

SEED - Noticias

<https://www.seed-deporte.es/>

Presentación del estudio: Oferta y Demanda de las Actividades Dirigidas, su Inversión e Impacto en el Centro Deportivo



El martes 20 de febrero, en la sede del Colegio de Ingenieros Técnicos Industriales de Barcelona se presentó el estudio de investigación “Oferta y Demanda de las Actividades Dirigidas, su Inversión e Impacto en el Centro Deportivo”. Estudio promovido por la Fundación España Activa realizado por investigadores de la Universidad de Sevilla y la Agencia para la Gestión, Investigación e Innovación en Servicios Deportivos (AGIISD), y financiado por Aerobic & Fitness. Inauguró la Jornada el Presidente de la Fundación España Activa, D. Jaime Lissavetzky, quien presentó los objetivos marcados por la Fundación entre los que destacó: detectar a los diferentes agentes deportivos presentes en la sociedad y actuar como aglutinador de los mismos, Generar conocimiento (Investigación) y, ante todo, lograr un compromiso político para promover la actividad física y luchar contra el sedentarismo. A continuación, tomó la palabra Jerónimo García-

Fernández, investigador de la Universidad de Sevilla y la Agencia para la Gestión, Investigación e Innovación en Servicios Deportivos (AGIISD) que presentó las líneas de trabajo de su grupo centradas en formación e investigación, así como los diferentes proyectos realizados: estudios sobre diferentes tipologías de centros, utilización de web y RRSS por centros deportivos, programas de coaching, etc. Seguidamente cedió la palabra a su compañera de grupo de investigación, Marta Pérez, quién presentaría los principales resultados del estudio en cuanto a Actividades Dirigidas (AADD). Para llevar a cabo este estudio, se analizaron las AADD como elemento de retención y fidelización para los centros deportivos y se marcaron los siguientes objetivos:

- Conocer la oferta de AADD.
- Estudiar la adecuación de la misma a los usuarios de los centros deportivos (demanda).
- Analizar los recursos destinados (inversión).

La metodología del mismo consistió en dos cuestionarios diferentes, uno para los abonados y otro para los propios centros deportivos, lo cuales, fueron clasificados en tres tipos: Centros Low-Cost (Cuota mensual menor de 30€), Centros públicos de gestión indirecta y Centros privados. En cuanto a las principales reflexiones del estudio, se destacaron las siguientes:

- Las variables demográficas influyen en el interés por las AADD: el 77% de las abonadas participa en este tipo de sesiones por el 45% de los hombres abonados.
- Las AADD actúan como elemento de fidelización: el 58,1% de los abonados afirma que abandonaría el centro si éste dejara de ofrecer este servicio.
- Las AADD virtuales no son sustitutivas de las presenciales: El instructor es el principal motivo de satisfacción de los abonados (46,85%), seguido por el confort de la sala y el material.
- La oferta y demanda de AADD acuáticas es menor que las terrestres.
- La tipología de centro no influye en la satisfacción de las AADD (calidad percibida).
- La tipología de centro influye en la inversión y oferta de AADD.
- El 40% de los ingresos por cuota son atribuibles a AADD.
- AADD acuáticas presentan mayores diferencias en los tipos de usuarios en cuanto a variables demográficas: Mujeres de edad avanzada (¿Falta oferta acuática masculina?).

Tras la presentación tuvo lugar una mesa coloquio organizada por Aerobic&Fitness formada por representantes de algunas de las cadenas de centros deportivos más importantes a nivel estatal: Jordi Bonich director de operaciones de Holmes Place, Lluís Boada director de operaciones de Áccura, Ignacio Usera, socio fundador y consejero delegado de la cadena de gimnasios low cost Smartfit y Nicolás Sánchez, director de desarrollo y proyectos del Grupo Claror. Todos los participantes confirmaron que los datos presentados en el estudio coinciden con sus propios análisis internos y que, el mismo sirve como refuerzo a la apuesta por las clases dirigidas de sus centros. Jordi Bonich (Holmes Place) destacó que en su centro sí que hay diferencias en cuanto a la duración media de las AADD que se sitúa para ellos más en la franja 30'-45' que por encima de 50'-60' que refleja el estudio. Lluís Boada (Áccura) considera que las AADD cuentan con un público exigente y especialista. Por su parte, están trabajando cada vez más en el concepto Comunidad para adaptar la oferta a los abonados. Destacó que la mayor expresión de profesionalización de AADD son los centros boutiques y que los grandes centros deben fijarse en ellos. Ignacio Usera (SmartFit) mencionó que su centro low-cost es atípico ya que desde el comienzo apostó por las AADD. No hacen uso de

actividades virtuales y se marcan como objetivo cada año incrementar el número de participantes en AADD. Finalmente, Nicolás Sánchez (Claror) cree que el usuario busca en las AADD vivir experiencias y es el instructor el factor clave para el éxito de las mismas. Ofrecen en sus centros más de 200 AADD por semana, por encima de la media del estudio y mencionan que dentro de sus clubs conviven diferentes clubs al mismo tiempo y es necesario adaptar la parrilla a todos los perfiles de usuario. Todos los participantes coincidieron en que la mejora de las condiciones de trabajo de los instructores, factor clave del éxito de las AADD, es una de las asignaturas pendientes del sector del fitness en España. Formulario para la descarga completa del estudio. **Jesús Cabrera Carabaza**

Link to Original article: <https://www.seed-deporte.es/noticias/presentacion-del-estudio-oferta-y-demanda-de-las-actividades-dirigidas-su-inversion-e-impacto-en-el-centro-deportivo?elem=295316>