

FITNESS

El fitness mundial pierde forma: retroceso del 40% por el Covid-19

Los más de 210.000 clubes de fitness contabilizados en todo el mundo generaron un negocio de 96.000 millones de dólares y aglutinaron más de 184 millones de miembros.

M. L-E.

29 mar 2021 - 04:52



La industria del fitness sufre en todo el mundo. Aunque el deporte ha sido el gran beneficiado de la pandemia, los cierres y las restricciones decretadas para contener la pandemia fueron letales para el sector en 2020 con una reducción del negocio y del número de complejos.

Según estimaciones recopiladas por Palco23 en el documento *Facts&Figures Fitness: industria, evolución y operadores* de la Health Racquet and Sportsclub Association (Ihrsa) y de EuropeActive, el retroceso de la facturación podría situarse en alrededor del 40% en todo el mundo. Según Ihrsa, en 2019, antes del impacto del Covid-19, los más de 210.000 clubes de fitness contabilizados en todo el mundo generaron un negocio de 96.000 millones de dólares y aglutinaron más de 184 millones de miembros.

Consulta aquí Facts&Figures Fitness: industria, evolución y operadores

En 2020 el negocio habrá dejado de ingresar 38.674 millones de dólares, hasta 58.011 millones de dólares, lejos de los datos de 2019, cuando el negocio global del fitness se situó en 96.685 millones de euros después de crecer un 4,9%, un 7,7% y un 2,9% en los tres años anteriores.

El número de centros en cambio estaba a la baja antes del Covid-19. En 2019 había un total de 205.180 centros en todo el mundo, 5.113 gimnasios menos que el año anterior, cuando había 210.293 gimnasio. En 2018, el número de centros se disparó un 4,5%. Por su parte, el número de abonados a clubes de fitness del mundo era de 184,6 millones de socios en 2019, un 0,9% más que en 2018, cuando el crecimiento fue del 5,2%.

Estados Unidos lidera ampliamente la industria internacional por volumen del mercado

El mercado está altamente concentrado: en 2019, el peso de los diez mayores mercados sobre el total de la facturación en 2019 era del 73%, mientras que sobre el total de clubes era del 64% y sobre el total de abonados, del 73% también.

Estados Unidos lidera ampliamente la industria internacional por volumen del mercado. Europa se coloca en segunda posición por volumen de negocio, con más de 6.000 millones de dólares menos, aunque recorta distancias en cuanto a número de miembros

El fitness virtual, el ganador en el año del Covid-19
Mientras los gimnasios cerraban, el auge de la práctica deportiva dio alas a una modalidad que ya llevaba años ganando terreno: el fitness en remoto. Las cadenas lanzaron proyectos para llevar sus servicios a casa de sus clientes y las empresas especializadas en clases virtuales vieron en el confinamiento un nuevo revulsivo.

Todos los expertos apuntan a que el crecimiento experimentado por el fitness virtual durante la pandemia permanecerá una vez se restablezca la normalidad. Un informe de Allied Market Research cifra en 6.040 millones de dólares el negocio de este sector, y anticipa que crecerá, de media, un 33,1% anual, hasta alcanzar 59.230 millones de

dólares en todo el mundo en 2027. En 2021, el negocio será de 10.700 millones de dólares mientras que, en 2022, 14.242 millones de dólares.

Junto a los cambios de hábitos impuestos por el Covid-19, la consultora apunta a otros vectores de desarrollo como el aumento de la penetración entre las generaciones mayores, el menor tiempo para practicar deporte y la tendencia general a tener estilos de vida saludable, lo que hará crecer el sector del fitness en su conjunto y del que también se beneficiará la práctica en remoto. Aunque las fórmulas de deporte en remoto son variadas (de sesiones en *streaming* a aplicaciones, pasando por *wearables*), los primeros datos apuntan a que los consumidores prefieren los modelos de suscripción y en grupo frente a otras modalidades.

El 50% de los usuarios de fitness virtual emplean el modelo de suscripción

El formato de suscripción y en grupo es el preferido por los usuarios. El 40% del negocio se centra en Norteamérica. Las ocho principales empresas de este segmento son Classpass, Fitbit, Fitness on Demand, Les Mills, Navigate Wellbeing Solutions, Sworkit, Peloton y Zwift.

Classpass es un servicio de suscripción a entrenamientos virtuales con sede en Nueva York (Estados Unidos). Fundada en 2013, tiene a L Catterton, Apax Digital y Temasek como accionistas. La compañía opera con 30.000 estudios y gimnasios y 5.000 centros de belleza y su valoración supone mil millones de dólares en 2020.

Fitbit es una plataforma que ofrece herramientas de conexión y salud y fitness. Fundada en 2007, la empresa cotizada tiene sede en San Francisco (Estados Unidos) y distribución en 39.000 tiendas en cien países. En 2019 tuvo una cifra de negocio de 1.434,8 millones de dólares y con unas pérdidas de 132 millones de dólares.

Fitness on Demand es una plataforma de contenido virtual de fitness, fundada en 2011, con sede en Chanhassen (Estados Unidos) y que cuenta con 2.500 clubes en 26 países.

Por su parte, Les Mills es una plataforma de contenido virtual de fitness. Con sede en Auckland (Nueva Zelanda) y fundada en 1968, la empresa trabaja con 20.000 centros en todo el mundo, y factura 250,6 millones de dólares. La empresa está participada por ACC, Antony Balfour, Brian Kreft y Robert Keogh como accionistas.

Peloton cerró 2020 con un negocio de 1.825,9 millones de dólares, casi el doble que el año anterior

Navigate Wellbeing Solutions es una plataforma de salud y fitness para empresas. Fundada en 2007, tiene sede en West Des Moines (Estados Unidos) y un millón de usuarios activos. Sworkit, por su parte, es una plataforma virtual de fitness para *smartphone*. Fundada en 2012, tiene sede en Chevy Chase (Estados Unidos), 10 millones de usuarios registrados, una facturación agregada de 1.825 millones de dólares y a Nexercise como accionistas.

Peloton, por su parte, se enfoca en el equipamiento para *home fitness*. Con sede en Nueva York (Estados Unidos) y fundada en 2012, tiene 2,1 millones de miembros y pertenece a The Vanguard Group y Blackrock, entre otros, como accionistas. La facturación de la compañía en 2020 fue de 1.825,9 millones de dólares, casi el doble que el año anterior, cuando el negocio fue de 915 millones de dólares. La compañía, terminó el ejercicio, cerrado el 30 de junio, con 836,7 millones de dólares de beneficio, mientras que el año anterior fue de 383,6 millones.

Finalmente, Zwift es una aplicación para hacer bici, correr y entrenar fundada en 2014 y con sede Long Beach (California). La compañía tiene 1,6 millones de usuarios activos y una facturación de 619 millones de dólares. Está participada por fondos como Hiro Capital, Permira, KKR o Venture Capital.