

MODELOS DE NEGOCIO

Urban Longevity Club: la categoría que el fitness ya empieza a construir

Qué ofrece este modelo, cuánto cuesta y cuándo es rentable

LÍDERES DE PENSAMIENTO

Los gimnasios se acercan a la sanidad y atrae a las aseguradoras

La prevención sanitaria abre nuevas vías de colaboración

ESTRATEGIA FITNESS DE ALTO VALOR

La organización de la dirección marca la operativa del gimnasio

El caos operativo revela fallos de gestión, no falta de tiempo



127

SEGURIDAD EN LOS CENTROS DEPORTIVOS

La nueva temporada exige revisar la seguridad del centro deportivo

¿Está la instalación preparada para gestionar sus riesgos?

Software todo en uno para centros deportivos

Gestión de miembros • Reserva de clases • Pagos • Entrenamiento

La solución todo en uno con app móvil personalizada

Contamos con la confianza de más de:

30 millones
de usuarios

10.000+
centros fitness

50.000
entrenadores
en todo el mundo



FITNESS PARK

SYNERGYM
FIT TOGETHER

MAGMA
MUSCLE FACTORY

THE WELL-BEING LAB

saludando



BODYBUILDING PASSION SINCE 1973

NEW TOTAL BACK **4 TRAINING ANGLES**

45° | Low Row

90° | Power Row

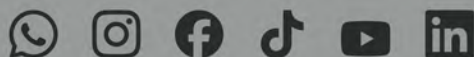
135° | High Row

180° | Lat Pulldown



RUBIEL MOSQUERA
OLYMPIAN
PANATTA BRAND AMBASSADOR

FOLLOW US



www.panattasport.com



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:

José Luis Gómez
Marc Iladó
Tere Luque
José Milán
Roberto Ramos
Carl Rohde
Manel Valcarce
Mariela Villar

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.



gym FACTORY editorial



Septiembre devuelve a los gimnasios su ritmo habitual: regresan los socios, llegan nuevas altas y se ponen a prueba los planes preparados durante el verano. Para acompañar este nuevo ciclo, este número de Gym Factory Gestión reúne una selección de autores destacados en gestión deportiva, con perspectivas que invitan a mirar el negocio desde distintos ángulos.

En estas páginas se plantea qué sucede durante las otras 163 horas de la semana que el socio pasa fuera del gimnasio y cómo acompañarlo también en sus hábitos cotidianos. Esa reflexión conecta con el acercamiento del fitness a la sanidad y las aseguradoras, y con el papel que puede desempeñar el sector en la prevención si es capaz de demostrar resultados.

Las grandes tendencias también se trasladan a decisiones empresariales concretas: un modelo de club dedicado a la longevidad con sus costes y condiciones de viabilidad, y las alianzas que pueden facilitar el crecimiento en otros mercados. La relación con el socio ocupa igualmente un lugar central, desde la experiencia que favorece su fidelización después del alta hasta el posicionamiento estratégico que permite diferenciar un gimnasio.

La selección se completa con una reflexión sobre la coherencia entre lo que promete una marca y lo que el cliente vive en cada contacto, y con una revisión de la seguridad de los centros al comenzar la temporada. Son perspectivas distintas sobre una misma responsabilidad: sostener el crecimiento con criterio y cuidar lo que sucede cada día en las instalaciones.

Mirar más allá de la próxima campaña de altas, contrastar nuevas oportunidades y cuidar la experiencia diaria del socio son tareas que empiezan ahora. Esperamos que estas páginas os ayuden a tomar mejores decisiones y a afrontar la nueva temporada con una visión más amplia del futuro de vuestros centros.

El futuro del fitness empieza con las decisiones de hoy.

Inés Ledo
Editora

- 3 Novedades
- 8 Modelos de negocio
- 12 El negocio del fitness
- 16 Líderes de pensamiento
- 20 Empresa
- 22 Estrategia fitness de alto valor
- 24 Internacionalización
- 28 Seguridad en los centros deportivos
- 30 Marketing estratégico fitness
- 37 Expertos
- 38 Directorio de empresas

12

El negocio del fitness

LAS OTRAS 163 HORAS AMPLÍAN EL MERCADO DEL FITNESS

Los gimnasios pueden acompañar al socio más allá del entrenamiento e influir en sus hábitos cotidianos.



20

Empresa

EL MARKETING TRANSFORMA LA EXPERIENCIA DEL SOCIO EN EL GIMNASIO

Captar socios es solo el principio: cada interacción posterior puede fortalecer la relación y favorecer su fidelización.

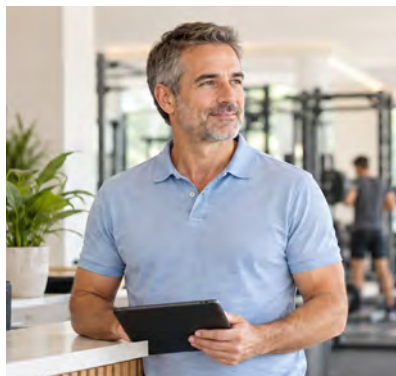


24

Internacionalización

LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS IMPULSAN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS FITNESS

Conocer cada mercado y elegir socios adecuados ayuda a adaptar los proyectos y sostener su crecimiento.



30

Marketing estratégico fitness

LA ESTRATEGIA DEL ALGORITMO

El fitness español avanza hacia una madurez tecnológica donde los algoritmos predictivos y el aprendizaje automático transforman el marketing sectorial.



El fitness español tiene margen para 918 nuevos gimnasios, según el informe completo de **España Activa y Deloitte**

■ El informe completo del sector del fitness en España, impulsado por la Fundación España Activa, elaborado por Deloitte y apoyado por FNEID, estima un margen potencial para 918 nuevos centros, equivalente al 16 % de la oferta actual. La cifra procede de un análisis geoespacial de los gimnasios existentes y la población de su entorno, bajo las condiciones actuales del mercado; no constituye una previsión de aperturas. El estudio sitúa el valor del sector en 3.235 millones de euros en 2025, con 8,35 millones de usuarios de centros fitness y algo más de siete millones de abonados. Las cadenas gestionan el 31 % de los centros, pero reúnen el 68 % de los abonados. Madrid, Cataluña y Andalucía concentran alrededor del 60 % de la facturación. Entre los operadores consultados, el 88 % espera una evolución positiva del mercado en 2026. El documento también identifica la satisfacción de los usuarios, la rentabilidad y la reducción de la rotación entre las prioridades de gestión.

Peloton lanza tres nuevas cintas y amplía su entrenamiento con inteligencia artificial



■ Peloton ha presentado tres nuevas cintas de correr, Tread Flex, Tread Vision y Tread+ Vision, junto con nuevas funciones de Peloton IQ, su plataforma de entrenamiento basada en inteligencia artificial. Tread Flex es su primera cinta plegable y puede reducir aproximadamente a la mitad el espacio que ocupa. Tread Vision añade una cámara de seguimiento del movimiento para analizar la técnica de carrera y ofrecer indicaciones durante algunos ejercicios. Tread+ Vision incorpora una superficie de lamas y el modo Sled, que permite aplicar hasta unos 136 kilos de resistencia. En el software, Run Analysis examina métricas como la cadencia, la oscilación vertical y la longitud de zancada para generar recomendaciones personalizadas; IQ Pace Targets propone rangos de velocidad. La compañía amplía además la integración con dispositivos externos mediante una colaboración con WHOOP. Los tres modelos comenzarán a comercializarse en octubre en mercados seleccionados, con distintos calendarios y precios. Peloton prevé extender la disponibilidad de Tread Flex a otros mercados en la primavera de 2027.

SHUA lanza la V10 Series Stair Climber para un uso intensivo en gimnasios

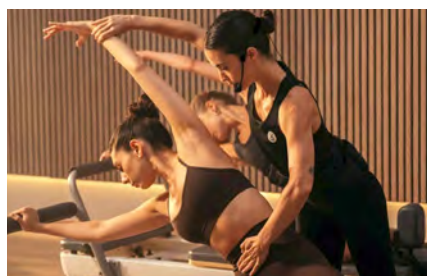
■ SHUA Fitness ha presentado la V10 Series Stair Climber, una gama de escaleras de entrenamiento concebida para gimnasios comerciales de uso intensivo. Su lanzamiento está previsto para septiembre de 2026 y comprende dos modelos, SH-C9100T y SH-C9100, que se distinguen por la consola. Ambos ofrecen 40 niveles de resistencia magnética y admiten usuarios de hasta 181 kilos. La inclinación de 40 grados busca elevar la intensidad del ejercicio; según los cálculos teóricos de la marca, puede incrementar el gasto calórico en torno a un 20 % frente a una inclinación de 30 grados. La serie incorpora control de frecuencia cardíaca compatible con el ajuste



automático de la intensidad y señales LED de aviso. También dispone de peldaños antideslizantes, parada de emergencia y detención automática cuando queda en reposo. Para reducir las interrupciones en sala, SHUA ha previsto cubiertas de liberación rápida y un sistema que facilita la recuperación de objetos caídos sin desmontar toda la máquina. La disponibilidad concreta dependerá de cada mercado.

PILAT3S reinventa el Pilates Reformer y acelera su expansión con un modelo boutique

■ PILAT3S, la marca boutique de Pilates Reformer del grupo TRIB3, acelera su expansión mediante franquicias con una propuesta que combina el trabajo técnico propio del reformer con sesiones de carácter multisensorial. Su método reúne control postural,



fuerza y movimientos fluidos en entrenamientos de bajo impacto, apoyados por tecnología, iluminación y música. La compañía plantea este formato como una opción para inversores interesados en centros especializados y en una experiencia diferenciada dentro del mercado del fitness. La central de PILAT3S ofrece apoyo para la puesta en marcha y la gestión de los establecimientos, dentro de la estructura de un grupo con actividad internacional. Para impulsar el desarrollo de la red, la marca trabaja junto a Tormo Franquicias, consultora especializada en expansión mediante franquicia. El proyecto busca llevar el Pilates Reformer a nuevos mercados sin perder el control técnico del método. La noticia no concreta objetivos de aperturas ni plazos para los próximos centros, por lo que el alcance de la expansión dependerá de los acuerdos que se formalicen.

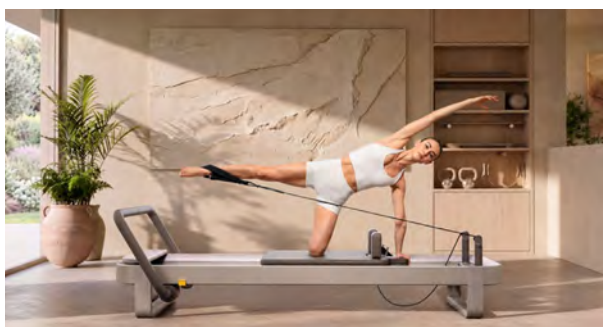
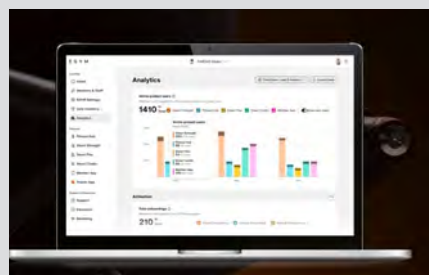
La oferta de 600 millones por **Fitness Park** abre un nuevo escenario en Europa y Fitness Park España aclara su posición



■ Providence Equity, propietaria de VivaGym, ha presentado una oferta cercana a 600 millones de euros por Fitness Park Francia y figura entre los cuatro candidatos que siguen en el proceso de venta. La operación permanece abierta: no hay un acuerdo de compraventa anunciado ni un comprador definitivo. El interés de Providence ha despertado atención en España por el crecimiento de VivaGym y Fitness Park en el mercado ibérico. Ante las especulaciones, Upgym, que gestiona Fitness Park España mediante una masterfranquicia, ha aclarado que es una sociedad de capital y gestión independiente, propiedad de Édouard Texte y Stéphane Miras. La empresa sostiene que los movimientos corporativos de la matriz francesa no modificarán su propiedad, operativa, estrategia ni gestión en España. Upgym afirma contar actualmente con 107 clubes, frente a los 79 con los que cerró 2025, y mantiene sus planes de expansión. El desenlace de la puja francesa determinará el alcance de la posible operación europea; por ahora, conviene distinguir esa oferta de la estructura empresarial de Fitness Park España.

■ EGYM ha ampliado su Business Suite, disponible para sus clientes, con más de diez nuevos puntos de datos y funciones de análisis y autoservicio. La plataforma reúne herramientas para la gestión diaria de gimnasios y clínicas de fisioterapia con información sobre el entrenamiento. Entre las nuevas métricas figuran el uso de la aplicación, la satisfacción de los socios y la actividad registrada en los equipos conectados. Su objetivo es ayudar a los operadores a comprender qué hacen realmente las personas durante sus sesiones, más allá de saber si han accedido al centro o reservado una clase. Para finales de 2026, la compañía prevé lanzar EGYM Data Hub como solución independiente dirigida a grandes cadenas y otros operadores con necesidades avanzadas de análisis. Esta herramienta permitirá llevar los datos de entrenamiento de cada socio a los sistemas propios de los centros, combinarlos con otras fuentes y orientar mejor el seguimiento individual. EGYM plantea así una gestión basada en la constancia y el progreso del entrenamiento, además de las cifras habituales de asistencia.

Datos que hacen visible el entrenamiento: **EGYM** abre su ecosistema de datos y amplía el Business Suite



Technogym Reform: el diseño y el rendimiento revolucionan el Pilates

■ Technogym ha presentado Reform, su nueva propuesta de equipamiento para Pilates, que combina ajustes rápidos, diseño y una experiencia de entrenamiento conectada. Desarrollado en colaboración con instructores, el aparato busca facilitar el trabajo de usuarios con distintos niveles de experiencia y reducir las interrupciones al pasar de un ejercicio a otro. El reposacabezas, los apoyos para los hombros, la barra de pies y los muelles están concebidos para regularse de forma sencilla. El equipo está disponible en los acabados Sandstone y Pearl Grey y utiliza materiales como madera, aluminio y cuero vegano, además de cuerdas diseñadas para ofrecer estabilidad y durabilidad. La oferta se completa con videos bajo demanda en la Technogym App, con sesiones guiadas que pueden seguirse en el gimnasio, en casa o durante los desplazamientos. La compañía sitúa este lanzamiento dentro de su apuesta por unir funcionalidad y estética en los espacios de bienestar. Reform se dirige tanto a instalaciones profesionales como al ámbito doméstico, en un momento de creciente interés por el Pilates Reformer.

Club Pilates prevé cerrar su quinto aniversario en España con 45 centros operativos

■ Club Pilates cumple cinco años en España con 34 estudios operativos y prevé abrir al menos once más antes de que termine 2026. Si completa ese calendario, cerrará el ejercicio con 45 centros. La cadena ha inaugurado ocho estudios en lo que va de año y calcula que las próximas aperturas movilizarán cerca de cuatro millones de euros, con una inversión media de unos 350.000 euros por establecimiento. Los proyectos previstos se reparten entre Madrid, Barcelona, Sevilla, A Coruña, Murcia y Bilbao, además de otras ubicaciones de la Comunidad de Madrid. La marca, presente en el país desde 2021 mediante una masterfranquicia liderada por Fernando y Horacio Rosentberg, supera los 12.000 socios en España. Su objetivo de alcanzar 50 establecimientos podría cumplirse en el primer semestre de 2027, según las previsiones de la compañía. A escala internacional, Club Pilates afirma haber pasado de unos 500 estudios cuando inició su expansión española a alrededor de 1.500 en la actualidad. La red combina centros propios y franquiciados.



Se confirma la venta de **HYROX** por cerca de 700 millones de dólares a L Catterton



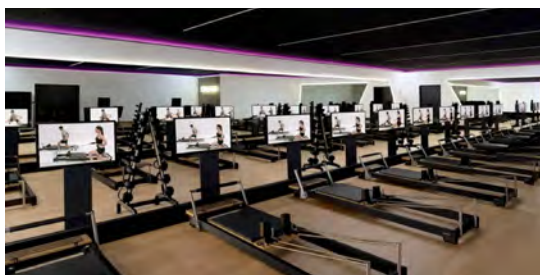
■ Infront Sports & Media ha confirmado la venta de su participación mayoritaria en HYROX a un consorcio liderado por L Catterton. En la operación participan también los cofundadores Christian Toetzke y Moritz Fürste, que seguirán vinculados al proyecto, y la firma de inversión WndrCo. Las compañías no han comunicado el precio, aunque las estimaciones publicadas alrededor de la transacción sitúan la valoración cerca de 700 millones de dólares. Esa cifra no es un importe confirmado por las partes. HYROX combina ocho kilómetros de carrera con ocho estaciones de ejercicio funcional en un formato estandarizado. Según Infront, en la temporada 2025/2026 celebró más de cien eventos y reunió a más de 1,4 millones de participantes y 1,5 millones de espectadores. El nuevo accionariado pretende impulsar la expansión internacional, desarrollar productos vinculados a la competición y avanzar en las aspiraciones olímpicas de la marca. Para los gimnasios afiliados, el crecimiento del circuito puede ampliar las oportunidades de programación, captación y comunidad alrededor del entrenamiento híbrido.

■ Fit4Life ha incorporado a su catálogo la firma italiana Liveness y se convierte en su distribuidor oficial en España. La marca está especializada en equipamiento profesional de Pilates y permite a Fit4Life ampliar su propuesta para gimnasios, estudios y centros de bienestar que quieran crear o reforzar espacios dedicados a esta disciplina. Liveness ofrece reformers de aluminio y de madera de roble natural, con componentes diseñados para proporcionar un movimiento fluido y silencioso, como muelles de acero fabricados en Alemania y ruedas de uretano de alta elasticidad. Su gama incluye también Cadillac Reformer, Tower, Spring Wall, Wunda Chair, Ladder Barrel y Spine Corrector, con opciones para distintas configuraciones de sala. Fit4Life aportará su estructura comercial y de servicio técnico en España, así como su experiencia en proyectos de equipamiento para instalaciones fitness. La distribución se enmarca en la expansión del Pilates más allá de los estudios especializados y en la demanda de soluciones profesionales para incorporar esta actividad a una oferta de entrenamiento más amplia.

Fit4Life se convierte en distribuidor oficial de Liveness, marca premium de equipamiento de Pilates, en España



Planet Fitness se suma al auge del Pilates Reformer



■ Planet Fitness incorporará Pilates Reformer en todos sus nuevos gimnasios de Australia y adaptará progresivamente los 32 centros que ya opera en el país. La decisión llega tras una prueba piloto que, según la compañía, registró una elevada utilización y favoreció el crecimiento y la retención de los socios con el abono Black Card. El despliegue se realizará mediante una alianza con Your Reformer, que suministrará los equipos y la plataforma KioskPro. Esta ofrece sesiones guiadas bajo demanda en una pantalla instalada en cada máquina, de modo que el servicio puede funcionar sin la presencia continua de un instructor. La actividad quedará vinculada a la membresía superior de la cadena. El movimiento se suma a los de otros operadores que incorporan Reformer dentro del gimnasio convencional, con distintos modelos de clases presenciales, contenidos digitales y entrenamiento autónomo. Para estas cadenas, la disciplina permite ampliar la oferta, diferenciar las cuotas y explorar nuevas vías de fidelización, aunque su implantación requiere espacio e inversión.

RealLeader cumple 30 años entre los referentes mundiales del fitness

■ RealLeader cumple 30 años en 2026. La compañía, fundada en 1996 y especializada en equipamiento profesional de fuerza y cardio, afirma estar presente en más de cien países y haber contribuido al desarrollo de más de 15.000 instalaciones fitness. Cuenta con una planta de fabricación automatizada de 30.000 metros cuadrados y capacidad para producir hasta 650 equipos al día. Su catálogo incluye máquinas de palanca y selectorizadas, además de equipamiento de peso libre dirigido a gimnasios comerciales. La firma integra desarrollo, diseño, producción y comercialización, con diseño y ensamblaje en California y estructura productiva en Shandong, China. En el desarrollo de la biomecánica de sus máquinas ha colaborado Kevin Levrone, culturista y embajador de la marca. RealLeader destaca elementos como los puntos de pivote calibrados, los rangos de movimiento ajustables y los materiales preparados para un uso intensivo. En España, la compañía se distribuye a través de TecnoSport, cuyo CEO, Andreu Fadó, subraya la dimensión internacional alcanzada por el fabricante.



Virtuagym lleva su plataforma hasta la sala con Virtuagym Hub, una solución para fidelizar a los socios

■ Virtuagym ha presentado Virtuagym Hub, una pantalla o quiosco interactivo que lleva sus herramientas digitales al interior del gimnasio. El sistema reúne entrenamientos guiados, actividades, análisis de composición corporal, circuitos y dinámicas de juego en un punto conectado con la misma plataforma que administra cuotas, reservas y planes de entrenamiento. Así, los programas creados por el entrenador pueden consultarse en la sala y el socio puede continuar sus sesiones incluso cuando el profesional está atendiendo a otra persona. La integración con FitZone añade clasificaciones y retos, mientras que las mediciones permiten seguir la evolución individual. Para los centros, la propuesta busca mantener la implicación entre sesiones y convertir el progreso visible en un argumento de fidelización. La compañía señala que más de 36 millones de personas utilizan sus aplicaciones y que su software da servicio a más de 10.000 negocios. Entre los operadores que emplean su ecosistema figura Synergym, en España, junto a centros independientes de otros mercados.



Etenon Fitness apuesta por soluciones modulares para transformar las zonas de fuerza



■ Etenon Fitness amplía las opciones de diseño de las zonas de fuerza con una gama modular que permite combinar poleas, racks y multipowers según el espacio y las necesidades de cada gimnasio. Su planteamiento busca reunir varias posibilidades de entrenamiento en estructuras configurables y facilitar que el centro añada módulos o accesorios con el tiempo. La estación de polea regulable Functional Trainer PC0930 puede integrarse con otras unidades compatibles para crear configuraciones más completas. La multiestación PC0980, por su parte, puede partir de un rack de sentadillas y ampliarse hasta incorporar multipower y estaciones de poleas. Según la compañía, estas soluciones ayudan a aprovechar los metros cuadrados, escalonar la inversión y ofrecer trabajo guiado, libre y funcional a perfiles de usuario distintos. La elección de cada configuración dependerá del tamaño de la instalación, el modelo de negocio y los objetivos de entrenamiento. Etenon plantea así el equipamiento de fuerza como una estructura capaz de evolucionar con el centro, en lugar de una distribución cerrada desde su apertura.

Los gimnasios podrán anticipar el desgaste de sus máquinas de fuerza antes de que fallen

■ Cyclops Workout está desplegando Connected Pulley, un componente que registra el uso de las máquinas de fuerza basadas en cables y ayuda a anticipar su desgaste. El dispositivo contabiliza repeticiones, cargas y tiempo de utilización; los operadores consultan esta información mediante la plataforma Gym Intelligence. La finalidad es detectar señales de deterioro antes de que un cable falle, planificar el mantenimiento y reducir los periodos en que la máquina queda fuera de servicio. Según la compañía, puede instalarse en equipos existentes o incorporarse

durante la fabricación de máquinas nuevas. Se alimenta del propio movimiento y utiliza conexión Bluetooth, sin necesidad de batería ni cableado de alimentación. Además del estado del equipamiento, los datos permiten identificar qué máquinas tienen mayor uso y apoyar decisiones sobre distribución de la sala o futuras compras. Cyclops cita una prueba en Snap Fitness Nursling, en Reino Unido, como ejemplo de aplicación



del mantenimiento predictivo. Para los gimnasios, la propuesta traslada el análisis de datos a la gestión cotidiana de sus activos de fuerza.

Dreamfit impulsa el deporte en Coslada con un nuevo centro que incorpora fitness, pádel, pickleball y Pilates Máquinas



■ Dreamfit anunció la apertura de un nuevo complejo deportivo en Coslada, en la Avenida de España, 20, programada para el 17 de agosto. El centro reúne una sala fitness con equipamiento de Technogym, Hammer Strength y Eleiko, zonas de fuerza y entrenamiento funcional, spa y una oferta de más de 600 clases mensuales. También incorpora 12 pistas cubiertas de pádel y 12 de pickleball, seis cubiertas y seis al aire libre, con alquiler, escuelas, clases, ligas y torneos. La instalación incluye un estudio de Pilates Máquinas, el tercero de la cadena con esta modalidad. La combinación de fitness y deportes de raqueta amplía los usos del centro y suma actividades vinculadas al ocio y la socialización. Dreamfit mantiene en los servicios propios del gimnasio su modelo todo incluido y sin permanencia. Con este proyecto, la compañía refuerza su presencia en la Comunidad de Madrid y diversifica la oferta deportiva disponible dentro de una misma instalación.

