

6 €

septiembre / octubre 2026

GESTIÓN DEPORTIVA MUNICIPAL

¿Quién manda en las instalaciones deportivas municipales externalizadas?

La intervención municipal en la gestión cotidiana multiplica los mandos y difumina las responsabilidades

NUTRICIÓN DEPORTIVA

Bitartrato de colina: qué es, para qué sirve y cómo tomarlo

El bitartrato de colina ayuda a aumentar la ingesta de este nutriente cuando la alimentación no aporta suficiente cantidad.

MEDICINA Y CIENCIAS DEL DEPORTE

Lesiones isquiotibiales en el fitness: causas y claves para prevenirlas

La fatiga altera la coordinación muscular; los esfuerzos de máxima intensidad deben limitarse y adaptarse a cada persona.



127

INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL GIMNASIO

La IA te hace el cartel, pero el gimnasio publica sus errores

Los carteles creados con IA ahorran tiempo, pero sus errores y su aspecto repetitivo perjudican al gimnasio

**SIN
AZÚCARES**

**2.5G DE
CREAPURE®**

**FORMATO
MASTICABLE**

**NUEVA
BLACK LINE
CREATINA
ÚNICA EN EUROPA**

CONSÍGUELA YA



QUAMTRAX



¡PRUÉBALOS YA!



septiembre/octubre 2026
número 127

Inés Ledo
editora@gymfactory.net

Administración:
administracion@gymfactory.net

Prensa y redacción:
redaccion@gymfactory.net
pensa@gymfactory.net

Diseño y maquetación:
Javier Ojeda Muñoz
redaccion@gymfactory.net

Colaboradores:

Rafael Calabuig
Azahara Fuentes
Iván Gonzalo
Dr. Guillermo Laich
Santiago Liebana
Amâncio Santos
Fabián Spura
Salvador Vargas

Edita:

LENUGYM S.L.

Domicilio social:

Calle Mirador de despeñaperros 27
28400 Collado Villalba

Publicidad:

publicidad@gymfactory.net

Distribución:

Ecological Mailing
916 78 00 09 - www.ecomail.es

ISSN:

2174-6168

Depósito Legal:

M-675-2005

Prohibida la reproducción total o parcial de textos, dibujos, gráficos y fotografías sin la previa autorización del editor. Gym Factory no se hace responsable de las opiniones expresadas por los colaboradores, ni se identifica necesariamente con las mismas.



editorial entrenadores



El comienzo del nuevo curso trae consigo preguntas que los entrenadores afrontan cada día. Esta edición reúne contenidos imprescindibles para reflexionar sobre ellas, empezando por una de las más habituales: qué hacer cuando el tiempo para entrenar escasea. Si un cliente solo dispone de media hora por sesión, o apenas encuentra un hueco semanal para trabajar la fuerza, ¿qué conviene priorizar y cómo organizar el entrenamiento para que pueda mantenerlo?

Ajustar una sesión al tiempo disponible implica decidir también qué intensidad puede asumir cada persona. Ahí entran en juego la velocidad y la fatiga, dos factores que merecen especial atención cuando se busca prevenir lesiones. El mismo cuidado al valorar las necesidades individuales resulta necesario ante los suplementos: antes de recomendarlos, conviene conocer sus posibles aplicaciones, las dosis y los efectos secundarios.

Esas decisiones se toman en un entorno que también condiciona el trabajo del entrenador. En las instalaciones deportivas municipales, la intervención de varias figuras en una misma gestión plantea dudas sobre quién decide y quién asume la responsabilidad. Fuera de la sala también importa cómo se presenta el centro a sus clientes: cómo comunicar sin perder su identidad al utilizar carteles generados con inteligencia artificial y cómo conseguir que quienes buscan un gimnasio en su zona puedan encontrarlo en internet.

Desde el diseño de una sesión hasta la gestión y la comunicación de un centro, este número reúne cuestiones que merecen una mirada detenida. Una selección de expertos en cada área aporta distintas perspectivas para comprenderlas y seguir avanzando en el ejercicio de la profesión.

El conocimiento también se entrena cada día. Ahora toca llevar las ideas a la práctica.

Inés Ledo
Editora

Sumario

entrenadores

septiembre / octubre 2026



69

Laboratorio de entrenamiento

EL EJERCICIO FÍSICO REDUCE EL DOLOR MENSTRUAL Y MEJORA LA CALIDAD DE VIDA

La evidencia científica confirma que entrenar con regularidad disminuye los síntomas.

63

Inteligencia artificial en el gimnasio

APRENDER A GESTIONAR LA DERROTA TAMBIÉN FORMA PARTE DEL ÉXITO DEPORTIVO

La victoria y el fracaso solo adquieren sentido cuando ayudan al deportista a crecer, reforzar su autoestima y afrontar nuevos desafíos con madurez.



SEO técnico y posicionamiento local

Lo que **291 webs** de centros de entrenamiento nos enseñan



61

SEO para gimnasios

EL POSTPARTO PUEDE CONVERTIRSE EN LA MEJOR ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DEPORTIVA

Los programas especializados mejoran la recuperación de las madres y ayudan a los gimnasios a aumentar la permanencia, el valor del cliente y las recomendaciones.

- 72 Novedades
- 69 Laboratorio de entrenamiento
- 63 Inteligencia artificial en el gimnasio
- 61 SEO para gimnasios
- 55 Gestión deportiva municipal
- 51 Nutrición deportiva
- 49 Medicina y ciencias del deporte
- 47 Entrenadores
- 44 Expertos
- 43 Anuncios por palabras

47

Entrenadores

POR QUÉ 30 MINUTOS BIEN ENTRENADOS PUEDEN VALER MÁS QUE 90 MAL APROVECHADOS

Cuando el cliente tiene poco tiempo, el entrenador debe priorizar estímulos, ajustar la intensidad y cuidar la técnica para lograr sesiones breves, eficaces y sostenibles.



Apple conecta fitness, salud preventiva y longevidad en un nuevo ecosistema digital



■ Apple está ampliando su presencia en el ámbito de la salud con un ecosistema que integrará los datos del Apple Watch, los historiales médicos, los resultados de laboratorio y la orientación personalizada mediante inteligencia artificial. La nueva propuesta, articulada a través de una aplicación Salud rediseñada y del Apple Watch Series 12, pretende ir más allá del registro de la actividad física para acompañar al usuario en la prevención, la recuperación y la longevidad. El movimiento acerca al gran mercado funciones hasta ahora asociadas a plataformas especializadas y abre un nuevo escenario para el sector del fitness. De registrar entrenamientos a interpretar la salud Apple ha dado un paso relevante en su estrategia de salud digital. La compañía no plantea únicamente una nueva generación de reloj inteligente, sino una estructura capaz de reunir información procedente de distintas fuentes y convertirla en recomendaciones comprensibles para el usuario. El objetivo es ofrecer una visión continuada de la salud actual y de su evolución a largo plazo.

Tres básicos para volver a entrenar: así es el Pack Starter de **AMIX™**

■ Septiembre marca para muchos el verdadero comienzo del año. Vuelven los horarios, el trabajo, las clases y también los entrenamientos. Después de unas semanas en las que la rutina puede haber quedado en segundo plano. Para entrenadores y centros deportivos, este periodo supone una oportunidad para ayudar a sus clientes a retomar la actividad de manera progresiva y, sobre todo, sostenible. No se trata de recuperar en unos días lo que se ha dejado de hacer durante las vacaciones, sino de volver a construir una rutina en torno al entrenamiento, la alimentación y el descanso. En ese contexto, AMIX™ reúne tres de los básicos de la suplementación deportiva en su Pack Starter: proteína ISOPRIME CFM®, creatina monohidrato masticable y el multivitamínico Multi Mega



Stack. Tres productos fáciles de incorporar al día a día y pensados para acompañar diferentes aspectos de la vuelta al entrenamiento. Proteína: volver a cuidar la alimentación. Con la recuperación de los entrenamientos también vuelve a cobrar importancia la planificación nutricional.

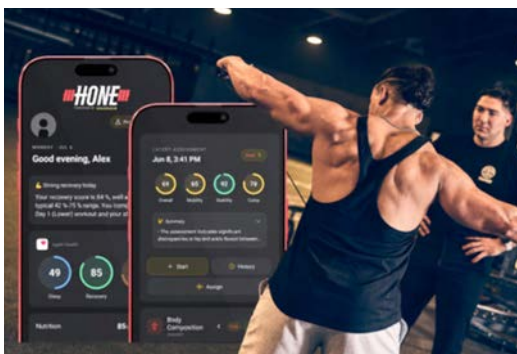


NDL Pro-Health, la marca de Rafa Nadal, lanza creatine gummies, creatina en formato gominola

■ La marca creada por Rafa Nadal y Cantabria Labs lanza una innovadora creatina, uno de los suplementos con mayor respaldo científico, en formato gominola, para que seguir cuidándose resulte más fácil incluso cuando cambian las rutinas. La propuesta combina comodidad, facilidad de consumo y una alternativa práctica a los formatos tradicionales en polvo. Cada vez son más las personas que incorporan este complemento a su día a día gracias al creciente respaldo

científico que avala sus beneficios. Pero los formatos tradicionales, generalmente en polvo, no siempre encajan con un ritmo de vida en movimiento. Viajes, escapadas o jornadas fuera de casa pueden hacer que un hábito tan simple termine quedando en un segundo plano. Con esta idea nace Creatine Gummies, la última innovación de NDL Pro-Health, la marca de complementos alimenticios creada por Rafa Nadal y Cantabria Labs.

Gold's Gym lanza Hone, una aplicación con IA para personalizar el entrenamiento



■ Gold's Gym ha presentado Hone, una nueva aplicación móvil desarrollada junto a Demotu que utiliza inteligencia artificial para personalizar el entrenamiento y conectar en una misma plataforma la evaluación del movimiento, el análisis de la composición corporal, la planificación nutricional y el seguimiento de los progresos. La herramienta comienza su implantación mediante una prueba piloto en determinados gimnasios corporativos de Estados Unidos, antes de una futura ampliación. El lanzamiento resulta especialmente relevante para el mercado español, donde Gold's Gym cuenta con centros en Terrassa y Sant Cugat y prepara nuevas aperturas, aunque su llegada a estos clubes todavía no ha sido confirmada. Una plataforma que reúne entrenamiento, nutrición y recuperación Hone – Powered by Gold's Gym nace como un ecosistema digital destinado a acompañar al socio dentro y fuera del gimnasio. En lugar de limitarse a reservar clases o registrar entrenamientos, la aplicación reúne distintas funciones para construir una visión más completa de la evolución de cada persona y adaptar la programación a sus objetivos...

Las patentes de **Peloton** anticipan entrenamientos con IA adaptados en tiempo real



■ Peloton ha presentado dos solicitudes de patente que describen un sistema capaz de modificar el contenido de una clase mientras el usuario está entrenando. La tecnología utilizaría datos como la frecuencia cardíaca, el ritmo o el rendimiento para cambiar la duración y la secuencia de los ejercicios, además de generar indicaciones personalizadas con la voz sintética del instructor. La compañía no ha anunciado su lanzamiento, pero las solicitudes muestran hacia dónde podría evolucionar su estrategia de inteligencia artificial. Una clase que deja de ser igual para todos. Las clases digitales dirigidas suelen mantener una estructura cerrada desde el momento en que comienza la reproducción. Todos los usuarios reciben los mismos bloques, descansos e indicaciones,

Hyperice y Nike presentan las Nike Air Zoom Hyperslide, unas innovadoras sandalias de recuperación

■ Las Nike Air Zoom Hyperslide combinan la experiencia de Nike en calzado deportivo con la tecnología de recuperación de Hyperice. Estas sandalias están diseñadas para integrar la recuperación de forma sencilla en la competición, los entrenamientos o el día a día. Y es que, cuentan una suela con tecnología Air Zoom, que ofrece una pisada suave y reactiva, y un dispositivo de calor y vibración desarrollado por Hyperice para ayudar a reducir la tensión, relajar los pies y favorecer la recuperación diaria. Este sistema es el Hyperslide Pod, un módulo magnético extraíble integrado en la correa ajustable de la sandalia que ofrece tres niveles de calor (hasta 47 °C) y tres niveles de vibración, funcionando en ciclos de recuperación de 15 minutos. Además, los usuarios pueden personalizar fácilmente la experiencia mediante los controles integrados en el propio dispositivo o conectándolo a la aplicación de Hyperice.



Un estudio identifica la salud preventiva, la IA y la longevidad como los grandes motores del fitness

■ La industria del fitness y el bienestar está acelerando su transformación hacia un modelo más centrado en la prevención, la personalización y la integración de la tecnología. La inteligencia artificial, los biomarcadores, el envejecimiento de la población y la creciente demanda de servicios de salud están redefiniendo la propuesta de valor de los gimnasios y abriendo nuevas oportunidades de crecimiento para el sector. Estas son algunas de las principales conclusiones del estudio Health & Wellness 2026 Halftime Report, publicado el 14 de julio y difundido por el



Global Wellness Summit (GWS). El gimnasio evoluciona hacia un centro de salud integral. Durante años, los gimnasios han centrado gran parte de su actividad en ofrecer instalaciones, equipamiento y clases dirigidas. Sin embargo, el mercado está evolucionando hacia un modelo mucho más amplio, donde el entrenamiento se combina con herramientas de evaluación, seguimiento y prevención.

El entrenamiento híbrido no es **SOLO** una moda.

Es un cambio que obliga a repensar los gimnasios

■ SOLO GYMFIT alcanzó en julio el objetivo de facturación que se había marcado para todo 2026. Pero detrás del resultado de esta joven marca española hay una reflexión quizá más interesante para la industria del fitness: en un mercado acostumbrado a correr, crecer también puede significar escuchar, contenerse y construir algo que merezca permanecer. Hay proyectos que nacen el día en que se constituye una empresa. Otros empiezan mucho antes. Durante años pueden ser únicamente experiencia. Errores. Decisiones. Personas. Kilómetros.



Conversaciones. Alguna caída. Y mucha confianza acumulada. Hasta que un día todo aquello encuentra una forma. Y un nombre. En el caso de SOLO GYMFIT, ese nombre apareció después de más de veinte años dentro de la industria del fitness. La empresa comenzó oficialmente su actividad comercial el 8 de enero de 2026. Pero probablemente SOLO había nacido antes.

