

La Generación Z y su impacto en el mercado del fitness.



Recientemente se ha publicado un Informe por Les Mills en el que se valora la influencia que tiene la Generación Z en el mercado del fitness, y se trata de determinar el impacto que tendrá en el futuro

PERFIL DE LA GENERACIÓN Z

Las personas que ubicamos dentro de este grupo, reúnen las siguientes características: Todos han nacido entre 1997 - 2012; es la generación más numerosa de la historia; disponen de 360.000 millones de USD de renta disponible; el 30% ya utiliza un gimnasio; Gastan una media de 95 USD mensuales en el ejercicio; el 40% utiliza Tik Tok como su motor de búsqueda principal.

Otras estadísticas interesantes de este grupo poblacional son el tiempo de uso de los dispositivos móviles, ya que el 55% de esta generación utiliza los teléfonos y sus smartphone hasta 5 horas al día. En relación al apartado deportivo, es una generación que tiene predisposición a realizar actividad física de forma regular, ya que un 36% dice realizar ejercicio de forma regular, mientras que un 50% quiere empezar a practicarlo.

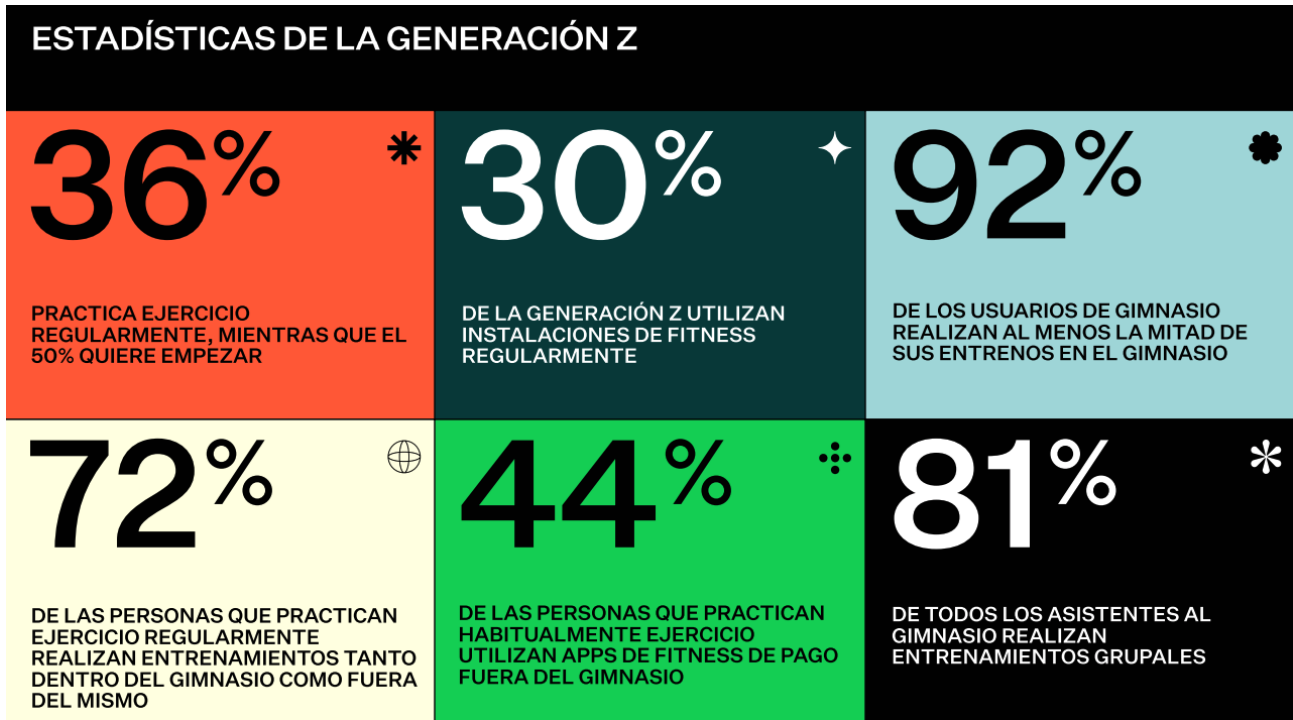


Figura 1. Estadísticas de la Generación Z?