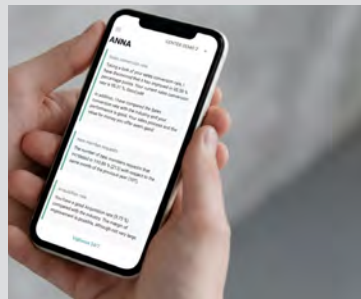
TecnoSport asume la distribución de Goper y su cinta Pro Max

■ TecnoSport ha asumido la distribución de Goper en el mercado ibérico y comercializará su cinta profesional Pro Max. El equipo incorpora un sistema de reconocimiento del usuario que permite recuperar desde la propia máquina el perfil, los objetivos, las métricas, el historial y las sesiones de entrenamiento. La pantalla táctil de 27 pulgadas ofrece acceso a clases guiadas en directo y bajo demanda, con contenidos que pueden seleccionarse según la duración, la dificultad y las preferencias personales. La plataforma incluye Workout Creator, una herramienta con la que los profesionales del centro pueden preparar entrenamientos adaptados a cada usuario y seguir su evolución. Para instalaciones de uso intensivo, la cinta alcanza los 22 kilómetros por hora, ofrece 15 niveles de inclinación y admite usuarios de hasta 180 kilos. También dispone de recorridos virtuales y contenidos de entretenimiento. Con esta incorporación, TecnoSport amplía su oferta cardiovascular para gimnasios y centros deportivos con una solución que combina equipamiento conectado y personalización de la experiencia de entrenamiento.



FitnessKPI presenta la evolución conversacional de ANNA y marca el final de una era en la gestión de cadenas fitness

■ FitnessKPI ha presentado una evolución conversacional de ANNA, su herramienta de inteligencia artificial analítica y predictiva para cadenas y franquicias de gimnasios. La función, anunciada para el 1 de agosto de 2026, permite formular preguntas sobre los datos de los clubes y recibir respuestas contextualizadas sin recorrer distintos cuadros de mando e informes. Los responsables pueden consultar qué centros presentan riesgos, por qué aumenta la pérdida de socios o dónde existen oportunidades de ingresos, y comparar instalaciones y períodos en la misma conversación. La compañía afirma que su plataforma presta servicio a más de 1.500 clubes de 26 países. ANNA utiliza datos



conectados con los sistemas del operador y respeta los roles y permisos existentes. Según FitnessKPI, la información de los clubes no se emplea para entrenar modelos de IA ni se comparte entre centros; los datos personales identificables se anonimizan antes de procesarse. La propuesta busca reducir el tiempo dedicado a reunir métricas y facilitar decisiones operativas basadas en ellas.

Beyond Activ lanza una nueva aplicación que reúne a la industria mundial de la salud, el fitness y el bienestar en un único espacio

■ Beyond Activ ha lanzado una aplicación dirigida a los profesionales de la salud, el fitness y el bienestar. La plataforma conecta a operadores, proveedores, consultores e inversores de distintos países y reúne contactos, noticias del sector, debates y oportunidades de colaboración en un mismo espacio digital. Sus miembros pueden compartir novedades de sus empresas, seguir tendencias y acceder a descuentos para las cumbres internacionales organizadas por Beyond Activ. La suscripción individual tiene un precio de lanzamiento de 99 dólares anuales hasta finales de 2026; desde 2027, la tarifa anunciada será de 149 dólares al año. También hay opciones corporativas y espacios de visibilidad para marcas. La aplicación está disponible en la App Store y Google Play y complementa los encuentros presenciales de la organización en América, Europa, Oriente Medio, Asia y Oceanía. Beyond Activ plantea el servicio como una comunidad activa durante todo el año, de modo que las relaciones comerciales y el intercambio de información continúen más allá de las fechas de sus eventos.

32 años diseñando el futuro del fitness y el wellness: Thomas Wellness Group

■ Thomas Wellness Group celebra su 32.º aniversario con una actividad que abarca el diseño de espacios de entrenamiento, recuperación y bienestar. La compañía trabaja con operadores de gimnasios, arquitectos, promotores, hoteles, empresas y clubes privados para desarrollar instalaciones adaptadas a distintos modelos de negocio. Sus proyectos comienzan con

el análisis del concepto, la superficie disponible, los servicios y las necesidades del cliente. A partir de ahí, integra la distribución de las áreas, el equipamiento, los vestuarios y las soluciones de bienestar en una propuesta conjunta. La empresa señala que el mercado demanda espacios más versátiles, donde el ejercicio convive con la recuperación, la tecnología y la socialización. Para cada instalación busca equilibrar funcionalidad, diseño, inversión y funcionamiento diario, en colaboración con fabricantes y equipos técnicos. Tras más de tres décadas de trayectoria, Thomas Wellness Group sitúa la personalización y la capacidad de adaptar los espacios a nuevas necesidades entre las claves de su actividad futura.





URBAN LONGEVITY CLUB: La categoría que el fitness ya empieza a construir. Qué entrega, qué cuesta y cuándo empieza a sostenerse

En el número 126 de esta revista, el profesor Carl Rohde dejó una pregunta abierta: ¿está el gimnasio preparado para liderar la transformación hacia la longevidad, o permitirá que otros ocupen ese espacio antes que él? La pregunta sigue esperando respuesta, y responderla exige algo más que convicción. Exige una definición de modelo y unas cifras que la sostengan. Aquí propongo ambas cosas bajo un nombre: Urban Longevity Club.

La pregunta que quedó abierta

Hace dos meses, en estas mismas páginas, Carl Rohde explicó por qué la longevidad ha dejado de ser una tendencia para convertirse en un cambio estructural. Que el cliente quiere vivir mejor durante más tiempo, además de verse mejor. Que el club tiene que pasar de entrenar a evaluar, orientar y acompañar. Coincidió en lo esencial.

Y cerraba con una idea que se me quedó dando vueltas: si el gimnasio deja libre ese espacio, lo ocupará otro.

Entre esa afirmación y una decisión de inversión hay un salto considerable. Un propietario necesita llevar al comité algo más que un cambio de paradigma: cuánto cuesta el metro cuadrado, qué cuota puede defender, cuántos socios necesita, cuándo empieza a soste-

nerse y qué puede salir mal por el camino.

Llevo treinta años en este sector y he dedicado los últimos meses a esa parte del trabajo: recoger lo que ya cobran los operadores que están ocupando este territorio, contrastar los ratios contra los benchmarks sectoriales disponibles y ordenarlo en un marco utilizable.

Lo que sigue es ese marco. Sirve para decidir con más claridad, y para distinguir un proyecto viable de una buena intención.

Una categoría con ocupantes y todavía sin definición

Empecemos por el dato que mejor explica el momento.

Hoy, bajo la palabra longevidad, se vende lo mismo desde

menos de 600 dólares al año hasta 120.000. En el extremo bajo hay propuestas de evaluación anual por debajo de los 600 dólares. En el otro, un club como Continuum ha publicado estructuras de entre 25.000 y 100.000 dólares al año, que con la cuota de entrada del primer año se acercan a los 120.000.

Más de doscientas veces de diferencia.

Es una horquilla difícil de encontrar en cualquier otra categoría del sector. Un gimnasio de cadena se mueve entre 20 y 80 euros al mes según el segmento. Un club premium, entre 100 y 200. Son mercados con reglas conocidas. Este todavía las está escribiendo.

Y ahí está el asunto de fondo, que es de definición antes que de marketing. Cuando una categoría carece de definición, el cliente compara a ciegas y el operador fija precio por intuición. La cuota se acaba poniendo en lo que uno cree que aguantará el mercado, que es la manera más frágil de construir un modelo.

Lo relevante para quien lee esta revista es que ese hueco sigue abierto. La categoría tiene ocupantes y todavía carece de una definición publicada. Quien consiga ordenarla con claridad partirá con ventaja.

Lo que sigue es mi propuesta: un nombre, una frontera y seis cifras.

Qué compra realmente el cliente

Para salir de la horquilla conviene mirar qué se entrega a cambio del precio. Cuando se ordenan las propuestas que hoy se llaman de longevidad, aparecen cuatro tramos con lógicas distintas.

Acceso. El cliente paga por entrar y usar. Puede haber sauna,

contraste, una máquina de composición corporal. Es fitness con vocabulario nuevo, y se paga como fitness.

Servicio. El cliente paga por una prestación concreta: una sesión de crioterapia, una cámara, un test. Se compra por unidades y se consume por unidades. La relación dura lo que dura el bono.

Acompañamiento. El cliente paga por un proceso. Se le mide al entrar, se le propone un plan, se le vuelve a medir y alguien responde de esa evolución a lo largo del año. Aquí el precio deja de compararse con el del gimnasio de al lado, porque el producto ya es otro.

Medicina. Diagnóstico avanzado, intervención clínica, prescripción. Otro marco legal, otro perfil de riesgo y otro tipo de licencia.

La categoría que aquí me interesa vive en el tercer tramo, y necesitaba un nombre. Lo llamo **Urban Longevity Club**.

Conviene aclarar qué es y qué pretende ser. Urban Longevity Club nombra una definición de modelo, no una marca ni una etiqueta comercial. Un Urban Longevity Club es un club urbano de proximidad que integra entrenamiento, recuperación, valoración y seguimiento dentro de una misma lógica de servicio. Su valor está en acompañar la evolución del cliente de forma medible a lo largo del año, más que en vender acceso o servicios sueltos.

Se sitúa, por tanto, en el tramo del acompañamiento: entrenamiento, recuperación, valoración y seguimiento bajo un mismo criterio y una misma cuota. Esa frontera deja el gimnasio con cabina de crioterapia a un lado y la clínica de diagnóstico al otro. Y en cuanto la frontera está clara, las cifras se pueden calcular.

Las seis cifras que separan una tendencia de un modelo

Estas bandas pretenden dar a la categoría un primer marco operativo, más que cerrarla. La longevidad aplicada al fitness será sostenible en la medida en que pueda traducirse en inversión, superficie, cuota, equipo, recurrencia y retención.

Las bandas combinan benchmarks sectoriales disponibles, entre ellos el informe de benchmarking de la Health & Fitness Association, con la observación de operadores que ya están ocupando este territorio. Los benchmarks sirven para contrastar ratios operativos; las bandas concretas de esta categoría son todavía una propuesta abierta al debate.

- Variable.
- Banda de trabajo.
- Lectura operativa.
- Inversión.

1.200 a 2.500 €/m², sin coste de local

Puede superar esa banda si incorpora zona húmeda compleja, cabinas clínicas, tecnología avanzada o una obra especialmente exigente

Superficie

Desde 600 m² como umbral operativo.

Entre 800 y 1.200 m² el modelo respira mejor, porque permite separar entrenamiento, recuperación, valoración y circulación del cliente

Cuota media

250 a 450 €/mes como banda urbana defendible. De 450 a 750 €/mes en versiones intensivas o premium



La banda alta se sostiene con valoración avanzada, seguimiento intensivo, protocolos muy personalizados o una capa sanitaria asociada. Al menos el 70 % del ingreso debería ser recurrente

Socios y equilibrio

300 a 600 socios. Equilibrio entre el mes 18 y el 24

La cifra tiene sentido si el ticket medio supera los 350 a 400 €/mes, el ingreso recurrente está bien construido y el coste de equipo permanece controlado

Coste de equipo

35 a 45 % de los ingresos

Incluye equipo técnico, atención, coordinación, seguimiento y perfiles especializados. Es la cifra que más rápido revela si el modelo puede sostenerse

Bajas

Por debajo del 3 % mensual, con objetivo cercano al 2 %

A 3 % mensual se refiene aproximadamente un 69 % anual. A 2 %, casi un 79 %. En tickets altos, la retención es la condición de viabilidad

Tres apuntes sobre esa tabla, que es donde vive la letra pequeña.

La inversión sube en cuanto aparece el agua. La banda cubre obra, instalaciones y equipamiento, siempre sin el coste del local. Un proyecto en seco vive en la parte baja. En cuanto entran piscina, saunas, contraste o salas con requisitos clínicos, se va a la parte alta y a veces la supera. Conviene presupuestar el agua por separado desde el primer día: es la partida que más planes de negocio ha desmontado.

La superficie es una cuestión de percepción, además de metros. El umbral de 600 metros responde a que hacen falta tres zonas con espacio propio: entrenamiento, recuperación y valoración, esta última con privacidad real. Cuando

se comprimen, la promesa se debilita sola. El acompañamiento se percibe en una sala donde el cliente se siente atendido, y eso exige metros.

El coste de equipo decide si el modelo aguanta. Los benchmarks sectoriales sitúan la mediana en torno al 40 % de los ingresos, y los clubes de gama alta se mueven entre el 38 y el 44 %. Por encima del 45 % conviene encender una luz roja. Ahí está la tensión central de esta categoría: la longevidad se entrega con personas, y las personas son la partida más cara. Prometer acompañamiento en un folleto es sencillo. Sostenerlo doce meses seguidos, con el 40 % de la facturación en nómina, es el verdadero examen.

Seis riesgos que conviene poner por escrito

- **La frontera sanitaria.** Medir biomarcadores, interpretar analíticas y recomendar suplementación se acerca al acto médico. Conviene decidir desde el principio dónde está la línea, quién firma qué y con qué titulación, y dejarlo escrito antes de abrir.
- **La promesa medible.** Prometer años de vida resulta insostenible y jurídicamente delicado. Prometer medición, plan y seguimiento es exigente y se puede cumplir. Esa es la promesa que sostiene la categoría.
- **La dependencia del equipo.** Cuando la experiencia descansa en dos profesionales concretos, el negocio descansa en dos profesionales concretos. La defensa es el protocolo escrito, que convierte el talento en método.
- **La caducidad del diferencial.** El equipamiento que hoy diferencia estará en la cadena de al lado en veinticuatro meses. Lo

MAPA ESPAÑOL DE LA LONGEVIDAD APLICADA AL FITNESS Y AL WELLNESS

España ya tiene proyectos ocupando este territorio, aunque la categoría todavía no esté plenamente definida ni ordenada. Conviene distinguir entre quienes se acercan al modelo Urban Longevity Club y quienes operan en la frontera del destino y la clínica wellness.

Cerca del modelo Urban Longevity Club

- **Mio Clubs**, en Palma de Mallorca, con dos sedes. Probablemente la propuesta española más cercana a lo que aquí se describe: entrenar, recuperar y acompañar dentro de una misma cuota.
- **Zenergie Body & Soul**, en Barcelona, impulsado desde el accionariado de Énergie Fitness España.
- **MiróLab**, en el CEM Joan Miró de Barcelona, en marcha desde marzo de 2026. El caso que demuestra que el modelo cabe en una instalación municipal.
- **Inidium**, en la calle Calvet de Barcelona, con apertura prevista para otoño de 2026 y cuotas anunciadas entre 299 y 999 euros al mes.

Referencias de frontera, destino o clínica wellness

- **SHA Wellness Clinic**, en El Albir, y **Palasiet**, en Benicàssim, con décadas de recorrido en el modelo de destino.
- **Clinique La Prairie**, que eligió Madrid para su primer centro urbano fuera de Suiza.

que permanece es el criterio con el que se usa, y ese se construye, no se compra.

- **La operación.** Un club de este tipo gestiona tres flujos simultáneos: quien entrena, quien se recupera y quien está siendo valorado. Con la agenda coordinada, la valoración fluye. Sin ella se convierte en un cuello de botella, justo en el momento en que el socio más está pagando.
- **El sexto mes.** La curva de novedad se agota entre el cuarto y el sexto mes. Ahí el socio necesita una segunda medición y una conversación sobre lo que ha cambiado. Ese momento se diseña antes de abrir, mucho antes de que empiecen las bajas.

Por dónde empezar, según de dónde vengas

- **Si operas una cadena**, empieza por un club. Monta la capa de valoración y acompañamiento, y mide durante doce meses cuánto sube la permanencia y

cuánto el ticket. Con esos dos datos ya se decide si escala.

- **Si tienes un boutique**, empieza por el recorrido que ya tienes. Ponle medición al principio y revisión cada tres meses. Es la vía más económica de entrar en el tramo del acompañamiento.
- **Si gestionas una concesión municipal**, este modelo encaja mejor de lo que parece. La longevidad es prevención, la prevención es interés público y el titular de la instalación suele valorarlo. Ya hay un laboratorio de longevidad funcionando dentro de una instalación municipal española.
- **Si eres inversor**, mira dos indicadores antes que ninguno: el porcentaje de ingreso recurrente y la tasa de bajas mensual. Con esos dos se predice buena parte del resto.
- **Lo que el sector tiene que decidir**

Volviendo a la pregunta de Rohde: el fitness puede liderar esta transformación, y parte con ventaja para hacerlo. Ya tiene el espacio, la recurrencia, el hábito del cliente

y una relación diaria que ninguna clínica ha construido.

Lo que necesita ahora es definición, criterio operativo y números.

Mientras la categoría siga admitiendo que lo mismo cueste 600 dólares o 120.000, seguirá siendo un territorio abierto donde cada operador improvisa sus propias reglas. El que ponga cifras encima de la mesa, defina qué entrega y se comprometa a sostenerlo doce meses estará haciendo algo más que seguir una tendencia.

Estará construyendo mercado. Y quien ordena una categoría acaba quedándose con ella.



Tere Luque

Consultora estratégica para proyectos fitness, wellness y hospitality premium.

Más de 30 años en el sector, desde la operación de clubes hasta la dirección de proyectos de apertura y reposicionamiento.



LAS OTRAS 163 HORAS

¿Y si el **mercado del fitness** es mucho mayor de lo que pensamos?

La próxima revolución del fitness quizá no ocurra dentro del gimnasio. Una semana tiene 168 horas. Pensemos en un buen usuario de un centro deportivo. Alguien comprometido, constante, que entrena cuatro o cinco veces por semana durante aproximadamente una hora. Nos relacionamos directamente con él durante unas cinco horas. ¿Y las otras 163? Trabaja. Duerme. Come. Camina. Conduce. Se sienta. Se estresa. Descansa. Sale con amigos. Roberto Ramos, director general del Grupo BeOne/Serviocio, reflexiona en este artículo sobre la oportunidad que esas otras 163 horas pueden representar para la industria del fitness.

Mira el móvil. Bebe alcohol. Sube escaleras o coge el ascensor. Pasea o pasa horas delante de una pantalla. En definitiva, vive.

Y probablemente muchas de las decisiones que más condicionan su

salud y sus resultados ocurren precisamente durante esas otras 163 horas.

Sin embargo, durante décadas nuestra industria ha concentrado prácticamente toda su propuesta de

valor en las cinco que el cliente pasa con nosotros.

Quizá haya llegado el momento de ampliar el mapa.

Hemos construido gimnasios extraordinarios

La evolución de nuestro sector durante las últimas décadas ha sido espectacular. Hemos mejorado las instalaciones, el equipamiento, el diseño, la tecnología, las actividades, la formación de los profesionales y la experiencia del usuario.

Competimos por ofrecer mejores espacios, más servicios y mejores experiencias. Y debemos seguir haciéndolo. Pero existe una paradoja.

Mientras nosotros perfeccionábamos enormemente lo que ocurre dentro de nuestras instalaciones, fuera de ellas estaba sucediendo otra revolución.

El teléfono empezó a contar nuestros pasos. El reloj comenzó a medir nuestra frecuencia cardíaca. Después llegaron el sueño, la recuperación, la variabilidad de la frecuencia cardíaca, el estrés o los niveles de actividad cotidiana.

Hoy millones de personas llevan dispositivos capaces de registrar durante las 24 horas información

relacionada con su comportamiento y su salud.

Y ahora la inteligencia artificial empieza a aportar la pieza que faltaba: interpretar esa enorme cantidad de información y convertirla en recomendaciones comprensibles.

Por primera vez tenemos capacidad tecnológica para acompañar a una persona cuando no está físicamente con nosotros. Y eso puede cambiar mucho más nuestro sector de lo que parece.

El gimnasio ya no termina en el torno de salida

Hasta hace relativamente poco, nuestra relación con el cliente tenía unos límites físicos muy claros. Entraba. Entrenaba. Salía.

Y nuestra relación prácticamente terminaba hasta la siguiente visita. Hoy esa frontera empieza a desaparecer. No es solo una reflexión teórica.

Technogym, por ejemplo, permite integrar en su ecosistema Mywellness información procedente de dispositivos y plataformas como WHOOP, Oura, Garmin o Apple Health. Datos relacionados con sueño, frecuencia cardíaca, recuperación o actividad realizada fuera del centro pueden empezar a formar parte de una visión más completa del usuario.

El entrenamiento que hacemos dentro empieza a conectarse con la vida que llevamos fuera. ¿Tiene sentido que un sector que aspira a mejorar la salud de las personas limite prácticamente toda su propuesta de valor al tiempo que pasan dentro de sus instalaciones?

El cliente ya está cambiando

También empieza a cambiar la manera en que las personas entien-

Durante años hemos medido cuántas veces entra el cliente en nuestro gimnasio. Quizá ha llegado el momento de medir cuánto conseguimos que el gimnasio entre en su vida. El entrenamiento seguirá siendo el núcleo. Pero alrededor aparecen otras dimensiones que condicionan enormemente sus resultados: actividad cotidiana, recuperación, descanso, alimentación, estrés, movilidad o composición corporal.

den el fitness. Un estudio global de Les Mills realizado entre más de 4.000 jóvenes de Generación Z encontró que el 72% de quienes entrenan regularmente combina ejercicio dentro y fuera del gimnasio.

Y hay un dato todavía más interesante. Los usuarios híbridos realizaban un 67% más de entrenamientos que quienes únicamente entrenaban en el gimnasio: 5,5 sesiones semanales frente a 3,3.

Además, mostraban una mayor vinculación con el club. Conviene ser prudentes: hablamos de Generación Z y no podemos trasladar automáticamente estos resultados al conjunto de la población.

Pero la señal resulta interesante. Entrenar fuera del gimnasio no necesariamente compite con el gimnasio. Puede reforzar la relación con él.

Quizá durante años hemos considerado el entrenamiento digital, doméstico o exterior como una alternativa a nuestras instalaciones.

Tal vez deberíamos empezar a verlo como una extensión de ellas.

¿Estamos midiendo una parte demasiado pequeña del resultado?

Uno de nuestros indicadores tradicionales es la frecuencia de uso. Y tiene lógica. Un cliente que viene regularmente suele presentar mayor adherencia que otro que apenas utiliza el centro.

Pero imaginemos dos personas. Ana entrena cinco días por semana. Sin embargo, trabaja diez horas sentada, apenas camina, duerme seis horas y mantiene durante buena parte del día un comportamiento sedentario.

Carlos viene tres veces. Realiza entrenamiento de fuerza, camina habitualmente, utiliza la bicicleta durante el fin de semana y mantiene unos niveles elevados de actividad cotidiana.

¿Quién está haciendo mejor las cosas? Si nuestro negocio consiste en generar accesos, probablemente Ana. Si nuestra misión es contribuir a mejorar la salud, la pregunta ya no puede responderse simplemente contando tornos.

Durante años hemos medido cuántas veces entra el cliente en nuestro gimnasio. Quizá ha llegado el momento de medir cuánto conseguimos que el gimnasio entre en su vida.

De gestionar entrenamientos a acompañar hábitos

No creo que el futuro consista simplemente en añadir una aplicación al gimnasio. Eso sería reducir demasiado la transformación que tenemos delante.

ACCESO → INSTALACIÓN → ACTIVIDAD

El cliente paga una cuota, accede a unas instalaciones y allí realiza

ejercicio. Pero progresivamente podemos evolucionar hacia algo diferente:

OBJETIVO →
ACOMPañAMIENTO → HÁBITOS
→ RESULTADOS

El entrenamiento seguirá siendo el núcleo. Pero alrededor aparecen otras dimensiones que condicionan enormemente sus resultados:

actividad cotidiana, recuperación, descanso, alimentación, estrés, movilidad o composición corporal. No significa que un gimnasio deba prestar todos esos servicios. Probablemente sería un error intentarlo.