Un estudio de **ISSA** revela que el mayor reto de los gimnasios no es encontrar entrenadores, sino perfiles preparados



■ Durante años, la dificultad para contratar entrenadores se ha atribuido principalmente a la escasez de profesionales. Sin embargo, un estudio publicado por la International Sports Sciences Association (ISSA) plantea un cambio de perspectiva: el principal obstáculo para el crecimiento de los gimnasios no es la falta de candidatos, sino la existencia de una brecha entre la formación recibida y las competencias que hoy demanda el mercado. Basado en datos de... la Oficina de Estadísticas Laborales de Estados Unidos, una encuesta realizada a operadores del sector y el análisis de las principales tendencias debatidas durante el ISSA Global Summit 2026, el informe sostiene que el entrenador del futuro deberá combinar conocimientos técnicos con habilidades comerciales, capacidad para fidelizar clientes, dominio de la tecnología y una mayor comprensión del negocio. La industria necesita más entrenadores, pero sobre todo mejores profesionales. El crecimiento del sector del fitness continúa impulsando la demanda de entrenadores e instructores.

El lunes pierde músculo: el martes ya es el día con más entrenamientos en **Distrito Estudio**

■ El tradicional propósito de “empiezo el lunes” empieza a perder fuerza. Según los datos internos de Distrito Estudio, cadena especializada en entrenamiento funcional que cuenta con 16 boutiques deportivas repartidas por España, el martes se ha convertido por primera vez en el día con mayor asistencia a las clases, concentrando alrededor del 22% de las reservas semanales y superando al lunes (20%). La compañía detecta además que uno de cada cuatro usuarios mantiene su rutina de entrenamiento durante el fin de semana, una tendencia que refleja un cambio en la forma en que los españoles integran el deporte en su día a día. Los datos internos de Distrito Estudio muestran que los usuarios ya no concentran sus sesiones al comienzo de la semana, sino que distribuyen el entrenamiento de una forma mucho más equilibrada. Tras el martes, el miércoles representa aproximadamente el 19% de las reservas y el jueves el 18%, mientras que el viernes continúa siendo la jornada con menor actividad, coincidiendo con el...



BFT impulsa las competiciones propias como nueva fuente de ingresos para sus franquicias

■ Body Fit Training (BFT) ha presentado Podium, una competición estandarizada que permitirá a sus franquiciados generar ingresos adicionales mediante la venta de entradas, patrocinios, merchandising y servicios de restauración, al tiempo que refuerzan la fidelización de los socios y la captación de nuevos clientes. La iniciativa, que comenzará a implantarse el 2 de agosto en más de 300 estudios repartidos por 11 países, refleja una tendencia creciente en el sector: transformar los gimnasios en espacios capaces de generar nuevas vías de negocio más allá de las cuotas de abonados. Los gimnasios buscan nuevas

fuentes de ingresos. Durante décadas, el modelo de negocio de la mayoría de los gimnasios ha girado en torno a una fuente principal de ingresos: las cuotas de los abonados. Aunque servicios como el entrenamiento personal, las actividades dirigidas o la venta de productos han ido ampliando esa oferta, la creciente competencia y la madurez del mercado están llevando a muchas cadenas a explorar nuevas fórmulas para incrementar la rentabilidad de cada...

China lanza su propio rival de **HYROX** mientras

■ El éxito internacional de HYROX empieza a generar un fenómeno que ya vivieron otras disciplinas como el CrossFit: el nacimiento de nuevas competiciones inspiradas en su modelo. La última llega desde China, donde un antiguo entrenador de HYROX ha puesto en marcha BTWE (Beyond The Workout Event), una prueba de fitness híbrido que reunió a cerca de 5.000 participantes en su debut y que aspira a convertirse en una referencia nacional. En apenas unos años, HYROX ha pasado de ser una competición emergente a convertirse en uno de los mayores fenómenos del fitness mundial. Su formato estandarizado, que combina ocho kilómetros de carrera con ocho estaciones de ejercicios funcionales, ha conseguido atraer tanto a deportistas experimentados como a usuarios habituales de los gimnasios. Ese crecimiento está provocando un fenómeno cada vez más visible: la aparición de nuevas competiciones que toman como referencia el concepto del fitness híbrido, pero buscan diferenciarse con propuestas propias.



¿CON 40 MINUTOS A LA SEMANA PUEDE SER SUFICIENTE?:

La ciencia del entrenamiento de fuerza exprés

Introducción

La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda a los adultos realizar actividades de entrenamiento con cargas que involucren los grandes grupos musculares, a una intensidad moderada o mayor, al menos 2 días por semana (Bull et al., 2020).

A pesar de sus beneficios sobre la fuerza, la masa muscular, la

salud cardiometabólica y la mortalidad por cualquier causa, solo entre un 10 y un 30% de la población general cumple esta recomendación, siendo habitualmente el “eslabón débil” frente al cumplimiento del trabajo aeróbico o el famoso “salga usted a pasear” (Bennie et al., 2020).

La falta de tiempo es, con diferencia, la barrera más citada tanto para la actividad física en general como para el trabajo de fuerza en particular. Sin embargo, la evidencia actual sugiere que un compro-

miso semanal de tan solo 40-60 minutos, bien distribuido, puede ser suficiente (Brummer et al., 2026).

A continuación, repasamos 4 estrategias, con su correspondiente respaldo científico, que puedes aplicar con tus clientes con agendas más ajustadas (o contigo mismo).

1. Dosis mínima eficaz: el mínimo puede ser suficiente

Reducir el volumen o la frecuencia de entrenamiento no significa



renunciar a varias adaptaciones musculares y funcionales necesariamente. El metaanálisis más completo realizado hasta la fecha sobre dosis-respuesta en fuerza estableció una dosis mínima eficaz de solo 4 series semanales fraccionadas por grupo muscular para la hipertrofia, y de apenas 1 serie semanal para la fuerza máxima (Pelland et al., 2025).

En la misma línea, se ha demostrado que realizar una sola serie por ejercicio, llevada a una intensidad de esfuerzo cercana al fallo (6-12 repeticiones), 2-3 veces por semana, produce incrementos significativos de fuerza máxima incluso en personas ya entrenadas (Androulakis-Korakakis et al., 2020).

Recomendación práctica: para clientes con muy poco margen, plantea rutinas de cuerpo completo con una sola serie por ejercicio, cercana al fallo, 2 días no conse-

cutivos por semana, priorizando 4-5 ejercicios multiarticulares (patrón de empuje, patrón de remo, sentadilla o prensa, zancadas, y añádele el complemento de estabilidad central).

2. “Snacks” de entrenamiento: fraccionar en vez de eliminar

Un “snack” de entrenamiento es un bloque breve e intenso de ejercicio, disperso a lo largo del día, en contraposición a una sesión larga y continua. Un estudio piloto de 28 días en adultos mayores prefrágiles (78 ± 8 años de media) aplicó dos snacks diarios de 9 minutos con ejercicios de peso corporal muy sencillos (sentarse y levantarse de una silla, elevaciones de talón sentado), obteniendo una excelente aceptación por parte de los partici-

pantes y mejoras asociadas en la función física (Western et al., 2023).

Recomendación práctica: propón a tus cliente dos bloques de 5-10 minutos al día (por ejemplo, antes de ir a trabajar y al llegar a casa), combinando 2-3 ejercicios de peso corporal o banda elástica, como alternativa a una única sesión larga que nunca encuentra hueco en su agenda. Los ejercicios no pueden ser muy complejos o de mucho impacto en este caso, sobre todo en la primera sesión de la jornada.

3. Selecciona de manera práctica los: ratio “muchísima masa muscular implicada / menos tiempo montando el material”

No todos los ejercicios rinden igual por minuto invertido. Los ejercicios multiarticulares y bilaterales (como el press de banca o las dominadas, esos grandes clásicos) movilizan varios grupos musculares

grandes y ambos lados del cuerpo a la vez, frente a ejercicios de aislamiento monoarticulares que exigirían entrenar cada grupo por separado. Además, priorizar modalidades que requieren poco o ningún tiempo de preparación (máquinas guiadas o ejercicios de peso corporal, frente a ejercicios con barras y discos que hay que cargar y descargar) permite reducir aún más el tiempo total de la sesión. Una revisión reciente en red comparando modalidades de entrenamiento de fuerza en adultos mayores encontró que el trabajo en máquinas puede producir mejoras de fuerza incluso superiores a otras modalidades (Wiedenmann et al., 2025).

Recomendación práctica: en sala, prioriza ejercicios compuestos (prensa, jalón, remo, press) sobre máquinas de ajuste rápido de carga, reservando el trabajo analítico solo para necesidades muy concretas del cliente o como "finishers" utilizando la siguiente herramienta que mencionamos.

4. Superseries y circuitos: el mismo trabajo, menos reloj

Las superseries consisten en alternar dos ejercicios con un descanso mínimo entre ellos, en lugar de completar todas las series de un ejercicio antes de pasar al siguiente. Un metaanálisis reciente mostró que las superseries inducen adaptaciones musculares comparables a la prescripción tradicional de series, reduciendo el tiempo total de entrenamiento en torno a un 37% (Zhang et al., 2025). El circuito de fuerza extiende esta misma idea a más de dos ejercicios encadenados, y además puede suponer un estímulo cardiovascular añadido, especialmente útil para clientes a los que también les cuesta cum-

plir con el componente aeróbico de las recomendaciones (Alcaraz et al., 2008).

Recomendación práctica: combina ejercicios de grupos musculares antagonistas (por ejemplo, press de banca + remo, o sentadilla + curl femoral) con 15-20 segundos de descanso entre ejercicios y 1-2 minutos entre rondas; si buscas un extra cardiometabólico, monta un circuito de 4-5 ejercicios con la misma lógica, o circuitos de diferentes "series compuestas o triseries" del mismo grupo muscular

Conclusiones

Cumplir la recomendación de la OMS sobre entrenamiento de fuerza puede ser un reto para muchas agendas apretadas, sobre todo cuando se unen a las recomendaciones de otras actividades cardio-metabólicas.

Combinando dosis mínimas eficaces, snacks de entrenamiento, una selección inteligente de ejercicios y formatos como las superseries o los circuitos, es posible diseñar programas efectivos con un compromiso semanal de tan solo 40-60 minutos. Recuerda que frente a la dosis evidenciada ideal, el papel del buen entrenador personal no es tanto ofrecer el programa "perfecto" sobre el papel, sino el programa que su cliente realmente pueda sostener dentro de su agenda real.

Bibliografía

Alcaraz, P. E., Sanchez-Lorente, J., & Blazevich, A. J. (2008). Physical performance and cardiovascular responses to an acute bout of heavy resistance circuit training versus traditional strength training. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 22(3), 667–671. <https://doi.org/10.1519/JSC.0b013e31816a588f>

Androulakis-Korakakis, P., Fisher, J. P., & Steele, J. (2020). The minimum effective training dose required to increase 1RM strength in resistance-trained men: a systematic review and meta-analysis. *Sports Medicine*, 50(4), 751–765. <https://doi.org/10.1007/s40279-019-01236-0>

Bennie, J. A., Shakespear-Drury, J., & De Cocker, K. (2020). Muscle-strengthening exercise epidemiology: a new frontier in chronic disease prevention. *Sports Medicine - Open*, 6, 40. <https://doi.org/10.1186/s40798-020-00271-w>

Brummer, J., Herbolzheimer, F., Fyfe, J., & Steindorf, K. (2026). Meeting the WHO guideline on muscle-strengthening activities does not have to be time-consuming: a discussion of time-saving strategies. *Frontiers in Public Health*, 14, 1872337. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2026.1872337>

Bull, F. C., Al-Ansari, S. S., Biddle, S., Borodulin, K., Buman, M. P., Cardon, G., et al. (2020). World Health Organization 2020 guidelines on physical activity and sedentary behaviour. *British Journal of Sports Medicine*, 54(24), 1451–1462. <https://doi.org/10.1136/bjsports-2020-102955>

Pelland, J. C., Remmert, J. F., Robinson, Z. P., Hinson, S. R., & Zourdos, M. C. (2025). The resistance training dose response: meta-regressions exploring the effects of weekly volume and frequency on muscle hypertrophy and strength gains. *Sports Medicine*, 56, 481–505. <https://doi.org/10.1007/s40279-025-02344-w>

Western, M. J., Welsh, T., Keen, K., Bishop, V., & Perkin, O. J. (2023). Exercise snacking to improve physical function in pre-frail older adult memory clinic patients: a 28-day pilot study. *BMC Geriatrics*, 23, 471. <https://doi.org/10.1186/s12877-023-04169-6>

Wiedenmann, T., Held, S., Morat, T., Rappelt, L., Isenmann, E., Berndsen, E., et al. (2025). The effects of different resistance training modalities on muscle strength in community-dwelling older adults: a network meta-analysis. *Gerontology*, 71, 576–588. <https://doi.org/10.1159/000546346>

Zhang, X., Weakley, J., Li, H., Li, Z., & Garcia-Ramos, A. (2025). Superset versus traditional resistance training prescriptions: a systematic review and meta-analysis exploring acute and chronic effects on mechanical, metabolic, and perceptual variables. *Sports Medicine*, 55, 953–975. <https://doi.org/10.1007/s40279-025-02176-8>



Iván Gonzalo Martínez

Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, Creador y CEO de Elements System.

QUAMTRAX



¡COMPRA YA!





La **IA** te hace el cartel gratis, pero los errores los publica **tu gimnasio**

Abrir una IA generativa (Chat GPT, Gemini...), incluso en su versión gratuita, teclear «hazme un cartel de oferta para mi gimnasio que diga que ofrecemos una clase gratuita de prueba» y pulsar un botón. En segundos tienes una imagen reluciente en pantalla: musculatura impecable, fuentes neón y un texto. Listo. A publicar mientras piensas lo crack que eres y lo que te has ahorrado en un diseñador gráfico... Sin embargo, el cartel tiene unos colores que recuerdan más al centro del vecino que al propio, una foto tuya retocada que parece que has sido clonado por los reptilianos y un texto con faltas de ortografía que no haría ni tu sobrino de 6 años.

Aún así dices “bueno, es por probar” y lo publicas y pasa a entrar en una maraña de centenares de carteles casi idénticos, ya sean de un gimnasio, de un centro de entrenamiento o del bar de menús de la calle de enfrente.

