

## El fitness ante el Covid: la facturación de los gimnasios caerá un 40% en España

En Europa, los ingresos se verán reducidos un 30%, mientras que en 2021 el retroceso de las ventas se situará en el 11%. España es el quinto país de Europa en usuarios de gimnasios.

Palco23  
30 sep 2020 - 13:05



Los gimnasios de España ajustan su negocio por el golpe del Covid-19: el sector registrará una caída del 40% en sus ingresos en 2020. Un estudio, elaborado por EuropeActive y Deloitte, prevé un descenso de la facturación de los gimnasios en España del 40% este año en comparación con 2019 a causa del impacto del Covid-19. El estudio también estima que el descenso de los ingresos en Europa será del 30% de media, mientras que en 2021 el retroceso se situará en el 11%, aunque la situación varía en función del país.

Según el informe, el sector del fitness europeo tiene a más de 64,8 millones de consumidores, genera 28.200 millones de euros en ingresos, emplea a 750.000 personas y consta de aproximadamente 64.000 instalaciones. En 2019 el mercado europeo creció un 3,8% en usuarios y en los últimos diez años el número de usuarios ha aumentado un 72%. El 9,7% de todos los ciudadanos europeos mayores de quince años son usuarios de instalaciones de fitness.

La concentración continúa en el sector y los treinta principales operadores de clubes europeos alcanzaron 17,2 millones de miembros en 2019, un 12% más que en 2018. Esta cifra representó un 26,5% de todas las membresías. España tuvo 5,5 millones de usuarios el año pasado, un 3,3% más que en 2018.

## **La concentración continúa en el sector y los treinta principales operadores de clubes europeos alcanzaron 17,2 millones de miembros en 2019**

Con 2,22 millones de miembros, Basic-Fit se convirtió en el operador número uno en Europa, tanto en miembros como de clubes, por delante de RSG Group, con 2,05 millones de miembros. Pure Gym (1,35 millones), Clever Fit (950.000 miembros) y The Gym Group (794.000 miembros) completaron el top cinco.

Además, la cadena premium David Lloyd Leisure volvió a generar los ingresos más altos, con 587 millones de euros. El operador *low cost* Basic-Fit facturó 515 millones de euros, seguido por SATS Group (405 millones de euros), Migros Group (367 millones de euros) y RSG Group (365 millones de euros).

“La crisis aún no ha terminado y los casos de Covid-19 siguen aumentando, todavía no sabemos cuál será el impacto total en última instancia”, comenta Jarsten Hollasch, director de Consumer Business de Deloitte.

El estudio, que se ha presentado hoy en Dusseldorf, Alemania, indica que la mayoría de los operadores han manifestado que hay un “riesgo general moderado” de cerrar su negocio, “suponiendo que no habrá más cierres prolongados”. Asimismo, también recalca que muchas empresas planean estar a niveles parecidos en ingresos y membresías para el final de 2021.

“La investigación muestra cierto optimismo para la recuperación y el futuro de nuestro sector, que ha sido confirmado por las indicaciones positivas de los inversores y

analistas”, subraya Herman Rutgers, cofundador de EuropeActive. “Tenemos buenos datos como las más de 20 millones de visitas a los gimnasios de las zonas seguras, con niveles extremadamente bajos de infección”, añade, recordando que “seguimos confiando en alcanzar el objetivo de la industria de 80 millones de miembros para 2025, y posiblemente 100 millones para 2030”.

“Es esencial comprender cómo la pandemia y los cierres han afectado al sector, para ver cómo nos adaptamos, nos encontramos en un momento crítico y desafiante”, concluye el director ejecutivo de EuropeActive, Andreas Paulsen. “El conocimiento de los hechos es esencial para comprender el impacto real de Covid-19 y responder de manera efectiva como empresas”, añade.

Por otro lado, el estudio muestra la tendencia de digitalización de las cadenas durante la pandemia, ya que fue la apuesta de la mayoría de los operadores. De hecho, según un estudio de Virtualgym, el número de usuarios de aplicaciones de fitness alcanzó su primer pico en marzo, cuando Covid-19 comenzó a extenderse en Europa, y luego se volvió a alcanzar en julio, cuando los clubes comenzaron a reabrir, lo que indicó que las visitas al club en persona y el uso de ofertas digitales pueden coexistir en lugar de competir.