



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Conforme al último Anuario de Estadísticas Deportivas que realiza el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, el porcentaje de españoles que se ejercita semanalmente es del 46,2%.

Asimismo, según el informe “*European Health & Fitness Market Report 2017*” que elabora *Deloitte*, ya son más de cinco millones los españoles apuntados a este tipo de centros. Las cifras de facturación del sector en España durante el último año también crecieron, llegándose a generar un total de 2.171 millones de euros.

Por tanto, nos dirigimos a un mercado relativamente amplio, pero que no deja de ser de nicho: como ya hemos dicho previamente, la conciencia ecológica es cada vez mayor y el mercado del *fitness* está en alza. Nuestro público objetivo principal requiere un servicio diferenciado y está dispuesto a pagarlo: son personas que valoran su salud y por ello acuden al gimnasio, pero desean cuidar el medio ambiente al mismo tiempo. No obstante, también puede atraer clientes del mercado masivo de los gimnasios: a personas competitivas, que disfruten con los retos, que deseen los premios y/o los descuentos que ofrecemos por la generación de energía, o que quieran un gimnasio que les facilite la conciliación familiar.

