

## El mundo del gimnasio, entre el 'low cost' y la 'boutique'

Guillermo G. Recio  
28 sep 2015 - 04:58

Para unos, ir al gimnasio está de moda, para otros, es su forma de vida. Para algunos es ocio, y para los demás es salud. Hoy en día hay muchos tipos de centros; ahora bien, el enfoque no es el mismo. Hasta hace unos años sólo existían dos tipos genéricos de gimnasios: los municipales y los privados. En cuanto a cuotas, todos pagaban la misma cantidad usaran o no el servicio. Pero las nuevas tendencias del mercado hacen referencia a un cambio de dinámica. Primero llegaron los *low cost* y ahora lo hacen las *boutiques*. ¿Cómo será el gimnasio del futuro?

Sin embargo, aunque son modelos opuestos, los dos tienen algo en común: se basan en el uso de la tecnología (como las *app*) y la atención al cliente. Los dos aspectos fueron destacados este viernes por el consultor y director del Máster en Dirección y Gestión del Deporte de la Universidad Pompeu Fabra (UPF), Pere Solanellas, en el marco del congreso *UpDate in Fitness Barcelona*, donde se analizaron las inclinaciones del mercado.

En estas jornadas, llevadas a cabo por la compañía de equipamiento y formación Aerobic&Fitness, sobresalió un elemento de actualidad: la polarización del sector. Este aspecto, tal y como apuntó la consultora de Management&Sports (MAS), Ángeles de Santiago, se produce tras una democratización del *fitness*.

A España todavía no han llegado marcas como la cadena suiza de estudios Elements, que acaba de entrar en Alemania y basa todo su concepto en la madera y las plantas con una gran zona de *wellness*, que se está implantando en zonas empresariales donde la cuota ronda los 70-80 euros.

Otro ejemplo de cambio de rumbo del sector es la conocida marca Fitness First, que en España fue adquirida por la holandesa Basic Bit, que ahora se ha repositionado en el Reino Unido para convertirse desde el *low cost* hasta una experiencia innovadora con una propuesta de valor gracias al uso de la tecnología y las emociones.

Sin embargo, que haya un aumento de clubes como la cadena Equinox en Estados Unidos o los centros de actividades deportivas basadas en la danza Pure Barre, no significa que las instalaciones de precios bajos tengan sus días contados. Sin ir más

lejos, el Grupo Duet, ha pasado de gestionar únicamente concesiones de gimnasios municipales a apostar desde el 2012 por su nueva marca Duet Fit, que ha abierto este fin de semana su tercer establecimiento en el centro de Barcelona.



Un local deportivo de danza Pure Barre./ Flickr

En el caso inverso está Altafit, que como ya adelantó *Palco23*, que ha decidido diversificar su negocio con el lanzamiento de Myst. Se trata de la nueva marca con la que la empresa quiere entrar a competir con centros más *premium*, con su próxima apertura en la calle Mayor de Madrid, a escasos metros de la Plaza del Sol.

En la convención también se ha presentado el Informe Global de Instalaciones Deportivas 2015 realizado por la consultora MAS con el apoyo de la Universidad de Alcalá y el patrocinio de Precor, donde se ha destacado que los ingresos por cuota de los gimnasios han aumentado este año un 8,6%, mientras que los totales han sido del 10,8%. Según datos de Deloitte, en España hay cinco millones de usuarios que pagan un precio medio de 426 euros al año para lograr así una cifra de ingresos en el sector español de 2.134 millones de euros.