

FITNESS

Rick Caro (Ihrsa): “En EEUU, o controlamos el gasto, o los gimnasios reducirán ingresos”

Uno de los fundadores de Ihrsa describe el ecosistema estadounidense del *fitness*, que en el último año ha aumentado su penetración en la sociedad, del 17% al 19%.

Patricia López

12 may 2017 - 04:58

Image not found or type unknown



“En Estados Unidos el modelo de gimnasio público no funciona”. Así resumió ayer Rick Caro, fundador de lhrsa, uno de los puntos más característicos del sector norteamericano: la poca presencia de operadores públicos. Se trata de país que es la cuna del *fitness* y un espejo en el que la industria europea trata de reflejarse, pero no comparten el mismo modelo. “A diferencia de España, en EEUU sólo hay tres clubes públicos”, describió el experto, al asegurar que el mercado está demasiado saturado como para que estas entidades, que “están teniendo problemas para recibir financiación”, puedan generar “una competencia real a los operadores”.

En cambio, en el mapa del *fitness* español coexisten los operadores públicos y privados con los *players* que operan en régimen de concesión administrativa y que representan buena parte de los ingresos del sector, que en 2016 facturó 2.171 millones euros,

según datos de Europe Active y Deloitte. Una cifra muy alejada de lo que generó la industria estadounidense, que creció un 7%, hasta los 27.600 millones de dólares.

Sin embargo, “algo que no hacemos muy bien en Estados Unidos es controlar el gasto, lo que en el tiempo podría traducirse en niveles de ingresos más reducidos”, explicó durante una jornada dirigida a los directivos del sector, patrocinada por Life Fitness y organizada por la consultora MAS. “La crisis económica nos afectó especialmente entre 2008 y 2010, pero nos hemos recuperado. En 2016 mejoramos en facturación y aumentamos un 3,6% el número de socios”, detalló.

Caro prevé que esta dinámica alcista continuará en 2017, un año que cree que “será mejor que 2016, aunque no creemos que en Estados Unidos se supere el récord que se tuvo en 2007”. En cuanto al número de clubes, el mercado estadounidense también está en expansión, una situación que está íntimamente relacionada con el hecho de que “el sector del *retail* está cerrando tiendas que los propietarios de los locales desean ocupar”. “Antes no era así, pero ahora nos ven con buenos ojos porque atraemos a gente de la comunidad, y eso repercute positivamente en su edificio”, apuntó.

Otro de los aspectos que caracteriza el *fitness* norteamericano es el modelo franquiciado, una fórmula que desde hace años ha permitido a las cadenas de restaurantes y hoteles crecer en un país de gran extensión y volumen de población. Con el paso de los años, este modelo ha alimentado el crecimiento de cadenas como Planet Fitness, Anytime Fitness, Crunch, Snap Fitness, y Orangetheory, entre otras. Son cadenas que podrían aprovechar la entrada de fondos de inversión en el sector que “se están interesando en invertir en franquicias porque suelen ser inversores que anteriormente ya han hecho negocio con este modelo”, comentó.