Significa que podemos aspirar a convertirnos en un punto desde el que se conecten diferentes recursos que ayuden a una persona a vivir de manera más activa y saludable.

Pasar de ser únicamente un lugar donde entrenamos a formar parte de un ecosistema alrededor de nuestra salud.

Otros ya están compitiendo por las 163 horas

Y nuestra industria no está sola en ese territorio. WHOOP es un buen ejemplo. Su propuesta ya no se limita a registrar cuánto ha entrenado una persona. Combina información continua sobre sueño, carga, recuperación, objetivos y rutinas y utiliza inteligencia artificial para detectar patrones y ofrecer orientación personalizada.

Apple, Garmin, Oura y otras compañías avanzan también hacia una relación cada vez más continua con la salud y los hábitos de sus usuarios.

Ya no es únicamente: ¿Cuánto has entrenado hoy? Empieza a acercarse a: ¿Cómo estás viviendo? Mientras nosotros pensamos cómo conseguir que el cliente venga una vez más al gimnasio, otras industrias

están pensando cómo acompañarlo durante las 24 horas.

Pero nosotros tenemos algo que ellos no tienen

No interpreto necesariamente esta evolución como una amenaza. Puede ser una extraordinaria oportunidad. Porque los centros deportivos tenemos algo difícil de replicar desde una pantalla.

Tenemos profesionales. Tenemos espacios. Tenemos equipamiento. Tenemos conocimiento. Tenemos comunidad. Y, sobre todo, tenemos contacto humano.

La propia investigación sobre experiencias de entrenamiento aporta alguna pista interesante. Cuando se ha comparado una misma actividad colectiva realizada presencialmente, mediante streaming y bajo demanda, la experiencia física ha mostrado mayores niveles de intensidad y satisfacción entre los participantes.

La tecnología aporta comodidad, datos y continuidad. Pero la experiencia presencial sigue teniendo atributos extraordinariamente poderosos.

No es físico o digital. Probablemente sea físico y digital. La tecnología posee continuidad y datos. Nosotros poseemos experiencia, profesionales y comunidad.

El verdadero salto puede producirse cuando consigamos conectar ambos mundos.

El profesional también cambiará

Si cambia nuestra relación con el usuario, probablemente también cambiará el papel de nuestros profesionales. El técnico que hoy conoce principalmente lo que una persona hace durante una hora podría dispo-

ner mañana -siempre que el usuario quiera compartir esa información- de una visión mucho más completa.

Podría saber que alguien ha dormido mal. Que lleva varios días reduciendo su actividad. Que su recuperación está siendo insuficiente. Que ha dejado progresivamente de entrenar. O simplemente que, aunque cumple perfectamente su programa dentro del gimnasio, mantiene un estilo de vida excesivamente sedentario durante el resto del día.

La inteligencia artificial puede ayudarnos a detectar patrones entre enormes cantidades de información. Pero hay algo que seguirá siendo mucho más difícil de automatizar.

Mirar a una persona. Hablar con ella. Entender qué le ocurre. Motivarla. Acompañarla. Generar confianza. Cuanta más tecnología tengamos, más valioso puede resultar el componente humano.

Acompañar no significa invadir

Pero existe una frontera que debemos tratar con enorme cuidado. La posibilidad tecnológica de conocer algo no significa automáticamente que debamos conocerlo.

Sueño, hábitos, frecuencia cardíaca, composición corporal o determinados indicadores de salud son información personal. El usuario debe decidir qué comparte, con quién, para qué y a cambio de qué valor.

La confianza puede convertirse en uno de los grandes activos de esta nueva etapa. Y tampoco debemos cometer otro error. Un centro deportivo no puede convertirse simultáneamente en médico, nutricionista, psicólogo, fisioterapeuta y especialista en sueño. Cada ámbito requiere profesionales cualificados.

Nuestra oportunidad puede estar en otra parte. No necesariamente en hacerlo todo. Sino en conectar mejor

todo. Ejercicio. Prevención. Tecnología. Profesionales sanitarios. Hábitos saludables. Y persona.

¿Y si nuestro mercado es mucho mayor de lo que pensamos?

Aquí aparece quizá la reflexión empresarial que más me interesa. Tradicionalmente hemos dimensionado nuestro mercado utilizando variables como población, penetración, número de abonados, cuota media o frecuencia de uso.

Pero quizá existe otra forma de observarlo. Nuestro mercado potencial no tiene por qué limitarse a las horas durante las que las personas entrenan.

Puede extenderse hacia algunos de los momentos en los que toman decisiones relacionadas con su salud. Entrenamiento remoto. Actividad diaria. Nutrición. Recuperación. Sueño. Fisioterapia. Salud corporativa. Longevidad. Prevención. Comunidad. Coaching. Servicios digitales. Alianzas con el sistema sanitario.

No todos los operadores debemos estar en todo. Ni creo que debamos intentarlo. Cada compañía tendrá que decidir dónde puede aportar verdadero valor y dónde no.

Pero me cuesta imaginar que dentro de diez años nuestra relación con el cliente siga terminando exactamente en la puerta del gimnasio.

Del gimnasio a la vida

En los últimos años nuestro sector ha reivindicado con razón su papel dentro de la salud. Hablamos de prevención. De receta deportiva. De envejecimiento activo. De salud mental. De obesidad. De enfermedades crónicas. De productividad. De absentismo.

Mientras nosotros pensamos cómo conseguir que el cliente venga una vez más al gimnasio, otras industrias están pensando cómo acompañarlo durante las 24 horas. Pero los centros deportivos tenemos algo difícil de replicar desde una pantalla. Tenemos profesionales. Tenemos espacios. Tenemos equipamiento. Tenemos conocimiento. Tenemos comunidad. Y, sobre todo, tenemos contacto humano.

Pero asumir realmente ese papel tiene consecuencias. Porque si afirmamos que somos agentes de salud, quizá también debamos preguntarnos por qué nuestra relación con la persona termina cuando cruza el turno de salida.

No para controlarla. No para medicalizar el gimnasio. Y tampoco para convertirnos en algo que no somos. Sino para entender mejor qué necesita y acompañarla allí donde realmente podamos aportar valor.

Puede que incluso la palabra gimnasio termine resultándonos pequeña. Porque quizá nuestro verdadero producto no sea una instalación. Ni una máquina. Ni una clase. Ni siquiera un entrenamiento.

Quizá nuestro verdadero producto sea algo bastante más ambicioso: ayudar a una persona a construir una vida más activa.

Las otras 163 horas

Una semana tiene 168 horas. Durante décadas nuestra industria ha dedicado enormes recursos, talento e

innovación a mejorar las cuatro o cinco que un buen cliente pasa con nosotros.

Y debemos seguir haciéndolo. Pero quizá estamos mirando el mapa demasiado cerca. Porque el descanso, la alimentación, el estrés, el movimiento cotidiano y muchos de los hábitos que condicionan nuestra salud ocurren principalmente cuando el gimnasio está lejos.

Hasta hace poco esas horas estaban prácticamente fuera de nuestro alcance. Ya no. La tecnología está cambiando las reglas.

Por primera vez podemos acompañar -que no controlar- a nuestros clientes también fuera de nuestras instalaciones. Y quizá ahí se encuentre una de las grandes fronteras de crecimiento de nuestra industria.

La próxima revolución del fitness podría no consistir en conseguir que las personas pasen más horas dentro del gimnasio. Podría consistir precisamente en lo contrario.

En utilizar mejor las pocas horas que pasan con nosotros para conseguir que algo cambie durante todas las demás. Porque, al final, nuestro éxito no debería medirse únicamente por lo que ocurre dentro de nuestras instalaciones.

También por lo que ayudamos a que ocurra fuera. Una semana tiene 168 horas. Nosotros seguimos compitiendo principalmente por cinco.

Las otras 163 pueden ser la gran oportunidad que todavía no estamos mirando.



Roberto Ramos Piñeiro

Máster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos. Licenciado en Educación Física por la Universidad de A Coruña (col. n.º 9.746). Fundador y director general del Grupo BeOne/Servicio.

REEMBOLSO
EJERCICIO FÍSICO

LOS GIMNASIOS se acercan a la SANIDAD y las aseguradoras empiezan a mover ficha

“El día en que las aseguradoras reembolsen el ejercicio físico igual que reembolsan los medicamentos, la industria del fitness pasará a formar parte del sistema sanitario”. Esta reflexión, formulada por uno de los más de 220 líderes entrevistados por el investigador internacional de tendencias Carl Rohde, resume el cambio de paradigma que podría transformar el futuro del sector. En su primer análisis sobre las grandes tendencias que marcarán la evolución de la industria, Rohde sostiene que los gimnasios están llamados a desempeñar un papel cada vez más relevante en la prevención de enfermedades, convirtiéndose en aliados estratégicos de los sistemas sanitarios y las aseguradoras.

La primera gran reflexión de esta serie de análisis apunta a un cambio de paradigma: el fitness deja de ser una actividad vinculada exclusivamente al bienestar o la estética para convertirse en una herramienta esencial de prevención sanitaria. Un escenario que, de consolidarse, podría abrir nuevas oportunidades de crecimiento para los operadores que sepan adaptarse a esta evolución.

Del estilo de vida a la prevención sanitaria

Durante décadas, el fitness ha sido percibido como una elección personal para mejorar la condición física, la imagen o el rendimiento deportivo. Sin embargo, el envejecimiento de la población, el incremento de las enfermedades crónicas y la creciente presión sobre los sistemas de salud están modificando esa visión.

Según explica Carl Rohde, el cambio no nace tanto de una transformación interna del sector como de una necesidad social cada vez más evidente: los sistemas sanitarios necesitan reforzar la prevención para garantizar su sostenibilidad.

Como resume uno de los líderes entrevistados en su investigación:



«El fitness ya no consiste únicamente en verse mejor. Consiste en mantener nuestras sociedades en funcionamiento».

Esta idea refleja un cambio de mentalidad que cada vez comparten más expertos internacionales. Mantener a la población físicamente activa será una de las herramientas más eficaces para reducir la incidencia de enfermedades crónicas y contener el incremento del gasto sanitario.

Un cambio impulsado por factores estructurales

El análisis identifica tres grandes fuerzas que están acelerando esta transformación:

- El envejecimiento progresivo de la población.
- El aumento de las enfermedades crónicas.
- El crecimiento continuo del gasto sanitario.

Diversos estudios internacionales estiman que una parte muy significativa del gasto sanitario está relacionada con patologías vinculadas al sedentarismo y otros hábitos de vida modificables. En este contexto, el ejercicio físico deja de entenderse únicamente como una actividad de ocio para convertirse en una herramienta preventiva con un creciente reconocimiento científico.

Otra de las reflexiones recogidas por Rohde resume este escenario:

“Los sistemas sanitarios no están diseñados para mantener sanas a las personas, sino para tratarlas cuando enferman. Ese vacío es donde crecerá la industria del fitness”.

El ejercicio comienza a integrarse en la atención sanitaria

Aunque esta transformación todavía se encuentra en una fase de desarrollo, ya existen numerosos ejemplos que muestran una mayor colaboración entre el ámbito sanitario y el sector del fitness.

Cada vez es más habitual encontrar programas de prescripción de ejercicio físico desde la atención primaria, alianzas entre hospitales y centros deportivos, iniciativas dirigidas a pacientes con diabetes, cáncer o problemas de salud mental, así como proyectos impulsados por aseguradoras para incentivar hábitos de vida saludables. Todas estas iniciativas responden al avance del concepto «El ejercicio es medicina», una corriente respaldada por la evidencia científica que promueve la actividad física como una herramienta preventiva y terapéutica integrada en la atención sanitaria.

Como señala otra de las citas incluidas en el estudio:

«El ejercicio es medicina y debe considerarse un indicador esencial de la salud».

Nuevas oportunidades para los operadores

Esta convergencia entre fitness y salud puede abrir uno de los mayores mercados de crecimiento para la industria durante la próxima década.

Carl Rohde apunta a varias áreas con un elevado potencial de desarrollo:

- Centros de fitness orientados a la salud, con servicios especializados y colaboración con profesionales sanitarios.
- Programas específicos para personas con enfermedades crónicas, procesos de rehabilitación o envejecimiento activo.
- Utilización de biomarcadores, inteligencia artificial y dispositivos conectados para personalizar y monitorizar los programas de ejercicio.
- Nuevos acuerdos con aseguradoras basados en la mejora demostrable de la salud de los usuarios.

En este escenario, el valor diferencial ya no dependerá únicamente de las instalaciones o del equipamiento. También será necesario demostrar resultados objetivos sobre la salud y la adherencia de los usuarios.

Las aseguradoras también empiezan a mover ficha

Si los sistemas sanitarios buscan reducir la presión asistencial mediante la prevención, las com-

pañías aseguradoras tienen otro incentivo igual de poderoso: disminuir el coste asociado a las enfermedades crónicas y mejorar la salud de sus asegurados.

En este contexto, el ejercicio físico deja de verse únicamente como una actividad de bienestar para convertirse en una inversión capaz de generar beneficios económicos y sanitarios. Cada vez más aseguradoras exploran fórmulas para incentivar hábitos saludables mediante programas de actividad física, recompensas vinculadas al ejercicio o acuerdos con centros deportivos.

Aunque estos modelos todavía se encuentran en distintas fases de desarrollo según el país, Carl Rohde considera que representan una de las mayores oportunidades de crecimiento para el sector del fitness. Si las aseguradoras comienzan a incorporar el ejercicio físico entre las prestaciones que ofrecen a sus clientes, los gimnasios podrían convertirse en un socio estratégico dentro de sus programas de prevención y promoción de la salud.

El posible punto de inflexión

Para Carl Rohde, el verdadero punto de inflexión llegará cuando el ejercicio físico deje de ser un

gasto asumido exclusivamente por el usuario y pase a formar parte de las prestaciones financiadas o incentivadas por aseguradoras y sistemas sanitarios. Ese cambio no solo modificaría la forma de acceder al ejercicio, sino que redefiniría el papel de los gimnasios dentro del ecosistema de la salud.

Uno de los expertos entrevistados lo expresa con claridad:

«El día en que las aseguradoras reembolsen el ejercicio físico igual que reembolsan los medicamentos, la industria del fitness pasará a formar parte del sistema sanitario».

Prepararse para el futuro

Si esta evolución continúa avanzando, los operadores deberán adaptar también su modelo de negocio.

Además de ofrecer instalaciones modernas y una buena experiencia para el usuario, será cada vez más importante trabajar con profesionales cualificados, medir los resultados obtenidos, incorporar herramientas tecnológicas que permitan hacer un seguimiento de la evolución de cada persona y establecer colaboraciones con el ámbito sanitario.

En definitiva, el gimnasio del futuro deberá demostrar que no solo ayuda a entrenar mejor, sino también a mejorar la salud de forma medible.

Como concluye una de las últimas reflexiones recogidas por Carl Rohde:

«El operador de fitness del futuro no será únicamente un proveedor de servicios, sino un verdadero aliado de la salud».

La integración entre fitness y sanidad no se producirá de un día para otro. Sin embargo, la creciente apuesta por la prevención, el envejecimiento de la población y la necesidad de contener el gasto sanitario apuntan en una misma dirección. Para los operadores, comprender esta evolución y prepararse para ella puede convertirse en una de las mayores oportunidades de crecimiento de los próximos años.



Prof. Dr. Carl Rohde

Envíeme un correo electrónico si estuviese interesado en contactar conmigo
carl@scienceofthetime.com





EGYM

Socios motivados a cualquier edad

Fidelízalos a largo plazo gracias a progresos visibles, perceptibles y duraderos con el BioAge de EGYM.

[→ Saber más](#)

BioAge
29 años

Edad real
49 años

Fuerza
21 años

Flexibilidad
33 años

Metabolismo
29 años

Cardio
31 años

MÁS ALLÁ DE CAPTAR SOCIOS: cómo el marketing puede transformar la experiencia en el gimnasio

Durante años, buena parte del marketing en el sector del fitness se ha concentrado en una pregunta: ¿cómo captar más socios?. Campañas de altas, promociones, descuentos, publicidad digital o acciones en redes sociales, han ocupado gran parte de la agenda comercial. Sin embargo, en un mercado cada vez más competitivo, captar ya no es suficiente. El verdadero reto comienza cuando la persona cruza la puerta del gimnasio.

El marketing actual debe entenderse como un proceso continuo que acompaña al cliente antes, durante y después de la compra. En un centro deportivo o de fitness, la experiencia no depende únicamente del equipamiento o del precio de la cuota. Intervienen también la atención del equipo, la facilidad de la reserva, el ambiente, la personalización, la comunicación, la propuesta de actividades y la capacidad del centro para escuchar y responder. Este enfoque sitúa precisamente a la experiencia del cliente, la personalización, el CRM y la analítica como elementos clave

para construir relaciones más sólidas y duraderas.

De la captación a la relación

La primera campaña puede conseguir una visita o una inscripción al centro, pero la fidelización se construye en cada interacción posterior. El proceso puede entenderse como una secuencia: primero se despierta el interés; después el cliente evalúa su experiencia; si esta es positiva, mantiene una evaluación continuada de la relación; posteriormente puede alcanzar

una mayor inmersión y, finalmente, desarrollar fidelidad hacia la organización.

Esta propuesta cambia el papel del marketing. Ya no se trata solo de generar leads, sino de intervenir en todo el customer journey. ¿Qué ocurre cuando el nuevo socio llega por primera vez? ¿Sabe qué hacer? ¿Recibe acompañamiento? ¿Encuentra con facilidad la actividad que encaja con sus objetivos? ¿El centro vuelve a contactar con él después de las primeras semanas? Cada una de estas preguntas representa un punto de contacto que puede reforzar o debilitar la relación.



Figura 1. Del alta a la recomendación. Como el marketing del gimnasio acompaña toda la experiencia del socio.



Figura 2. Seis puntos de contacto que construyen la experiencia del socio.

Personalizar para generar valor

Uno de los grandes cambios es el paso de una comunicación masiva a una relación cada vez más personalizada. Conocer objetivos, preferencias, frecuencia de uso o servicios utilizados permite ofrecer comunicaciones y propuestas más relevantes. El CRM cobra aquí un papel estratégico: no debería ser únicamente una base de datos comercial, sino una herramienta para entender el comportamiento del cliente y actuar sobre él.

La información disponible puede utilizarse para adaptar contenidos, segmentar comunicaciones, detectar perfiles con baja asistencia, ofrecer recomendaciones o desarrollar acciones específicas para distintos perfiles. Las tecnologías actuales permiten integrar diferentes fuentes de información, automatizar segmentaciones y desarrollar campañas multicanal. Pero la tecnología por sí sola no crea experiencia: su función debe ser ayudar al equipo a tomar mejores decisiones y ofrecer un servicio más relevante.

Medir algo más que las altas

Esta transformación obliga también a revisar los indicadores de marke-

ting. Si solo medimos contactos, leads, conversiones y nuevas inscripciones, estaremos observando únicamente el inicio de la relación. En un gimnasio deberían incorporarse indicadores como la tasa de permanencia y abandono, la satisfacción, el NPS, la frecuencia de asistencia, la participación en servicios y actividades, el valor de vida del cliente o el engagement digital.

Existen numerosos casos de éxito que resultan ilustrativos. Cuando el centro trabaja sobre el conocimiento del cliente, sus buyer personas y el customer journey, y sobre ello forma a su equipo, mejora su oferta de actividades, instalaciones y contenidos, los resultados implican mejoras en la permanencia, satisfacción, asistencia a clases y engagement digital. Esto debemos interpretarlo como un ejemplo de cómo una estrategia de experiencia puede medirse mediante diferentes KPI.

La experiencia es marketing

Hay una conclusión especialmente relevante para los operadores del fitness: la experiencia del socio es una de las formas más importantes de marketing. Un gimnasio puede realizar una excelente campaña de captación, pero si la incorporación es deficiente, la atención es imper-

sonal o la propuesta no evoluciona con las necesidades del usuario, el esfuerzo comercial pierde eficacia.

Por el contrario, cuando el cliente percibe que el centro le conoce, le escucha y facilita el cumplimiento de sus objetivos, la relación cambia. La personalización, la participación del usuario, el seguimiento y el diseño consciente de los puntos de contacto ayudan a aumentar la satisfacción y fortalecer la conexión con la marca. El mapeo del customer journey permite identificar esos contactos, detectar fricciones y establecer procesos de mejora continua.

Esto exige romper la tradicional separación entre marketing, ventas y operaciones. La campaña atrae al cliente, pero el equipo técnico, la recepción, la tecnología, los procesos y el propio diseño del servicio determinan si ese cliente permanece. Por eso, el marketing del gimnasio del futuro no puede limitarse al departamento de marketing, sino que tiene que interactuar y formar parte de todo el proceso del servicio.

Captar sigue siendo imprescindible. Pero el crecimiento sostenible del centro dependerá cada vez más de lo que suceda después del alta. El gran cambio consiste en dejar de pensar únicamente en cómo vender una cuota y empezar a preguntarnos cómo construir una relación que el cliente quiera mantener.

Fuente: Valcarce, M. (2025). Marketing y comunicación aplicados al deporte. Ediciones Tutor.



Manel Valcarce

Doctor en Actividad Física y Deporte, mención en Gestión Deportiva. Máster en Administración y Dirección del Deporte. Diplomado en Ciencias Empresariales. Director Gerente Valgo. Colegiado 8709.

A photograph of three people in a gym setting. A woman with long brown hair in a ponytail, wearing a black tank top and dark pants, stands on the left. In the center, a man with grey hair and a beard, wearing a light blue button-down shirt and jeans, points at a tablet held by a man on the right. The man on the right has dark hair and a beard, wearing a black t-shirt, and is looking at the tablet with a thoughtful expression. The background shows gym equipment and a bright, airy space.

La ORGANIZACIÓN PERSONAL de la DIRECCIÓN define la OPERATIVA

Durante años se ha repetido una mentira en la industria del fitness: si las cosas no salen en la sala, en la recepción o en las actividades dirigidas, es porque el personal técnico no está lo suficientemente comprometido o carece de habilidades. Es la narrativa perfecta porque desplaza la culpa hacia el último eslabón de la cadena.

Sin embargo, cuando se analiza la operativa de un centro deportivo, la realidad sale a la luz: el caos técnico no es un problema de actitud individual, es la consecuencia directa de una dirección que gestiona desde la improvisación y la falta de sistema.

La organización personal no es un conjunto de trucos de productividad, ni un listado de tareas en una aplicación, ni una agenda apretada de reuniones. Cuando un manager vive reaccionando únicamente a lo urgente y cambiando prioridades sobre la marcha, esa desorganización no se queda en su despacho. Se filtra, se multiplica y termina golpeando directamente al personal técnico.

1. El caos operativo no es falta de tiempo, es un fallo en el sistema

En muchos clubes, los técnicos y coordinadores pasan el día corriendo de un lado a otro, atendiendo

emergencias de última hora y cuadrando sustituciones de urgencia. La respuesta habitual, ante este escenario, es exigir mayor organización personal o impartir formación en gestión del tiempo.

Este enfoque ignora la causa raíz del problema: la fricción. El personal operativo no sufre por falta de voluntad, sino por tener que operar dentro de procesos mal estructurados, ambiguos o directamente inexistentes. Cuando un líder carece de una estructura personal sólida, traslada su propia incertidumbre al equipo.

Por tanto, la organización personal del directivo no es un atributo, es la primera línea de defensa. Un sistema ordenado permite prever las contingencias antes de que se conviertan en emergencias. Cuando el líder diseña procesos claros, establece prioridades innegociables y protege el tiempo de su equipo. Como consecuencia, el caos desaparece de la piscina. El problema nunca fue la falta de horas en la jornada, sino la ausencia de un marco claro que organice el trabajo antes de ejecutarlo.

2. La organización como acto de respeto y cuidado al equipo

En el sector del fitness nos hemos vuelto expertos en llenar las pare-

des con eslóganes sobre el bienestar, la comunidad y la excelencia en el servicio al cliente. Sin embargo, la experiencia de cliente es sencillamente imposible si no está sostenida por una experiencia de empleado coherente. Exigir a un técnico que muestre su mejor sonrisa, que conecte con los usuarios y que cuide cada detalle mientras trabaja inmerso en la imprevisibilidad y el estrés operativo es vivir en un mundo de unicornios.