Para un entrenador autónomo o el dueño de una instalación pequeña —donde ciertos recursos son limitados—, las herramientas de inteligencia artificial generati-



va han parecido la salvación definitiva del marketing local. Sin embargo, lo que prometía ser una revolución está generando un fenómeno inesperado en el sector del fitness: la invisibilidad gráfica.

El problema no radica en la tecnología en sí, sino en el uso apresurado y sin criterio que conlleva. Cuando todo el mundo utiliza las mismas herramientas con los mismos tres comandos genéricos, el resultado deja de destacar para convertirse en un ruido visual homogéneo.

Empecemos por el problema: 5 puntos críticos

Si das una vuelta por los perfiles, es muy probable que ya estés

Para un entrenador autónomo o el dueño de una instalación pequeña —donde ciertos recursos son limitados—, las herramientas de inteligencia artificial generativa han parecido la salvación definitiva del marketing local. Sin embargo, lo que prometía ser una revolución está generando un fenómeno inesperado en el sector del fitness: la invisibilidad gráfica.

detectando un patrón repetitivo. Estos son los fallos más habituales al delegar ciegamente en la IA:

- **El síndrome del clon:** Las inteligencias artificiales generativas repiten estéticas basadas en las tendencias con las que fueron entrenadas. El resultado son carteles que parecen gemelos: fondos oscuros saturados, luces de neón azules y rojas, etc.
- **Aparición del “spam” informativo:** Un error común al usar prompts breves es pedirle a la herramienta que «ponga toda la información». La IA colocará toda la información sin jerarquía. El cartel pierde su función principal: impactar en segundos.
- **Desconexión total con tu identidad corporativa:** Si tus colores



de marca son el verde hoja y el gris mate porque vendes salud integral y movilidad, pero la IA te genera un cartel en negro y rojo fuego con tipografía de videojuego, estás destruyendo tu reconocimiento de marca.

- **Falta de empatía visual:** La IA suele pecar de dramatismo estético, alejando al cliente medio que busca salud o un entorno cercano.
- **Alineación gráfica y tipográfica caótica:** Aunque las IAs han mejorado en la generación de texto dentro de la imagen, siguen cometiendo fallos de maquetación: interlineados, textos ilegibles o incluso faltas de ortografía surrealistas.

El origen del problema: El prompt de tres palabras

Escribir «hazme un cartel de oferta de entrenamiento personal» es el equivalente a que un cliente nuevo entre en tu centro, te diga «hazme una rutina para ponerme fuerte» y pretenda que le diseñes un plan de tres meses sin ni tan siquiera haberle mirado a la cara.

La IA funciona para muchas cosas, pero no para leer tu mente. Sin contexto sobre tu público objetivo, jerarquía de información o tus restricciones visuales, la herra-

ta rellenará los huecos (algo de cada vez más en desuso, dicho sea de paso) con los clichés más comunes de su base de datos.

Alternativas prácticas: Del botón automático al control creativo

La solución no pasa por abandonar la tecnología ni por gastar miles de euros en agencias de publicidad porque igual con eso haces inversiones más necesarias y urgentes. El objetivo es encontrar un equilibrio de criterio visual e identidad, utilizando las herramientas como apoyo y no como sustituto.



1. El uso inteligente de maquetadores como Canva

Plataformas de diseño accesible como Canva no han quedado obsoletas frente a la IA; de hecho, ofrecen una alternativa mucho más controlable. El truco no es usar la plantilla tal cual viene de fábrica, sino crear tu propio **Kit de Marca**:

- Define tus 3 colores corporativos y tus 2 tipografías oficiales.
- Aplica esa paleta a cualquier plantilla antes de tocar el contenido.
- Asegúrate de dejar «espacio blanco» o zonas de respiración visual para que el ojo del

En lugar de pedirle a una IA que te haga el cartel completo con texto e imágenes, utiliza un enfoque por capas: pide únicamente un fondo con tus colores de marca, añade tú mismo el texto con la tipografía oficial y utiliza fotografías reales de tu centro. Una foto propia con errores transmite más confianza que una imagen perfecta creada por ordenador.

cliente sepa dónde mirar primero y qué hacer después.

2. El flujo híbrido: Generar recursos, no carteles enteros

En lugar de pedirle a una IA que te haga el cartel completo con texto e imágenes, utiliza un enfoque por capas:

- Pide a la IA únicamente un fondo abstracto con tus colores de marca o una textura gráfica concreta.
- Importa ese fondo a un editor y añade tú mismo el texto con la tipografía oficial de tu negocio.
- Utiliza fotografías reales de tu centro, de tus clientes (con su permiso) o de ti mismo entrenando. Una foto propia con errores transmite más confianza que una imagen perfecta creada por ordenador.

3. La regla de los tres elementos

Para evitar el exceso de información en tus diseños caseros, aplica una estructura básica antes de publicar:

1. **Titular directo:** Un problema o una solución en menos de cinco palabras (Ej: «¿Dolor de espalda al trabajar?»).
2. **Imagen principal:** Un elemento visual claro que refuerce el mensaje.
3. **Llamada a la acción clara del tipo** «Reserva tu valoración gratuita en el enlace» o un QR si es impreso)

La identidad visual también es parte de tu servicio

Un entrenamiento estructurado requiere técnica, progresión y criterio; la comunicación de tu centro funciona exactamente igual. Un cartel es la primera repetición de la experiencia que un cliente tiene contigo.

La IA y las herramientas de diseño rápido son aliadas extraordinarias para democratizar la comunicación visual en el pequeño comercio. Sin embargo, la rapidez no sustituye a la estrategia. Tómame cinco minutos más para definir qué quieres decir, a quién te diriges y cómo se refleja la personalidad de tu espacio en esa imagen.

Tus futuros clientes lo notarán al instante.



Santiago Liébana Rado

MasterTrainer Fitness G.
SectorFitness European Academy
Director Técnico HealthStudio
European Academy

291 WEBS DE GIMNASIOS

revelan las claves del SEO técnico y el posicionamiento local



Un análisis de 291 webs de centros de entrenamiento en España revela que casi nadie cuida el SEO técnico y que el marcado LocalBusiness es una de las pocas variables asociadas con una mejor posición media. El estudio examina WordPress, las webs del Kit Digital, los datos estructurados y su cantidad, las cabeceras de seguridad, robots.txt y sitemap.xml. También identifica errores frecuentes en imágenes, enlaces y señales locales, y plantea recomendaciones para construir una base técnica sólida. Los resultados muestran qué factores distinguen a las webs analizadas y qué acciones pueden priorizar los gimnasios para mejorar su presencia digital.

Nota metodológica

Este análisis se basa en 291 dominios de centros de entrenamiento que aparecen en los resultados de búsqueda para consultas del tipo "centro de entrenamiento en {provincia}" en toda España. Las señales a nivel de servidor y plantilla (CMS, cabeceras de seguridad, datos estructurados, robots.txt, sitemap.xml, señales locales) se midieron en las 291 webs. Las métricas de higiene on-page más profundas (enlaces rotos, H1, meta

descriptions, alt, enlaces inseguros) provienen de un rastreo completo de un subconjunto de 106 webs; lo indicamos cuando corresponde. Lee las correlaciones como direcciones de causa, no como certezas de laboratorio.

Hicimos una pregunta sencilla y la convertimos en un experimento. Si rastreamos un sector entero de SEO local, el de los centros de entrenamiento y gimnasios de toda España, y medimos su salud técnica variable

a variable, ¿qué separa a quien gana de quien apenas asoma en la página de resultados?

La respuesta corta es incómoda: en SEO local casi nadie hace bien lo técnico, y ahí está precisamente la oportunidad.

La respuesta larga es este artículo

Auditamos CMS, cabeceras de seguridad, datos estructurados,

robots.txt, sitemap.xml, enlaces rotos, accesibilidad y señales locales en 291 webs reales, y las cruzamos con su posición en buscadores. Lo que encontramos pone en duda varios mitos (incluido alguno que probablemente tú mismo defiendas) y confirma una verdad que la industria repite pero pocos aplican. Una base técnica sólida no es un "extra" del SEO local. Es el suelo sobre el que todo lo demás se sostiene.

- Webs analizadas 291 Sobre wordpress.
- 73% Con schema localbusiness.
- 20% solo 1 de cada 5.
- Sin las 5 cabeceras de seguridad 65%.

Cómo leímos los datos (y por qué importa)

Antes de las conclusiones, una honestidad que rara vez se ve en los estudios de SEO. Nuestra muestra tiene sesgo de selección. Son webs que ya posicionan para sus consultas locales, así que su mejor posición se concentra en un rango estrecho: casi todas entre el puesto 1 y el 5. Cuando todos los sujetos de un estudio ya han aprobado el examen, es difícil que una sola variable explique quién saca un 9 y quién un 6.

Esto tiene dos implicaciones que recorren todo el artículo.

La primera: las correlaciones con la posición serán débiles por diseño. No porque lo técnico no importe, sino porque estamos comparando supervivientes contra supervivientes. El verdadero efecto del SEO técnico se ve cuando comparas a quien aparece contra quien nunca aparece, y esos últimos no están en la muestra.

La segunda: cuando una variable sí muestra ventaja pese a ese sesgo, la señal es fuerte. Spoiler: una sola lo consigue de forma nítida.

Con eso en mente, vamos a las seis preguntas

1. ¿Qué CMS domina el sector? WordPress, y no de cerca

De los 291 dominios analizados, el 73 % funciona sobre WordPress (213 webs). Le sigue un 19 % de soluciones a medida o sin identificar (54 webs), y muy de lejos Wix (7), Next.js (5), Drupal (2) y casos sueltos de PrestaShop, Framer, Webflow y Squarespace. Dentro de WordPress, Elementor es el constructor visual recurrente.

Esto no sorprende. A escala global, WordPress sostiene el 43 % de toda la web y el 61 % de los sitios contruidos sobre un CMS, más que todos sus competidores juntos (W3Techs / Automattic). En este nicho local la concentración es similar, e incluso algo más marcada si sumamos el peso de las plantillas WordPress más los maquettadores visuales.

¿Por qué importa para el SEO técnico? Porque el techo y el suelo del sector los marca el ecosistema WordPress: las mismas plantillas, los mismos plugins de SEO, las mismas decisiones por defecto. Si la plantilla genera datos estructurados mediocres o deja cabeceras de seguridad sin configurar, ese fallo se multiplica por todo el sector. La buena noticia es la simétrica. Una configuración técnica cuidada en WordPress es perfectamente alcanzable, y permite destacar sin reinventar nada.

2. ¿Las webs del Kit Digital son peores? Empatán en lo malo y pierden en lo que importa

El Kit Digital ha sido el mayor programa de digitalización de pymes de la historia reciente de España: más de 860.000 ayudas concedidas y 3.067 millones de euros movilizados con fondos Next Gene-

ration EU, con una cobertura que alcanza el 92 % de los municipios (Acelera pyme / Red.es). Detectamos las webs financiadas por el programa mediante su huella visual característica: 32 de las 291.

La hipótesis era razonable: web subvencionada igual a plantilla genérica igual a peor SEO técnico. Los datos la matizan, y el resultado es más interesante de lo esperado.

Posición prácticamente igual: 2,88 de media en las webs Kit Digital frente a 2,80 en el resto. Empate técnico.

Misma deuda de seguridad (incluso algo menor): 4,16 cabeceras ausentes de 5 frente a 4,28 del resto.

Más datos estructurados en bruto: el 93,8 % de las webs Kit Digital tiene algún schema, frente al 77,2 % del resto, con más tipos de media (8,7 frente a 7,2).

Y, sin embargo, menos de la mitad de schema 'LocalBusiness': solo el 9,4 % de las webs Kit Digital lo implementa, frente al 21,6 % del resto.

Ahí está la paradoja. Las webs del Kit Digital no son peores en lo genérico (de hecho, marcan más schema), pero fallan justo en la pieza de marcado que más rinde a un negocio local (lo veremos en el punto 3). Acumulan Organization, WebSite o BlogPosting por plantilla, y olvidan el LocalBusiness que de verdad mueve la aguja en lo local. El programa cumplió su objetivo de poner a las pymes online, y su impacto de negocio está documentado, con un +43 % de clientes y +36 % de facturación en las empresas de la primera convocatoria (BBVA / Red.es). Pero "estar online" y "estar técnicamente optimizado para SEO local" son dos cosas distintas.

3. ¿Posicionan mejor las webs con datos estructurados? Solo si son los correctos

Aquí está el hallazgo central del estudio, y tiene dos capas.

Capa 1: tener "algún" schema no te da ventaja. Las 230 webs con datos estructurados posicionan prácticamente igual (posición media 2,79) que las 61 que no tienen nada (2,85). A primera vista, parece que el schema no sirve. Y, técnicamente, es lo que Google lleva años diciendo: los datos estructurados no son un factor de posicionamiento directo. Lo que hacen es habilitar resultados enriquecidos y ayudar a los buscadores a entender el contenido (Google Search Central; Search Engine Journal).

Capa 2: el *tipo* de schema lo cambia todo. Cuando aislamos las 59 webs que implementan específicamente 'LocalBusiness', el cuadro se invierte de forma clara:

Mejor posición media: 2,47 frente a 2,89 del resto (mediana 2,0 frente a 3,0).

Más apariciones en SERP: 1,46 frente a 1,36.

Y, de propina, menos deuda de seguridad: 3,88 cabeceras ausentes frente a 4,37. Son, sencillamente, webs más cuidadas en todo.

Entre las webs del Top 3, la presencia de LocalBusiness dobla a la del resto: 24,9 % frente al 11,8 % de las que quedan del 4.º en adelante.

Que esta ventaja aparezca a pesar del sesgo de selección que comentábamos es justo lo que la hace creíble. No es que el marcado "empuje" el ranking por arte de magia. Es que LocalBusiness comunica a Google con precisión qué eres y dónde operas, alimenta el panel de conocimiento y los resultados enriquecidos, y refuerza las señales de pertinencia local. La literatura de referencia del sector lo sitúa entre los elementos on-page más influyentes para el negocio local, junto a los títulos geolocalizados y la experiencia móvil (Whitespark, Local Search

Ranking Factors; Moz, Local Search Ranking Factors).

