

Addolorato, S., García-Unanue, J., Gallardo, L., & García-Fernández, J. (2022). Modelos de negocios na indústria da fitness: desde a cadeia de franquia tradicional à la fitness boutique. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 11 (1), 1-25.

FITNESS INDUSTRY BUSINESS MODELS:

FROM THE TRADITIONAL FRANCHISING CHAIN TO THE FITNESS BOUTIQUE

Objetivo del estudio: Definir el concepto de la fitness boutique por medio del análisis del estado actual de las publicaciones científicas al respecto de las configuraciones/esquemas de negocios y durante la línea de tiempo de la industria del fitness posmoderna.

01

EL FITNESS POSMODERNO
Industria del Fitness desde la década de 1970...

USO DE ESTRATEGIAS ICONOGRAFICAS PARA GANAR VALOR EN EL MERCADO

¿Cómo ve su cuerpo el propio el usuario?

- | | | |
|------------------------|-----------------------|---|
| ➤ AUTOINVERSIÓN | PROBLEMAS EMOCIONALES | ⬅ |
| ➤ ÉXITO | MOVILIDAD SOCIAL | ⬅ |
| ➤ IDENTIDAD PROPIA | APARIENCIA | ⬅ |
| ➤ FUENTE DE RECOMPENSA | DISTINCIÓN | ⬅ |
| ➤ FELICIDAD | ACEPTACIÓN | ⬅ |
| ➤ OBJETO DE CONSUMO | PROYECTO | ⬅ |

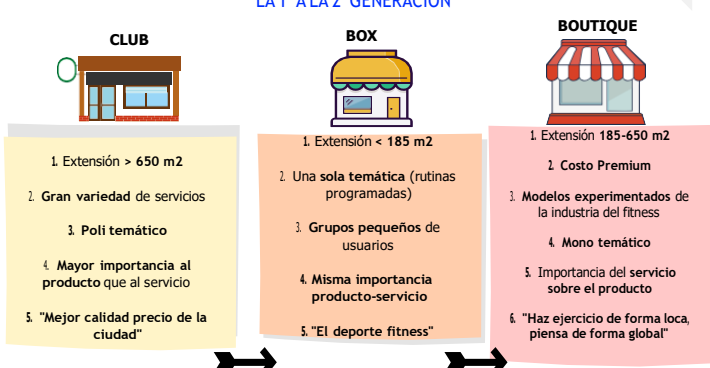
02 METODOLOGÍA

Búsqueda exhaustiva en las bases de datos sobre la literatura científica referente al mercado y los modelos comerciales relacionados con la industria del fitness



03 RESULTADOS

EVOLUCIÓN DE LA FRANQUICIA DESDE LA 1ª A LA 2ª GENERACIÓN

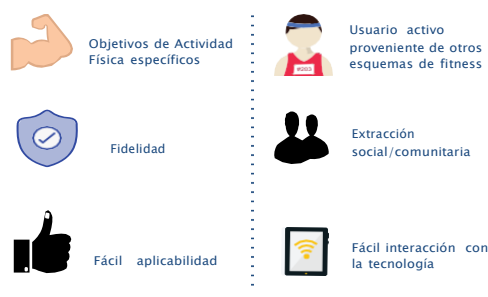


04

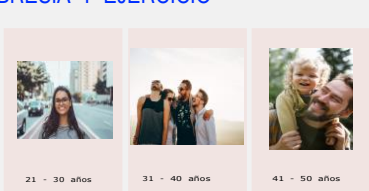
¿Cuáles son los rasgos principales de una Boutique de fitness?



05 RASGOS PRINCIPALES DE LOS CONSUMIDORES DE LA BOUTIQUE FITNESS



06 GRUPOS DE EDAD MÁS ACTIVOS EN LA SUSCRIPCIÓN DE MEMBRESÍA Y EJERCICIO

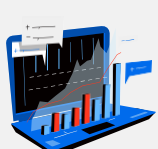


1 Parte del grupo de **adolescentes (<20 años)** y **más de 3/4 Partes** de la población **boutique** observada (incluyendo también **mayores de 60 años**) **SON CLIENTES ACTIVOS PROVENIENTES DE OTROS MODELOS DE CONFIGURACIÓN DE FITNESS**

70,2% USUARIOS EN CONTACTO CONTINUO CON PROFESIONALES DEL SECTOR DEL PROPIO ESTABLECIMIENTO

07 CONCLUSIONES

INDUSTRIA DEL FITNESS necesita afrontar **MODELOS DE NEGOCIO** aplicables a **TODAS LAS ETAPAS** de vida posible



Es un verdadero **CAMPO COMERCIAL Y CULTURAL**