenas lograrían incorporar a un tipo de abonado que ya está acostumbrado a hacer deporte y conseguirían reducir un *gap* entre clientes y potenciales usuarios que limita su crecimiento. No es una cuestión menor, ya que se trata de un segmento de 20 millones de personas que practican deporte con cierta frecuencia, ya sea por libre o afiliados a una federación, según el estudio elaborado por EuropeActive y Deloitte.

Atraer al deportista no abonado al gimnasio triplicaría la base de clientes de cada instalación

Si desconoce el efecto que tiene el precio de los gimnasios en la decisión de los españoles de realizar deporte federado o por su cuenta, pero la cuota media en ese país es de 39,4 euros al mes, un 2% superior a la media europea. En otras palabras, los españoles destinan un 2,4% de sus ingresos a pagar la cuota del centro deportivo.

Convencer al público activo que no entrena en el club contribuiría a aumentar la penetración del *fitness* en la sociedad, que es del 11,4%, hasta el anhelado 20% al que apuntan algunos directivos consultados por *Palco23*. Con todo, los ejecutivos admiten que las características climatológicas del país suponen una barrera para el sector a la vez que invitan a los usuarios a hacer ejercicio al aire libre. Es algo que no ocurre en los países nórdicos como Suiza, donde el 21,6% de la población está inscrita a un centro deportivo.

En los últimos años, esta realidad ha empujado a los *players* a modernizar su oferta con actividades *outdoor* como el club del corredor, salidas ciclistas y excursiones de senderismo, pero también con la organización de carreras de *running*, obstáculos y triatlón. A estos avances le han seguido otras iniciativas, como lanzar campañas de *marketing* cruzado con cadenas de supermercados de alimentación ecológica o de proximidad, como ha hecho Duet Fit con Veritas o DiR con Ametller Origen.

Otro ejemplo son las instalaciones que están creando clubes de deporte federado, como Forus, GO fit o la Rafa Nadal Academy, que en su club de *fitness* ha creado un equipo de natación. En definitiva, son pasos adelante que está dando el sector para acercarse a otros ámbitos del deporte que le permitan sumar abonados.