La lección no es si marcas, sino qué marcas. Un LocalBusiness bien construido, con NAP coherente, horarios, geocoordenadas y sameAs, vale más que diez tipos de schema genéricos heredados de la plantilla.

4. ¿Más tipos de schema equivale a mejor posición? No. La cantidad no es la palanca

Si la calidad del marcado importa, ¿importa la cantidad? Lo medimos directamente. La correlación entre el número de tipos de schema y la posición es esencialmente cero (−0,06), igual que con las apariciones en SERP (−0,01). Agrupando las webs por volumen de marcado (0, 1-2, 3-4, 5 o más tipos), la posición media apenas se mueve: 2,85, luego 2,68, luego 3,00 y finalmente 2,79. Ni rastro de una tendencia clara.

Dicho de otro modo: una web con 12 tipos de schema no posiciona mejor que una con 3 bien elegidos. Acumular marcado (Organization, WebSite, ImageObject, WpHeader, BlogPosting) sin que aporte una entidad relevante para el usuario es ruido, no señal. Esto encaja con la postura oficial de Google: el schema habilita funciones de búsqueda, no garantiza su aparición, y el marcado no utilizado no causa problemas pero tampoco tiene efecto visible (Google Search Central).

La recomendación práctica se escribe sola: menos tipos, mejor elegidos. Para un centro de entrenamiento, el núcleo es LocalBusiness (o su subtipo HealthClub o ExerciseGym), BreadcrumbList y, si procede, FAQPage o Service. Todo lo demás, fuera si no comunica una entidad real.

5. ¿Las cabeceras de seguridad afectan al ranking? No directamente, pero el dato es alarmante

El estado de las cabeceras de seguridad HTTP en el sector es, sencillamente, malo:

190 de 291 webs (65 %) tienen las 5 cabeceras de seguridad evaluadas ausentes: HSTS, CSP, X-Frame-Options, X-Content-Type-Options y Referrer-Policy.

Solo 6 webs del total tienen el set completo.

La media es de 4,2 cabeceras ausentes de 5.

¿Impacto en posición? Prácticamente nulo en nuestra muestra (correlación −0,09 con la posición; nula con las apariciones en SERP). Es más: las webs a las que les faltan más cabeceras posicionan ligeramente mejor, probablemente porque son los grandes sitios WordPress consolidados los que descuidan este apartado. Y esto es coherente con la realidad documentada: las cabeceras de seguridad no son un factor de posicionamiento directo, algo que Google ha confirmado de forma explícita (Search Engine Journal). Lo que sí es señal de ranking, desde 2014, es HTTPS (Google Security Blog). Y aquí el sector aprueba con holgura: 277 de 291 webs usan HTTPS (95 %).

Entonces, ¿por qué dedicarle un punto entero? Porque el SEO técnico no termina en la posición. Las cabeceras de seguridad protegen a tus usuarios frente a clickjacking, sniffing de tipo MIME y fuga de referrers. Refuerzan la confianza. Y, sobre todo, son un indicador fiable de cuánto cuidado técnico hay detrás de una web. No es casualidad que las webs con LocalBusiness impecable tengan, de media, menos cabeceras ausentes. La seguridad no te sube de puesto, pero su ausencia delata el tipo de descuido que sí acaba pasando factura.

6. ¿robots.txt y sitemap.xml mueven la aguja? Son la cañería, no el motor



En este apartado, por fin, tenemos un grupo de control. 265 de 291 webs tienen `robots.txt` (91 %), 257 tienen `sitemap.xml` (88 %) y 234 declaran el sitemap dentro del robots. Eso deja 26 webs sin robots y 34 sin sitemap con las que comparar. ¿Y el resultado? Las webs sin estos archivos no posicionan peor (2,62 de media frente a 2,82). Pero hay trampa: esas mismas webs son, casi todas, sitios mínimos sin nada más (solo el 7,7 % de las que no tienen robots tiene datos estructurados). No es que prescindir del sitemap ayude; es que coinciden con webs simples que rankean por otros motivos.

Conviene recordar lo que estos archivos son y lo que no son, según la propia documentación de Google

robots.txt gestiona el rastreo, no la indexación. Sirve para no saturar el servidor y orientar al crawler. No es un mecanismo para ocultar páginas; para eso está noindex. De hecho, una URL bloqueada puede seguir apareciendo en resultados si recibe enlaces externos (Google Search Central).

El sitemap es una señal de descubrimiento y prioridad, no un botón de

"indexa ya". Ayuda a Google a encontrar páginas nuevas o actualizadas, pero no fuerza el rastreo ni mejora el ranking por sí mismo.

En resumen: ni robots.txt ni sitemap.xml son factores de posicionamiento directos (documentación de rastreo de Google). Son infraestructura. Pero igual que una buena cañería no hace lujosa una casa y una mala la arruina, estos archivos no te hacen ganar, aunque hacerlos mal te puede hundir. Un Disallow mal puesto puede borrar te del mapa. Que el grueso del sector los tenga es una buena noticia. El siguiente nivel es tenerlos bien.

La historia que los seis titulares no cuentan: la higiene técnica del sector es frágil

Si solo miras las seis preguntas, podrías concluir que "lo técnico da igual porque casi nada correlaciona con la posición". Sería leer mal el estudio. Lo que los datos gritan, en realidad, es que todo el sector comparte una base técnica débil, y por eso ninguna variable destaca. Cuando todos cojean de lo mismo, lo técnico no separa. Todavía.

Mira la radiografía de la higiene técnica

Estas cifras provienen del rastreo profundo de 106 webs del total, el

subconjunto que pudimos crawlear página a página:

Imágenes sin atributo `alt`: afecta a 79 de esas 106 webs (75 %), con una media de 22 imágenes por sitio (máximo: 124). Es a la vez un fallo de accesibilidad y una oportunidad de SEO de imágenes desperdiciada.

Enlaces `*cross-origin*` inseguros (`target="_blank"` sin `rel="noopener"`): 73 webs, media de 20, hasta 223 en un solo sitio. Riesgo de seguridad y de rendimiento, repartido por todas partes.

Páginas sin `*meta description*`: 57 webs. Páginas sin `H1`: 59 webs.

Enlaces internos rotos (4xx): 42 webs, con un caso de 141 enlaces rotos.

Etiqueta semántica: presente en 5 de las 291 webs (1,7 %). En un sector cuyo activo es estar en un sitio físico, esto es casi un chiste.

Y las señales locales explícitas tampoco brillan, esta vez sobre las 291 webs: enlace tel: en el 50 % de las webs, mapa embebido en el 51 %, WhatsApp en el 29 %. La única señal con buena cobertura es el enlace a Instagram (78 %), lógico en un sector tan visual. Pero las redes sociales no son SEO local.

Esto es, en el fondo, una gran noticia para quien quiera competir. El SEO local de los centros de entrenamiento no se gana hoy con artillería pesada. Se gana con fundamentos que casi nadie está cuidando. Marcar bien tu dirección, tu LocalBusiness, tus imágenes y tus enlaces te pone, hoy mismo, por delante de tres de cada cuatro competidores.

Por qué esto va a importar cada vez más

El sesgo de selección de nuestra muestra esconde una bomba de

relojería para el sector. Hoy, en un nicho de baja competencia, “estar online con WordPress y un sitemap” basta para asomar en la SERP. Pero el listón sube.

La búsqueda enriquecida y los motores de respuesta basados en IA consumen datos estructurados para construir sus respuestas. Sin un Local-Business limpio, tu negocio es invisible para esa nueva capa de descubrimiento. La experiencia de página (Core Web Vitals) ya forma parte de los sistemas de ranking de Google, como factor modesto pero real, y como criterio de desempate cuando el contenido es similar (Google Search Central). Y a medida que entren competidores que sí hagan lo técnico, el suelo común de hoy se convertirá en el sótano de mañana.

La base técnica es una inversión que compone. No te da un salto espectacular el primer día, pero hace que todo lo demás (contenido, enlaces, reseñas) rinda más y resista mejor cada actualización del algoritmo.

Recomendaciones para el sector

Si diriges, construyes o posicionas webs de centros de entrenamiento, o de cualquier negocio local, este es el orden de prioridades que se desprende de los datos.

Implementa `LocalBusiness` bien, no mucho schema mal. Es la única palanca on-page que muestra ventaja real en nuestra muestra (2,47 frente a 2,89 de posición media). Incluye NAP coherente, horarios, geocoordenadas, sameAs y el subtipo correcto (ExerciseGym, HealthClub). Borra el schema genérico inútil.

Trata HTTPS como innegociable y las cabeceras como higiene. Ya tienes HTTPS, casi con seguridad; añade al menos HSTS, X-Content-Type-Options y Referrer-Policy. No subirás de puesto, pero cerrarás la brecha que delata el descuido.

Arregla la higiene invisible. alt en todas las imágenes, rel=”noopener” en los enlaces externos, un solo H1 por página, meta descriptions únicas y cero enlaces internos rotos. Es trabajo de fontanería, pero es el que separa a una web cuidada de una abandonada.

Recupera la etiqueta y las señales locales

Enlace tel: real, dirección semántica, mapa embebido y, si aplica, WhatsApp. Eres un negocio local: díselo a las máquinas en su idioma.

No toques `robots.txt` y `sitemap.xml`, salvo para revisarlos. Confirma que el sitemap está declarado en el robots, que no hay Disallow accidentales y que el sitemap solo lista URLs canónicas e indexables.

Mide y compara. El sector entero comparte tus mismos fallos. Audita, prioriza por impacto y conviértete en la excepción cuidada antes de que lo haga tu competencia.

Conclusión

Pregunta por pregunta, los datos parecen decir que el SEO técnico no mueve el ranking en este sector. Pero esa lectura es una trampa estadística. No mueve el ranking porque casi todos lo hacen igual de mal. La única variable que sobresale, el schema LocalBusiness, lo hace justamente porque pocos la cuidan. Esa es la forma del SEO técnico en SEO local: no es el motor que te dispara, es el suelo que sostiene todo lo demás. Y en un sector donde el suelo está agrietado, construir sobre cimientos firmes no es una ventaja marginal. Es la ventaja.

Los centros de entrenamiento entienden mejor que nadie un principio: los resultados visibles se construyen sobre una base que nadie ve. Su SEO debería entrenar igual.

Referencias

- W3Techs / Automatic — WordPress Market Share (cuota global de CMS). <https://wordpress.com/blog/2025/04/17/wordpress-marketshare/> · <https://w3techs.com/technologies/details/cm-wordpress>
- Gobierno de España — Programa Kit Digital (España Digital). <http://espanadigital.gob.es/lineas-de-actuacion/programa-kit-digital> · <https://www.acelerapyme.gob.es/en/kit-digital>
- BBVA / Red.es — Qué es y cómo solicitar el Kit Digital (impacto en clientes y facturación). <https://www.bbva.com/es/es/empresas/que-es-y-como-solicitar-el-kit-digital-para-pymes-y-autonomos-en-espana/>
- Google Search Central — General Structured Data Guidelines (el schema no es factor de ranking directo). <https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/sd-policies>
- Search Engine Journal — Google Confirms Structured Data Won't Make A Site Rank Better. <https://www.searchenginejournal.com/google-confirms-that-structured-data-wont-make-a-site-rank-better/544433/>
- Whitespark — Local Search Ranking Factors (importancia de LocalBusiness y señales locales). <https://whitespark.ca/local-search-ranking-factors/>
- Moz — Local Search Ranking Factors Study. <https://moz.com/local-search-ranking-factors-study>
- Google Security Blog — HTTPS as a ranking signal (2014). https://security.googleblog.com/2014/08/https-as-ranking-signal_6.html
- Search Engine Journal — Google Answers If Security Headers Offer Ranking Influence. <https://www.searchenginejournal.com/security-headers-and-ranking-influence/488781/>
- Google Search Central — Robots.txt Introduction (rastreo, no indexación). <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots/intro>
- Google Crawling — How Google Interprets the robots.txt Specification. <https://developers.google.com/crawling/docs/robots-txt/robots-txt-spec>
- Google Search Central — Understanding Google Page Experience / Core Web Vitals. <https://developers.google.com/search/docs/appearance/page-experience>



Fabian Spura
SEO Técnico



Rafael Calabuig
Máster en Comunicación Política e Institucional.
Experto en marketing digital y estratégico

InBody

ENTRENA CON DATOS DE SALUD



Integraciones:

E G Y M

virtuagym

fitbe

UPTIVO
MATTER OF INTENSITY

selfloops

trainingym

DeporWEB

TECHNOGYM

GYMLAOP

HEXFIT

Lleva tu centro al siguiente nivel, solicita una cita de asesoramiento.

T. 944 431 900 | microcaya@microcaya.com | www.microcaya.com

MICROCAYA

¿QUIÉN MANDA AQUÍ?

¿Quién debería “mandar”? El absurdo de la gestión de las instalaciones deportivas municipales

Cuando una Administración externaliza la gestión de una instalación deportiva, pero mantiene estructuras paralelas con capacidad para intervenir en la operativa, el resultado puede ser una combinación perversa: demasiados mandos, responsabilidades difusas, profesionales mal pagados y un coste que, al final, asumimos todos.

Hace años me hice una promesa: no volvería a trabajar en una instalación deportiva municipal. Después de más de veinte años vinculada a la industria del fitness, y tras haber pasado por diferentes posiciones —instructora, entrenadora, coordinadora, responsable, formadora y gestora— había llegado a una conclusión bastante sencilla: hay entornos profesionales que no compensan el desgaste que generan. Y uno de ellos, para mí, era el de determinadas instalaciones deportivas municipales. No era una cuestión de trabajar para la Administración. Tampoco de tener nada contra los funcionarios ni con-

tra los servicios públicos. Era una cuestión mucho más sencilla: no soporto la incompetencia, la mediocridad y, sobre todo, la combinación de ambas con capacidad de decisión. Después de tantos años en el sector, me cuesta aceptar que personas que no conocen realmente aquello que gestionan puedan tomar decisiones que afectan directamente a profesionales, usuarios y resultados sin que exista una consecuencia cuando esas decisiones son malas.