La verdadera organización personal es, en esencia, un acto de respeto hacia las personas que componen la organización. Liderar desde la responsabilidad y la bondad implica comprender que el tiempo y la energía mental del equipo son recursos finitos. Cuando la dirección entrega turnos cambiantes sin margen, prioridades contradictorias o directrices difusas, está consumiendo la energía del empleado en gestionar la frustración en lugar de invertirla en el cliente.

El diseño de un entorno previsible y estructurado permite al personal enfocar su atención en lo que realmente importa: la interacción humana y la entrega de valor. La tranquilidad operativa se construye mediante la organización de quien lidera. Cuidar los sistemas que utiliza el equipo no es una tarea burocrática, es la forma más directa y honesta de cuidar al personal técnico.

3. De “apagar fuegos” a la previsibilidad

Muchas organizaciones han asumido la cultura de la urgencia como una medalla de honor. Se premia al coordinador que resuelve un problema crítico a diez minutos de empezar una clase o al técnico que

cubre una vacante en su día libre. Sostener la operativa de un centro deportivo sobre la buena voluntad, el sobreesfuerzo y la capacidad de reacción del equipo no es un modelo de éxito; es la vía más rápida para quemar el talento y precarizar la calidad del servicio.

Para transformar una cultura reactiva en una cultura de previsibilidad es necesario establecer una delimitación clara entre lo que es realmente una urgencia y lo que es simplemente consecuencia de una falta de planificación. Cuando todo es urgente, nada lo es, y lo importante deja de ser importante. La organización personal compartida exige implantar protocolos claros donde los roles estén bien definidos, las expectativas sean transparentes y los flujos de comunicación no dependan del estado de ánimo del manager de turno.

Sustituir el heroísmo individual por la consistencia del sistema requiere disciplina. Significa aceptar que lo que ocurre en la sala o la piscina es un reflejo de lo que se tolera en la gestión. Al erradicar la improvisación del día a día, la organización deja de gastar recursos en corregir errores evitables y empieza a utilizarlos para innovar, elevar el estándar de la propuesta de valor y construir una marca sólida que se sostiene en lo que promete y ejecuta en cada punto de contacto.



Marc Lladó

Gestión y Dirección de Instalaciones
Deportivas
Branding & Marketing de Alto Valor
Liderazgo estratégico y operativo

Las **ALIANZAS ESTRATÉGICAS** como motor de la **INTERNACIONALIZACIÓN del** **SECTOR del FITNESS**

La expansión internacional abre nuevas oportunidades para las empresas del fitness, pero también plantea decisiones que van más allá de elegir un país y reproducir allí un modelo de éxito. Conocer las particularidades de cada mercado, encontrar socios adecuados y definir objetivos compartidos puede marcar la diferencia entre una entrada puntual y un crecimiento sostenido. Las alianzas estratégicas permiten combinar experiencia, recursos y conocimiento local para desarrollar proyectos capaces de adaptarse y consolidarse en otros territorios.



Por qué construir relaciones de valor es clave para crecer, competir y consolidar negocios en mercados internacionales

La internacionalización se ha convertido en una oportunidad estratégica para las empresas del sector del fitness que buscan diversificar sus ingresos, ampliar su mercado y fortalecer su posicionamiento. Sin embargo, expandirse más allá de las fronteras nacionales implica mucho más que abrir nuevos centros, comercializar servicios en otros países o replicar un modelo

Expandirse a otro país exige mucho más que trasladar un modelo de negocio que ya funciona. Cada mercado tiene sus propias formas de consumir, negociar y gestionar un centro deportivo. Contar con aliados que conozcan esa realidad permite tomar mejores decisiones, adaptar la propuesta y acceder a recursos y contactos que serían difíciles de conseguir en solitario.

de negocio. Requiere comprender nuevos mercados, adaptarse a diferentes realidades y desarrollar relaciones que permitan crecer de manera sostenible. En este contexto, las alianzas estratégicas adquieren un papel fundamental.

Internacionalizarse: mucho más que cruzar fronteras

El sector del fitness evoluciona en un entorno cada vez más conectado, competitivo y dinámico. Las nuevas tendencias de entrenamiento, la digitalización, el bienestar corporativo y la creciente integración entre actividad física y salud generan oportunidades para empresas con capacidad de innovación y visión internacional.

No obstante, cada mercado presenta particularidades culturales, económicas, regulatorias y de

consumo que condicionan el desarrollo de los negocios. Una estrategia que funciona en España puede necesitar adaptaciones para implementarse en Argentina, México, Portugal o cualquier otro país.

Por ello, la internacionalización debe entenderse como un proceso de aprendizaje, adaptación y construcción de capacidades. Las alianzas permiten abordar este desafío desde una perspectiva colaborativa, facilitando el acceso a conocimientos, recursos y relaciones que, de manera individual, podrían resultar más difíciles o costosos de desarrollar.

Las alianzas como aceleradoras del crecimiento internacional

Establecer alianzas con empresas, instituciones, asociaciones profesionales, universidades, distribuidores o referentes locales permite reducir determinadas barreras de entrada y mejorar el conocimiento del mercado de destino.

Un socio local puede aportar información sobre las preferencias de los consumidores, las características del entorno competitivo, las prácticas comerciales y las particularidades del sector. Este conocimiento resulta especialmente valioso para adaptar la propuesta de valor y evitar decisiones basadas exclusivamente en experiencias de otros mercados.

Además, las alianzas pueden facilitar el acceso a nuevos canales comerciales, redes de contactos y oportunidades de negocio. Para una empresa de equipamiento deportivo, por ejemplo, contar con un distribuidor local puede facilitar la llegada a gimnasios y centros deportivos. Para una compañía especializada en formación, esta-

blecer acuerdos con instituciones educativas o asociaciones profesionales puede ampliar su alcance y fortalecer su posicionamiento.

En el ámbito de los servicios, las colaboraciones también permiten desarrollar propuestas conjuntas, compartir capacidades y explorar nuevos segmentos de clientes sin necesidad de construir toda la estructura desde cero.

Compartir recursos, conocimiento y capacidades

Uno de los principales desafíos de la expansión internacional es la inversión necesaria para desarrollar operaciones en nuevos territorios. Las alianzas ofrecen alternativas para distribuir recursos, compartir determinados costes y complementar capacidades.

Una empresa puede disponer de una metodología de entrenamiento consolidada, una marca reconocida o una plataforma tecnológica, mientras que su socio aporta infraestructura, conocimiento comercial o experiencia operativa en el país de destino.

Esta complementariedad puede generar oportunidades de crecimiento para ambas partes.

En el fitness, estas colaboraciones pueden adoptar diferentes formatos: acuerdos de distribución, licencias de marca, franquicias, programas de formación conjunta, proyectos de investigación, consultoría especializada o iniciativas de bienestar corporativo.

La elección del modelo dependerá de los objetivos estratégicos, los recursos disponibles, el nivel de control deseado y las características del mercado.

Una alianza estratégica solo impulsa el crecimiento cuando se transforma en un proyecto compartido.

Elegir un socio complementario, acordar qué aporta cada parte y empezar con una prueba a pequeña escala ayuda a comprobar si la colaboración funciona. Después, medir los resultados y revisar lo acordado permite construir una relación capaz de sostener la expansión internacional a largo plazo.

La clave consiste en identificar qué capacidades necesita desarrollar la empresa y cuáles puede incorporar mediante una relación de colaboración.

La confianza y la adaptación cultural como factores diferenciales

La internacionalización no se construye únicamente a partir de contratos y acuerdos comerciales. También requiere relaciones profesionales basadas en la confianza, la comunicación y el entendimiento intercultural.

Las diferencias en los estilos de negociación, los tiempos de decisión, las expectativas comerciales y las formas de establecer relaciones pueden influir directamente en el desarrollo de una alianza.

Para los directivos del sector, comprender estas diferencias es una competencia estratégica. Escuchar a los socios locales, reconocer su experiencia y construir objetivos compartidos favorece relaciones más sólidas y facilita la adaptación de los proyectos.

Asimismo, resulta fundamental evitar la reproducción automática de modelos de negocio. Internacionalizarse no significa imponer una propuesta, sino identificar qué elementos constituyen la identidad de la empresa y cuáles deben adaptarse para responder a las necesidades del mercado.

Cómo construir alianzas estratégicas sostenibles

El desarrollo de alianzas internacionales debe formar parte de una estrategia empresarial definida. No basta con acumular contactos o firmar acuerdos: es necesario convertir esas relaciones en proyectos concretos, medibles y sostenibles.

Para ello, los CEOs y gerentes pueden considerar cinco aspectos fundamentales:

- 1. Definir objetivos claros:** determinar si la alianza busca acceder a nuevos mercados, desarrollar productos, ampliar canales comerciales o incorporar capacidades.
- 2. Seleccionar socios complementarios:** evaluar su experiencia, reputación, conocimiento local, recursos y compatibilidad de valores.
- 3. Establecer acuerdos transparentes:** definir responsabilidades, inversiones, propiedad intelectual, condiciones económicas y mecanismos de resolución de conflictos.

4. **Comenzar con proyectos piloto:** validar la colaboración en una escala controlada antes de comprometer mayores recursos.
5. **Medir y revisar resultados:** establecer indicadores comerciales y operativos, evaluar el cumplimiento de los objetivos y adaptar la estrategia cuando sea necesario.

La gestión activa de estas relaciones permite anticipar dificultades, mejorar la coordinación y construir una base sólida para el crecimiento.

Una visión colaborativa para competir globalmente

La internacionalización del fitness representa una oportunidad para

desarrollar negocios más diversos, innovadores y conectados. Sin embargo, el éxito no depende exclusivamente de la capacidad de una empresa para competir de manera individual, sino también de su habilidad para identificar oportunidades de colaboración y construir relaciones de valor.

Las alianzas estratégicas permiten combinar conocimientos, compartir capacidades y generar nuevas propuestas que respondan a las necesidades de mercados diversos. También favorecen el aprendizaje organizacional y contribuyen a desarrollar una perspectiva global del negocio.

Para los directivos del sector, el desafío consiste en incorporar la colaboración como parte de la estrategia de crecimiento, entendiendo que una alianza no es

simplemente un acuerdo comercial, sino una inversión en relaciones, capacidades y oportunidades futuras.

En un mercado global, crecer no significa necesariamente hacerlo solo. Significa saber con quién construir el próximo paso.



Mariela Villar

Doctora en Economía y Empresa
Internacionalización Empresarial



SEPTIEMBRE: Un nuevo ciclo

Septiembre tiene algo de comienzo de año para el sector del fitness. Después del verano regresan muchos usuarios, llegan nuevas altas, se recuperan rutinas de entrenamiento y las salas, vestuarios y demás espacios vuelven progresivamente a una utilización más intensa.

Quienes llevamos muchos años relacionados con la seguridad de instalaciones y actividades deportivas sabemos que cada nuevo ciclo trae consigo situaciones conocidas. Cambiarán las temperaturas, llegará el frío, utilizaremos durante más tiempo espacios cerrados, necesitaremos calefacción, ventilación y una adecuada calidad del aire. Máquinas y equipamientos acumularán horas de funcionamiento, habrá que mantener instalaciones y sistemas, proteger datos personales y garantizar los derechos y la seguridad de quienes utilizan nuestros servicios.

Nada especialmente nuevo.

Precisamente por eso, buena parte de lo que puede ocurrir **es previsible**.

Y quizá septiembre sea un buen momento para hacernos una pregunta diferente: además

de preparar comercialmente una nueva temporada, **¿hemos preparado también nuestra instalación para gestionar sus riesgos?**

La primera respuesta suele encontrarse en el cumplimiento de la normativa. Comprobamos instalaciones, mantenimientos, revisiones, equipamientos, emergencias, accesibilidad, protección de datos y todas aquellas obligaciones que resultan aplicables.

Naturalmente, hay que hacerlo. Pero la cuestión no termina necesariamente ahí.

Las normas establecen medidas concretas para muchos riesgos. Nos dicen qué debemos hacer, qué condiciones debemos cumplir o qué controles debemos mantener. Sin embargo, no todos los riesgos disponen de una medida reglamentaria específica y, en otros casos, la norma establece

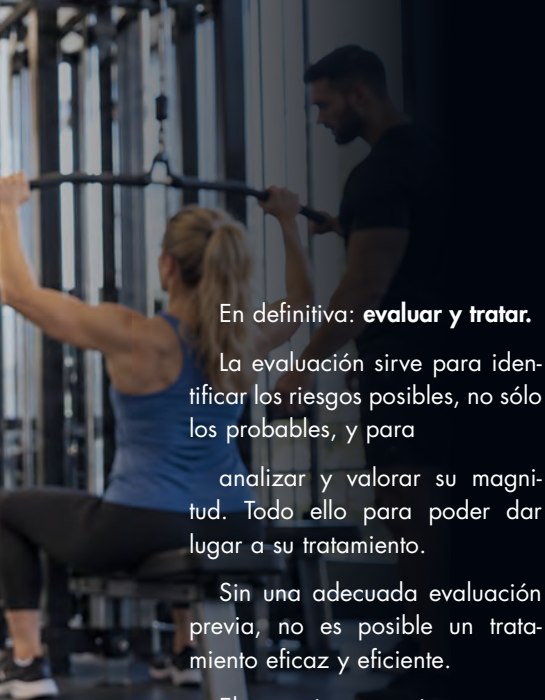
una obligación general de seguridad sin concretar completamente cómo conseguirla.

Incluso puede ocurrir que una medida reglamentaria, siendo adecuada y estando correctamente aplicada, no resulte suficiente ante determinadas circunstancias particulares.

Cumplir la normativa es obligatorio. Comprobar si ese cumplimiento resulta suficiente ante nuestros riesgos es gestionar la seguridad.

Ahí aparece la **Gestión del Riesgo**.

Su planteamiento esencial es bastante sencillo: identificar qué puede ocurrir, analizar a quién o a qué puede afectar y con qué consecuencias, valorar el riesgo y decidir qué debemos hacer para evitarlo o reducirlo.



En definitiva: **evaluar y tratar**.

La evaluación sirve para identificar los riesgos posibles, no sólo los probables, y para

analizar y valorar su magnitud. Todo ello para poder dar lugar a su tratamiento.

Sin una adecuada evaluación previa, no es posible un tratamiento eficaz y eficiente.

El tratamiento comienza necesariamente por las medidas reglamentarias aplicables, pero puede no terminar en ellas. Si la evaluación pone de manifiesto riesgos para los que no existen medidas concretas o situaciones en las que las existentes pueden resultar insuficientes, habrá que determinar qué medidas complementarias son razonablemente necesarias.

Y aquí entra en juego un concepto cada vez más importante para quienes tienen responsabilidades sobre instalaciones y actividades: la **diligencia debida**.

Diligencia debida no significa adoptar todas las medidas imaginables ni pretender eliminar cualquier posibilidad de daño. El «riesgo cero» no existe. Significa hacer aquello que razonablemente corresponde hacer ante los riesgos que podemos prever.

Un equipo que comienza a mostrar anomalías, un pavimento deteriorado, una zona en la que se producen reiteradamente caídas, una deficiente renovación del aire o un sistema digital del que depende buena parte del funcionamiento del gimnasio proporcionan información. Esperar a que produzcan un daño para actuar difícilmente puede considerarse una buena forma de gestionar.

Por eso puede resultar útil incorporar a la gestión ordinaria

del centro un **Plan de Gestión del Riesgo**.

No se trata de crear otro documento para guardar en una carpeta. Su utilidad está precisamente en ayudarnos a decidir: **qué riesgos tenemos, qué medidas debemos aplicar, si las que tenemos son suficientes y qué debemos hacer cuando no lo sean**.

Y también cuándo necesitamos ayuda especializada.

Hay riesgos cuyo tratamiento viene suficientemente determinado por medidas reglamentarias concretas y que pueden gestionarse mediante procedimientos ordinarios de comprobación, mantenimiento y seguimiento. Pero podemos encontrar otros, como hemos dicho anteriormente, sin una respuesta reglamentaria concreta, o ante los que resulte necesario determinar medidas adicionales mediante conocimientos especializados.

Saber gestionar también significa **saber cuándo debemos recurrir a quien dispone de esos conocimientos**.

Pero hay otra razón para gestionar los riesgos que en una empresa resulta difícil ignorar: la económica.

Prevenir cuesta dinero. Mantener instalaciones, sustituir equipamientos, formar al personal, revisar procedimientos o incorporar determinadas medidas de seguridad supone dedicar recursos.

No hacerlo también cuesta dinero. A veces... mucho mas dinero.

Un accidente, una avería importante, una interrupción del servicio, una reclamación, una sanción, una pérdida de datos o un daño reputacional pueden tener costes muy superiores a los

de una actuación preventiva realizada a tiempo.

Sin embargo, gestionar el riesgo tampoco significa gastar indiscriminadamente más. Precisamente la evaluación permite establecer prioridades y dirigir los recursos hacia aquello que realmente los necesita.

Evaluar antes de actuar permite proteger mejor y gastar mejor.

Tan ineficiente puede ser no adoptar una medida necesaria como invertir recursos en actuaciones que apenas reducen el riesgo mientras permanecen desatendidas otras mucho más importantes.

Seguridad, eficacia y eficiencia no deberían contemplarse como objetivos separados. Una gestión adecuada del riesgo ayuda a proteger a las personas y los bienes, favorece

la continuidad del servicio y permite utilizar mejor los recursos disponibles.

Comienza septiembre. Volveremos a hablar de captación, fidelización, nuevas actividades, tecnología, equipamiento y experiencias para nuestros clientes. Todo ello forma parte de la gestión de un gimnasio.

Quizá sea también un buen momento para incorporar definitivamente esta pregunta:

¿La gestión de tu gimnasio incluye un Plan de Gestión del Riesgo?



José Luis Gómez Calvo

Experto en seguridad de instalaciones y actividades deportivas.
Analista de riesgos.

La estrategia del ALGORITMO

El sector del fitness en España entra en una fase de madurez tecnológica irreversible en este otoño de 2026. La digitalización básica ya no es una ventaja competitiva; es el estándar. Hoy, el verdadero campo de batalla se encuentra tanto en la arena de los algoritmos predictivos, como en el aprendizaje automático (Machine Learning) aplicado al marketing.

Ya sea captando socios para un macrocentro deportivo de 4.000 metros cuadrados, llenando las clases de un estudio boutique, o escalando la agenda de un entrenador personal, la inteligencia artificial (IA) de las plataformas publicitarias nos dictan el ritmo de crecimiento.

Mi pretensión, a través de este artículo, es plantear una guía estratégica, un marco de gobernanza, tácticas de control y herramientas prácticas a fin de que los gestores y managers de nuestro sector recuperen el control estratégico.

El objetivo no debe ser luchar contra el algoritmo, sino aprender a dirigirlo, auditarlo y, sobre todo, saber reaccionar cuando la máquina toma decisiones que amenacen la rentabilidad y el posicionamiento de marca de nuestro negocio.

1. EL ECOSISTEMA FITNESS EN ESPAÑA: OTOÑO 2026

La evolución del consumidor español en 2026 está marcada por la hiperfragmentación de la atención y la expectativa de hiper-personalización. Las plataformas publicitarias (Google con Performance Max, Meta con Advantage+, TikTok con Smart Performance Campaigns) han retirado los controles manuales granulares (capacidad de ajustar o configurar un sistema, software o proceso en un nivel de detalle extremadamente específico y preciso) que los especialistas en marketing solían manejar hasta hace tan solo diez años.

España cuenta con un mercado fitness amplio y todavía fragmenta-

do: 5.806 Centros fitness, de los cuales aproximadamente el 69 % están gestionados por operadores individuales. Paralelamente, la evolución real del mercado en España alcanza 8,4 millones de usuarios de Centros deportivos, gimnasios, Estudios de entrenamiento personal, según el informe sectorial de Deloitte/Fundación España Activa, mientras que el mercado europeo continúa creciendo. Además, debemos prestar especial atención al cambio de paradigma en cuanto a campañas y decisiones de marketing cada vez más automatizadas por IA (Deloitte / Informe anual del sector del fitness en España).

También hay que tener muy en cuenta el escenario regulatorio de 2026: la aplicación de nuevas obligaciones de la Ley de IA y el énfasis de la AEPD en privacidad,

minimización de datos y supervisión humana (Estrategia Digital Europea / La Comisión comienza a hacer cumplir las normas de la Ley de IA y los nuevos requisitos de transparencia el 2 de agosto).

A nivel europeo, el mercado también continúa creciendo. El informe EuropeActive/Deloitte 2026 señala que las afiliaciones europeas aumentaron un 5,8 % durante 2025, hasta alcanzar 75,5 millones de socios; España registró un crecimiento del 8,3 %, hasta 7,1 millones de memberships en la metodología europea del informe.

Estos datos nos plantean una conclusión empresarial importante: El problema del fitness español no es únicamente conseguir más demanda, sino competir mejor por la demanda existente y convertirla en relaciones rentables y duraderas. En este entorno operativo, nos encontramos con un escenario dicotómico:

- a) Delegación algorítmica total: Plataformas que prometen maximizar resultados (leads, visitas físicas, compras de abonos) basándose en vastos conjuntos de datos invisibles para el anunciante.
- b) Opacidad estratégica (Caja Negra): La incapacidad de un directivo/manager para saber exactamente a quién se le está mostrando su marca, con qué mensaje exacto y en qué contexto.

A esto se suma la realidad del ecosistema sin cookies (cookieless), ya plenamente implantado en Europa. Los algoritmos de captación hoy dependen de los "First-Party Data" (datos de primera mano del propio Centro deportivo, gimnasio o Estudio de entrenamiento personal) y de la calidad de las señales que estos negocios son capaces de enviar de vuelta a la plataforma. El coste de adquisición de clientes

(CAC) ha subido para aquellos operadores que siguen operando con estrategias de 2023, mientras que los que dominan la "dieta" de datos del algoritmo están experimentando reducciones en su coste por lead (CPL) de hasta un 35%.

2. ENTRENAR & EDUCAR AL ALGORITMO: ESTRATEGIAS PARA TOMAR EL CONTROL

En este punto no me refiero a encontrar un "truco" o "resquicio técnico", sino a diseñar un sistema de negocio que alimente a la IA con los incentivos correctos. Si como directivos/managers no somos capaces de definir las reglas de forma estricta, el algoritmo optimizará hacia la vía de menor resistencia (leads de baja calidad, clics basura).

2.1. Arquitectura de Señales (El alimento de la IA)

Debemos tener muy claro desde el principio que el algoritmo es un motor de reconocimiento de patrones y que, para dominarlo, debemos entrenarlo y educarlo.

Implementación de CAPI (Conversions API): Depender exclusivamente de píxeles instalados en nuestra web ya es una negligencia directa en 2026. Los Centros deportivos, gimnasios y Estudios de entrenadores personales debemos disponer de integraciones de servidor a servidor (Server-Side Tracking) conectando nuestro software de gestión (CRM) directamente con Meta, Google o TikTok.

Enriquecimiento del valor (Value-Based Bidding): Tengamos claro que no todos los socios valen lo mismo, pues por ejemplo, un socio que pague una cuota premium y consuma entrenamiento personal tendrá un Lifetime Value (LTV) exponencialmente mayor. A partir de eso, en lugar de pedirle al algo-

ritmo "consígueme socios", nuestra estrategia ganadora deberá ser enviarle de vuelta el valor económico de cada alta. Así pues, la máquina buscará perfiles similares a nuestros clientes más rentables y no a los más proclives a darse de baja al primer o segundo mes.

2.2. Consolidación de Cuentas y Liquidez de Presupuesto

Históricamente, los managers dividían sus campañas de forma manual: "Campaña de zumba", "Campaña de musculación", "Retargeting (remarketing) 30 días". Hoy en día, esto suele ocasionar fragmentación de datos y fácilmente podría impedir que el algoritmo aprenda correctamente.

Solución Práctica: Consolidemos el presupuesto en no más de 2 o 3 macro-campañas por objetivo de negocio. Dejemos que el algoritmo decida si hoy es más barato captar a un cliente con un anuncio de Yoga o con uno de CrossFit, basándose en la liquidez total de la cuenta publicitaria.

2.3. Diversificación de Creatividades Radiales

El algoritmo no entiende de emociones, tan solo entiende de tasas de interacción. Si nosotros le damos 10 vídeos iguales con diferentes textos, obviamente su aprendizaje será bastante pobre.

