

La caída del número de mujeres en los gimnasios dispara la tasa de abandono



Las mujeres ya no representan la mayoría de la masa social en los centros deportivos españoles. De hecho, su presencia en los gimnasios ha pasado de representar el 51,8% del total de los usuarios de 2016 al 46,8% del pasado 2021. Esta caída podría estar relacionada con el preocupante ascenso de la tasa de abandono, que se situó en el último ejercicio en un 9,7%.

La participación femenina en los gimnasios registró en 2021 su cuota más baja de los últimos siete años. Así lo concluye el IX Informe sobre la situación del mercado de las instalaciones deportivas españolas realizado por la consultoría Management Around Sports en colaboración con la Universidad de Alcalá y el patrocinio de Precor. El año pasado, el porcentaje de mujeres usuarias en los centros de fitness españoles cayó hasta el 46,8%.

Esta cifra representa cinco puntos porcentuales menos que la registrada en 2016, cuando según el mismo informe las mujeres suponían el 51,8% del público total de los gimnasios. Ese año se alcanzó el registro más alto desde que Mas realiza el informe. Desde entonces, el porcentaje ha ido a la baja prácticamente todos los años: 50,9% en 2017; 50,4% en 2018; 50,8% en 2019; 49,2% en 2020 (primer año en el que las mujeres dejaron de ser mayoría en los gimnasios) y, finalmente, el mencionado 46,8% del año pasado. Puede descargar el estudio completo, de forma gratuita, a través del siguiente enlace.

CMDsport lo ha podido constatar a través del testimonio de un amplio número de operadores, especialmente tras el estallido de la pandemia, que en España se ha producido en los últimos años una significativa caída del número de mujeres usuarias en los centros de fitness. El covid-19, de hecho, se presenta como un punto de inflexión en la participación femenina, ya que fue en 2020 el primer año en el que las mujeres perdieron esa simbólica mayoría en los gimnasios.

El público femenino ha sido uno de los perfiles más reticentes a la hora de volver a los gimnasios. Lo constatan las cifras de recuperación de usuarios: si en 2021 el 53,2% de los usuarios eran hombres es porque ellos volvieron a una velocidad superior a la que mantuvieron ellas. De hecho, una encuesta publicada en el número 438 de la revista digital de CMDsport en abril de 2021, un año después del estallido de la pandemia, ya ponía de relieve este cambio de paradigma.

Un 33% de las mujeres aseguraba que su índice de práctica deportiva en aquel entonces era inferior al que realizaban antes de la pandemia, frente a un 23% que manifestaba que practicaba más deporte y un 44% que decía mantener la misma actividad. Es decir, que las mujeres que decían hacer menos deporte superaban en 10 puntos a los que afirmaban haber incrementado su práctica. Una tendencia que contrasta con la de los hombres: un 30% aseguraba practicar más deporte que antes de la pandemia, mientras que apenas un 21% indicaba que había reducido su actividad deportiva. Estas tendencias contrapuestas explicarían, en parte, por qué en 2021 había más hombres que mujeres en los gimnasios españoles.

Según el investigador de la Universidad de Alcalá y consultor en Management Around Sports, José Antonio Santacruz, el retroceso experimentado en el número de mujeres en los gimnasios no tiene una única explicación, sino que se debe a una tendencia “multifactorial” en la que han incidido elementos como la conciliación familiar durante la pandemia o el auge del deporte outdoor, entre otros factores.

NO SON MAYORÍA EN NINGÚN SEGMENTO

Por primera vez desde que se realiza este informe, de hecho, las mujeres no fueron mayoría en ninguno de los tres segmentos de centros deportivos analizados: representaron el 49,1% del modelo concesional, el 43,4% de los centros de valor por precio y el 43% del resto de instalaciones privadas no low cost.

Estos datos contrastan significativamente con los registrados en 2020: 52% en el segmento concesional, 43,2% del valor por precio y 65,4% del resto de instalaciones privadas.

En 2016, las mujeres eran prácticamente la mayoría en todos los segmentos: 50,7% en el concesional, 49,2% en el valor por precio y 55,1% en el resto de instalaciones privadas no low cost.

USUARIOS MÁS JÓVENES

La pérdida de público femenino podría ser una de las explicaciones a otro problema que pone de relieve el IX Informe del mercado de las instalaciones deportivas: la elevada tasa de abandono de los gimnasios. Según el informe de Fitness KPI sobre los hábitos del consumidor de gimnasio post-covid, a finales de 2021, el perfil mayoritario de los gimnasios eran hombres, de edad joven y con un enfoque más bien dirigido a la musculación y a la fuerza.

