

NOTA DE PRENSA

Según el tracking de notoriedad sectorial impulsado por Synergym

El 66% de los españoles activos actualmente practica deporte en gimnasios

- El estudio liderado por Synergym destaca que el 52% de los encuestados son *heavy users*, es decir, usuarios que acuden al gimnasio 4 veces a la semana o más.
- El 85% de los encuestados confirman haber estado inscritos a un gimnasio en el último año, aunque muchos de ellos entrenan, además, en casa o en espacios al aire libre.
- Synergym identifica un cambio en los hábitos deportivos, impulsado por la tecnología, y una oferta flexible que conecta con las necesidades del usuario joven.

Málaga. 22 de enero de 2025. Synergym, compañía referente en el sector del fitness en España, ha presentado las conclusiones de su más reciente estudio sectorial, diseñado para ofrecer una visión integral y representativa de las tendencias y hábitos actuales en el mercado deportivo. Este análisis, desarrollado entre noviembre y diciembre de 2024, corresponde a la segunda ola del programa de investigación continua que Synergym realiza desde 2023. En esta ocasión, se llevaron a cabo un total de 607 entrevistas a individuos de entre 15 y 50 años, todos ellos con una característica común como es la de ser personas no rechazadoras del deporte.

Conclusiones del estudio: radiografía del sector del fitness en 2024

El análisis realizado por Synergym proporciona una visión integral del sector del fitness en España, destacando aspectos como el perfil de los usuarios, la frecuencia en la que realizan deporte y las tendencias que configuran el mercado. Una de las conclusiones más relevantes es la alta penetración del gimnasio entre el público objetivo: el 66% de los encuestados declara estar actualmente inscrito en un gimnasio, mientras que el 85% lo ha estado en algún momento del último año. Estos datos reflejan una gran afinidad hacia los gimnasios, particularmente entre los jóvenes de 15 a 30 años y los habitantes de zonas urbanas. Además, tanto hombres como mujeres participan de manera similar en el uso de gimnasios, lo que evidencia una tendencia hacia la igualdad en la práctica deportiva. A pesar de esta alta penetración, las actividades complementarias, como el deporte al aire libre y el ejercicio en casa, siguen siendo opciones populares entre los usuarios.

El análisis también pone de manifiesto el crecimiento del perfil de *heavy user*: Actualmente, el 52% de los usuarios del gimnasio asiste cuatro veces por semana o más, una cifra que ha aumentado significativamente respecto al 41% registrado en 2023. Este perfil muestra un mayor compromiso con el fitness, impulsado por rutinas más estructuradas y un uso intensivo de herramientas tecnológicas.

En cuanto al mercado, se caracteriza por una alta competitividad y una percepción de homogeneidad entre marcas, aunque existen oportunidades para destacar. “En Synergym tenemos un modelo de negocio claro, enfocado en la accesibilidad, la flexibilidad y el uso de tecnología avanzada, al mismo tiempo que fomentamos el

bienestar integral y los servicios personalizados, algo que creemos fundamental para marcar la diferencia”, destaca Jordi Bella.

Las campañas publicitarias también han demostrado su eficacia en este sector, especialmente aquellas que conectan emocionalmente con los usuarios. Estas acciones refuerzan valores clave como la accesibilidad y el compromiso con el bienestar, aumentando significativamente la intención de inscripción entre los potenciales clientes.

Tal como concluye Jordi Bella, “los resultados de este análisis no solo reflejan el estado actual del sector del fitness, sino que subrayan la necesidad de continuar adaptándonos a un usuario cada vez más exigente, tecnológico y consciente de su bienestar integral. Estos datos deben servir como una guía para todos los actores del mercado, impulsando estrategias que respondan a las necesidades reales de los usuarios y fomenten una oferta accesible, inclusiva y diferencial. El futuro del fitness está en nuestra capacidad para innovar y conectar con las personas más allá del ejercicio físico”.

La tecnología y el bienestar mental como motores de cambio

De las conclusiones del análisis llevado a cabo por Synergym también se extrae cómo la tecnología y el bienestar emocional se están convirtiendo en pilares del fitness. De hecho, las aplicaciones de fitness y los dispositivos de seguimiento de la actividad física son ahora herramientas esenciales para los socios. “La tecnología está cambiando la forma en que las personas interactúan con su salud y fitness. Las herramientas tecnológicas permiten a las personas seguir su progreso, establecer metas y recibir retroalimentación en tiempo real, lo que puede tener un impacto significativo en su motivación y resultados”, confirma Jordi Bella, quien añade: “En Synergym, entendemos que nuestros clubes deben ser mucho más que un lugar para entrenar: buscamos crear entornos que promuevan tanto la salud física como el bienestar mental. Nuestro diseño uniforme y accesible, combinado con servicios premium como entrenadores personales y una oferta de clases dirigidas de calidad, nos permite conectar con las necesidades reales de nuestros socios”.

Metodología y puesta en marcha del análisis de mercado

Para garantizar la máxima fiabilidad, la muestra se ha estructurado cuidadosamente, teniendo en cuenta ámbito geográfico (áreas de mayor y menor influencia en las que está presente Synergym, asegurando una representación equilibrada), demografía (el 50% de los encuestados hombres y 50% mujeres, incluyendo opciones de género no binario, con un reparto equitativo entre dos rangos de edad: 15-30 y 31-50 años) y selección aleatoria (la metodología empleada, basada en entrevistas de 6 minutos, se diseñó para captar una perspectiva precisa y estadísticamente significativa, con un margen de error de $\pm 4\%$ y un nivel de confianza del 95%). Las 607 entrevistas realizadas se llevaron a cabo en cuatro zonas clave: Málaga y Sureste, Valencia y Levante, Barcelona y Cataluña, y otras grandes ciudades españolas con más de 50.000 habitantes.

El análisis incluye tanto aspectos generales del mercado, como notoriedad de marca, hábitos de uso y atributos diferenciadores, así como tendencias emergentes como el impacto de la tecnología y el bienestar mental. “El diseño de este estudio no solo busca identificar cifras, sino comprender patrones y tendencias que nos permitan adaptar nuestra oferta de manera proactiva. Esta información es clave para mantener nuestra posición de liderazgo en un mercado competitivo y en constante cambio”, añade Bella.

Crecimiento constante y objetivos ambiciosos

2024 ha sido un año récord para Synergym, con 31 nuevas aperturas que elevan el total a 119 clubes y consolidan una base de 250.000 socios en todo el país. La compañía se prepara para alcanzar los 160 clubes en 2025 y los 200 en 2026. “El crecimiento es importante, pero siempre acompañado de calidad y consistencia. Afrontamos 2025 con ilusión y estamos muy motivados para seguir trabajando en ofrecer a nuestros socios el mejor servicio fitness del mercado”, concluye Bella.

Sobre Synergym:

Fundada en 2013, Synergym es una de las principales operadoras de gimnasios en España, destacando por su modelo *smart-price* que combina tarifas asequibles, diseño moderno y tecnología avanzada. A través de su filosofía *Fit Together*, la compañía busca democratizar el acceso al fitness y fomentar un estilo de vida activo y saludable entre sus usuarios. Synergym demuestra su alto compromiso con la excelencia, la innovación y el crecimiento sostenible gracias a su presencia en todas las comunidades españolas, con 119 clubes abiertos a 31 de diciembre de 2024.

Contacto para medios

Inmaculada Bejarano

ibejarano@webershandwick.com

Elisabet García

egarciaramon@webershandwick.com

Joaquín Sanz

jsanz@webershandwick.com