

## FITNESS

# España lidera el crecimiento del 'fitness' en Europa y factura 2.235 millones en 2017, un 3% más

El sector español fue, junto al alemán, el que más creció en términos porcentuales entre los principales mercados de *fitness* de Europa. La penetración del gimnasio en la sociedad pasó del 10,9% al 11,2%, la base de abonados aumentó y el *ticket* medio volvió a subir.

P. López  
11 abr 2018 - 11:02

España lidera el crecimiento del 'fitness' en Europa y factura 2.235 millones en 2017, un

El sector del *fitness* en España fue uno de los que más creció en 2017. El negocio conjunto de las cadenas de gimnasios fue de 2.235 millones en el país, un 2,9% más que el año anterior. El sector español fue el segundo que más creció entre los principales mercados de Europa, tan sólo por detrás de Alemania. Los principales motivos de la mejora son el alza de la penetración de esta industria en la sociedad y el ligero aumento del precio medio de los centros.

La facturación conjunta de esta industria en España representó un 8,4% del negocio que movió el *fitness* en todo el continente, que en 2017 fue de 26.600 millones de euros. Tras un año en que el *ticket* medio descendió, el pasado ejercicio se cerró con una tarifa mensual media de 39,4 euros, según refleja el *European Health & Fitness Market Report 2018*, elaborado por Europe Active y Deloitte.

Según indica el informe, el mercado español no perdió su polarización característica. Del total de 4.520 clubes que tiene el país, sólo un 7% estaban bajo el control de los diez principales operadores en implantación, que fueron Anytime Fitness, AltaFit, McFit, BeOne, Basic-Fit, Supera, Metropolitan, Body Factory, Go Fit, y Viva Gym. Entre estos operadores dieron servicio al 21% de la base de abonados.

Al cierre de 2017 un total de 5,2 millones de españoles estaban inscritos a un

gimnasio, lo que supuso un aumento del 2,7% interanual. Es un porcentaje que está lejos del 5,3% que logró Alemania, del 5,1% de Reino Unido y del 4,6% de Francia. España creció más en número socios que Italia, cuyo aumento sólo fue del 1,3%.

Con todo, ese aumento sirvió para que un mayor porcentaje de la sociedad española estuviera apuntada a un centro deportivo, ya que la tasa de penetración ascendió del 10,9% al 11,2%. Este porcentaje aumenta al 13,2% entre la población mayor de 15 años, la edad a partir de la que los usuarios empiezan a inscribirse al gimnasio.

Prueba del recorrido que tiene el mercado español es que el 43% de la población practica deporte, según el Eurobarómetro de deporte y actividad física elaborado anualmente por la Unión Europea. En otras palabras, si los gimnasios atrajeran a toda la base de españoles que sí que son activos, su media de abonados se multiplicaría por cuatro: pasaría de los 1.150 socios que tiene cada centro de media, a 4.426 clientes.

Fernando Pons, socio responsable de Sports de Deloitte, señala que “el *fitness*, en todas sus modalidades, se consolida como la actividad deportiva de mayor volumen en España, impulsada por las variantes al *fitness* tradicional de pesa y máquina, las nuevas tecnologías y la innovación. Esta combinación de lo tradicional y lo *trendy*, así como sus indicadores macroeconómicos, hacen de este sector de la industria del deporte un foco de atención de inversores y operaciones corporativas”.