Sin embargo, hace poco rompí mi propia promesa. Y lo hice por una razón que cualquiera que ame esta profesión entenderá: apareció

una buena empresa, unas condiciones económicas razonables dentro del contexto lamentable en el que todavía se mueve buena parte del empleo en el fitness y una instalación en la que, aunque había aspectos claramente mejorables —el sonido y parte del material, por ejemplo—, la sala tenía buena iluminación y climatización. Pero, sobre todo, había algo que para mí compensaba muchas cosas: unos alumnos extraordinarios. Personas que entrenaban, que disfrutaban, que seguían una coreografía sin dificultad, que estaban en forma, que eran fieles y, además, encantadoras. Volví a disfrutar de



algo que llevo haciendo gran parte de mi vida: dar clase.

Y precisamente por eso me resulta todavía más frustrante contar por qué acabé marchándome.

El problema no siempre está en la empresa que gestiona

Porque en este caso, y esto es importante, el problema no estaba necesariamente en la empresa adjudicataria. Una empresa especializada puede tener profesionales, experiencia, procedimientos y capacidad para gestionar una instalación deportiva razonablemente bien. De hecho, hay compañías que llevan años haciéndolo y que conocen el negocio infinitamente mejor que muchas estructuras administrativas.

El problema aparece cuando contratamos a una empresa para gestionar una instalación y, al mismo tiempo, mantenemos dentro de la Administración una estructura con capacidad para intervenir en esa gestión. Entonces empieza lo absurdo. Tenemos al responsable político, al técnico municipal, a la empresa adjudicataria, al gerente de la empresa, al coordinador, a otros posibles coordinadores, a responsables de diferentes áreas y, finalmente, al técnico que está delante

del usuario. Una auténtica pirámide de personas que pueden opinar, supervisar, coordinar, decidir o modificar cosas que afectan directamente al servicio. Y la pregunta es inevitable:

¿Quién manda realmente?

Pero hay una segunda pregunta todavía más importante:

¿Quién responde cuando la decisión es equivocada?

Si una empresa gestiona, ¿para qué necesitamos un técnico municipal gestionando?

Si una instalación deportiva municipal está externalizada y una empresa especializada ha ganado una licitación para gestionarla, no entiendo qué sentido tiene mantener un técnico municipal con capacidad para intervenir en la gestión deportiva cotidiana. Sí entiendo que exista una figura municipal que supervise el contrato. Por supuesto. El Ayuntamiento tiene que proteger los intereses de los ciudadanos, comprobar que se cumplen las condiciones de la licitación, fiscalizar el dinero público, controlar la calidad del servicio y exigir responsabilidades cuando no se cumplen los objetivos establecidos. Pero una cosa es controlar y otra muy distinta es gestionar. El Ayuntamiento debería decir qué servicio quiere, qué condiciones debe cumplir, qué objetivos debe alcanzar la empresa y cómo se va a medir el resulta-

do. La empresa adjudicataria debería encargarse de gestionar los recursos humanos, organizar la operativa, establecer la programación dentro de las condiciones contractuales y tomar las decisiones necesarias para que el servicio funcione. Porque si contratamos a una empresa especializada y después alguien desde la Administración puede modificar, cuestionar o condicionar constantemente sus decisiones operativas, la pregunta vuelve a ser la misma;

¿Para qué la hemos contratado?

Si no confiamos en que esa empresa sepa gestionar, quizá no deberíamos haberla contratado.

Y si queremos que el Ayuntamiento gestione directamente, entonces quizá deberíamos dejar de externalizar.

Lo que resulta difícil de justificar es pagar las dos estructuras y permitir que ambas tengan capacidad de decisión.

Una cosa es la supervisión y otra la competencia profesional

Sé que esta afirmación puede generar polémica, pero creo que es necesario hablar de ella. No todas las personas que ocupan un puesto técnico relacionado con el deporte tienen necesariamente los conocimientos suficientes para gestionar una instalación deportiva moderna. Y esto no debería ser una cuestión ideológica, sino profesional.

He vivido situaciones en las que la persona responsable desde la Administración desconocía por ejemplo qué era Les Mills. No lo



cuento para señalar a una persona concreta ni para ridiculizar su trayectoria, que también, pero ese no es el foco. Lo cuento porque representa un problema de fondo que me parece mucho más preocupante: ¿qué conocimientos y competencias estamos exigiendo realmente para ocupar determinados puestos desde los que se toman decisiones sobre instalaciones deportivas?

En aquel caso, la trayectoria profesional había comenzado recogiendo balones en un campo de fútbol y el acceso al puesto se había producido fundamentalmente por antigüedad. Empezar recogiendo balones no tiene absolutamente nada de malo; todos tenemos un punto de partida y cualquier trabajo digno merece respeto. El problema aparece cuando confundimos los años de permanencia con la capacitación necesaria para des-

empeñar una función de responsabilidad. La antigüedad demuestra que llevas mucho tiempo en un sitio. No demuestra que sepas gestionar aquello que tienes entre manos.

Y esto no debería aplicarse solamente a la Administración. También hay gerentes y coordinadores de empresas privadas que han llegado a puestos de responsabilidad por antigüedad, proximidad o simplemente porque estaban disponibles, sin haber desarrollado las competencias necesarias para liderar equipos o gestionar un negocio deportivo. El problema no es ser funcionario.

El problema es ser incompetente y tener capacidad de decisión.

El síndrome del “ni hago ni dejo hacer”

En el sector privado también conocemos perfectamente este perfil: el mando que no aporta, pero tampoco permite que otros aporten; el coordinador acomodado; el gerente que lleva años en su puesto pero ha dejado de evolucionar; la persona que bloquea cualquier cambio porque implica trabajo o porque puede poner en evidencia que las cosas podrían hacerse de otra manera.

Son personas que no necesariamente hacen mal su trabajo de forma evidente. A veces simplemente no hacen nada especialmente bien. Mantienen el sistema funcionando a mínimos, evitan conflictos,

sobreviven a los cambios y esperan que pase el tiempo.

El problema es que en una instalación deportiva esa actitud tiene consecuencias. Porque un buen gestor puede hacer crecer una actividad, mejorar la experiencia del usuario, reducir la rotación del personal, aumentar la ocupación y detectar oportunidades. Un mal gestor puede conseguir exactamente lo contrario sin que exista un único desastre visible. Simplemente, poco a poco, la instalación pierde energía, pierde profesionales, pierde usuarios y pierde dinero. Y cuando hablamos de una instalación pública, ese coste no desaparece.

Y no olvidemos que una instalación deportiva municipal, no es necesario que sea rentable; aunque mi opinión personal es que si que debería serlo. Es que ha de dar servicio al pueblo, a las personas que además de mantenerla con sus impuestos, pagan una cuota mensual y no es de recibo que estas personas paguen, paguen y paguen y no reciban un servicio de calidad, o que a veces ni siquiera lo reciban, porque hay 4 gestores, 2 personas en recepción haciendo tareas que hoy en día podrían estar automatizadas, digitalizadas... pero no hay ningún técnico competencialmente capacitado para dar el servicio.

En resumen, la mala gestión la pagamos entre todos: técnicos, usuarios...

El técnico está en el último escalón, que; desde mi punto de vista debería de ser la punta de la pirámide, paradójicamente está abajo del todo.

Aquí aparece una de las mayores contradicciones de nuestra industria y nuestro mayor fracaso. Podemos tener una estructura llena de responsables, coordinadores, gestores, técnicos municipales y cargos intermedios, mientras el pro-

fesional que realmente está delante del usuario cobra poco, trabaja con horarios fragmentados, tiene poca estabilidad y sabe que puede ser sustituido prácticamente en cualquier momento.

Y después nos preguntamos por qué existe tanta rotación.

Un buen técnico se marcha y ponemos otro.

Quizá el nuevo profesional tiene menos experiencia. Quizá tiene menos formación. Quizá no sabe trabajar con ese tipo de público. Quizá no tiene la capacidad de comunicación del anterior. Quizá simplemente no encaja. La clase empieza a perder usuarios. Y entonces alguien concluye que esa actividad ya no funciona. Pero quizá la actividad funcionaba perfectamente.

Lo que había dejado de funcionar era la gestión del talento.

Quizás lo que falla en la mayoría de las instalaciones municipales es que los numerosos técnicos, gestores municipales, concejales de deportes... no entiende una clase no es darle a un botón.

Detrás de una buena clase hay horas de preparación. Cuando trabajas con programas coreografiados hay que estudiar las canciones, aprender las secuencias, practicar, preparar transiciones, conocer las adaptaciones, pensar cómo vas a comunicar el contenido y llegar a la sala preparado para atender a las personas que tienes delante.

No es simplemente aparecer a una hora determinada y empezar a moverse. Por eso resulta especialmente frustrante cuando los horarios se modifican continuamente, a veces avisando con un día de antelación, cuando se preparan programas que después se eliminan o cuando se cambia una actividad sin valorar el trabajo que existe detrás.

Desde fuera puede parecer una simple casilla en un cuadrante. Pero, para el profesional que está trabajando, no lo es. Y ese desprecio hacia el profesional es uno de los motivos por los que cada vez cuesta más retener a determinados perfiles.

Y no olvidemos, que cuando un instructor se va, no es tan fácil como contratar a otro. Los profesionales hoy en día no abundan, y perder un buen profesional tiene un coste.

Aunque muchas organizaciones no lo contabilicen así. Se pierde conocimiento del cliente. Se pierde relación. Se pierde comunidad. Se pierde experiencia. Se pierde capacidad para llenar una sala. Se produce una transición. Hay que buscar a otra persona, incorporarla, formarla y esperar a que construya nuevamente una relación con los usuarios.

Y mientras tanto, puede disminuir la ocupación. Una clase que estaba llena empieza a tener veinte personas. Después quince. Después diez. Y quizá alguien decide eliminarla porque "no funciona". No. Seguramente funcionaba. Lo que hemos hecho es sustituir a la persona que conseguía que funcionara por un maula. Por eso creo que la rotación del talento debería ser uno de los indicadores fundamentales de cualquier instalación deportiva. Si una instalación cambia continuamente de profesionales, alguien debería preguntarse por qué. Puede ser el salario. Puede ser el horario. Puede ser el liderazgo. Puede ser la empresa. Puede ser el contrato. Puede ser la falta de carrera profesional. Puede ser el propio mercado. Pero hay que medirlo.

Y no olvidemos que mala gestión cuesta mucho dinero

Aquí es donde el problema deja de ser solamente laboral y se con-

vierte en económico. Una instalación deportiva municipal tiene una rentabilidad social que debemos proteger. No todo tiene que ser rentable económicamente. Una actividad para mayores, un programa de deporte infantil o determinados servicios dirigidos a colectivos vulnerables pueden tener un enorme valor social aunque no sean grandes generadores de ingresos.

Pero rentabilidad social no significa barra libre.

También hay que saber cuánto cuesta cada servicio, cuántas personas lo utilizan, qué satisfacción genera, qué recursos consume y qué objetivos cumple. Porque una cosa es asumir conscientemente un coste porque produce un beneficio social.

Y otra muy diferente es asumir pérdidas durante años porque nadie está midiendo nada. La diferencia es enorme. En una empresa privada, una mala gestión termina apareciendo en la cuenta de resultados. Si pierdes clientes, tienes menos ingresos. Si tienes demasiados costes, tienes menos margen. Si un servicio no funciona, alguien acaba preguntándose qué está pasando. En una instalación pública, el coste de la mala gestión puede diluirse dentro del presupuesto municipal. Y como ese dinero no sale directamente del bolsillo de quien toma la decisión, la urgencia para corregirlo puede ser menor. Pero el dinero sí sale de algún sitio, sale de nuestros impuestos y de las cuotas que pagan los usuarios. ¿Cuánto cuesta realmente tener demasiados mandos?

Deberíamos de empezar a hacernos estas preguntas

¿Cuánto cuesta mantener estructuras duplicadas? ¿Cuánto cuesta tener varios responsables tomando decisiones sobre la misma área? ¿Cuánto cuesta la rotación constante de profesionales? ¿Cuánto cuesta tener clases infrautilizadas? ¿Cuánto cuesta perder usuarios? ¿Cuánto

cuesta cambiar continuamente horarios y programaciones? ¿Cuánto cuesta contratar, formar y sustituir personas? ¿Cuánto cuesta tener profesionales que dejan de proponer porque saben que nadie les va a escuchar?

Y, sobre todo:

¿Cuánto cuesta tener personas tomando decisiones sobre un negocio que no conocen suficientemente bien?

Quizá antes de pedir más presupuesto deberíamos responder a estas preguntas.

El problema empieza muchas veces en la licitación

Aquí tampoco podemos olvidarnos de las empresas. Externalizar no garantiza una buena gestión. Una licitación mal diseñada puede terminar premiando principalmente el precio y dejando en segundo plano cuestiones fundamentales como la calidad del servicio, el equipo que realmente va a gestionar la instalación, la experiencia de los profesionales, la gestión del talento o los resultados obtenidos anteriormente. Una empresa puede tener veinte años de experiencia.

Pero eso no significa que la persona que mañana estará al frente de la instalación tenga veinte años de experiencia. Por eso creo que deberíamos empezar a mirar mucho más al equipo real que va a ejecutar el contrato. ¿Quién va a gestionar? ¿Qué experiencia tiene? ¿Qué formación? ¿Qué competencias? ¿Qué capacidad de liderazgo? ¿Qué resultados ha obtenido anteriormente? ¿Cómo gestiona a los profesionales? ¿Con que profesionales cuenta?

Porque al final la empresa que aparece en el pliego es una cosa.

Las personas que están dentro de la instalación son otra.

Entonces, ¿qué hacemos? Aportemos soluciones, que para eso estamos los expertos

La solución no debería ser simplemente gastar más dinero. Necesitamos gastar mejor y, sobre todo, gestionar mejor. Si una instalación está externalizada, el primer paso debería ser establecer con absoluta claridad quién tiene cada responsabilidad. El Ayuntamiento debe controlar el contrato, fiscalizar los recursos públicos, establecer objetivos, comprobar su cumplimiento y garantizar que el ciudadano recibe el servicio comprometido. La empresa debe tener autonomía suficiente para gestionar la operativa y responder por los resultados.