El Framework 3x3: Proporcionemos a la máquina varianza radical. Esto es: Por cada campaña, inyectemos creatividades que apelen a tres ángulos psicológicos distintos (Ejemplo: Autoridad/Ciencia, Comunidad/Pertenencia, y Transformación Rápida) y éstos en tres formatos distintos (Testimonio UGC, Producción Cinematográfica, y Gráfico Estático). Con todo ello, el algoritmo testará las combinaciones en tiempo real.

Para entender de manera práctica cómo los cambios en las variables que le vamos dictando al



algoritmo pueden afectar al rendimiento económico final, interactuemos con el siguiente simulador de embudo de captación diseñado para operadores fitness:

Insight Estratégico: Observemos cómo una mejora del 5% en la "Conversión a Lead" (es una variable que se optimiza dando mejores datos al algoritmo) reduce drásticamente el Coste de Adquisición (CAC), permitiéndonos escalar la inversión publicitaria sin riesgo de sacrificar el margen de beneficios de nuestro Centro deportivo, gimnasio, etc...

3. ¿Y SI EL ALGORITMO NOS DOMINA?: DIAGNÓSTICO Y RIESGOS

Nuestro mayor riesgo como directivos/managers de instalaciones deportivas en 2026-27 no es la ineficacia del algoritmo, sino su eficiencia mal dirigida. En el lamentable supuesto de activar las opciones de automatización extrema y

dejar que la máquina tome el volante sin un marco de reglas, sí o sí nos vamos a enfrentar a la "Optimización Tóxica"

3.1. Síntomas de una Estrategia Secuestrada por la IA

¿Cómo identificar si nuestra estrategia está siendo controlada por la máquina en detrimento de nuestro negocio real? Veamos tres ejemplos:

a) Explosión de "Leads Basura": Nuestro panel publicitario reporta que el CPL (Coste por Lead) ha bajado a mínimos históricos (Ejemplo: 1,50€ en una campaña de entrenador personal). Sin embargo, la tasa de respuesta telefónica cae por debajo del 10% y el equipo de ventas (recepción o comerciales) se desmotiva contactando perfiles no cualificados. ¿Qué pasó?: El algoritmo optimizó para conseguir clics baratos, no compradores.

b) Dilución de Marca (Brand Dilution): Las campañas dinámicas mezclan textos corporativos con vídeos de tono discordante. La IA descubre que un vídeo de humor de baja calidad visual obtiene una alta tasa de clic y decide destinar el 90% de su presupuesto mensual a ese anuncio, destruyendo el posicionamiento premium o profesional de nuestro Centro.

c) Retargeting Agresivo: El algoritmo es perezoso por naturaleza; busca el camino más fácil hacia la conversión. Si se le da rienda suelta, dejará de buscarnos nuevos clientes potenciales (prospección) y saturará a nuestros ex-socios o a nuestra lista de correo actual con descuentos agresivos. Acabaremos pagando publicidad para captar a clientes que muy posiblemente habrían vuelto por sus propios medios a finales de septiembre o principios de enero.

3.2. Tabla Comparativa: Liderazgo estratégico y sumisión algorítmica

VARIABLE DE NEGOCIO	CUANDO EL ALGORITMO NOS DOMINA REACCIÓN	CUANDO ENTRENAMOS Y EDUCAMOS AL ALGORITMO PROACCIÓN
Métrica principal (KPI)	Coste por lead (CPL) o coste por clic (CPC).	Retorno sobre el gasto publicitario (ROAS) y coste de adquisición de cliente (CAC) real cruzado con CRM.
Control creativo	Textos y vídeos dinámicos mezclados al azar sin supervisión estética.	Límites estrictos de identidad visual. La IA solo combina dentro del manual de marca.
Presupuestos	Fluctuaciones basadas en el rendimiento diario. Pánico si el CPL sube en 24 horas.	Inversión basada en cohortes LTV a 90 días. Se toleran fluctuaciones si la calidad del lead en recepción es alta.
Gestión de ofertas	Ofertas agresivas continuas (matrícula gratis, 50 % de descuento) porque la IA premia el clic inmediato.	Ofertas basadas en escasez real o valor añadido (ejemplo: entrenamiento de bienvenida gratuito) que filtran a los curiosos.

4. MARCO DE GOBERNANZA: EL "PLAYBOOK" PRÁCTICO

Para revertir la situación o prevenir que el algoritmo dirija nuestro negocio, como directivos/managers deberemos instaurar inmediatamente un Marco de Gobernanza de Marketing.

Estas son las cuatro reglas inquebrantables a aplicar en nuestra próxima reunión de dirección o departamento de marketing:

Regla 1: Delimitar las fronteras de la automatización (Guardrails)

Nada de utilizar la optimización automática para todo. Definamos límites presupuestarios estrictos (Target CPA) y utilicemos listas de exclusión. Nuestra base de datos actual de socios activos deberá estar subida a las plataformas publicitarias con un mandato claro: Exclusión.

Nunca paguemos para mostrarle un anuncio de captación a alguien que ya paga una cuota mensual en nuestra instalación.

Regla 2: Cualificación por Fricción Deliberada

Si el algoritmo está trayendo exceso de cantidad, pero de baja calidad, nuestro directivo/manager deberá inmediatamente añadir "fricción" de manera intencionada en el embudo.

Herramienta: En lugar de formularios de autocompletado en Facebook/Instagram (donde el usuario apenas sabe lo que firma), envíemos el tráfico algorítmico a una Landing Page propia.

También hagamos que respondan a 2-3 preguntas clave (Ejemplo: "¿Cuáles son tus objetivos?

¿Cuál es tu disponibilidad?"). Con todo ello, la IA detectará que menos personas completan el registro, pero aprenderá a buscar a usuarios con una intención de compra significativamente más alta.

Regla 3: Auditoría Trimestral de Incrementabilidad

En ocasiones, la IA se atribuye el mérito de ventas que hubieran ocurrido de todos modos.

Implementemos pruebas de "Lift" o incrementabilidad apagando nuestras campañas algorítmicas de captación durante unos 14 días en una zona geográfica específica (o en un segmento de edad) y midiendo cuántas altas físicas dejan de ocurrir en la recepción de nuestro Centro deportivo, gimnasio, etc. Si la diferencia es mínima, el algoritmo estaba canibalizando tráfico orgánico y no generando demanda real.

Regla 4: El "Foso Defensivo" (The Moat) Offline

Ningún algoritmo es capaz de replicar la experiencia humana. La mayor defensa contra la volatilidad algorítmica y la escalada de costes de publicidad es nuestra comunidad. Está demostrado que si un Centro deportivo, gimnasio, etc. retiene a sus socios durante 18 meses de media en lugar de los 8 meses del mercado habitual, dicho Centro puede permitirse perfectamente pagar el doble que su competencia en Meta o Google, a fin de captar nuevos clientes. La retención y el LTV son los verdaderos "hacks" del algoritmo de adquisición.

5. HOJA DE RUTA ESPECÍFICA POR TIPOLOGÍA DE NEGOCIO

Nuestro sector fitness no es monolítico. La aplicación de este marco variará en gran medida según el volumen y modelo operativo de cada negocio:

5.1. Para Grandes Cadenas y Macro-Centros Deportivos

Su principal desafío es el manejo masivo de datos (Big Data) y la atribución cruzada entre múltiples canales.

Solución Práctica: Implementación de un CDP (Customer Data Platform). Se deben centralizar las interacciones del torno de entrada, el uso de la app del Centro, y el CRM de altas.

Además, deben utilizarse algoritmos propios a fin de calcular el riesgo de fuga (Churn Risk) de cada socio.

Acción de Marketing: Conectar este CDP con Google y Meta. Cuanto un socio baje su frecuencia de asistencia a menos de 4 veces al mes, deben activarse automáticamente campañas de re-engagement (ofertas de lealtad, contenido educativo) ANTES de que curse la baja.

5.2. Para Gimnasios Boutique y Centros Locales Especializados

Su ventaja competitiva es el nicho, el sentido de tribu y la geolocalización ultra-específica.

Solución Práctica: Evitar las campañas masivas de alcance general que devoran presupuesto. El algoritmo debe ser entrenado en el "Micro-targeting hiperlocal" combinado con audiencias "Lookalike" basadas estrictamente en su 15% de mejores clientes (aquellos que más gastan, quienes más tiempo llevan).

Acción de Marketing: Limitar el radio de impacto publicitario a su

área de influencia real (isócronas de 10-15 minutos a pie o en coche). Apoyarse estrechamente en creatividades de UGC (User Generated Content): testimonios reales de clientes grabados con el móvil sudando en la sala.

El algoritmo de Meta favorecerá enormemente dicho contenido orgánico por encima de los diseños corporativos sobreproducidos.

5.3. Para Estudios de Entrenadores Personales

Como profesionales independientes, su marca personal es su único activo y su presupuesto es limitado. El riesgo aquí es llegar a ser engullidos por creadores de contenido de entretenimiento puro.

Solución Práctica: Jugar con los algoritmos orgánicos (algoritmos de recomendación en TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts) mediante la consistencia y la especialización temática, pero no mediante campañas de pago costosas.

Acción de Marketing: Transición a un modelo de "Embudo Híbrido". Utilizar contenido orgánico de altísimo valor para resolver problemas concretos (Ejemplo: "Cómo entrenar fuerza si sufres de hernias discales"). El algoritmo clasificará semánticamente el vídeo y buscará a usuarios con esa dolencia. A continuación, invertir pequeñas cantidades (5€ - 10€ al día) exclusivamente para impactar (Retargeting) en aquellas personas que hayan consumido más del 50% de los vídeos orgánicos, ofreciéndoles una llamada de asesoría estratégica.

6. CONCLUSIÓN Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

Al adentrarnos en el invierno de 2026 y proyectar el cercano desarrollo de 2027, la convergencia entre la inteligencia artificial generativa y los algoritmos predictivos va a

cambiar nuevamente las reglas del juego. Sin embargo, los fundamentos expuestos en este artículo permanecerán inalterables. El algoritmo es una herramienta táctica excepcional, el mejor ejecutor de presupuestos que ha existido en la historia publicitaria. Pero es, por diseño, ciego a la estrategia empresarial a largo plazo, insensible a los márgenes operativos del negocio y ajeno a los valores humanos que construyen el tejido de un Centro deportivo, gimnasio, Estudio de entrenamiento personal de éxito.

Sin duda, los directivos, managers y entrenadores personales que prosperen no serán aquellos con los mejores trucos técnicos, ni los que abduquen por completo delegando todo en la IA. Los verdaderos ganadores serán aquellos que adopten un modelo de Human-in-the-Loop (Humano en el proceso), esto es: líderes que sean conscientes de la necesidad de marcar una dirección estratégica férrea, proporcionando datos limpios y de alta calidad a la máquina, estableciendo límites claros para proteger el prestigio de su marca/negocio y auditen los resultados basándose en la rentabilidad bancaria, no en los paneles de control virtuales.

Actualmente, la tecnología ha comoditizado la captación. En este nuevo ecosistema, nuestra visión humana, la cercanía de nuestra comunidad, junto con el nivel de calidad de nuestro servicio serán las verdaderas variables que ningún competidor, ni ningún algoritmo, podrá replicar jamás.



Jose Milán

Experto en Gestión Deportiva
Master of Business Administration (MBA). Master en Consultoría y Gestión de Procesos



es la patronal que integra a más de 800 instalaciones deportivas

Representamos y defendemos los intereses del sector

Asóciate para tener voz y voto en los asuntos
que nos afectan (www.fneid.es)

¿QUÉ BENEFICIOS TE OFRECEMOS?

- Asesoramiento en asuntos jurídicos, laborales y fiscales.
- Representación ante las administraciones.
- Asesoramiento en todo lo referente al Convenio Colectivo de Instalaciones Deportivas y Gimnasios.
- Apoyo telefónico para consultas generales del sector.
- Participación en campañas de promoción de la actividad física y el deporte.
- Información sectorial (newsletter, web, prensa y asambleas).
- Colaboración en informes e iniciativas del fitness.
- Organización y participación en eventos empresariales.
- Análisis gratuito sobre prevención de riesgos laborales.
- Bolsa de becarios para las empresas asociadas a través de acuerdos con Universidades y Centros de Formación Profesional Reglada.
- Descuento en las tarifas de propiedad intelectual (SGAE, AGEDI-AIE).
- Convenios con Universidades y centros de formación para obtener ventajas económicas en sus planes de formación.
- Promoción para la instalación de desfibriladores.
- Revisión gratuita del IBI (coste a éxito).
- Protección de datos (asesoramiento gratuito para el correcto cumplimiento de la ley).
- Servicio de gabinete de prensa sectorial.
- Visibilidad en el mapa de localización de instalaciones de España de la web de FNEID.



Elements

SYSTEM

THE FUTURE IS NOW
<https://elementssystem.com/>



soluciones a tu medida



www.valgo.es

_formación _comunicación
 _marketing _consultoría _eventos



  /valgoinvestment
  www.valgo.es
  valgo@valgo.es
  +34 91 579 99 26 | +34 671 08 14 18





FORMACIONES PROFESIONALES & LICENCIAS CORPORATIVAS

Ejercicio Físico en el Embarazo, Post Parto & Suelo Pélvico

Plataforma Educativa **Activeclemy®**




DIRECCIÓN GENERAL
 Dra. Mariela Villar Heidelberg
DOCENTES
 Equipo Interdisciplinario

AVAL INTERNACIONAL
  
 APPROVED PROVIDER APPROVED PROVIDER
www.embarazoactivo.com


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



Jose Milán

- Experto en Gestión Deportiva
- Propietario y Gerente de Centro Deportivo durante 21 años
- Master of Business Administration (MBA)
- Máster en Consultoría y Gestión de Procesos
- Master en Dirección de Recursos Humanos
- Profesor del Master en Dirección Deportiva y Salud (Esc. Negocios C.C.I.S. Valladolid)
- Experto en Marketing Estratégico
- Ponente en diversos eventos de gestión deportiva
- Técnico Superior en Prevención de Riesgos Laborales
- Auditor Líder en Sistemas de Calidad (Registro IRCA)
- Evaluador Nivel Acreditado del Modelo E.F.Q.M. de Excelencia
- Entrenador de Natación y Waterpolo (R.F.E.N.)
- Master Instructor PADI (Professional Association of Diving Instructors)



Marc Lladó

- Gestión y Dirección de Instalaciones Deportivas
- Experto en branding y generación de alto valor
- MBA en Gestión y Dirección de Instalaciones Deportivas
- Coordinador de varios departamentos deportivos
- Técnico e instructor de múltiples disciplinas
- Consultor de marketing online
- Diseñador gráfico y web
- Branding e identidad corporativa
- Formación en finanzas corporativas, gestión de eventos y PNL para ventas
- Formación en estrategia y pricing
- Practitioner PNL
- Formación en negocios y administración de empresas



Mariela Villar

- Creadora y Directora del Sistema Embarazo Activo® www.embarazactivo.com
- Formadora en Argentina, Colombia, Chile, España, Perú, México.
- Avales: ACSM - American College of Sports Medicine, NASM - National Academy of Sport Medicine, AFAA - Athletics and Fitness Association of America
- Phd Candidate - Economía & Empresa. Universidad Castilla La Mancha.
- GO Fit. Formadora y referente Actividades con Embarazadas y Post Parto. España y Portugal.
- Asesora de contenidos ALTAFIT Gimnasios.
- Coordinación Programa RSE - Talleres de Actividad Física para embarazadas y mamás recientes. Unidad Penitenciaria 31. Bs. As. Argentina (2012 - 2014), Aranjuez, Madrid, España (2018)
- Docente Universidad Nacional de La Plata y Universidad de Bs. As. Argentina (1998-2012).
- Máster en Marketing y Dirección Estratégica de Empresas. UCLM.
- Post Grado Iberoamericano en RSE. UCLM
- Lda. en Administración. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
- Prof. Universitaria Educación Física. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.



Roberto Ramos Piñeiro

- Director General de BeOne Fitness & Sport (Servicio), uno de los principales operadores de instalaciones deportivas de España, con más de 1.000 profesionales y una amplia red de centros deportivos.
- Más de 30 años de experiencia en dirección estratégica, gestión, expansión y transformación de organizaciones deportivas públicas y privadas.
- Especialista en estrategia empresarial, colaboración público-privada, liderazgo, innovación y desarrollo de la industria del fitness.
- Vicepresidente del Clúster Galego do Deporte e o Benestar.
- Vicepresidente de AGAXEDE (Asociación Galega de Xestión Deportiva).
- Vocal de la Junta Directiva de FNEID (Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas).
- Vocal de la Junta Directiva de ASOMED.
- Premio Galicia Saudable (Xunta de Galicia) y Premio AGAXEDE a la Mejor Gestión Deportiva Empresarial y Gestor Deportivo de Galicia.
- Ponente habitual en congresos nacionales e internacionales sobre gestión deportiva, innovación, liderazgo, colaboración público-privada y tendencias del sector fitness.
- Autor de artículos de análisis y opinión sobre estrategia empresarial, salud, deporte y evolución de la industria del fitness.
- Referente en el impulso de modelos de gestión orientados a convertir los centros deportivos en auténticos espacios de promoción de la salud y el bienestar



Carl Rohde

- Durante la última década el Prof. dr. Carl Rohde ocupó cátedras de Previsión de Futuro e Innovación en Shanghai (Instituto de Tecnología), Barcelona (escuela de hostelería EUHT Sant Pol) y Países Bajos (Academia de Industrias Creativas).
- Ha desarrollado una metodología para realizar una observación de tendencias validada, con un ejército de cazadores geniales en todo el mundo.
- Lleva a cabo proyectos continuos de previsión futura en fitness y salud, hostelería, lujo, alimentación y marketing digital.
- Durante la última década colaboró con 54 universidades en cuatro continentes y con un ejército de unos 10.000 Cool Hunters.
- Es un orador principal internacional.
- Cuenta con una selección de clientes/socios a lo largo del tiempo (dentro del ámbito del fitness y la salud): Nike, Footlocker, Unilever, Europe Active (Colonia, Shanghai), Life Fitness.
- Lleva a cabo una serie continua de entrevistas con líderes de opinión internacionales en fitness y salud (150) y hostelería (80). Todo a nivel (sub)CEO-suite.
- Autor de contenidos en Gym Factory desde 2024



Jose Luis Gómez Calvo

- Director de seguridad.
- Analista de riesgos.
- Experto en Planes de seguridad para instalaciones, actividades y eventos deportivos.
- Auditor de seguridad de instalaciones deportivas.
- Experto en planes y simulacros de evacuación por emergencia
- Docente en diversos Master y Cursos Superiores universitarios
- Autor de varios libros y artículos sobre seguridad.
- Conferenciante.
- Analista de sucesos de seguridad en programas de televisión.



Tere Luque

- Fundadora de Tere Luque Consulting, consultoría estratégica para proyectos de fitness y wellness.
- Fundadora de Fitness by Tes e Infinity Ride TV, implantado este último en más de 20 centros deportivos.
- Dirección comercial y dirección técnica en QSport Terrassa - Quirós Granados Sport.
- Desarrollo comercial y producto fitness en Beat Programmes / Synergym.
- Key Account Manager nacional en Bodytone.
- Fitness Manager en Q Wellness - Quirós Sport Sabadell.
- Máster formadora de ciclo indoor en Life Fitness.
- Autora del informe estratégico Urban Longevity Club - Mapa de una categoría emergente.
- Creadora de la metodología Experience & Business Method.
- Más de 30 años de trayectoria en el sector del fitness.
- tereluque.com/informe-urbanlongevityclub



Manel Valcarce

- Doctor en Actividad Física y Deporte, mención en Gestión Deportiva.
- Licenciado en Educación Física.
- Máster en Administración y Dirección del Deporte.
- Diplomado en Ciencias Empresariales.
- Director Gerente Valgo. Colegiado 8709.
- www.manelvalcarce.com

asociaciones

Asociación de Empresarios del Deporte de Andalucía (AEDA)
C/ Granada 3, 4ª planta 41001 Sevilla - Tel. 645429814 - <http://aeda-andalucia.es> - administracion@aeda-andalucia.es

AFYDAD (BMC) - Ronda Maials, 1 - Oficina 116-118 - 08192 Sant Quirze del Vallès (Barcelona) Spain - www.afydad.com

Asoc. Española de Bronceado (A.E.B.) - C/ Aribau, 225 entresuelo 1º - 08021 - Barcelona - Tel. 902170652 - Fax: 92008676 - www.aeb-asociacion.com

Asociación Española de Ciclismo Indoor (AECI) - C/ San Juan de Sahagún, 17 B - 24007 - León - Tel. 987236259 - fercalabazo@hotmail.com

LES MILLS Asociación española de fitness y aeróbic AEFA - C/ Inmaculada nº 23 - 08017 Barcelona - Marcos: LES MILLS, B.T.S.