De hecho, el informe de Mas confirma esa tendencia: no solo crece el porcentaje de hombres, sino que el usuario medio de los gimnasios es cada vez más joven. Si en 2017 la edad media en los gimnasios era de 38 años, el pasado 2021 fue de cuatro años menos, 34. La edad media bajó a los 37 años en 2017 y 2019, y en 2020 fue de 35,5 años.

Si se tiene en cuenta que los mayores de 60 años siguen mostrando reticencias a la hora de volver a los centros de fitness y que cada vez hay más usuarios de la Generación Z en los gimnasios, todo apunta a que en 2022 aún se registrará una edad media inferior a la registrada en 2021.

El pasado mes de octubre, el CEO de Fitness KPI, Pablo Viñaspre, aportó datos en una mesa redonda sobre jóvenes y fitness organizada por CMDsport que confirmaba esta dinámica: en octubre de 2019, los menores de 30 años representaban el 25% del total de usuarios de los gimnasios. Tres años más tarde, en octubre de 2022, ya eran el 36%. Es decir, un aumento medio de 11 puntos porcentuales (el equivalente a un +44%).

SE DISPARA LA ROTACIÓN

En esa misma mesa redonda, Viñaspre también alertó sobre la elevada tasa de abandono de los gimnasios. “Estamos viendo incrementos en las tasas de deserción que nos preocupan. En octubre (de 2022), la tasa de deserción subió al 9%. Es un problema que va asociado sobre todo con los jóvenes”, alertó.

Un problema que el informe de Management Around Sports también destaca: la tasa de abandono media de los gimnasios españoles en 2021 fue del 9,7%. Aunque el dato es ligeramente menor al de 2020 (10%), se explica básicamente por el parón de la actividad que se produjo durante varios meses en el primer año de la pandemia.

Por segmentos, en 2021 la tasa de abandono de los centros de valor por precio fue del 10,6%, por encima de la registrada en 2019 y 2015 (10,3%) y solo superada por 2020 (12,8%). La del segmento concesional alcanzó su máximo histórico desde el inicio de este informe: un 8,3%, por encima del 7,5% de 2020 y del 7% de 2018. También el resto de centros privados no low cost batieron su récord negativo de tasa de rotación el año pasado: un 7,9%, por encima del 7,3% de 2020 y del 6,4% de 2015.

“Hacen falta más procesos en los centros deportivos para mantener la motivación de los usuarios. La gente se abona y en un plazo de dos a seis meses se da de baja. Lo hacen

cada vez antes”, alertó José Antonio Santacruz. Según el investigador de la Universidad de Alcalá y consultor en Management Around Sports, la elevada tasa de abandono no es un problema exclusivamente femenino.

ESPACIOS MÁS INCLUSIVOS PARA LAS MUJERES

Santacruz, por otro lado, avisó que “tras la pandemia el consumidor tiene hábitos distintos, mientras que los centros siguen vendiendo igual que antes de la pandemia”. La reorientación comercial de los gimnasios no debería limitarse al factor covid, sino que el sector tendría aún por delante retos como lograr espacios más inclusivos para las mujeres.

Así lo advertía la directora comercial de Curves en España, Lorena Martín, en una entrevista publicada en el número 454 de la revista digital de CMDsport: “Quizás muchos gimnasios han estado más enfocados al sexo masculino y, sin pensar que una mujer no busca el mismo tipo de ejercicio, de maquinaria o, sobre todo, el tipo de atención, donde hay una gran diferencia”.

El incremento del público masculino y adolescente, que ha provocado que cada vez sean más los gimnasios que apuesten por entrenamientos de fuerza, sería otro factor que estaría alejando las mujeres de determinados centros de fitness. Como respuesta a ese cambio que se está viviendo en muchos gimnasios, ellas estarían apostando ahora por gimnasios del modelo boutique donde tendrían una experiencia de entrenamiento más personalizada y basada en sesiones en grupos reducidos.

De hecho, son numerosas las marcas de gimnasios femeninos que presagian un crecimiento exponencial para sus respectivos modelos gracias, precisamente, a este cambio de escenario. Los próximos informes validarán si esta tesis se confirma o si, por el contrario, los gimnasios siguen sin recuperar el público femenino perdido durante los últimos años.

Noticia extraída de CMDSport.

Puedes leer la noticia en su web pulsando [aquí](#)

Sobre nosotros:

Aktive es una herramienta muy completa que cubre las necesidades tanto de centros, técnicos deportivos o entrenadores personales como de sus usuarios.

Puedes conocer más sobre nuestra app personalizada y el proceso para adquirirla pulsando en el botón.

[Conoce más sobre sobre la app personalizada](#)

Link to Original article: <https://www.aktive.cloud//w/aktive/96308/blog?elem=315623>