

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/313025463>

Impacto económico en las empresas que ofrecen aplicaciones móviles en el sector del fitness en España 2016

Conference Paper · June 2016

CITATIONS

0

READS

316

3 authors:



Manel Valcarce

Universitat de Lleida

34 PUBLICATIONS 28 CITATIONS

SEE PROFILE



Teresa Miñambres

Valgo

6 PUBLICATIONS 3 CITATIONS

SEE PROFILE



Carlos Cordeiro

University Carlos III de Madrid

12 PUBLICATIONS 4 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Reports Business Models Fitness in Spain [View project](#)



Tecnología y Deporte [View project](#)

**Impacto económico en las empresas que ofrecen
aplicaciones móviles en el sector del fitness en
España.**

Valcarce, M.¹, Miñambres, T.² y Cordeiro, C.³

*¹ Departamento de Salud y Gestión Deportiva 1
Universitat de Lleida 1*

² Valgo Investment 2

*³ Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas 3
Universidad Carlos III de Madrid 3*

1. INTRODUCCIÓN

El número de empresas del sector TIC en España sigue aumentando, habiendo pasado de 18.849 empresas en 2009 a las 21.372 en 2014 (ONTSI, 2015). Siguiendo a Deloitte (2014), España es el cuarto de los países desarrollados en penetración de Smartphones, con un 85%, por detrás de Singapur (89%), Corea del Sur (88%) y Noruega (87%) además el 89% del tiempo que los usuarios pasan en el móvil es utilizando aplicaciones (Ditrendia, 2015). Dentro de este porcentaje, Accenture y Ametic (2015) consideran que los entrenamientos online y las aplicaciones para medir la actividad física y dieta están presentes en el 60% de los smartphones en Estados Unidos, estimándose que el número de aplicaciones de actividad física y deporte continuará al alza, entre otros motivos por la asociación de éstas con el fomento y el incentivo hacia la práctica deportiva (Glynn LG et al., 2014). En lo que se refiere a la industria del fitness, la incorporación de las nuevas tecnologías también se encuentra en crecimiento, considerando que tanto cadenas como gimnasios adoptan las nuevas tecnologías como medio para la introducción de mejoras cualitativas en el servicio, así como un factor de fidelización y motivación para la práctica deportiva, dando respuesta a las necesidades actuales de los usuarios. En este sentido, en la encuesta anual de tendencias del fitness (ACSM, 2016) destacan la aparición de la tecnología portátil y de las aplicaciones de ejercicios para smartphones como primera y decimoséptima tendencia respectivamente, no apareciendo ninguna de ambas dentro de las 20 primeras tendencias en la encuesta del 2015. El objetivo del estudio consiste en identificar y analizar la evolución de las empresas que desarrollan APPs en el sector del Fitness en España.

2. METODOLOGÍA

Para su identificación se ha tenido en cuenta el ranking de operadores por número de usuarios elaborado por la revista CMD (2016) incluyéndose en el análisis los 30 primeros con mayor número de usuarios en España. Entre éstos se identificaron 9 aplicaciones móviles, de las cuales se descartó una al tener sede fiscal en el extranjero y no haber podido conseguir sus datos, y distinguiéndose 3 tipos de empresas desarrolladoras; empresas especializadas (n=4), entendidas como tal aquellas que se dedican a actividades de programación y relacionadas con la informática en base a sus códigos CNAE; empresas de equipamiento deportivo (n=2) y gimnasios con APPs de desarrollo propio (n=2). Para su estudio se ha aplicado una metodología mixta, consistente en la elaboración de un cuestionario telefónico compuesto por varios ítems, donde se trató de conocer la evolución del porcentaje de facturación

derivado del desarrollo de APPs, el número de centros en los que se comercializó y el número de empleados en los últimos años. Por otra parte, se ha completado el análisis con la información contable y financiera expuesta en la base de datos SABI. Para el análisis estadístico se usó el programa estadístico SPSS versión 19. Los datos y porcentajes de ingresos de explotación, número de empleados y número de centros en los que se distribuyen las APPs se presentan en medias y desviación típica para las empresas especializadas y en medias y variación anual en el caso de las empresas de equipamiento y gimnasios con desarrollo propio.

3. RESULTADOS

Respecto a la personalidad jurídica de la muestra (n=8) se forma por un 12,5% empresario individual, 62,5% sociedades limitadas y 25% sociedades anónimas representadas por las empresas de equipamiento. A continuación, en la tabla 1 se muestra la evolución económica de las empresas especializadas, así como el número total de centros en los que se distribuyó la aplicación.