Asociación Española de lucha contra el fuego (Asell) - C/ Escalona, 61, 1º Puerta 13/14 - 28024 Madrid - Tel. 915216964 - Fax: 915215815 - administracion@asell.com

Asoc. Española de Wellness y Spa - c/ Arie, n.º 21, 4º A - 28033 - Madrid - Tel. 913 81 46 76 - www.balneariosurbanos.es

Asociación Nacional de Entrenadores de Pilates - Avda. Cortes Valencianas, 8-Tf. 963447300 - 46015 Valencia - www.anepilates.com

Asoc. Española de Pilates Tai Chi y Qigong (AEPICQ) - Con más de 20 delegaciones en España. C/ Arce, 4 - 3ºB - 28100 - Alcobendas (Madrid) - Tel. 609024856 - alfredomaya73@yahoo.es

Asoc. Española Fisioterapia en el Deporte (AEFIDEP) - Conde de Peñalver, 38 - 2ª dcha. - 28006 Madrid - Tel. 91 401 1136 - info@aefi.net - www.aefi.net

Asociación para el registro español de profesionales del Fitness (Enssap) - Barcelona - Tel. 689715741 - ivan@ivanmaldonado.es

Asoc. Madrileña Empresarios Servicios Deportivos (ASCOMED) - c/ Diego de León, 58 - 1º izq. - 28006 - Madrid - Tel. 914322974 - Fax: 914350976 - info@asomed.es

clases colectivas

Sistema ABE C/ Cigarreros 3 - 28005 Madrid - Tel. 910117029 - www.sistemaabe.es - info@sistemaabe.es

Inteligim TV PRO (Inteligim. TV) - C/ Caspe, 126 entlo 4º - 08013 - Barcelona - Tel. 932659070 - Fax: 932654635 - jose@inteligim.tv

complementos y accesorios deportivos

AEROBIC FITNESS Aerobic and Fitness (Bosu, O'live, TheraBand, Flowin) - C/ Narcís Monturiol, s/n Pol.Ind. Sables II - 08253 - Sant Salvador de Guardiola (Barcelona) - Tel. 938355950 - Fax: 938355954 - marketing@aerobicfitness.com - www.aerobicfitness.com

Byomedic System, S.L.U. (Byomedic) - C/ Ripoll, 80, local - 08210 - Barberá del Vallès - Barcelona - Tel.: 93 730 67 32 - Móvil: 666 439 719 - Móvil: 636 508 323 - byomedic@byomedicsystem.es - www.byomedicsystem.es - www.vibalance.com - mastercedede.com

CetarCompex (CetarCompex) - Avda. Cornellà, 144 - 1º - 4 - 08950 - Espinlles de Llobregat - Barcelona - Tel. 934 803 202 - Fax: 934733667 - marketing.spain@daglobal.com

Coverfit - C/ta. Lora s/n Venta Cavillo - 30400 - Caravaca (Murcia) - Tel. 968728702 - Fax: 969728702 - info@coverfit.es

Inteligim TV PRO (Inteligim. TV) - C/ Caspe, 126 entlo 4º - 08013 - Barcelona - Tel. 932659070 - Fax: 932654635 - jose@inteligim.tv

Daedo International (Daedo) - C/ Balmes, 55 bajo - 08007 - Barcelona - Tel. 934512308 - Fax: 933230968 - daedo@daedo.com

Dafren Via Nazionale, 14b - 33010 Magnano in Riviera (UD) - Italia - Tel: (+34) 0432671714 - info@dafren.es - www.dafren.es

Easy Motion Skin España SL - Camí deni Xabia s/n 03700 Denia - Alicante - Tel: 647988790 - www.easymotionsskin.es - linabasic@yahoo.es

trendingfit - C/ta. Berain (Navarra) - Tel. 948310791 - Fax: 948317352 - info@elirapilates.com

F&H Fitness (F & H Fitness) - Plaza Libertad, 4 - 12540 - Vilareal (Castellón) - Tel.: 964538447 - Fax: 964526604 - fh@fhfitness.com - www.fhfitness.com

Five Fingers C/ De La Mora, 12 - Pol. Ind. Granland - 08918 Badalona - Barcelona - Tel: 933004600 - www.vipersport.com - guillemsolsona@psksport.com

Fuji Mae, SL (Fuji Mae) - Con Albareda, 57 (Pol. Ind. El Congost) 08760 Martorell - Barcelona - Tel: (+34) 93 775 04 33 - info@fuji.mae.com - www.fuji.mae.com/

Golplanet Camí Vell de Sineu, Km 10, 07198 Palma, Illes Balears - Tel: +34636028543 - angel.clubmaker@hotmail.com

Jumpfit C/ Laskorain, 3 - 20400 Tolosa - Tel: 662952307 - www.jumpfit.es - info@jumpfit.es

Laguna Sport (Gamaspot, Laguna Sport, Top Ring) Pol. Ind. El Raposol II San Fluchos, Parc. 60 - 26580 - Arnedo (La Rioja) - Tel. 941385013 - Fax: 941385014 - info@lagunasport.com

Leisis (Akkua, Decoplastic, Hydro-Tone) - Polígono Industrial de Carrer de les Foies, 11, Nave 3, 46669 Sant Joanet (Valencia) - Tel. 962235688 - Fax: 962235688 - leisis@leisis.com

Macario Llorente, S.A. (Cardiosport, Cat) - C/ Tales de Mileto, 2 s/n Pol. Ind. Mapfre - 28806 - Alcalá de Henares - Madrid - Tel. 918873737 - Fax: 918828225 - info@macario.com

MBT (MBT) - C/ Aribau, 275 - 08021 - Barcelona - Tel. 932010289 - Fax: 932010978 - info@es.mbt.com

Myzone - Tel: 615298118 - www.myzonees.com - info@myzone.es

Polar Electro Ibérica (Polar) - Av. Ports D'Europa, 100 1º planta - 08040 - Barcelona - Tel. 935525898 - Fax: 935525899 - info@polariberica.es

Privet (Privet) - c/ Dr. Guiteras, 1 - 08360 - Canet de Mar - Barcelona - Tel. 937506959 - Fax: 937506959 - privet@privet.com

Reactive Sports (Flexi Bar, Reactiva Sports, Xco Trainer) - C/ Piro 38 - 31 - 03110 - Muchamiel (Alicante) - Tel. 916236029 - info@reactivesports.com

Red Wellness SL C/ Isla de Córcega, 63 - Pta. 7 - 46520 Pº Sagunto - www.redwellness.com - info@redwellness.com

Sanluc regalos publicitarios, S.L. C/ Paseo de Bachilleres, 4 - 45003 Toledo - Tel.: 925254487 - Fax: 925253835 - www.sanluc.es - direccion@sanluc.es

Thomas Wellness Group C/ Lanzarote, 13 - Bajo B - 28703 S.S. de los Reyes (Madrid) - Tel. 91 661 76 07 - info@thomas.es - www.thomas.es

Trimsport (Trimsport) - C/ Montesa, 44 local - 28006 - Madrid - Tel. 913090941 - Fax: 914028846 - trimsport@trimsport.com

WAVE (Thomas Wellness Group) - C/ Lanzarote, 13 - Bajo B - 28703 S.S. de los Reyes (Madrid) - Tel. 916617607 - info@thomas.es - www.thomas.es

X-treme (Xtreme) - Pol.Ind. Azque C/ Bolivia, 47 - 28806 - Alcalá de Henares (Madrid) - Tel. 918835733 - Fax: 918835734 - x@xtremefitness.net

consultoría

Ases XXI C/ Arturo Soria, 187, Sótano 2, Pta. 3 - 28043 - Madrid - Tel: 91 515 37 07 - www.ases21.es - Email: info@ases21.es

Chano Jiménez Consultoría C/ Alberto Juzdado 4, Brunete - Madrid - Tel. 626 159 417 - www.chanojimenez.com - info@chanojimenez.com

Elifitpro Avda. Maestro Rodrigo, 13 - 46002 Valencia - Tel: 686141503 - s.nico@elifitpro.info

fit&tee C/ Sagüés 47 - 0802 - Barcelona - www.fitandfeel.es - Email: dani@fitandfeel.es

Lidera Sport Consulting Camino de la Goleta, 2, 3º1-04007, Almería - Tel: 950 092 801 - info@liderasport.com - www.liderasport.com

Lifting Group C/ Vallespir, 19 - 08173 - Sant Cugat del Vallès - Barcelona - Tel: 961168986 // 935878098 - lidial@liftinggroup.com

MH Sport Management Calle de l'Escar nº 26 - 08039 Barcelona - Tfm 617487412 - Mail: mireiaherandez@mhspportmanagement.com - www.mhspportmanagement.com

Unofit Deporte, ocio y gestión Avenida España, 7 - 46138. Rátelbuñal - Valencia - Tel. 96 301 01 05 - www.unofit.com - info@unofit.com

Valgo (Pilatesgo, Deposhop, Training Solution, Deportbook) Calle de la Indulgencia, 12 Local - 28027 - Madrid - Tel. 902 012 571 - Fax: 902 012 572 - valgo@valgo.es

SPD - Provença 505 - 08025 Barcelona - Tel: 934 560 945 - www.gedoformacion.com - info@gedoformacion.com

We did it Marketing SL C/ CRONOS 10, 2, 1º - 28037 Madrid - Tel: 910704406 - www.grupowdl.com

entrenamiento

ALTER G C/ Alcalá, 147 - 2º - 28009 Madrid - Tel: 913616909 - www.lunasolutions.es - pablo@lunasolutions.es

Ensa Sport Avda. de la Industria, 3 - 41960 Gines - Sevilla - Tel: 662358019 - a.verano@ensaesport.com

Entrename SL C/ San Vicente nº 71 pta 4 - 46007 - Valencia - Tel: 900 83 44 71 - www.entrename.me - Email: info@entrename.me

Evolutio - Get Fit Villaviciosa SL Avda. Quijapares, 20 nave 42º - 28670 Villaviciosa de Odón - Madrid - Tel: 911723217

Fitness Renove SL Pol. Ind. Ventorro del Canto, C/ Valdemoro, nº3 - 28925 Madrid - Tel: 916287429 - Fax: 916287425 - www.fitnessrenove.com - Email: fitnessrenove@fitnessrenove.com

Jumping Fitness Pl. Jaizkibel, 9 Bajo - 20160 Lasarte-Oria - Tel: 943 363346 - www.jumpingfitness.es - davidrodriguez@gymssailasarte.com

Tcenter C/ Informática, 6 - 28923 Madrid - Tel: 910569516 - www.tcenter.es - info@tcenter.es

TriB3 Ramirez de Arellano 17 - 7º - 28043 Madrid - Tel: 627116236 - www.trib3.es - rod@trib3.es

Urban Sport Club C/ Principe de Vergara, 112 (Espacio Utopicus) - 28002 Madrid - Tel: 605880999 - www.urbansportclub.com - Email: marc.torres@urbansportclub.com

Wiemspro C/ Jacinto Verdaguer, 11 - local - 29002 Málaga - Tel: 952 643 433 - info@wiemspro.com - www.wiemspro.com

equipamientos

Agüero Madrid - Tel: 653848429 - gustavo@grupoaguero.com

Biologica C/ Francesc Macià, 80 - 08530 La Garriga - Barcelona - Tel: 938718147 - www.biologica.es - Email: biologica@biologica.es

Biomedsalud - Pol. Ind. Noain - Esquiroz, C/H, nº2 - Cf. 215 - 31191 Galar - Tel: 649265292 - www.biomedsalud.com - info@biomedsalud.com

BoxPT Equipment - Rua de Penóves nº206 - Póvoa de Varzim 4490-542 - Portugal - Tel: +351 912144959 - www.boxpt.com - geral@boxpt.com

By Lebron - C/ Julian Camarillo, 47 - 28037 Madrid - Tel: 910712689 - www.bylebron.com - comercial@bylebron.com

Capitan Nugget C/ Camino de la Zarzuela, 13 - 1º izq. - 28023 Madrid - Tel: 915295027 - www.capitannugget.com - Email: info@capitannugget.com

Cardioscan España Fargola, 16 - 08440 - Cardedeu (Barcelona) - Tel.: +34 932 252 843 - www.cardioscan.de

Disdoor c/ Zaragoza, 1 - P.I. Hermanos Andrés - 28970 - Humanes de Madrid - Tel: 916420641 - juan@disdoor.es

Estorem C/ Secoya, 14 - 2ª planta - Oficina D - 28044 - Madrid - Tel: 800 007 230 - info@estorem.es - www.estorem.es

Fitness Deluxe Avda. Madrid, 44 - 28750 - San Agustín de Guadalupe (Madrid) - Tel: 918710577 - info@highqualityfitness.com

myofx **Fitness & Health Solutions** (myofx) Paseo de la Castellana, 259 C, Pl. 18 - 28046 Madrid - Tel: 91 196 60 64 - www.myofx.es - Email: info@myofx.es

Funcore C/ Julivert, s/n - 08860 Barcelona - Tel: 636443695 - www.fun-core.com

Global Relax C/ Avda del Oro, 13 - 45200 Illescas - Toledo - Tel: 902114677 - www.globarela.es - info@ociorela.es

Iondinics C/Av. Antonio Almela 29 - 46250 Alcañada - Valencia - Tel: 960 606 200 - electrolisisterapeutica.com - info@iondinics.com

Isoinercial Paseo de la Castellana 40, 8º - 28046 Madrid - Tel: 914 872 406 - www.isoinercial.com - info@isoinercial.com

Justfit electrofitness C/ Vitoria, 125, bajo - 09006 Burgos - www.justfitpain.es - isanto@midanium.com

Kul Fitness C/Gloria Fuertes, 17 - 4197 - Valencia de la Concepción - Tel: 856152892 - www.kulfitness.com - Com Email: maria.alvarez@kulfitness.com

Kutara Fitness www.kutara.com - trainerc@kutara.com - Tel: 603412983

LPG C/Lagasca, 36 - 2º A - 28001 Madrid - Tel: 872591436 - www.endermologie.es - comunicacion@bring.es

Lymphocell - Qderm Paseo de Arroyos, 10 - 28860 Paracuellos del Jarama - Madrid - Tel: 916253215 - www.qderm.es - Email: apardo@qderm.es

Manufacturas Deportivas Viper, S.A. c/ de la Mora, 12 - P.I. Badalona Sud Grandland - 08918 - Badalona - Barcelona - Tel: 933004600 - viper@vipersport.com

Moype Sport SA C/ Galileo Galilei, 116 - 28930 Madrid - Tel: 915418946 - Fax: 916686414 - www.moype.com - gonzalo@moype.com

ojmar **Ojmar SA** Polígono Industrial Ierun, S/N, 20870 Elgoibar, Gipuzkoa - Tel: 943 74 84 84 - www.ojmar.com - leisure@ojmar.com

Ology S.L. C/ Energía, 16 - 08940 Cornellà de Llobregat - Barcelona - Tel: 933777252 - www.ology.es - comercial@ology.es

Poinertial C/Castamar Ctra. N-11, 642 - 08349 Cabrera de Mar - Barcelona - Tel: 930028433 - www.poinertial.com - info@poinertial.com

Radical Fitness Avenida del Guix, 2, 08915 Badalona, Barcelona - Tel: 676 87 14 48 - info@poinertial.com - www.poinertial.com

Runonfit training center - Glorieta Europa, 2 - 28830 - San Fernando de Henares (Madrid) - Tel: 916217820 - www.runonfit.com - hola@runonfit.com

Senso Pro Trainer Avda. Alcalde J. Ramirez Behencourt, 6 - 35003 Las Palmas de Gran Canaria - Tel: 928369315 - www.sensorprotrainer.ch - sensorpro.spain@gmail.com

Shopping pilates Avenida del Regne de València, 100 - 46006 Valencia - Tel: 963717737 - www.shoppingpilates.com - info@shoppingpilates.com

Ski Simulator Carretera de la Provincia N. 1482 - 33203 - Gijón - Asturias - Tel: 649458454 - skiscristino@skisimulator.es

Slim Belly Valentín Linhof Strasse, 8 - 81829 Munich - Alemania - Tel: 699339615 - www.slim-belly.com/es - Email: ec@greinwulder.com

SLIM SONIC **Slim Sonic Spain** C/ Menéndez Pelayo, 39 B - 39600 Santander - Tel: 942 253 311 - 609 854 970 - www.guimpro.es - info@guimpro.es

Spacewheel Corso Indipendenza 31 - 10086 - Rivaloro Canavese - Italia - Tel: 3463646632 - www.spacewheel.it - info@spacewheel.it

Swimsuit Dryer Iberica SL C/ Dr. Roux 32, bajos 1º - 08017 Barcelona - Tel: +34 676992795 - www.swimsuitdryer.es - Email: info@swimsuitdryer.es

Tech-Best Fitness c/ Oriente, 22 - 28220 - Majadahonda - Madrid - Tel: 911996881 - frs@techbestfitness.com

Tecnolop C/ Julio Palacios, 13 - 10ºG - 28029 Madrid - Tel: 658509907 - www.tecnolop.es - Email: info@tecnolop.es

Topsec Iberia C/Arbolea, 14 - 8031 Madrid - Tel: 900373296 - www.topsec-equipment.com/es - Email: c.garcia@topsec.fr

Toxic Workout C/ Alcanar, 6 Entlo. - 12004 Castellón - Tel: 627979069 - www.toxicworkout.es - urbanstressedesign2016@gmail.com

Trotec España Avda. de la Industria, 85 - 28970 - Humanes - Madrid - Tel: 911873490 - info@trotec.com

United Fusion Avda. de la Retomas, 9 - 45950 Casarrubios del Monte - Tel: 916419092 - Fax: 911412668 - www.unitedfusion.es - Email: unitedfusion@hotmail.es

Vacu Activ Reja 43/1 - 76-2000 Slupsk - Polonia - Tel/Fax: +48 59 843 43 43 - www.vacuactiv.pl - Email: info@vacuactiv.pl

Visionbody SL C/ Ilucmajor, 75 - 07006 Palma de Mallorca - Tel: 871180045 - www.visionbody.com - espana@visionbody.com

Waterform - International Development 19 rue Maurice Ravel - 25200 Montbéliard - FRANCE - Tel: +33 3 81 90 56 56 - Fax: +33 3 81 90 59 67 - www.waterformellipses.com - benjamin@waterform.com

Wienspro Calle Jacinto Verdaguer, 11, 29002 - Málaga - Tel: 952 643 433 - info@wienspro.com - www.wienspro.com

World Jumping S.R.O. C/ Calle Camerún 4 - 28907 Madrid - Tel: +34 622 182 360 / +34 675 816 150 - www.worldjumping.com - info@worldjumping.com / espana@worldjumping.com

federaciones deportivas

Federación de Fisicoculturismo y Fitness en la Comunidad de Madrid (FFCM) - Paseo de la Chopera, 84 - 28100 - Alcobendas [Madrid] - Tel: 916616220 - Fax: 912293841 - www.iffm-madrid.com

Federación Española de Aeróbic y Fitness (FEDA) - C/ Doctor Esquerdo, 105. Despacho 5. [28007] MADRID - Tel: 91 400 96 46 / 644 10 20 90 - feda@feda.net - www.feda.es

Federación Española de Entrenadores personales y Fitness (FEFPF) - Avda. Los Almerindos, 220º. Campolivar - 46110 Godella Valencia. Tel: 961197022 - info@feepf.com

Federación Española de Fisicoculturismo y Fitness (FEFF) - C/ Pirineos, 22 - 08397 - Pineda de Mar [Barcelona] - Tel: 937664058 - Fax: 937664059 - www.fibspain.com

Federación Española de Halterofilia (FEH) - C/Numancia, 2 - Local T-28039 Madrid - Tel: 914594224 - Fax: 914502802 - www.fedehalter.org

Federación Española de Kickboxing (FEK) - Polígono de Urinosa, Calle de los Pintores 2, 28922 Alcorcón, Madrid - Tel: 91 616981 - fekm.secretaria@gmail.com - www.fekm.es

Federación Española de Lucha (FEL) - C/ Amos de Escalante, 12 bajo - 28017 - Madrid - Tel: 914061666 - Fax: 914061675 - www.telucha.com

Federación Española de Pilates (FEPTC) - Con más de 20 delegaciones en España. C/ Arce, 4 - 3ºB - 28100 - Alcobendas [Madrid] - Tel: 609024856 - www.federacionespanolapilates.com

Federación Española de Taekwondo (FET) - C/ Alvarado 16 - 03009 Alicante - Tel: 965370063 - presidente@fetkwondo.net - www.fetkwondo.net

Federación Madrileña de Gimnasia (FMG) - C/ Arroyo del Olivar, 49 - 1º - 28018 Madrid - Tel: 917251649 - Fax: 915583838 - informa@fmginmasia.com

Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas (FNEID) - C/ Diego de León, 58 - 1º Izq. - 28006 Madrid - Tel: 914322974 - Fax: 914350976 - info@fneid.es

FEM: Federación Española de Murguero - C/ Alfonso XII, 92 - C/P 08006 - Barcelona - Tel: 656 375 444

Real Federación Española de Gimnasia (RFEFG) - C/ Ferraz, 16 - 7º dcha - 28008 - Madrid - Tel: 915401078 - Fax: 915400990 - www.rfeimgimnasia.com

Real Federación Española de Judo y D.A. (RFEJDA) - C/ Ferraz, 16 - 28008 - Madrid - Tel: 915594876 - Fax: 915476139 - www.rfejudo.com

Real Federación Española de Karate y D.A. (RFEKDA) - Vicente Muzas, 4 - Entreplanta - MADRID 28043 - Tel: 91 5359587 - Fax: 91 5345490 - www.rfek.es - rfek@rfek.es

Real Federación Española de Natación (RFEN) - C/ Juan Esplandiú, 1 - 28007 - Madrid - Tel: 915572006 - Fax: 914097062 - www.rfen.es

Shark Boxing Equipment (Shark and Munich) - Avd. Josep Torredellas, 267 - 08901 - Hospital del Llobregat [Barcelona] - Tel: 932601219 - Fax: 934744488 - info@sharkboxing.com

WAMAI: Wols Amateur Martial Arts Carrer Vic, 22, 08006 Barcelona - Tel: +34 656 37 54 44 - info@wamai.net

formación

ADEF Deportiva (Gestión y Servicios Deportivos Andaluces) - Avenida Pío Baroja, 8 - 29017 Málaga - Tel: 952398168 - Fax: 952072188 - adefdeportiva@gmail.com

AEMA (AEMA) - C/ Montes, 44 local - 28006 - Madrid - Tel: 914023474 - Fax: 914028846 - aema@trimsport.com

Aerobic & Fitness (Aerobic & Fitness) - c/ Narcís Monturiol, s/n Pl. Saleses II - 08253 - Sant Salvador de Guardiola [Barcelona] - Tel: 938355950 - Fax: 938355954 - marketing@aerobicfitness.com - www.aerobicfitnessformacion.com

Anel Formación de Técnicos del Fitness (ANEF) - Carrer de Gelabert, 44, 08029 Barcelona - Tel: 934211812 - info@anelad.com - www.anelad.com

APECED (Asociación Profesional Española de Centros de Enseñanza Deportiva) - Paseo de la Chopera, 84, 28100 - Alcobendas - MADRID - Tls: 916616220 - 912293841 - 687449479 - info@apeced.es - www.apeced.es

Apta Vital Sport - Avda. Cortes Valencianas, 6-Tlf. 96 395 00 76 - 46015 Valencia www.aptvats.com

Asociación española de fitness y aeróbic AEFA - C/ Inmaculada nº 23 - 08017 Barcelona - Marcas: LES MILLS, BTS

Ballet Fit - C/ Maestro Ripoll, 9 - 28006 Madrid - info@balletfit.es

BIKECONTROL (Bikecontrol Trading, S.L.) - Pol. Ind. Poec Vial C parcela 15 - 17251 - Calonge [Girona] - Tel: 972 653 707 - Fax: 972 650 057 - info@bikecontrolcycling.com

Col. lectu d'Esport per a Tothom 10 [Cat 10] - Rambla Guipúzcoa, 2325 baixos, 3 - 08018 - Barcelona - Tel: 932783135 - Fax: 933055062 - administracio@ceel10.org

CORE (Star trac, Nautilus, StairMaster, Schwinn) - C/ Fructuós Gelabert 6 - Sant Joan Despí - 08970 Barcelona - Tel: 934808540 - Fax: 932809989 - www.corehealthandfitness.com - info_spain@corehandi.com

Embarazo Activo - Formaciones Profesionales y licencias para centros fitness y de salud. Aval Internacional ACSM - AFAA - NASM. formaciones@embarazoactivo.com - www.embarazoactivo.com

EFAD - Escuela de Formación Abierta del Deporte. c/ Violeta Parra, 9 - 50015 Zaragoza - Tel: 976700660 / 900922288 - ccabra@estudiosabiertos.com

equilibrium (Equilibrium Pilates Method) - C/ Santa Catalina, 3 bajo - 20004 - San Sebastián [Guipúzcoa] - Tel: 943426900 - info@equilibriumpilates.net

Escola Universitària Formativ Barcelona - 66 Passeig de Gràcia // Passeig de Gràcia, 71 - 08007 - Barcelona - Tel: 932156800 - formativ@formativbarcelona.com

ESIC - Camino Valdegrados, s/n - 28223 - Pozuelo de Alarcón - Madrid - 914524100 - jacobo.caballero@esic.edu

Escuela Nacional Bio Natura - C/ Virgen de Loreto, 4 - 41011 - Sevilla - Tel: 955683999 - Fax: 954271417 - info@bio-natura.net

Euroinnova Business School - P. I. La Ermita, c/ Abeto, Ed. "Centro Empresas Granada" Secretaría: Oficinas 1 y 1D (Fase II) - 18230 - Atarfe Granada - Tel: 95805020 - formacion@euroinnova.com

Federación Española de Aeróbic y Fitness (FEPTC) - Con más de 20 delegaciones en España. C/ Arce, 4 - 3ºB - 28100 - Alcobendas [Madrid] - Tel: 609024856 - www.federacionespanolapilates.com

Fitconcept Pro Tel: 622001791 - ernestocostea@gmail.com

Fit4Life C/ Del Mig, 3 - Pol. Ind. Pla d'en Coll - 08110 - Montcada i Reixac - Barcelona - Tel: 935948063 - formacion@fit4life.es

Fitness Coaching (Coaching aplicado a profesionales del sector del Fitness) - Avd. Político Jorge Vigón 22 - Entreplanta, despacho 4 - 26003 Logroño [La Rioja] - Tel: 941 037 984 / 676 460 009 - info@coachingcamp.es - www.coachingcamp.es

FIVESTARS **FIVESTARS International graduate school** Calle Juan Martínez Montañés nº2 - 29004 - Málaga - Tel: (+34) 951 70 40 70 - info@fivestarsfitness.com - www.fivestarsfitness.com

Fundación Pilates (Fundación Pilates) - c/ Fco. Zea, 4 - 28028 - Madrid - Tel: 917011591 - Fax: 917011592 - fundacion@fundacionpilates.org

Ges Formación C/ Enrique Granados, 2 - 18210 - Peligros - Granada - Tel: 958402095 - david@gestformacion.com

IFBB (Curso de Entrenador Personal) C/ Dublin, 391 Centro Empresarial Europolis 28232 Las Rozas [Madrid] - Tel: 915352819 - Fax: 916361270 - marketing@stantonia.com

I Job Fitness C/ Plaza del Toro, 1 - 28760 Tres Cantos - Madrid - Tel: 607141587 - www.ijobfitness.com - info@ijobfitness.com

IMF Business School c/ Bernardino Obregón, 25 - 28012 - Madrid - Tel: 913645157 - Ext. 1204 - jpolo@imf.com

