

¿Dónde están las mujeres que aún no han regresado a los gimnasios tras su reapertura?



Tras los efectos sufridos por la **pandemia de COVID-19** en el sector del fitness, las mujeres son, junto con los adultos mayores, los dos grupos que más está costando recuperar por parte de los centros deportivos y gimnasios. Por ello, en este día 08 de marzo, **Día Internacional de la Mujer**, la revista **CMDsport** analiza en un artículo las razones por las que el fitness no ha logrado recuperar completamente al público femenino previo a la pandemia, así como las nuevas tendencias hacia las que se inclinan.

El pasado mes de febrero fue el mejor mes en relación a las cifras de recuperación de socios desde la reapertura tras los cierres de gimnasios, ya que consiguió recuperarse en un 79%, según cifras de Fitness KPI. Por tanto, los centros de fitness españoles ven cada vez más cerca la recuperación de las cifras anteriores a la pandemia. Sin embargo, hay

dos colectivos de usuarios que no están teniendo las mismas cifras de recuperación; los adultos mayores, condicionados aún por la pandemia y el nivel de contagios; y el público femenino, tradicionalmente enfocado a las actividades dirigidas y las zonas de cardio.

Esto se ve en el porcentaje de distribución de sexos de los usuarios fitness, ya que, según Fitness KPI, en octubre de 2021 la proporción de público masculino era del 52,1%, mientras que en las mujeres era del 47,9%. Esto significa que los centros fitness de España han perdido un 4% de presencia femenina.

Una de las razones por las que está costando más recuperar al público femenino son las restricciones asociadas a la pandemia, ya que las restricciones de aforo afectaron especialmente a las clases dirigidas, tradicionalmente preferidas por las mujeres. Además, el uso obligatorio de la mascarilla en el interior de los gimnasios ha afectado más a las sesiones cardio, también preferidas por las mujeres, que a otras actividades y zonas de los centros. Como consecuencia de todo esto, en diciembre de 2021 el público era predominantemente masculino y joven, destacando más las actividades de musculación y fuerza.

Algunos operadores fitness opinan que esta situación mejorará cuando se anule la obligatoriedad del uso de mascarillas en interiores, así como cuando se normalicen las jornadas laborales. Sin embargo, otros operadores creen que las mujeres sí que están volviendo a los clubes fitness, pero no a los habituales a los que iban antes de la pandemia.

Una investigación liderada por **Gisdor**, de la **Universidad de Sevilla**, sugiere que el público femenino actualmente está teniendo como preferencia un tipo específico de modelo de negocio fitness, el modelo boutique. En esta investigación se indica que las razones de ello son la existencia de programas orientados a resultados que se perciben en poco tiempo, un alto grado de socialización efectiva, personalización y trato individualizado, así como unos horarios adaptados a su disponibilidad, aún condicionada por la pandemia.

En este sentido, **Natalia Díez**, responsable de **CrossFit** en España, indica que por primera vez casi se ha igualado la participación femenina con la masculina en los CrossFit Games, siendo el público femenino un 47% del total. Esta inclinación hacia el modelo boutique destaca mucho en la segunda cadena de centros boutique con más centros, **Brooklyn Fitboxing**, donde la participación femenina se encuentra de media en un 70-30% de mayoría usuarias. Por último, otra posible causa es la aún popular oferta de fitness en casa, que si bien ha descendido tras la reapertura de los gimnasios, aún tiene muchos seguidores.

Fuente: CMDsport >>>

Link to Original article: <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=277291>