No necesitamos dos direcciones. Necesitamos una dirección responsable. También necesitamos profesionalizar los puestos de responsabilidad. Da igual si la persona es funcionaria o trabaja para una empresa privada. Si ocupa un puesto desde el que toma decisiones, debería demostrar competencias en gestión, liderazgo, operaciones, personas, experiencia de cliente y conocimiento del negocio deportivo y del negocio del Fitness, no olvidemos que no es lo mismo gestionar una piscina o un campo de fútbol con sus competiciones federativas y sus clubes deportivos que el gimnasio en el que se imparten Actividades Dirigidas como Pilates, Les Mills, CrossFit...

La antigüedad puede valorarse. Pero no puede sustituir a la competencia. También deberíamos establecer indicadores objetivos y transparentes: número y evolución de usuarios, ocupación de actividades, satisfacción, tasa de abando-

no, ingresos, costes, reclamaciones, cumplimiento de objetivos, rotación de profesionales, absentismo y evolución de los equipos.

Lo que no medimos no lo podemos gestionar.

Y añadiría algo más: auditorías independientes. No para buscar culpables, sino para saber qué está ocurriendo realmente en una instalación. Una evaluación que analice conjuntamente economía, actividad deportiva, personas, operaciones, satisfacción y resultados permitiría detectar problemas antes de que se conviertan en agujeros económicos.

Necesitamos carreras profesionales, no profesionales de usar y tirar

También tenemos que cambiar la forma en la que tratamos al talento. Si queremos que un buen técnico permanezca en una instalación, debemos ofrecerle algo más que un cuadrante y un salario.

Necesitamos formación, reconocimiento, estabilidad y posibilidades reales de crecimiento. Un técnico debería poder imaginar una carrera profesional dentro de la industria: técnico, técnico senior, coordinador, responsable, manager, dirección. Y cada salto debería implicar más competencias, más responsabilidad y también una remuneración acorde.

Porque si la única manera que tiene un profesional de mejorar sus condiciones es marcharse, no debería sorprendernos que los mejores terminen marchándose.

Y sí, además de todo esto hay políticos, unas veces ayudan, otras entorpecen.

Sería ingenuo pensar que la gestión deportiva municipal vive comple-

tamente al margen de la política. Los cambios de legislatura, las prioridades políticas, las decisiones tomadas por presión, la necesidad de ofrecer determinados servicios o incluso la tentación de mantener determinadas actividades simplemente porque "siempre se han hecho así" pueden condicionar la gestión.

Pero una instalación deportiva no debería gestionarse pensando únicamente en la próxima foto o en las próximas elecciones. Debería gestionarse pensando en los próximos cinco o diez años:

Con datos. Con estrategia. Con profesionales. Y con una visión clara de qué servicio queremos ofrecer a los ciudadanos.

Quizá ha llegado el momento de dejar de proteger la mediocridad ¿No creéis?

Después de todo lo vivido, mi conclusión es bastante sencilla:

No estoy en contra de las instalaciones municipales. No estoy en contra de que determinadas instalaciones sean públicas. No estoy en contra de los funcionarios. Y tampoco estoy en contra de las empresas privadas que gestionan servicios deportivos.

Estoy en contra de la mala gestión. Estoy en contra de que una empresa sea en contra de pagar dos veces por hacer el mismo trabajo. Estoy en contra de que una empresa sea contratada para gestionar y después no se le permita gestionar. Estoy en contra de que personas sin los conocimientos necesarios tengan capacidad para tomar decisiones sobre profesionales y servicios que desconocen. Estoy en contra de que los buenos técnicos sean la última mierda de las instalaciones, cuando deberían de ser el pilar fundamental. Estoy en contra de que los buenos técnicos sean considerados fácilmente reemplazables mientras se mantienen estructuras que no aportan valor. Y

estoy en contra de que una mala gestión pueda mantenerse durante años porque, al final, las pérdidas las absorbe un presupuesto público.

Porque una instalación deportiva no funciona porque tenga las puertas abiertas.

Funciona cuando consigue que la gente quiera entrar, entrenar y volver. Funciona cuando los profesionales quieren trabajar allí. Funciona cuando las decisiones se toman con criterio. Funciona cuando cada persona sabe cuál es su responsabilidad. Y funciona cuando alguien tiene el valor de responder cuando las cosas no funcionan.

Por eso sigo haciéndome aquella pregunta que me hice al volver a trabajar en una instalación municipal:

¿Quién manda aquí? Y añadiría otra: ¿Quién responde?

Porque si hemos contratado a una empresa para gestionar, tenemos que dejarla gestionar. Si necesitamos supervisión, supervisemos. Si necesitamos resultados, midámoslos. Si necesitamos profesionales, paguémoslos y cuidémoslos. Y si alguien tiene capacidad para decidir, que tenga también la obligación de demostrar que sabe hacerlo.

Porque quizá el verdadero problema de muchas instalaciones deportivas municipales no sea que falte dinero. Quizá sea algo mucho más incómodo. Quizá, llevamos demasiado tiempo pagando la mala gestión como si fuera un coste inevitable del servicio público. Y no debería serlo.



Azahara Fuentes Garzón
360° Marlex HR Consultant & Fitness
Business Expert



Qué es el **BITARTRATO DE COLINA** y para qué sirve: todo lo que hay que saber

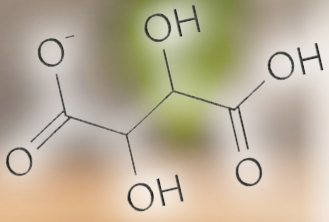
El bitartrato de colina es una forma suplementaria de colina que combina este nutriente con ácido tartárico para facilitar su administración. Su objetivo principal es aumentar la ingesta diaria de colina cuando la alimentación no aporta cantidades suficientes. Sin embargo, aún no es muy conocida.

Por eso, a continuación, explicaremos concretamente qué hace o para qué sirve, qué ventajas aporta y cómo tomarlo en cuanto a dosis. También comentaremos si tiene efectos secundarios o no.

Descubre qué es el bitartrato de colina y cómo usarlo en pro de tu rendimiento

Bitartrato de colina: definición y usos

Como decíamos, el bitartrato de colina es un suplemento con diversas aplicaciones y beneficios para deportistas. Pero al ser poco conocido, muchos no saben bien qué es o para qué sirve.



No obstante, cabe recordar que la colina es un nutriente esencial similar a las vitaminas del grupo B que tomamos de frutas, legumbres y verduras. Aunque el organismo puede producir pequeñas cantidades de colina, la síntesis endógena no suele ser suficiente y debe obtenerse mediante la dieta.

Qué es el bitartrato de colina

En base a lo anterior, podemos decir que el bitartrato de colina es un suplemento que lo que hace es aumentar la rapidez con que se absorbe la colina. También ayuda a que esta esté disponible en el organismo.

Desde el punto de vista científico es ácido tartárico y colina. Esta unión hace que podamos ingerir colina de forma más fácil.

Ya en el organismo, la molécula se desintegra y podemos usar la colina. La otra parte, el bitartrato, no hace nada.

Qué es el bitartrato de colina y para qué sirve: todo lo que hay que saber

Para qué sirve el bitartrato de colina: beneficios

Ahora que tenemos la base más clara, es importante conocer los beneficios del bitartrato de colina, especialmente para los deportistas:

- **Salud hepática.** Contribuye al metabolismo de las grasas y ayuda a evitar su acumulación en el hígado.
- **Función cognitiva y salud cerebral.** Participa en la producción de acetilcolina, relacionado con la memoria, la concentración y el aprendizaje.
- **Sistema nervioso.** Interviene en el correcto funcionamiento del sistema nervioso.
- **Rendimiento deportivo.** Puede contribuir al rendimiento físico durante ejercicios prolongados.
- **Recuperación muscular y celular.** Participa en los procesos de reparación y recuperación de los tejidos.

Cómo tomar bitartrato de colina: dosis y efectos secundarios

Otra cuestión importante es saber la dosis diaria de bitartrato de colina y si tiene efectos secundarios o no. No existe una dosis establecida de bitartrato de colina para mejorar el rendimiento deportivo. En estudios se han empleado diferentes cantidades, aunque la dosis debe interpretarse según el aporte real de colina elemental.

Y sobre los efectos secundarios del bitartrato de colina, hay que señalar que, si se toma en exceso, es posible sudar mucho más de lo normal, tener náuseas o producir mal olor.

Como decíamos, antes, si tienes dudas, lo mejor es consultar con tu médico y así evitar cualquier efecto no deseado. Este profesional podrá darte recomendaciones personalizadas sobre todos los tipos de suplementos deportivos.

Conclusiones sobre el bitartrato de colina

Para terminar, hay que hacer hincapié en que el bitartrato de colina no sustituye a ningún alimento. Hay que tener una dieta equilibrada y consumir alimentos que contengan colina. Hablamos, por ejemplo, huevo (yema), hígado, carnes, pescados..

No obstante, en algunas personas con baja ingesta dietética puede ser útil valorar la suplementación, aunque no debe considerarse imprescindible para mejorar el rendimiento deportivo

En cualquier caso, si quieres saber más o tener los conocimientos necesarios para ayudar a otros deportistas en este ámbito, te invitamos a conocer nuestro curso de nutrición deportiva y suplementación.

Pídenos más información y resolveremos todas tus dudas.



Salvador Vargas Molina

Investigador Asociado Universidad de Málaga. Director Académico Fivestars. Amplia experiencia desde el entrenamiento deportivo, tanto en deportes de equipo como individuales, docencia en distintos campos de las Ciencias de la actividad física y el deporte.



ABC de las Lesiones Isquiotibiales en el Fitness

Las lesiones isquiotibiales representan el 37% de todas las lesiones en los miembros inferiores, y el 75% afectan el músculo bíceps femoral. Acelerar, esprintar, desacelerar, y cambiar de dirección requiere el reclutamiento selectivo de fibras musculares de contracción rápida tipo II. También requiere elevados niveles de coordinación neuromuscular, intermuscular, intramuscular, y el almacenamiento de energía viscoelástica para las rápidas contracciones y relajaciones.

El fitness tiene como objetivo desarrollar tres condiciones básicas: 1.- fuerza; 2.- resistencia; y 3.- flexibilidad y elasticidad. Por lo general, las sesiones de entrenamiento duran entre sesenta y setenta minutos, y requieren resistencia mediante el reclutamiento y coordinación secuencial de fibras de contracción lenta tipo I.

Esto implica estar en condiciones metabólicas, neurológicas, y biomecánicas para reclutar ambos tipos de fibras y sus subtipos cuando las vías nerviosas motoras responsables se encuentran fatigadas y las fibras

tipo II relativamente agotadas. Es ahí, donde se ven seriamente afectados los parámetros y patrones de reclutamiento neuromuscular que conducen a las múltiples y temidas lesiones isquiotibiales.

La expresión de fuerza y resistencia requiere una combinación óptima de ambos tipos de fibras, tipo II y tipo I, respectivamente. Una alta predominancia de fibras tipo II proporciona velocidad durante breves periodos de tiempo, pero no a largo plazo; un exceso de fibras tipo I proporciona resistencia en el tiempo, pero carecen de explosividad y/o velocidad a corto plazo. Además, las sofisticadas funciones de reclutamiento y coordinación secuencial selectivo del sistema nervioso motor se fatigan progresivamente y eventualmente pierden eficacia.

Reiteradas biopsias musculares y análisis biomecánicos computarizados confirman que la mayoría de las personas que acuden a los gimnasios presentan una proporción más o menos de 50%-50 % de fibras tipo II y de tipo I. En consecuencia, la mayoría no suelen estar en condiciones óptimas para expresar altos niveles de aceleración y desaceleración, así como y bruscos cambios de dirección.

Existe la posibilidad real de transformar las fibras tipo I en tipo II y viceversa, o bien inducir una hipertrofia selectiva y/o atrofia selectiva en ambos tipos de fibras. Si bien requiere programas de entrenamiento sofisticados y altamente específicos, es posible lograrlo con elevados grados de efectividad.

El tipo de fibra muscular no representa el único factor del cual depende la capacidad para moverse con eficacia. También intervienen la biomecánica, la relación entre los niveles de rigidez (stiffness) y compliancia (complianza) de los músculos, tendones, y ligamentos, así como múltiples factores adicionales rela-

«Cuando aparece la fatiga, se altera la coordinación neuromuscular y aumenta el riesgo de lesiones isquiotibiales. Por eso, los ejercicios de máxima intensidad deben limitarse en duración y repeticiones y adaptarse a la capacidad de cada persona».

cionados con la carga y descarga de energía viscoelástica.

Intentar implementar programas de entrenamiento con elevados grados de aceleración y desaceleración, especialmente en los miembros inferiores, está condenado al fracaso ya que se producirán lesiones isquiotibiales. No es aconsejable implementar programas de entrenamiento de alta aceleración y velocidad en personas que simplemente acuden al gimnasio con el fin de estar en buena forma física. En tal caso, el entrenamiento de aceleración y velocidad requiere una intensidad sub máxima o máxima en la expresión de fuerza en velocidad, así como una inmediata relajación para lograr las adaptaciones óptimas.

El volumen de trabajo de máxima intensidad siempre debe ser breve y estar muy limitado en tiempo, duración, o repeticiones para ser eficaz. Además, hay que saber adaptar los entrenamientos para eliminar cualquier ejercicio con riesgo de producir lesiones isquiotibiales.

Una lesión isquiotibial presenta graves consecuencias: 1.- incapacidad para continuar entrenando; 2.- rendir a niveles subóptimos y/o perder la motivación; 3.- entrenar a niveles muy moderados y con temor

a las secuelas; 4.- pérdida de autoconfianza y motivación a la vez que aumentan la frustración y el estrés; 5.- la lesión producirá tejido cicatricial con fuertes retracciones tisulares y puntos vulnerables; y 6.- se producirá una lesión psíquica que posiblemente tardará más tiempo en sanar que la propia lesión muscular.

A continuación se enumeran siete recomendaciones básicas con el fin de prevenir y/o evitar las lesiones isquiotibiales en los practicantes del fitness: 1.- determinar los tipos y subtipos de fibras musculares; 2.- diseñar entrenamientos en base a la distribución individual de fibras tipo II y tipo I; 3.- siendo los isquiotibiales músculos largos y balísticos con largos tendones, deben ser entrenado a velocidades relativamente altas con baja carga; 4.- todos los ejercicios, con o sin resistencias gravitacionales, requieren una rápida, simultánea, y diferencial contracción y relajación de ambos grupos musculares (isquiotibiales y cuádriceps).; 5.- la contracción simultánea y por fatiga, de ambos grupos musculares, conducirá a una lesión isquiotibial debido a la estructura y mayor fuerza contráctil del cuádriceps; 6.- tanto la fuerza como la potencia relativa del isquiotibial respecto al cuádriceps debe ser optimizada mediante testeos específicos; y 7.- implementar un inteligente sistema de reeducación neuromuscular para lograr óptimos niveles de comunicación neuromuscular e intermuscular, así como optimizar las vías neuronales y los patrones de movimiento para rendir correctamente en momentos que se produce fatiga.