Instituto Isaf (Isaf) - C/ Octavio Vicent Escultor nº3 bajo, esquina Av. Padre Tomás Montañana - 46023 - Valencia - Tel: 961096820 - Fax: 961096820 - info@institutoisaf.com

Jumpfit C/ Laskorain, 3 - 20400 Tolosa - Tel: 662952307 - www.jumpfit.es - info@jumpfit.es

Jumpie **Jumpie By Aerower** C/ Alfaz del Pi, 14, 03530 La Nucia - Alicante - Tel: [34] 966 895 967 - aerower@jumpie.com - jumpiebyaerower.com

Life Santé (Life Santé) - c/ Arquitectura, 5-4º - 41015 - Sevilla - Tel: 902014118 - info@life-sante.com

Management Around Sports Calle Segundo Mata, 1 - 28224 Pozuelo de Alarcón, Madrid - Telf.: 91 137 35 55 - marketing@masenweb.com - www.masenweb.com

MPG - Marketing para Gimnasios Avda. Boucay, 9 - Montilla - Córdoba - Tel: 640257826 // 630744086 - mario@marketingparagimnasios.com

MRC International Training (MRC International Training) - C/ Carlos Vélaz Arascues, 7 - 28023 - Aravaca [Madrid] - Tel: 913079639 - info@mrcitraining.com

Olefit C/ Velázquez, 157 - 1º - 28002 - Madrid - Tel: 629441986

Orthos (Orthos) - Rambla de Fabra i Puig 47, Planta 3ª - 08030 Barcelona - Tel: 932077303 - Fax: 932077967 - comercial@orthos.es

Peak Pilates (Peak Pilates) - C/ Tellerías, 47-49, Locales 10 y 11 - Gavà, 08850 [Barcelona] - Tel: 902300808 - Email: info@pilatesinternacional.com

Pilates Powerhouse (Pilates Powerhouse) - Francesc Macià, 89 local 4 - 08173 - Sant Cugat del Vallés - Barcelona - Tel: 935441694 - Fax: 936748032 - comercial@pilatespowerhouse.es

PIRACLAS (Facultad de Ciencias de la Act. Física y del Deporte) - NEF Madrid - C/ Martín Fierro, 7 - 28040 - Madrid - Tel: 915334602 - congresoprnf@upm.es

SEA (Sector Fitness European Academy) Formación en toda España. - Tel: 966831733 - www.sectorfitness.com / email:academia@sectorfitness.com

Thomas Wellness Group (Mentithew-Stott Pilates) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B - 28.703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email:comercial@spainpilates.com - www.spainpilates.com

UEM (Universidad Europea de Madrid) - C/ Tajo s/n, Urb. El Bosque - 20670 Villaviciosa de Odón - Madrid - Tel: 912115234 - www.uem.es

Unisport Management School Avda. Ernest Lluch, 32 - TCM2 - 08302 - Mataró - Barcelona - Tel: 937021961 - comunicacion@unisport.es

Valgo (Pilatesgo, Deporshop, Training Solution, Deporback) Calle de la Indulgencia, 12 Local - 28027 - Madrid - Tel: 902 012 571 - Fax: 902 012 572 - valgo@valgo.es

rms (Wellnes & Sport Consulting) - c/ Provenza, 505 - 08025 - Barcelona - Tel: 934560945 - www.wscconsulting.net

Zumba Fitness S.L. [800 Silks Run Suite 2310 - 33009 Hollandale, FL - United States - Tel: 954 - 526 7979 - Fax: 954 - 241 6828 - www.zumba.com - Email: support@zumba.com

gestión, control de acceso y software

i2A Cronos (i2A Cronos) - C/Fuenteventura, 4 of.0.3 - 28703 - S. Seb. Reyes [Madrid] - Tel: 918046138 - Fax: 918033016 - info@i2a.es

Accesos y Comunicaciones, S.L. [Avizor] - Alarazanas, 7 - 04002 - Almería - Tel: 950280290 - Fax: 950272008 - info@avizor.info

AGMSOFT Consulting Avenida Madariaga, Nº 1, 2º, Dpto 2 - 48014 Bilbao [Bizkaia] - Tel: +34 94 475 19 10 - Fax: +34 94 475 89 14 - agmssoft@agmssoft.biz

Aguero Madrid - Tel: 653848429 - gustavo@grupoaquero.com

ASV-Software (Asv-Software) - Cristo, 12 - 14001 - Córdoba - Tel: 607502258 - Fax: 957485671 - comercial@asvgymnasios.com

Aysa Facility Services C/Reactor Triadó, 52 - 08014 Barcelona - Tel: 934511214 - Fax: 934513191 - www.aysa.com - Email: enrich@aysa.com

Bizneo Avda. de Burgos, 12 - 6ª - 28036 Madrid - Tel: 914159606 - larena.cianculli@bizneo.com

Esportier Ed. Insur - C/ Albert Einstein, s/n - 1ª planta - Vodafone Smart Center - 41092 - Sevilla - Tel: 966216521 - comunicacion@esportier.com

Fitcloud Tel: 606907377 - www.fitcloud.es - info@fitcloud.es

Fitness & Health Academy S.L. - Citra Real 2, 08960 Sant Just Desvern [Barcelona] - info@bytetrainer.com - www.bytetrainer.com

Gpasoft, S.L. (Gpasoft) - c/ General Prim, 3 - 08940 - Cornellà de Llobregat [Barcelona] - Tel: 934740049 - Fax: 934750228 - info@gpasoft.com

Id.sys Internacional (Zebra Card) - La Granja, 82 - 3ºpl. - 28108 - Alcobendas [Madrid] - Tel: 917444460 - Fax: 915197213 - comercial@idsys.es

Informatica Sport, S.L. (Infosport) - St. Antoni Mº Claret, 520-522 - 08027 - Barcelona - Tel: 934764570 - Fax: 934764571 - infosport@infosport.es

Innplay Soluciones Sigilo SL Rua Piscina nº6 bajo - Oleiros Acoruña - Tel: 636 480 664 - info@innplay.tv - innplay.tv

Inzacard, S.L. (Inzacard) - C/ Caravís, 38 50197 - Zaragoza - Tel: 976 740 201 - comercial@inzacard.com - inzacard.com

KnowHowGr C/ Monserrat Roig, 2 - 08310 Argentona - Barcelona - Tel: 665308821 - www.knowhowgr.com - info@knowhowgr.com

Mundiscan Tecnología (Mundiscan Tecnología) - Gran Vía Marqués del Turia, 49 - 5º-6º - 46005 - Valencia - Fax: 963393264 - jorge@mundiscan.com

Nubapp Applications S.L. C/ Madres de la Plaza de Mayo, 44 Oficina 5.2 - 31013 Arica - Navarra - Tel: 948368138 - nubapp@nubapp.com

Softsport (Inditir, Softsport) - Pol. Ind. Vicente Antolinos, Calle C, Parcela 17, Nave 2 - 30140 - Santomera [Murcia] - Tel: 902 46 55 46 - Fax: 968 37 92 17 - info@softsport.es

Ojmar SA Polígono Industrial Lerun, S/N, 20870 Elgoibar, Gipuzkoa - Tel: 943 74 84 84 - www.ojmar.com - leisure@ojmar.com

Omese Informática, S.L. (Fingerscan V20, Biotouch y Siteco) - Paseo de la Julia, 3 - entrepl. - 34002 - Palencia - Tel: 979710464 - Fax: 979710584 - info@omese.es

Perfect Gym C/ Huerta de La Sacedilla 4-10 - 28220 Madrid - Tel: 622 633 609 - m.garrido@perfectgym.com - www.perfectgym.es

Prospert Distribuciones (GPA Sport) - C/ San Oliva, 5 - 07004 - Palma de Mallorca [Islas Baleares] - Tel: 871947906 - Fax: 871947906 - info@prospertdistribuciones.es

PROVISPORT (Provisport) C/ Doctor Iranzo, 4 Local - 50013 Zaragoza - Tel: 976416614 - Fax: 902955058 - www.provis.es - Email: administracion@provis.es

Slim Pay Pº de la Castellana, 43 - 28046 - Madrid - Tel: 919032430 - www.slimpay.com - Email: mtiasgray@slimpay.com

Sport & Consulting (Argusa, Gesfitness) - Parque Tecnológico de Boecillo - 47151 - Boecillo [Valadolid] - Tel: 983133103 - Fax: 983133105 - informacion@sportconsulting.info

TD Entrenamiento y Salud, S.L. (TD Sistemas) - c/ Pajaritos, 25 - 29009 - Málaga - Tel: 902102851 - Fax: 952072011 - info@tdsistemas.es

Tecnoidentia C/ Prolongación Calle Madrid 1 - 28231 Las Rozas - Madrid - Tel: 916 39 74 61 - www.tecnoidentia.com - comercial@tecnoidentia.com

Telegim TV PRO (Telegim TV) - C/ Caspe, 126 entlo 4º - 08013 - Barcelona - Tel: 932659070 - Fax: 932654635 - jose@telegim.tv

T-Innova Ingeniería Aplicada S.A. (T-Innova) Ronda Can Rabadà, 2-Planta 4º Edificio "Logic" 08860 Castelldefels (Barcelona) - Tel: 902 678 900 - Fax: 936 365 372 - www.tinnova.com - info@tinnova.com

Trainingym C/ de la Goleta, s/n - Ed. La Celulosa, 1 - Local Izda - 04007 - Almería - Tel: 911255677 - rafa.martos@trainingym.com

Valte Investment S.L. C/ Camino de los Sastres, 2, 3 - dcha - 14004 - Córdoba - Tel: 670468166 - www.ftbe.cloud - Email: info@ftbe.cloud

Virtuagym C/ Oudezjds Achtburgwal, 55-1 - 1012 DB - Amsterdam (Netherlands) - Tel: +31 (0) 20 716 5216 - www.virtuagym.com - info@virtuagym.com

Vitale S.L. C/ Atarabia, 17 bajo - 31610 Villava - Tel: 948066966 - www.myvitale.com - asier@myvitale.com

mantenimiento y limpiezas

Arges Fitness P.L. La Bastida, C - 1413g, Nave 6 bis - 08191 Rubí - Barcelona - Tel: 935881089 - saul@argesfitness.com

BCN Servicios de Limpieza Sant Gervasi de Cassoles, 59 - 08022 Barcelona - Tel: 934187174 - contacto@bcnlimpieza.com

i-TEAMSpain Pol. Ind. Montullà C/ Vilalba Reix 4, n°5 - 17162 Besanó - Tel: 902113206 - i-teamglobal.com - guillen@hefter.es

Netsport Limpieza e Higiene Deportiva, S.L. (C/ República Argentina, 58 - 08320 - El Masnou - Tel: 935409200 - Fax: 935132807 - www.netsport.es - netsport@netsport.es

Politi España S.A. Paseo del Ferrocarril, 381 - Polígono Industrial Camí Ral 08850 Gavà (Barcelona) - España - Tel +34 93 633 46 40 - Fax +34 93 638 04 32 - politi.es

maquinaria

Acerosport (Acerosport, Axis Line, Stex International) - Pol. Industrial Campollano c/ F, nave 28 - 02007 - Albacete - Tel: 967606606 - Fax: 967248651 - info@acerosport.com

ADN Professional Equipment, S.L. C/ Pintor Serrano, 19, local, 08860 - Castelldefels - Tel: 93 633 51 82 - www.aedee.net - info@aedee.net

AEMEDI (h/p/cosmos) - c/ Gran Via Corts Catalanes, 718 - 08013 Barcelona - Tel: 934585201 - Fax: 934585748 - info@aemedi gym.es

Aerower Calle Alfaz del Pi, 14, 03530 la Nucia - Alicante - Tel: [34] 966 895 967 - aerower.com - info@aerower.com

Alyvesat Alyvesat S.L. Avda. de la Encina, 25 nave 3 - 28940 Madrid - Tel: 699427767 - www.alvesat.es

BH (BH HiPower) - c/ Zurupitieta, 22 Pl. Ind. Jundiz - 01015 - Vitoria (Álava) - Tel: 945290258 - Fax: 945290049 - marketing@hipowergym.com

Bkool C/ San Joaquín, 3 - 28231 Las Rozas Madrid. Tel: 910149798 - overgara@bkool.com

BIKECONTROL (Bikecontrol Trading, S.L.) - Pol. Ind. Pauc Vial C parcela 15 - 17251 - Calonge (Girona) - Tel: 972 653 707 - Fax: 972 650 057 - info@bikecontrolcycling.com

Body Bike España - www.bodybike.com - bodybike Spain@gmail.com. Tel: 673366528.

BT BODYTONE (Bodytone International Sport S.L.) - C/ Legón, 4 - 30500 Molina de Segura - Murcia - Tel: 968205383 - Fax: 968231854 - info@bodytone.es

Balance Sport System Plaza las Flores, 7 - 5ºD - 30820 Murcia Tel: 665674557 - email: boancesportsystem@gmail.com

Calmera Fitness, C/ Atocha Nº 119, 28012 Madrid. Tel: 91 429 15 42 - www.calmerafitness.com.fitness@calmera.es

Cardgirus, S.L. (Cardgirus) - c/ Hierro, 25 - 28330 - San Martín de la Vega - Madrid - Tel: 916917690 - Fax: 916917057 - sales@cardgirus.com

CORE (Star trac, Noullis, StarMaster, Schwim) - C/ Fructuós Gelabert 6 - Sant Joan Despí - 08970 Barcelona - Tel: 934808540 Fax: 932809989 - www.corehandfitness.com - info_spain@corehand.com

Coygarsport S.L. Fray Enrique Álvarez, s/n. Moreda de Aller 33670 (Asturias) - Tel: 985480934, FAX: 985483065 - www.coygarsport.com, fitness@coygarsport.com

concept D. E. Vermont, S.A. (Concept 2, Vasa, Trainer, Dr. Lange, Hp Cosmos) - c/ Wiesbaden, 9 - bajo - 20008 - San Sebastián (Gipuzkoa) - Tel: 943313788 - Fax: 943218897 - vermont@vermont2.com

Dogasport, S.L. (True, Body Bike) - Avda. General Mola, 98 - 38007 - Santa Cruz de Tenerife (Canarias) - Tel: 922200463 - Fax: 922200791 - info@dogasport.com

Dreamgym Fitness S.L. (Pol. Ind. El Pastoret - C/ Andalucía, 8 - 03640 Monóvar (Alicante) - Tel/ Fax 96 547 13 21 - informacion@dreamgym.es - www.dreamgym.es

E G Y M EGYM GMBH Sucursal en España. C/ Juan de la Cierva y Codorniu, 27 - 46980 - Valencia - es-sales@egym.com - https://egym.com/es - Tel +34 626 034 111

Equidesa (Equidesa) - C/ de Murcia, km 15 - 30591 - Balsicas (Murcia) - Tel: 968580203 - Fax: 968580461 - equidesa@equidesa.com 964538447 - Fax: 964526604 - fh@fhfitness.com - www.fhfitness.com

F&H Fitness (Freemotion) - Plaza Libertad, 4 - 12540 - Vilorel (Castellón) - Tel: 964538447 - Fax: 964526604 - fh@fhfitness.com - www.fhfitness.com

Fitallite (Stages Cycling, Aplitit, gym80, Freemotion, FFITTECH, Fit3D, Octane, True, Torque Fitness, etc...) C/ Del Mig, 3 - Pol. Ind. Pla d'en Coll - 08110 - Montcada i Reixac - Barcelona - Tel: 935948063 - Fax: 935943897 - info@fitallite.es

Fitland S.L. (Fabrica de máquinas musculación, cardio y accesorios) - C/ Prosperidad, 16, 41720 Los Palacios y Villanueva, Sevilla - Tel: 955819323 - Fax: 955812101 - informacion@fitland.es

Fitness Digital Fitnessbit S.L. - Avda. De los Olmos, 1 Edif. Inbisa D4 Of. 015 - 01013 Alava - Tel: 945011043 - info@fitnessdigital.com

Fitshop Iberica SLU. C/ Joaquín Molins, 5 - 4º - Puerta 2 - 08028 Barcelona - Tel: 911239029 - info@fitshop.es - www.fitshop.es

Fitsport bcn, S.L. (Fitsport, Copu Ray) - c/ Navas de Tolosa, 283-287 local 10 - 08026 - Barcelona - Tel: 933497729 - Fax: 933409274 - info@fitsport.es

Fitness Technology SL. C/ Partida Albardanera, 29A, 3750 Egner - Tel: 965761880 - www.mha-bodytec.com - info@finesstechnology.es

FITECH Fun & Fitness Lda: Urbanización Valrio, Lote1 - Videmoinhos - 3510431 Viseu - Portugal. Tel/Fax: 03510232412003 - www.fitness.es - www.fitech.com - ventas@fitness.es

Gym80 Nosolofitness S.L. GYM80 - C/ Alcalá nº 690 - 28022 Madrid

(Contact) - C/ra. Puebla de Farnals al Puig s/n - nave 1 y 2 - 46540 - El Puig (Valencia) - Tel: 961472657 - Fax: 961472657 - ventas@grupocontact.com

Indoor Walking (Indoor Walking) - Avda Cornellà, 144 5º-3ª Edif. Lekla - 08950 - Espulgues de Llobregat (Barcelona) - Tel: 934802216 - Fax: 934802566 - eas@telefonica.net

Inter- Vap Europa, S.L.U. (Intervap Exe) - P. I. Tejerías Norte c/ Los Huertos, s/n - 26500 - Calahorra (La Rioja) - Tel: 941145410 - Fax: 941146996 - intervap@intervap.com

MATRIX (Johnson, Matrix, Horizon y Visión) - Strong • Smart • Beautiful - Avenida del Sol nº 8-10 - 28850 - Torrejón de Ardoz (Madrid) - Tel: 914885525 - Fax: 9148855422 - info@jht.es

Kettler (Kettler) - Terracina, 12 - Pol. Pla-Za - 50197 - Zaragoza - Tel: 976460900 - Fax: 976322453 - kettler@bmsportech.es

Life Fitness-Brunswick Iberica, S.A. (Life Fitness, Hammer, strength, Lemon) - c/ Frederic Mompou, 51º-1 - 08960 - Sant Just Desvern (Barcelona) - Tel: 900505741 - Fax: 936724670 - info.iberia@life fitness.com

Meinsa, S.L. (Tisone Sport) - Camino Viejo Castellón, Onda, s/n - 12540 - Vilorel (Castellón) - Tel: 964523459 - Fax: 964532929 - info@tisonessport.com

Mygym, S.L. (Vectra Fitness, Waterower, Visión, Colsapa, Level) C/ Espinorejo 1, portal 2, 2º G - 28400 Collado Villalba (Madrid) - Tel: 916407004 - Fax: 916371849 - info@mygym.es

Ortus FITNESS (Ortus Fitness, Jad, Kip Machines) - P. I. VI - c/ L'Altèr, s/n - 46460 - Silla (Valencia) - Tel: 961210120 - Fax: 961210180 - ortus@ortus.com

ETENON Etenon Fitness SLU Paseo del Puerto s/n - 23110 Pegalajar - Jaén - Tel. y fax: +34953284485 - info@etenonfitness.com

PANATTA (Panatta Srl) - Via Madonna della Fonte 3c - 62021 Apri - Italia (MC) - Tel +39 0733 611824 - Fax +39 0733 6137251 - VAT: 01823340433 - www.panattasport.com

Poolbiking SLU - C/ Grecia, 1 - 08700 Igualada (Barcelona) - Tel: 938053412 - www.poolbiking.com - email: ferran@poolbiking.com

IPRECOR (Precor, Cardiotheatre, Wilson, Atomic...) - Parque Negocios Mas Blau II c/ Conca de Barberà, 4-6 - 08820 - El Prat de Llobregat (Barcelona) - Tel: 932625100 - Fax: 932625101 - info@etenonfitness.com - Distribuidor Oficial de Iberia Etenon Fitness

Privel (Emotion Fitness GmbH, Privel) - c/ Dr. Guiteras, 1 - 08360 - Canet de Mar (Barcelona) - Tel: 937506959 - Fax: 937506959 - prive@privel.com

Realleader Fitness - Nº 18 of Aoshan Road, Hightech Development Zone - Xintai City - China - Tel: 0086-538-6838797 - www.realleader.europa.com - Email: danielap@realleader.europa.com

ROCHIT Rochit (Rochit, Trixer, Gravity) - c/ Doctor Gómez Ulla, 14 - 28028 - Madrid - Tel: 902304444 - Fax: 913558699 - info@rochit.com - Distribuidor de Core Health & Fitness

San Katsu (Johnson, Vision Fitness, BH Fitness) - c/ Josep Calvet, 34 2º Pl. Pla d'en Boet - 08302 - Mataró (Barcelona) - Tel: 937984094 - Fax: info@sankatsu.es

SALTER (Salter) - c/ Lluís Millet, 52 - 08950 - Spilgues de Llobregat (Barcelona) - Tel: 933720300 - Fax: 933720900 - sport@salter.es

SHUA Shua Sports CO. LTD Shichun Industrial Park Chidian, Jinjiang City Fujian Province - PC 362212 China

Smarttone C/ra. De la Estación, 22 - 03330 Alicante - Tel: 966292110 - info@nexusrevolution.com

Solaguna, S.L. (Laguna Sport, Top-Ring, Adidas Boxeo) - Avda. Benidorm, 9 - 26580 - Ameda (La Rioja) - Tel: 941385013 - Fax: 941385014 - laguna@lagunasport.com

Sport Enebe, S.L. (Sport Enebe) - C/ Fortuny, 18 - 03009 - Alicante - Tel: 965128003 - Fax: 965171519 - comercial@enebe.com

DKN (DKN Iberica) - Pol. Ind. Rafael Buñol - C/ Cami Cebolla, nº7 - 46138 Rafael Buñol - Valencia - Tel: 961 402 289 - Fax: 961 402 437 - info@dkniberica.es

Tecno Sport (Power Plate, Keiser, Balcad Body, Gym 80, Tanita, Octane) - c/ Del plastic, 1, Pol. Les Guixeres - 08915 - Badalona (Barcelona) - Tel: 932749780 - Fax: 934281070 - info@tecnosport.es - Distribuidor de Realleader

TECHNOGYM (Technogym) - Parc Neg. Mas Blau, I, Edif. Avant BCN, c/ Selva, 12 pl. baja - 08820 - El Prat de Llobregat (Barcelona) - Tel: 902101093 - Fax: 933704736 - informacion@technogym.net

Telju Fitness, S.L. (Innovate, Innovate Strength, Intense, Sapilo) - P. I. c/ Guadalupe, s/n - 45523 - Alcabón (Toledo) - Tel: 925779595 - Fax: 925779597 - comercial@telju.com

Thomas Wellness Group (WAVE, Technogym, Assault Airbike) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

Vipcenter España. www.vipcenter.it - vipcenterpain@gmail.com Tel: 677508458.