Tabla 1. Evolución de las empresas especializadas que comercializan APPs en España

	Duma Interactiva	Intelinova Software S.L.	Intelligent System Vitale S.L.	Proyectos Visuales Zaragoza S.L.	Promedio	DT
Año comercialización de APPs	2013	2014	2013	2012		
Ingresos de explotación						
2012	ND	30.073	-	1.580.246	805.160	1.580.246
2013	ND	173.107	10.755	1.910.659	698.174	1.053.161
2014	ND	221.720	31.520	2.241.072	831.437	1.224.478
% Ingresos asociados a APPs						
2012	0	0	-	0	0	0
2013	40	0	100	2	47,33	49,40
2014	50	2	100	3	38,75	46,57
2015	60	21	100	4	46,25	42,82
Nº Empleados						
2011	-	2	-	8	5	4,24
2012	-	3	-	10	6,5	4,94
2013	ND	5	3	13	7	5,29
2014	ND	6	5	17	9,3	6,65
2015	3	20	ND	25	16	11,53
Nº de Centros						
2012	0	0	0	5	5	-
2013	1	0	ND	8	4,5	4,94
2014	4	3	ND	14	7	6,08
2015	8	33	ND	42	27,66	17,62

ND: Valor no detallado por la empresa

Como se observa en la evolución 2012, inicio de la oferta de APPs a 2015, el número de empresas especializadas ha ido creciendo, de la misma forma que el número de gimnasios que han optado por incluir el servicio de APPs dentro del abanico de su

oferta (+22,67), no obstante, existen diferencias significativas entre el número de gimnasios a los que éstas distribuyen la aplicación (DT=17,62). Por otra parte, la evolución en el porcentaje de ingresos derivados de la comercialización de APPs crece con los años. En lo que respecta a las dos variables comentadas, cabe destacar una evolución significativa durante los años 2014-2015 tanto en el número de centros en los que se distribuyeron las aplicaciones (+20,66) como en el aumento del porcentaje de ingresos asociados a esta área de negocio (+7,52%).

Tabla 2. Evolución de las empresas de equipamiento que comercializan APPs

		2011	2012	2013	2014
N		1	2	2	2
Empresa de Equipamiento	\bar{X} Centros distribuidos	8	23	39	55
	Δ Centros anual (%)	-	187,5	69,5	41,02
	\bar{X} ingresos de explotación	10.513.917	11.707.220	9.904.696	12.206.449
	Δ Ingresos anual (%)	6,06	11,34	-15,39	23,23

Nota.: Para la variable Centros distribuidos se presenta la evolución para n=1.

Respecto a las empresas de equipamiento y gimnasios con desarrollo propio, no presentan ingresos directos asociados pues en ambos las APPs son ofrecidas de forma gratuita, siendo en el caso de los gimnasios una inversión dirigida a mejorar la experiencia del cliente en la instalación. No obstante, y así lo confirman los responsables en las empresas de equipamiento, sí existe una relación indirecta entre la venta e implantación de las APPs y su evolución económica, como se aprecia en el crecimiento 2011-2014 del 16,09% en ingresos de explotación y del 587% en centros. Sin embargo, y como se muestra en los datos obtenidos en la Tabla 3, no se puede establecer en los gimnasios con APPs de desarrollo propio una clara relación entre la incorporación del servicio y la variación en sus ingresos de explotación.

Tabla 3. Evolución de los gimnasios con APPs de desarrollo propio en España

		2011	2012	2013	2014
N		0	1	2	2
Desarrollo Propio	\bar{X} Centros distribuidos	0	18,5	19	19,5
	Δ Centros anual (%)	-	-	5,5	2,63
	\bar{X} ingresos de explotación	28.268.998	26.411.374	24.787.445	25.731.934
	Δ Ingresos anual (%)	9,65	-6,57	-6,14	3,80

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Desde que en 2011 se ofrecen por primera vez APPs en el sector del fitness, en todos los operadores analizados se observa un impacto económico positivo, tanto en ingresos, empleados como centros implantados. Más destacado aún en el grupo de empresas especializadas en su comercialización directa, siguiendo la línea de los resultados de la última encuesta de la ACSM, la cual sitúa a las aplicaciones móviles de ejercicios en 2015 por primera vez dentro de las 20 mayores tendencias del Fitness. En este sentido, resultará interesante la apertura de nuevas líneas de investigación que estudien la influencia de las APPs en la calidad del servicio de los centros de Fitness así como la repetición de este estudio en un futuro próximo de cara a conocer la evolución de esta nueva gran tendencia.

5. REFERENCIAS

- Accenture y Ametic (2015). *La explosión del consumo digital*. Recuperado el 23 de Enero de 2016 de <http://ametic.es/es/publicaciones/la-explosi%C3%B3n-del-consumo-digital>
- CMD FitnessGym (2016). Ranking de operadores según número total de abonados. *CMD FitnessGym*, 373, 85.
- Deloitte (2014). *Consumo móvil en España 2014. Revolución y evolución*. Recuperado el 23 de Enero de 2016 de <http://www2.deloitte.com/es/es/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/consumo-medios-espana.html>
- Ditrendia (2015). *Informe Mobile en España y en el Mundo 2015*. Recuperado el 23 de Enero de 2016 de <http://www.ditrendia.es/wp-content/uploads/2015/07/Ditrendia-Informe-Mobile-en-Espa%C3%B1a-y-en-el-Mundo-2015.pdf>
- Glynn, L. G., Hayes, P. S., Casey, M., Glynn, F., Alvarez-Iglesias, A., Newell, J., y Murphy, A. W. (2014). Effectiveness of a smartphone application to promote physical activity in primary care: the SMART MOVE randomised controlled trial. *British Journal of General Practice*, 64(624), 384-391.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2015). *La sociedad en Red. Informe anual 2014*. Recuperado el 23 de Enero de 2016 de http://www.onsi.red.es/onsi/sites/default/files/informe_anual_la_sociedad_en_red_2014_edicion_2015_0.pdf
- Thompson, W. R. (2015). Worldwide survey of fitness trends for 2016. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 19(6), 9-18.