CARACTERÍSTICAS DEL ENTRENAMIENTO

Este segmento poblacional expone que las 5 principales razones que les hace desempeñar la práctica deportiva son: estar más en forma, mejorar su salud, mejorar su aspecto físico, sentirse mejor y reducir el estrés. En cuanto a los aspectos económicos, de esta que el gasto mensual medio en fitness de este grupo poblacional es de 95 USD, existiendo la posibilidad de que el 77% de este grupo gaste más dinero en el sector que su progenitores. Uno de los métodos de entrenamiento más utilizado mediante App de fitness de pago, pues el 51% ya paga una aplicación que les ayude a llevar a cabo sus entrenamientos en el gimnasio.

Otra característica fundamental de los entrenamientos desempeñados el GEN Z, es la flexibilidad que tienen estos. El 72% de las personas que practican ejercicio dicen entrenar tanto en el gimnasio como fuera de él, dependiendo del tiempo del que dispongan para realizar actividad física.

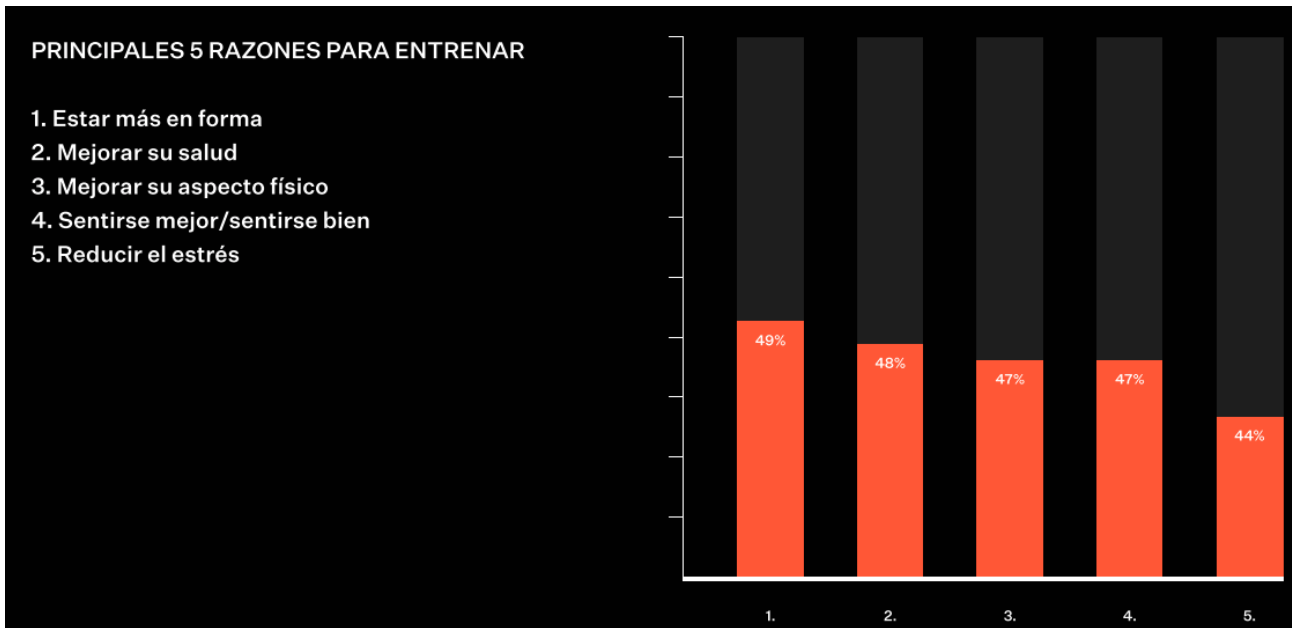


Figura 2: Principales 5 razones de la Generación Z para entrenar

UN SECTOR POR EXPLOTAR

Aún quedan muchas vías que explotar en el mercado del fitness para tratar de llegar a toda la Generación Z, para ello se debe tener en cuenta las necesidades de este grupo poblacional y como se puede llegar a ellos mediante el ejercicio. Pues bien, conociendo que el 50% de la generación quiere comenzar a practicar deporte y un 36% lo realiza de manera regular ya, encontramos un nicho de mercado muy interesante. Para tratar de llegar a ellos, se deben de considerar las motivaciones clave de estas personas para empezar a practicar deporte. Asimismo, también se deberá estudiar que tipo de ejercicios se les debe ofrecer a las personas de esta generación para iniciarse en la práctica deportiva. Según el estudio de Les Mills las actividades preferidas por el segmento poblacional para iniciarse en la práctica deportiva son; Correr , caminar, nadar, realizar ejercicios con máquinas de cardio, realizar entrenamientos de peso libre, yoga o participar en clases de fitness en grupo.