**Guillermo
A. Laich de Koller**
Doctor en Medicina y Cirugía



Por qué **30 MINUTOS BIEN ENTRENADOS** pueden valer más que **90 mal aprovechados**

Cuando un cliente dispone de poco tiempo, el trabajo del entrenador consiste en decidir qué estímulos priorizar y cómo organizar cada minuto. Una sesión de 30 minutos bien planificada puede resultar más útil que otra de 90 sin objetivos claros, con pausas excesivas o ejercicios elegidos al azar. La clave está en ajustar la intensidad, cuidar la técnica y construir una rutina que el cliente pueda mantener.

Entrenar durante más tiempo no significa necesariamente entrenar mejor. En un contexto en el que la falta de tiempo es una de las principales barreras para la práctica de ejercicio, la capacidad de hacer que cada minuto de entrena-

miento sea relevante puede ser mucho más importante que simplemente aumentar la duración de la sesión.

Un entrenamiento de 30 minutos, cuando está bien estructurado, puede generar estímulos cardiovas-

culares, metabólicos y neuromusculares significativos. Por el contrario, 90 minutos en el gimnasio sin un objetivo claro, con pausas excesivas o ejercicios poco adecuados, pueden suponer mucho tiempo invertido para obtener pocos resultados.

La cuestión no es, por tanto, «¿cuánto tiempo entreno?», sino «¿qué puedo hacer con el tiempo que tengo?».

El problema no es el tiempo. Es cómo se utiliza

Imaginemos a dos usuarios.

Usuario A: entra en el gimnasio durante 90 minutos. Hace 15 minutos en la cinta, conversa unos minutos, utiliza tres máquinas sin un plan definido, hace largas pausas entre series y termina con otros diez minutos de cardio.

Usuario B: entra durante 30 minutos. Tiene un plan, sabe exac-

tamente lo que va a hacer, controla los tiempos de trabajo y recuperación y elige ejercicios que impliquen grandes grupos musculares.

¿Quién ha entrenado más?

El primero ha estado más tiempo en el gimnasio. Pero eso no significa necesariamente que haya realizado más trabajo útil.

Un entrenamiento eficaz debe tratar de maximizar tres variables:

- Calidad del estímulo.
- Densidad del entrenamiento.
- Constancia a lo largo del tiempo.

Es aquí donde los 30 minutos pueden adquirir una enorme importancia.

30 minutos exigen planificación

- Una sesión corta no se puede improvisar.
- Cuando tenemos poco tiempo, cada bloque debe tener una función.
- Un ejemplo sencillo de entrenamiento de 30 minutos:

Fase 1. Calentamiento | 8 minutos

- Movilidad dinámica.
- Elevación progresiva de la frecuencia cardíaca.
- Preparación de los movimientos que se utilizarán.

Fase 2. Parte principal | 20 minutos

- Circuito de fuerza y componente cardiovascular.
- Ejercicios multiarticulares.
- Intervalos de trabajo y recuperación definidos previamente.

Fase 3. Vuelta a la calma | 2 minutos

- Reducción progresiva de la intensidad.

- Respiración.
- Movilidad suave.

No hay tiempo «muerto». Cada minuto tiene un objetivo.

Ejemplo práctico: 30 minutos en el gimnasio

Imaginemos un entrenamiento para una persona de nivel intermedio.

Durante los 20 minutos principales:

Bloque A. 10 minutos

- 200 m de remo.
- 10 pesos muertos con kettlebell.
- 10 sentadillas goblet.
- 10 flexiones.

Repetir con buena técnica durante diez minutos, ajustando la intensidad al nivel del practicante.

Bloque B. 10 minutos

- 30 segundos de bicicleta a intensidad elevada.
- 30 segundos de recuperación.
- 10 zancadas con mancuernas.
- 10 remos con mancuernas.

El objetivo no es terminar completamente exhausto. Es conseguir mantener la calidad técnica, una intensidad adecuada y la constancia.

Este principio es especialmente importante para los profesionales del fitness:

- Intensidad no significa sufrimiento máximo.
- Más ejercicios no significa más resultados.

Uno de los errores más comunes es confundir variedad con eficacia.

Un entrenamiento puede tener:

- 12 ejercicios;
- 8 máquinas;

- 60 minutos de cardio;
- decenas de series;

y, aun así, ser poco eficiente.

Un programa bien construido puede utilizar solo cuatro o cinco movimientos, siempre que sean adecuados para el objetivo.

Por ejemplo, para un entrenamiento de cuerpo completo:

- Sentadillas.
- Empujes.
- Tracciones.
- Extensión de cadera.
- Un estímulo cardiovascular.

Con estos patrones fundamentales de movimiento es posible construir una sesión muy completa.

Aquí es donde el profesional del fitness desempeña un papel fundamental, porque el valor de un instructor o entrenador personal no reside únicamente en elegir ejercicios. Reside en organizar el estímulo.

Un buen profesional debe poder responder a preguntas como:

- ¿Cuál es el objetivo del cliente?
- ¿Cuál es su nivel actual?
- ¿De cuánto tiempo dispone?
- ¿Qué ejercicios puede ejecutar correctamente?
- ¿Cuál debe ser la intensidad?
- ¿Cuánto tiempo necesita para recuperarse?
- ¿Cómo vamos a medir su evolución?

Un cliente que solo tiene 30 minutos no debería oír: «Eso es poco tiempo».

Debería oír: «Vamos a aprovechar esos 30 minutos de la mejor manera posible».

Para el usuario, el mensaje es igualmente sencillo: no tiene que esperar al entrenamiento «perfecto» de 90 minutos. Si hoy solo dispone de 30 minutos, puede entrenar 30 minutos.

Es preferible crear una rutina sostenible de 30 minutos, tres veces por semana, que planificar 90 minutos, dos veces por semana, y acabar por no cumplirla.

La constancia es una variable determinante para obtener resultados.

Cuando solo disponemos de 30 minutos, debemos:

- Entrar con un plan definido.
- Reducir los tiempos de espera.
- Elegir ejercicios con un propósito.
- Controlar las pausas.
- Priorizar la calidad técnica.
- Ajustar la intensidad al objetivo.
- Evitar distracciones.
- Registrar el entrenamiento y seguir la evolución.

Un entrenamiento de 30 minutos también puede ser progresivo: no tiene por qué ser siempre igual, y la evolución puede producirse mediante distintas variables:

- Semana 1: aprender los movimientos.
- Semana 2: mejorar la técnica y aumentar ligeramente la carga.
- Semana 3: aumentar el número de repeticiones o reducir algunas pausas.
- Semana 4: aumentar la intensidad manteniendo la calidad.

Es decir, no necesitamos necesariamente aumentar la duración del entrenamiento para incrementar el estímulo. Podemos mejorar lo que ocurre dentro de esos 30 minutos.

La verdadera medida no es el tiempo. En el fitness, a menudo estamos demasiado pendientes del reloj, pero este solo nos dice cuánto tiempo hemos estado en el gimnasio. No nos dice necesariamente cuántos estímulos hemos producido.

Un entrenamiento eficaz debe permitir responder a preguntas más importantes:

- ¿He cumplido el objetivo?
- ¿He mantenido una buena técnica?
- ¿He trabajado a la intensidad adecuada?
- ¿He podido repetir el rendimiento?
- ¿Estoy progresando?
- ¿Puedo mantener este proceso durante meses?

Si la respuesta es sí, los 30 minutos pueden ser extremadamente valiosos.

El desafío para el fitness actual reside precisamente en este punto. Tanto para los gimnasios como para los instructores y entrenadores personales existe aquí una oportunidad clara.

El consumidor actual busca eficiencia, flexibilidad y resultados. Las soluciones de entrenamiento de 30 minutos no deben verse como una versión «menor» del entrenamiento tradicional, sino como una forma diferente de entrenar: más objetiva, más estructurada y más fácil de integrar en la vida real.

Al final, quizá la pregunta correcta no sea:

«¿Cuánto tiempo puede pasar el cliente en el gimnasio?».

Sino:

«¿Cuánto valor podemos crear en cada minuto que pasa en el gimnasio?».

Porque, cuando hay planificación, intención, una intensidad adecuada y constancia, 30 minutos pueden ser suficientes para marcar una gran diferencia.

Y entre 30 minutos bien entrenados y 90 mal aprovechados, el



reloj puede indicar que la primera sesión es más corta. Sin embargo, el cuerpo probablemente contará una historia diferente: el reloj mide la duración, pero el entrenamiento mide la adaptación real.



Amâncio Santos

Licenciado en Ciencias del Deporte –
Mención en Educación Física y Deporte
Escolar, por la Facultad de Motricidad
Humana. Director Técnico de Balance
Company: gestor de las marcas Balance,
Fitness Factory, Vivafit, FT30 y Balance
Pilates Studio.

expertos

GYM FACTORY cuenta con los mejores colaboradores de nuestro país, expertos en las diferentes áreas imprescindibles para el buen funcionamiento de una instalación deportiva. Si quieres saber más sobre estos expertos y empresas, entra en nuestra página web: www.gymfactory.net -> expertos



Guillermo A. Laich de Koller

- Prof. Dr. Guillermo A. Laich de Koller.
- Profesor de Patología Médica y Quirúrgica.
- Universidad Alfonso X el Sabio (UAX - Madrid).
- Licenciado en Medicina y Cirugía (Universidad Complutense de Madrid).
- Doctor en Medicina y Cirugía (Universidad de Alcalá de Henares).
- Especialista en Cirugía Plástica, Reconstructiva y Estética (MIR).
- Máster de Especialista Universitario en Salud Mental/Psiquiatría (Universidad de León, Instituto de Neurociencias y Salud Mental de Barcelona).
- Médico Especialista Asociado (Clínica Mediterránea de Neurociencias de Alicante).
- Especialización Internacional en Medicina y Ciencias del Deporte (EEUU, y Europa).
- Director Médico: Centro Médico Estético: Las Rozas (Las Rozas, Madrid).
- www.guillermolaich.com



Amâncio Santos

- Licenciado en Educación Física por la Facultad de Motricidad Humana de la Universidad de Lisboa (2001).
- Director Técnico de BALANCE COMPANY.
- Master Training Iberia de Technogym.
- Primer Gerente del Club y director de Operaciones de Fitness Hut
- Instructor y entrenador personal en la cadena Holmes Place.
- Especialización en Crossfit L1 Trainer Course (Paris_2013) y el Crossfit L2 Prep. Coach Course (Amsterdam_2014).
- Atleta de alta competición en los 110 metros vallas



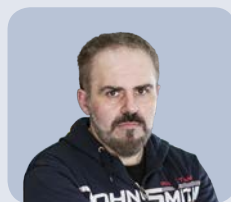
Fabián Spura

- Político especializado en comunicación política y marketing.
- Coautor de "La búsqueda digital del voto. Ciber campañas electorales en España 2015-16." y diversas publicaciones especializadas.
- Ex-BBVA Group (Holvi) Marketing Lead
- Ex-FitX Marketing Lead
- Miembro del Marketing Club Berlin
- SEO Certificado por BlueArray
- Cofundador de TechSEO.es



Iván Gonzalo Martínez

- Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.
- Máster Oficial en Investigación CAFYD.
- Postgrado en Nutrición Deportiva (UCA).
- Postgrado en Entrenamiento Funcional (CAECE).
- Postgrado en Entrenamiento de Fuerza y Potencia (UCO).
- Entrenador Personal Certificado (ACE, ACSM, RU, FEH; NSCA-CPT,*D, FEDA).
- CSCS * D, Director Asociación Profesional de Entrenamiento Personal (APEP).
- Profesor Universidad Francisco de Vitoria
- Strength and Conditioning Advisor Madrid Bravos.
- Creador de la Metodología Elements™ y director de investigación del Elements Research Group.
- www.elementsystem.com



Santiago Liébana Rado

- MasterTrainer Fitness G. SectorFitness European Academy.
- Delegado Baleares SEA.
- Director Técnico HealthStudio European Academy.
- Organizador Congreso Wellness y Ed. Física en Palma de Mallorca.
- Autor Manual Act. Colectivas SEA y CKB.
- Profesor cursos Act. Dirigidas y Ent. Personal para Baleares.
- Embajador IIDCA.
- Presentar nacional e internacional en Convenciones y Congresos relacionados con el Fitness desde 2004.
- Coordinador Gimnàs Olímpic (Palma de Mallorca).



Salvador Vargas Molina

- Director Académico Fivestar
- PhD Student
- Grupo Investigación CTS-132 Fisiología del Ejercicio- Universidad de Málaga
- Lcdo. Ciencias Actividad Física y Deporte
- Diplomado Educación Física
- Master Nutrición y Actividad Física para la promoción de la Salud
- Master Investigación Ciencias de la Actividad Física y Deporte
- Research Network and Affiliated to Exercise and Sport Nutrition Laboratory (Texas A&M)
- Conferencista Internacional



Azahara Fuentes Garzón

- MasterTrainer Fitness SectorFitness European Academy: Pilates, Yoga, Entrenamiento Funcional, Método Hipopresivo, Entrenamiento Personal y AADD con soporte musical.
- Delegado Zona Norte España SectorFitness European Academy.
- Director Técnico Sabáh, Zaragoza.
- Independent Fitness Business Consultant.
- Instructor Fitness y Entrenador Personal multidisciplinar con más de 20 años de experiencia: AADD con soporte musical, Aerobic & Step, Zumba & Strong Nation, Les Mills, Pilates & Pilates Studio, Yoga, Entrenamiento Funcional, Actividades Acuáticas...
- TD1: Natación Sincroizada, Patinaje y Esquí.
- TD3: Natación.
- Ingeniero Técnico Industrial.
- Experto en Gestión de la Innovación y RRSS.
- Lucho por un fitness sostenible y de calidad



Rafael Calabuig

- Máster en Comunicación Política e Institucional
- Experto en marketing digital y estratégico
- SEO manager con más de 8 años de experiencia en Reino Unido, Alemania, España y América Latina
- SEO certificado por Blue Array y SEMRush
- Cofundador de TechSEO.es

anuncios por palabras

Para más información sobre estos traspasos,
llama al 630 744 086 o a través de la web <https://gymma.es>.