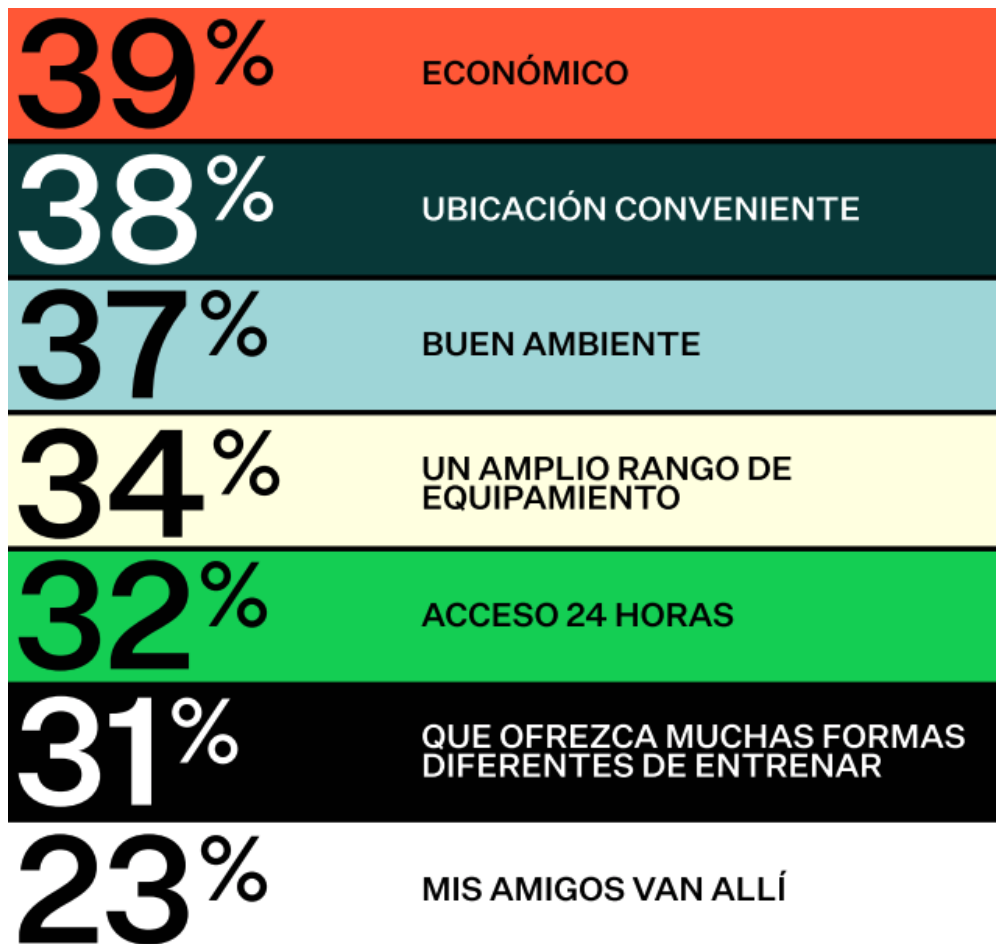


Figura 3: ¿Qué hace un gimnasio atractivo para estos jóvenes?

EL FUTURO DEL OMNIFITNESS

Para saber como afecta es fenómeno al grupo poblacional en estudio, es necesario conocer que es el Omnifitness. Omnifitness significa ofrecer opciones de entrenamientos digitales y en vivo para llegar a las personas que practican ejercicio, y estos usuarios puedan realizarlo en cualquier momento o en cualquier lugar. Es por ello que la implementación de apps y nuevos servicios digitales puede significar la diferencia respecto de otros centros, y se podrá lograr atraer a un mayor número de usuarios mediante esta estrategia.



Figura 4. La oportunidad el Omnifitness

CLAVES PARA SATISFACER A ESTE GRUPO POBLACIONAL

Las claves más importantes para tener éxito con este grupo poblacional son las siguientes:

- Implementar una estrategia que incluya el Omnifitness es clave para atraer a este segmento poblacional.
- Debemos conectar con los hábitos de este segmento, tratando de hacerles llegar nuestros servicios mediante los canales que utilizan.
- Conformar un equipo de grandes profesionales que hagan más atractiva la realización de Actividad Física.

Fuente: Les Mills

[Consultar Informe Completo >>>](#)

Link to Original article: <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=303928>