■ Valencia

Se traspasa espectacular centro de 1.400 m² ubicado estratégicamente en una nave independiente. El activo destaca por su excelente distribución, que incluye una amplia sala de fitness, zona funcional con ring y tres salas polivalentes destinadas a actividades dirigidas y Yoga. Totalmente equipado con maquinaria de alta gama, el centro ofrece comodidad exclusiva gracias a sus plazas de parking privadas para abonados. Cuenta con un contrato de alquiler estable hasta 2034, lo que garantiza seguridad a largo plazo. Es una inversión "llave en mano" en una zona de alta demanda y excelente conectividad, ideal para inversores que busquen un negocio listo para operar y rentabilizar desde el primer día.

■ Madrid

Se traspasa exclusivo centro deportivo ubicado estratégicamente en un barrio de alta renta per

cápita de la capital. El local destaca por su diseño moderno y un modelo de negocio de alta rentabilidad que combina con éxito el boxeo funcional y el entrenamiento de alta intensidad (HIIT). Las instalaciones cuentan con equipamiento de última generación, sistemas digitales de monitorización y una operativa totalmente automatizada. Su ubicación en una zona de altísima densidad asegura un flujo constante de clientes y una base de socios ya consolidada. Representa una inversión "llave en mano" inmejorable, con gastos estructurales muy contenidos y máxima visibilidad en uno de los distritos con mayor demanda de Madrid.

■ Baleares.

Se traspasa activo deportivo de referencia absoluta con más de 1.500 m² de instalaciones. El club destaca por su versatilidad y amplitud, ofreciendo una sala de musculación am-

plia y equipada al máximo, áreas dedicadas al cardio y una zona de entrenamiento funcional de alto nivel. La oferta se complementa con salas polivalentes para actividades dirigidas y espacios específicos para fitness infantil, garantizando una base de socios sólida y familiar. Está en una ubicación estratégica.

■ Barcelona, zona de Poble Nou

Se traspasa centro de referencia especializado en Boxeo y Crossfight con una trayectoria sólida. Ubicado en un local amplio y moderno, el centro cuenta con instalaciones de alto rendimiento que incluyen ring profesional, zona de sacos y área de entrenamiento funcional. Con una comunidad fidelizada y programas exclusivos (femenino, infantil y competición), es un negocio con marca consolidada y excelente reputación. Una inversión ideal para profesionales del sector que

busquen un club en pleno funcionamiento, con equipo experto y listo para operar en uno de los barrios con más proyección de Barcelona

■ Cartagena

Se traspasa centro deportivo de referencia con más de 1.500 m² de instalaciones totalmente reformadas. Ubicado estratégicamente, el negocio destaca por su maquinaria de última generación y una operativa avanzada con acceso mediante App y QR los 365 días del año. El centro cuenta con una comunidad fiel. Incluye servicios de fisioterapia y entrenamiento personal, garantizando rentabilidad inmediata. Es un negocio moderno, tecnológico y listo para operar sin inversión adicional.

■ Zaragoza

Se traspasa centro deportivo 1100 m². Ubicado estratégicamente, este activo cuenta con una trayectoria consolidada y una comunidad de socios

totalmente fidelizada. El local está especializado en modalidades de alta demanda, combinando experiencia y modernidad en un formato boutique muy rentable. Es una inversión impecable para emprendedores e inversores que busquen un modelo de negocio probado, listo para operar desde el primer día en una ubicación inmejorable población de Sevilla. Oportunidad única de traspaso de un centro deportivo ubicado estratégicamente dentro de un reconocido Centro Comercial. Goza de un emplazamiento privilegiado con máxima visibilidad, flujo constante de clientes potenciales y la gran ventaja de un amplio aparcamiento gratuito para todos los socios. El club cuenta con instalaciones modernas, totalmente climatizadas y distribuidas en zona de musculación, área de cardio y salas polivalentes para actividades dirigidas de gran éxito como Zumba, Body Pump y Ciclo Indoor. Se trata de un modelo de negocio consolidado, con equipamiento profesional de alta gama y operativa "llave en mano". Es la inversión ideal para profesionales que

busquen un activo rentable en una de las zonas comerciales con mayor tracción de la comarca.

■ Madrid

Se traspasa box de CrossFit pionero y de referencia absoluta, ubicado estratégicamente en una nave industrial premium dentro de un área empresarial de alto nivel en el norte de Madrid. El centro cuenta con una superficie diáfana totalmente equipada para el alto rendimiento, incluyendo zonas específicas de halterofilia, fuerza y estiramientos. Es un centro con una trayectoria consolidada y una comunidad de socios activa y fiel, destacando por su operativa optimizada y el uso de tecnología avanzada para la gestión de reservas y clientes. Con una marca reconocida en el sector y una ubicación privilegiada en una de las zonas con mayor poder adquisitivo de la capital, es una oportunidad de negocio excepcional.

■ Madrid

Se traspasa centro de entrenamiento ubicado estratégicamente en un barrio de alta renta per cápita de Madrid. El local destaca por su diseño moderno y un modelo de

negocio de alta rentabilidad que combina boxeo funcional y entrenamiento de alta intensidad. Las instalaciones cuentan con equipamiento de última generación, sistemas digitales de monitorización y una operativa totalmente automatizada. Su ubicación en una zona de altísima densidad garantiza un flujo constante de clientes y una base de socios consolidada. Es una inversión ideal "llave en mano", con gastos estructurales muy contenidos y máxima visibilidad en uno de los distritos con mayor demanda deportiva de la capital.

■ Barcelona, zona de Poble Nou

Se traspasa centro de referencia especializado en Boxeo y Crossfight con una trayectoria sólida. Ubicado en un local amplio y moderno, el centro cuenta con instalaciones de alto rendimiento que incluyen ring profesional, zona de sacos y área de entrenamiento funcional. Con una comunidad fidelizada y programas exclusivos (femenino, infantil y competición), es un negocio con marca consolidada y excelente reputación. Una inversión ideal para profesio-

nales del sector que busquen un club en pleno funcionamiento, con equipo experto y listo para operar en uno de los barrios con más proyección de Barcelona.

■ Barcelona en zona de Maresme

Se traspasa espectacular centro deportivo con una infraestructura inigualable de más de 6000 m². Con una base sólida con más de 4.000 socios estables, presentando un margen de optimización muy elevado.

Es un activo dominante en la zona, ideal para grupos inversores o gestores que busquen un centro de gran volumen con excelentes instalaciones exteriores y un flujo de caja recurrente. Una pieza única en el mercado lista para escalar su rentabilidad.

■ Zaragoza

Se traspasa centro deportivo de más de 800 m² en una ubicación inmejorable de Zaragoza, con posibilidad de ampliación. Es un negocio con muchos años a la espalda, que cuenta con una gran base de socios activos. Las instalaciones incluyen sala de actividades dirigidas y dos baños turcos, todo con un alquiler

muy competitivo. Es la inversión perfecta para quien busque un club con raíces y mucho recorrido en la ciudad.

■ Sevilla

Se ofrece el traspaso de un centro integral de mas de 5.000 m² con una ventaja competitiva única: una concesión administrativa con 60 años restantes y un alquiler simbólico muy bajo. Las instalaciones, renovadas en 2019, incluyen pistas de pádel cubiertas, una completa sala fitness equipada, sala de ciclo y clases dirigidas. El centro aparte destaca por su oferta de ocio estacional con dos piscinas de verano, chiringuito, campo de fútbol y zona infantil. Es una inversión con costes estructurales reducidos y el derecho de explotación a largo plazo.

■ Madrid

Se traspasa gimnasio exclusivo de 300 m² en una ubicación privilegiada con alta renta per cápita. El negocio destaca por su excelente salud financiera. Las instalaciones están totalmente optimizadas: zona de musculación y cardio con equipos de alta gama, área funcional, vestuarios completos, sala de estética y cabina de

solárium. Con un alquiler muy competitivo, es una inversión ideal. Un centro con una comunidad de socios fidelizada y una operativa eficiente en una de las zonas residenciales más exclusivas de Madrid.

■ Córdoba

Se traspasa centro de fitness de referencia con más de 2.000 m² de instalaciones de primer nivel, ubicado estratégicamente en el distrito con mayor renta per cápita de la ciudad. Este activo destaca por su gran amplitud y versatilidad, ofreciendo un potencial de crecimiento extraordinario gracias a su infraestructura moderna y una ubicación de máxima exclusividad. El centro cuenta con diversas áreas de entrenamiento, salas para actividades dirigidas y zonas comunes de alta calidad. La operativa es sólida y segura, respaldada por un contrato de alquiler estable a largo plazo y la gran comodidad de contar con facilidad de aparcamiento para los usuarios. Es una oportunidad única de inversión.

■ Murcia

Se ofrece en traspaso un gimnasio de referencia

con más de 700 m² (ampliables) y techos de 6 metros de altura, situado en una localización inmejorable. El local, reformado integralmente hace solo 4 años, está totalmente equipado con maquinaria Matrix de última generación. Con una base consolidada de más de 600 socios activos, el negocio destaca por un alquiler excepcionalmente competitivo y un contrato garantizado a largo plazo de 20 años. El centro dispone de dos salas de actividades dirigidas y una distribución optimizada a pie de calle en una zona de máxima afluencia comercial. Por su equipamiento moderno y ubicación imbatible en la capital murciana, es una inversión estratégica de alta rentabilidad.

■ Valencia

Se traspasa espectacular centro de 1.400 m² ubicado estratégicamente en una nave independiente. El activo destaca por su excelente distribución, que incluye una amplia sala de fitness, zona funcional con ring y tres salas polivalentes destinadas a actividades dirigidas y Yoga.

Totalmente equipado con maquinaria de alta gama, el centro ofrece co-

modidad exclusiva gracias a sus plazas de parking privadas para abonados. Cuenta con un contrato de alquiler estable hasta 2034, lo que garantiza seguridad a largo plazo. Es una inversión "llave en mano" en una zona de alta demanda y excelente conectividad, ideal para inversores que busquen un negocio listo para operar y rentabilizar desde el primer día.

■ Madrid

Se traspasa exclusivo centro deportivo ubicado estratégicamente en un barrio de alta renta per cápita de la capital. El local destaca por su diseño moderno y un modelo de negocio de alta rentabilidad que combina con éxito el boxeo funcional y el entrenamiento de alta intensidad (HIIT). Las instalaciones cuentan con equipamiento de última generación, sistemas digitales de monitorización y una operativa totalmente automatizada. Su ubicación en una zona de altísima densidad asegura un flujo constante de clientes y una base de socios ya consolidada. Representa una inversión "llave en mano" inmejorable, con gastos estructurales muy contenidos y máxima visibili-

dad en uno de los distritos con mayor demanda de Madrid.

■ Baleares

Se traspasa activo deportivo de referencia absoluta con más de 1.500 m² de instalaciones de vanguardia. El club destaca por su gran versatilidad y amplitud, ofreciendo una sala de musculación equipada al máximo detalle, áreas dedicadas al cardio y una zona de entrenamiento funcional de alto nivel profesional. La oferta se complementa con diversas salas polivalentes para actividades dirigidas y espacios específicos para fitness infantil, garantizando una base de socios sólida, fiel y de carácter familiar. Ubicado estratégicamente en una zona de alta visibilidad, este centro representa una oportunidad única de inversión por su excelente infraestructura y gran potencial de crecimiento. Es un negocio totalmente operativo y listo para seguir rentabilizando desde el primer día.

■ Córdoba

Se traspasa centro de fitness de referencia con más de 2.000 m² de instalaciones de primer nivel, ubicado estratégicamente en el distrito con mayor renta per cápita de la ciudad. Este activo destaca por su gran amplitud y versatilidad, ofreciendo un potencial de crecimiento extraordinario gracias a su infraestructura moderna y una ubicación de máxima exclusividad. El centro cuenta con diversas áreas de entrenamiento, salas para actividades dirigidas y zonas comunes de alta calidad. La operativa es sólida y segura, respaldada por un contrato de alquiler estable a largo plazo y la gran comodidad de contar con facilidad de aparcamiento para los usuarios. Es una oportunidad única de inversión.

■ Cartagena

Se traspasa centro deportivo de referencia con más de 1.500 m² de instalaciones totalmente reformadas. Ubicado estra-

tégicamente, el negocio destaca por su maquinaria de última generación y una operativa avanzada con acceso mediante App y QR los 365 días del año. El centro cuenta con una comunidad fiel. Incluye servicios de fisioterapia y entrenamiento personal, garantizando rentabilidad inmediata. Es un negocio moderno, tecnológico y listo para operar sin inversión adicional.

■ Zaragoza

Se traspasa centro deportivo 1100 m². Ubicado estratégicamente, este activo cuenta con una trayectoria consolidada y una comunidad de socios totalmente fidelizada. El local está especializado en modalidades de alta demanda, combinando experiencia y modernidad en un formato boutique muy rentable. Es una inversión impecable para emprendedores e inversores que busquen un modelo de negocio probado, listo para operar desde el primer día en una ubicación inmejorable.

■ Sevilla

Oportunidad única de traspaso de un centro deportivo ubicado estratégicamente dentro de un reconocido Centro Comercial. Goza de un emplazamiento privilegiado con máxima visibilidad, flujo constante de clientes potenciales y la gran ventaja de un amplio aparcamiento gratuito para todos los socios. El club cuenta con instalaciones modernas, totalmente climatizadas y distribuidas en zona de musculación, área de cardio y salas polivalentes para actividades dirigidas de gran éxito como Zumba, Body Pump y Ciclo Indoor. Se trata de un modelo de negocio consolidado, con equipamiento profesional de alta gama y operativa "llave en mano". Es la inversión ideal para profesionales que busquen un activo rentable en una de las zonas comerciales con mayor tracción de la comarca.

Para que puedas encontrar lo que necesites o hacer tu propuesta de demanda/oferta de equipamiento, locales en alquiler, traspaso o venta, etc...
escribenos a redaccion@gymfactory.net