WAVE (Thomas Wellness Group) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

X-treme (X-treme, Ergofit, True Fitness) - P. I. Azque, c/ Bolivia, 47 - 28806 - Alcalá de Henares (Madrid) - Tel: 918835733 - Fax: 918835734 - x@xtremefitness.net

máquinas expendedoras

Aldovending, S.L. (Aldovending) - Avda Juan Carlos I, 16 - 30140 - Murcia - Tel: 968864294 - Fax: 968863483

Arbitrade, S.A. (Arbitrade) - C/ De la Prensa, 7 pol. Ind. Zeta - 08150 - Parets del Vallès (Barcelona) - Tel: 935608000 - Fax: 935608091 - info@arbitrade.es

Artidis Ingeniería Industrial S.L. - Máquinas de preparación de batidos de proteínas - Polígono El Escopar c/ E Parcelas 14-16 - 31350 Peralta (Navarra) - Tel y fax: 948 753 360 - www.artidis.net - d.navarro@artidis.net

Automatics Costa, S.L. (Automatics Costa) - Rambla Sant Llorenç, 22 - 17412 - Maçanet de la Selva (Girona) - Tel: 972858479 - Fax: 972858479 - info@vendingcosta.com

Grupo Alliance C/ Prensa, 7. Pol. Ind. Zeta - 08150 - Parets del Vallès - Barcelona - Tel: 900264363 // 935608000 - jcaraque@alliancevending.es

Jofemar, S.A. (Jofemar) - C/ra Maricilla, km.2 - 31350 - Peralta (Navarra) - Tel: 948751212 - Fax: 948750420 - jofemar@jofemar.com

Nexus Machines Pintor Roig i Soler 26 - 08915 - Badalona - Barcelona Tel: 933522291 - www.nexusmachines.net - Email: info@nexusmachines.net

Olevending Madrid SL Carretera Estación, nave 6 - 33429 VelloSiero - Asturias - Tel: 902444001 Fax: 985264953 - www.olevending.es email: emilio@olevending.es

Quintanilla Expendedores (Quintanilla Expendedores) - C/ Tomás Redondo, 1 Edificio Luarca - 28033 - Madrid - Tel: 917644401 - Fax: 913816583 - quintanilla@quintanillaexpendedores.com

Saeco Iberica S.A. - C/ Sant Ferran 34-36 - 08940 Cornellà de Llobregat (Barcelona) Tel: 934740017 Fax: 934740434 saeco. saecoiberica@philips.com

Seferguer, S.L. (Seferguer) - C/ra. de Murcia nº 11 bajo - 30170 Mula (Murcia) - Tel: 902105082 - Fax: 968676982 - seferguer@seferguer.com

Selecta Avenida de la Constitución 210-212 28859 - Torrejón de Ardoz - Madrid - Tel: 916787300 - Opc. 2 - Mkt callcenter.selecta@es.selecta.com

Solostocks - C/ Alcalde Barnils, 64-66 A 4º - 08174 Sant Cugat Del Valles (Barcelona) Tel: 935045605 info@solostocks.com

Top Sec - C/ Silva, 2 - 14 - 28013 - Madrid - Tel: 663946816 - www.topsec.fr/es - Email: n.frankowska@topsec.es

Vending 97 (Vending 97) - Avda de la Industria, 12 Pol.Ind.Guadalupe - 41120 - Gelves (Sevilla) - 955761311

masaje y relajación

Centro Quiropractico Arte - C/ Luchana, 32. 1 exterior izquierda, 28010 Madrid - Tel: 661 81 83 41 - info@artequiropactico.com, www.artequiropactico.com/

Corposalud (Corposalud, Medisana) - San Feliú de Guixols, 5 bajos - 08028 - Barcelona - Tel. 933304818 - Fax: 933304819 - info@corposalud.es

Ems España (EMS España) - Bernardino Obregón, 14 - 28012 - Madrid - Tel. 915289989 - Fax: 915393489 - administracion@emsespana.com

Good Health, S.L. (Vibra Confort) - Antonio Cervera, 87 - 28043 Madrid - Tel. 917600407 - Fax: 917768452 - dayal@vibraconfort.com

Ideal Spa Systems, S.L. (Spa Capsule) - Plaza Ruperto Chapí, 2 - 03001 - Alicante - Tel. 965141809 - Fax: 965632366 - info@idealspasystem.com

InterVap Europa, S.L.U. (InterVap Eke) - Pol. Id. Tejerías Norte, C/ Los Huertos, s/n - 26500 - Calahorra (La Rioja) - Tel. 941145410 / 941135448 - Fax: 941146996 - intervap@intervap.com

Jungshim C/ Eduardo del Palacio, 8 - Planta Baja - Madrid - Tel: 910 887 280 - consultasmadrid@jungshim.org - www.jungshim.org

La Casa del Masajista (La Casa del Masajista) - Pº Juan Antonio Vallejo - Nájera Botos, C.C. Pasillo Verde, 28005 - Madrid - Tel. 915171051 - Fax: 915171052 - www.lacasadelmassajista.com

Muebles Arganda (Muebles Arganda) - Avda de Madrid, 106-108 - 28500 - Arganda (Madrid) - Tel. 918701527 - Fax: 918711649 - info@mueblesarganda.com

Privel (Privel) - c/ Dr. Guiteras, 1 - 08360 - Canet de Mar (Barcelona) - Tel. 937506959 - Fax: 937506959 - privel@privel.com

Spaxión (By Aesth) - Calle Arte nº 21 - 4ª - 28033 Madrid - Tel: 914013325 Fax: 914015689 - info@astabalerias.com

Silax (Silax) - P.I., parc.48 - 47400 - M. del Campo (Valladolid) - Tel. 648274426 - silax@silax.es

Thomas Wellness Group (Starpool Wellness Concept) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B. - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel. 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

WAV-E (Thomas Wellness Group) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B. - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel. 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

medicina deportiva y rehabilitación

Asociación Española Fisioterapia en el Deporte (AEFD) - Apdo de Correos, 54204 - 28080 - Madrid - Tel. 680490844 - Fax: 912244420 - aeefd@yahoo.es

AEMEDI (Cosmos) - Gran Via Corts Catalanes 718 - 08013 Barcelona - Tel. 934585201 - Fax: 934585748 - info@aemedi.com

ALTER G C/ Amado Nervo, 9 - Local 1 bis, 28007 Madrid - Tel: 913616909 - www.lunasolutions.es - pablo@lunasolutions.es

Biologica TM C/ Rosselló nº 18 - 08530 La Garriga (Barcelona) - Tel: 669961461 - www.biologica.es Email: georgina.rpp@dietowin.es

Body Coach (Body Coach) C/ Ripolles, 14 - 43008 - Tarragona - Tel. 977656274 - bodycoach.es@gmail.com

Centro Médico Dynamed - C/ Fernández de la Hoz, 76-3ª - 28003 - Madrid - Tel. 914413159 - http://clinicabretendelosherreros.com

Clinica Vass (Terapias manuales y medicina natural) - Avda. Camino de Santiago, 31 - 28005 Madrid - Tel. 917507807 - Fax: 917507794 - rodrigoferreiros@clinicavass.com

E. Lacalle L, S.L. (Mueller Sports Medicine) - C/ Santa Teresa, 59 - 50006 - Zaragoza - Tel. 976553097 - Fax: 976568326 - informacion@muellel-lacalle.com

Fisio Medica Actual, S.L. (Fisio Medica Actual) - Plaza Sancho Abarca, 2 - 31014 - Navarra - Tel. 948127256 - Fax: 948382337 - ventas@fisio medica.es

Helianthus Medical (Helianthus Medical) - C/ Físicas, 67 Pol. Ind. Urtsina, II - 28923 - Alcorcón (Madrid) - Tel. 916111912 / 902100706 - Fax: 916191519 - import@helianthusmedical.com

Hidrogenada.com C/ Albala, 9D-51 - 28037 - Madrid - Tel: 911.447.675 - www.hidrogenada.com - rafael@hidrogenada.com

Ioniclinics - Avda. Antonio Alameda, 29 - 46250 - Valencia - Tel: 960606200 - www.electrolisoterapeutica.com - contact@ioniclinics.com

Orto Christian (Orto Christian) - Plaza de la Medicina, s/n - 08911 - Badalona (Barcelona) - Tel. 933844651 - info@ortochristian.com

Rehab Medic (Biofreeze, Flexal454, Matform) - C/ Berenguer de Palau, 86-90 - 08027 - Barcelona - Tel. 933527650 - Fax: 933527595 - info@rehabmedic.com

Sanasport (Sanasport) - C/ Lancia, 7 - 1º - 24004 - León - Tel. 987218148 - correo@sanasport.com

Shortes España, S.A. (Shortes, IP) - Ing. Isidoro Clausel, 5 La Juería - 33211 - Gijón-Tremoes (Asturias) - Tel. 985310211 - Fax: 985322813 - shortes@shortes.com

Simove, S.L. (Galileo, Novotec) - Avda del Camino de lo Cortao, 13 nave 6 - 28700 - San Sebastián de los Reyes - Madrid - Tel. 916543932 - Fax: 916543942 - comercial@simove.es

Sports Medicine Products, S.L. (Sports Medicine Products) - C/ León Gil de Palacio, 2 - 28007 - Madrid - Tel. 914348415 - Fax: 915012726

X-treme Fitness (Ergofit) - Pl. Azque C/ Bolivia, 47 - 28806 - Alcalá de Henares (Madrid) - Tel. 918835733 - Fax: 918835734 - x@xtremefitness.net

Zaindu (Zaindu) - C/ Tamaixa, 2 - 20800 - Zarautz (Guipuzcoa) - Tel. 94383355 - Fax: 943890822 - zaindu@zaindu.com

nutrición

AMIX c/ Holanda, 21 Pl. las Maromas - 03160 - Almoradí (Alicante) - Tel. 966 780 814 - Fax: 966780707 - info@amixlevante.es

ASN (BSN, ON, Universal Nutrition, Nutrex, Stacker, Cytosport) - Centro Plaza, oficina 15 - 29660 - Nueva Andalucía (Málaga) - Tel. 954851992 - Fax: 952929609 - info@asn-europa.com

Beverly (Beverly Nutrition) - c/ Parque Ferial, 27, Polígono Urtina - 28923 - Alcorcón (Madrid) - Tel. 916434503 - Fax: 916437055 - beverly@beverly.es

Best Protein, S.L. (Best Protein, Anatomy) - c/ Las Moreras, 19, Pol. Ind. Estruch - 08820 - El Prat de Llobregat (Barcelona) - Tel. 933 704 067 - Fax: 933 704 066 - comercial@bestprotein.com

Big Man Nutrition, S.L. (Big Man) - Cr Callosa de Segura Rafal Km 2 - 03314 El baden-San Bartolome - Orihuela (Alicante) - Tel. 966753435 - Fax: 966752967 - comercial@bigman.es

Bio-Dis España, S.L. (Nature Essential, Sport Nutrition) - Pol. Ind. Majaravique, nave 30D - 41309 - La Rinconada (Sevilla) - Tel. 954900690 - Fax: 954905577 - info@natureessential.com

Bioiberica (Antioactive) - Plaza Francesc Macià, 7 - 08029 - Barcelona - Tel. 934904908 - Fax: 934909711 - cmartinez@bioiberica.com

Biologica TM C/ Rosselló nº 18 - 08530 La Garriga (Barcelona) - Tel: 669961461 - www.biologica.es Email: georgina.rpp@dietowin.es

Bodytone (Ultimate Nutrition, XPro) - Avda. Infante D.J. Manuel, 4 - 30011 - Murcia - Tel. 968205383 - Fax: 968231854 - info@bodytone.es

Crown Sport Nutrition C/ C/RAPOSAL 23 - 26580 - Amedo - Tel: 941129426 - www.crownsportnutrition.com - pol@meatprot.com

Dietbox C/ Tortosa, 60 - 08227 Barcelona - www.dietbox.es - Email: marketing@dietbox.es

Energy Sport (Energy Sport) - c/ Mare de Déu de Port, 265 posterior - 08038 - Barcelona - Tel. 934229700 - Fax: 932964498 - info@energysport.net

FAGE International S.A. 145, Rue du Kiem, 18030 Strassen, Luxembourg - Tel. +352 621 455 575 - home.fage - Alba.Martinez@mail.fage

Goldnutrition S.L. Pº Eduardo Dato, 21 Bajo Derecha - Madrid - 28010 - Tel: 914939424

Helados Giuseppe Ricci Avenida de los Esparteros 14 - Polígono Industrial San José de Valderas - 28918 - Leganés (Madrid) - Tel: 91 642 67 56 - produccion@heladeriaricci.com

Kellogg's (Kellogg's) - Av. de Europa, 19, 28108 Alcobendas, Madrid - Tel: 912 03 86 00

Laboratorios Tegar, S.L. (Tegar Sport) - P. I. Ugaldeguren, 1, Parcela 5 III - nave 1 edif. A - 48170 - Zamudio (Vizcaya) - Tel. 944544200 - Fax: 944543337 - tegar@tegar.com

Masproteina.com (Nutrición deportiva) - Rambla Marinada, 13 - 43712 - Llorens de Penedès - Tarragona - Tel. 651895691 - info@masproteina.com

Maximuscle (Maximuscle) - c/ Del plastic, 1 Pol. Les Guíñeres - 08915 - Badalona (Barcelona) - Tel. 932749780 - Fax: 934281070 - info@tecnicosport.es

Maxpro Nutrition C/ Artesanía, 8 Pol. Ind. Alatalaya de Yuncler - 45529 Yuncler - Toledo - Tel: 952524088 - www.maxpro.es - maxpro@maxpro.es

Megaplus (Megaplus, Nutribike) Ctra. de Vilafranca, C15 B, Km. 5,2 - 08810 Sant Pere de Ribes (Barcelona) - Tel. 938962835 - Fax 938962745 - Email: info@megaplus.es

Multipower (Multipower) - Rambla de Catalunya, 13 princ. 3º - 08007 - Barcelona - Tel. 931142007 - Fax: 937074400 - info@atlanticmultipower.es

MUSCLETECH (Muscletech, Quamtrax, Musclemax, Powerpack) - C/ Herreros 17, Polígono Industrial Los Angeles - 28906, Getafe - Madrid - España - Tel: 918 719447 - pedidos@astonred.com - www.quamtrax.com/es

Nutrifitness Salarium S.L. C/ Arquitecto Valdevira, 57 A - 02004 Albalade - Tel: 967254498 - contacto@nutrifitness.es

Nutrintegratori S.L. (Nutritienda) - C/ Reyes Católicos, 20 - 28980 - Parla (Madrid) - Tel. 918148281 - dept.marketing@nutritienda.com

Nutripro (Vib) - c/ Llumbarri, nave 22, P. I. Areteix Ugalde - 20305 - Irún (Guipuzcoa) - Tel. 943639601 - Fax: 943631336 - info@nutriprotechnology.com

Nutri Sport (Nutri Sport) - Paraje Las Escomas, s/n - 08310 - Argentona (Barcelona) - Tel. 937974388 - Fax: info@nutrisport.es

NXT-Treme Nutrition (NXT-Treme Nutrition) - Avenida Gregorio Diego 10 29004 Málaga España - Tel: 952237269 - team@fitnessnutrition.es - www.fitnessnutrition.es

Osunasport SL (MASmusculo.com) - C/ Arabial 123 - Granada 18003 - Email info@osunasport.com - Tel. 902021225

Perfect Nutrition (Perfect Nutrition) - C/ Francesc Macià 60-7º E (Torre Milenium) - 08208 - Sabadell (Barcelona) - Tel. 937254928 - Fax: 937254928 - info@perfectnutrition.es

Performance Atlético, S.L. (Dymatize Nutrition) - Av. Comunidad de Madrid, 41 local 10 C.C. Burgo Centro I - 28231 - Las Rozas (Madrid) - Tel. 667569278 - contacto@dymatize.es

Power Fitness Nutrition S.L. (Powerfit Nutrition) - C/ Rúa, 33 - 39700 - Castro Urdiales (Cantabria) - Tel. 942784040 - Fax: 942783490 - eduardo@powerfitness.es

Powergym, S.L. (Powergym) - Pol. Ind. Cal Moliner, s/n - 17401 - Arbúcies (Girona) - Tel. 972 860 364 - Fax: 972 162 035 - info@powergym.net

Proteinweb - C/ Polonia, 36 - 08024 Barcelona - Tel: 932847784 info@proteinweb.es

Prozis - C/ Zona Franca Industrial, Pl. 28 - Pav. K, Mod. 6, Caniçal, 9200-047 Machico - Portugal - www.prozis.com

QNT QNTSPORT - www.qntsport.es - info@qntsport.es - www.facebook.com/QNTSPORT

Repli, S.L. (Repli) - Pol. Ind. Font de la Parera - 08430 - La R. del Vallés (Barcelona) - Tel. 902102253 - Fax: 938421144 - comercial@repli.es

Sfy Professional Nutrition - Cerro de los Santos, 9 - Parq. Agroal., La Alcadia - 03290 Elche - Alicante - Tfno: +34.96.545.94.44 - www.scienceforyou.es [1] - info@scienceforyou.es

Soria Natural (Fast Print Plus) - P. I. La Sacea, 1 - 42162 - Garray (Soria) - Tel. 975252046 - Fax: 975252267 - soria@sorianatural.es

Sport Muscle (Xtreme Nutrition, Startpro, Sportlabs) C/ Real (Edif. Las Palmeras) 273 - 11100 San Fdo (Cadiz) Tel: 637 450 005 / 956 10 16 16 - juanma@sportmuscle.com WWW.SPORTMUSCLE.COM

Ultimate Stack (Ultimate Stack) - c/ Alba, 7 - 28760 - Tres Cantos (Madrid) - Tel. 918046218 - Fax: 918045959 - ultimate@ultimate-stack.es

Violetti International Group SL C/ Gran Via Corts Catalanes, 843 - 08018 Barcelona - Tel: 607794628 - www.drstevi.com - drstevi@drstevi.com

Vital Business Center, S.L. (Vitaro @) - Cerro de los Santos, 9 - Parq. Agroal., La Alcadia - 03290 Elche - Alicante - Tfno: +34.96.545.94.44 - www.vitaro.es - www.vitalbodylife.es

Vitobest - C/ Dobladores, Parc 0-22 - 03600 - Elda (Alicante) - Tel. 965384502 - Fax: 965398850 - vitobest@vitobest.com

WEIDER Weider Nutrition S.L. (Weider) - C/ Electrónica, 39-41 - 28923 - Alcorcón (Madrid) - Tel. 918757066 - Fax: 918701461 - info@weider.es

pavimentos

AEROBIC FITNESS Aerobic & Fitness (Everlast) - C/ Narcís Monturiol s/n - P.I. Sallés, II. 08253 San Salvador de Guardiola Barcelona - Tel: 938355950 - Fax: 938355954 - marketing@aerobicfitness.com - www.aerobicfitness.com

AMC Mecanocauchos Aplicaciones Mecánicas del Caucho S.A. - Industrialdea Zona A. Pab 35 - Asteasu - 20159, Gipuzkoa. España - Tel: +34943696102 - Fax: +34943696219 - ventas@amcsa.es - www.mecanocauchos.com - www.akustik.com

Bona ibérica, S.L. (Bona ibérica) - c/ Pitágoras, 7, Pol. San Marcos - 28906 - Getafe (Madrid) - Tel. 916420188 - Fax: 916420690 - bonaiberica@bona.com

Caster (Podium) - c/ Manuel de Falla, 4, Elche Parque Industrial - 03203 - Elche (Alicante) - Tel. 965683700 - Fax: 965683700 - caster@alc.es

Cauchos y Derivados, S.A.-Caydesa (Solumflex) - Pol. Empresarium C/ Acebo, 23, Pol. Naraón, nave 5 - 50720 - La Cartuja Baja (Zaragoza) - Tel. 876262768 - Fax: 876262770 - comercial@solumflex.com

CDM STRAVITEC Reutenbeek 9-11 - 3090 Overijse Bélgica - Tel: +32 2 687 79 07 - info@cdm-stravitec.com - cdm-stravitec.com

Condes (Condes, Junkes, Tarkett, Sommer, Witex) - c/ Santa María Salome, 1 - 28031 - Madrid - Tel. 917778902 / 917780501 - Fax: 917778268 - condescb@condescb.com

Dexpla (Dexpla) - C/ Valencia, 27 P.I. Ca N'Oliver 08130 Santa Perpetua de la Mogoda (Barcelona) - Tel. 934281933 - Fax: 934281933 - info@dexpla.com

Disiplas Floors, S.L. Cmo. de Pajares y del Porcal, 11 - 28500 - Arganda del Rey (Madrid) - Tel. 918704810 - Fax: 918707489 - marketing@disiplas.com

GEOMETRIK Geometriktarget, Lda Rua 1º de Maio, Zona Industrial do Roligo, 4520-115 Espargo (+34) 910 603 431 / (+34) 910 601 353 - info@geometriktarget.com - www.geometriktarget.com

Gerflor Iberica SA. C/ Playa de las Americas, 2 - 28290 Las Rozas - Madrid - Tel: 916535011 Fax: 916532585 - www.gerflor.es Email: gerfloriberica@gerflor.com

Graflex C/ Centeno 13 - 45223 Seseña (Toledo) - Tel: 900 494 532 - www.graflexacoustics.com - info@graflexacoustics.com

Junkers Iberica SA C/ Doctor Fleming, 3º 9º planta - 28036 Madrid - Tel: 915075719 - Fax: 915075653 - www.junkers.com/es - orden@junkers.com

PavFLEX Paviflex- Crta. Murcia - Alicante Km. 49.100 - 03330 Crevillente - Alicante - Tel: 965403300 Fax: 965403500 - www.paviflex.es - email: info@paviflex.es

Pavigym (Pavigym) - C/ Esparto, s/n, Partida de Canastell I, 98 - 03690 - San Vicente del Raspeig (Alicante) - Tel: 965675070 - Fax: 965666793 - info@pavigym.com

PLENUM (Plenum) - C/ San Amadeo, 30 - 28917 - Leganés (Madrid) - Tel: 916425419 / 660514219 - Fax: 916426450 - info@plenuminteriorismo.com

Supreme Floors Iberica (Supreme Floors) - C/ Oriente, 78-84 2º-6º - 08172 - S.C. del Vallés (Barcelona) - Tel: 935831818 - Fax: 935907619 - contact@floors-supreme.com

pilates equipamiento

Aemasport.com - C/ Montesa, 44 - 28006 Madrid - Tel: 914023474 info@aemasport.com

AEROBIC FITNESS Aerobic & Fitness, S.L. (Align-Pilates) - c/ Narcís Monturiol, s/n, P.I. Sotelles II - 08253 - Sant Salvador de Guardiola (Barcelona) - Tel: 938355950 - Fax: 938355954 - marketing@aerobicfitness.com - www.aerobicfitness.com

Bonpilates, S.L. (Bonpilates) - P.I. Las Alayayas, c/ Del Dólar, par. 99 - 03114 - Alicante - Tel: 965147161 - Fax: 965102621 - info@bonpilates.com

Bscientific s.l. - C/ Ronda Narciso Monturiol, 3 - Edif. ABM Torre A 8 46980 Paterna (Valencia) - Tel: 96131843 isabel.guance@bscientific.com

Corpora Pilates, S.L. (Corpora Pilates) - c/ Herminias, 38 1ºB - 28001 - Madrid - Tel: 914261074 - info@corporapilates.com

trendingfit Elna Pilates - C/ P Nave 19 - Pol. Ind. Noain Esquizar - 31110 Navarra - Tel: 948310791 fax: 948317352 info@elnapilates.com

F&H FITNESS (F & H Fitness) - Plaza Libertad, 4 - 12540 - Vilareal (Castellón) - Tel: 964538447 - Fax: 964526604 - fh@fhyfitness.com - www.fhyfitness.com

New Pilates - Rua Muraró, nº 47 - Messejana - CEP: 60872-690 - Fortaleza - CE - Brasil - Tel: +55(85)3232.8575 - www.newpilates.com.br - adm@newpilates.com.br

Grupo AZ P - Equipe - C/ Zurbarán 8 - 1º - 28010 Madrid - Tel: 902051251 pague@grupoaz.com

Peak Pilates (Peak Pilates) - C/ Tellinares, 47-49, Locales 10 y 11 - Gavá, 08850 (Barcelona) - Tel: 902300808 - Email: info@pilatesinternacional.com

Pilates Springboard (Pilates Springboard) - Calle Palos de la Frontera 32 derecha, Madrid 28045 - Tel: 601083409 - Fax: 914607092 - www.pilatespringboard.com

Pilates Wellness & Energy - C/ Francisco Zea - 4 - 28028 Madrid - Tel: 9170111591 Fax: 9170111592 mlopez@pilateswellnessandenergy.com

Profesional Pilates - C/ Mesena, 3 - 28043 Madrid - Tel: 913001918 info@profesionalpilates.com

Rocfit (Gravity, GTS) - c/ Enrique Mariñas Romero, 36 - 12º - 15009 - A Coruña - Tel: 981173507 - Fax: 981292853 - info@rocfit.com

SEIDIE (Sedie Sport S.L.) - c/ Galileo, 3 - 35010 - Las Palmas de Gran Canaria - Tel: 902012571 - Fax: 902012572 - www.seidie.com / email: info@seidie.com

Tecnosport Condition, SIU (Balanced Body, Balanced Body University) - c/ Del Plástico, 1, P.I. les Guixeres - 08915 - Badalona (Barcelona) - Tel: 932749780 - Fax: 934281070 - info@tecnosport.es

Thomas Wellness Group (Merrithew-Stott Pilates) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email comercial@spainpilates.com - www.spainpilates.com

XTend Pilates (XTend Pilates) - c/ Mesón de Paños, 2 - 28013 - Madrid - Tel: 915481286 - Fax: 915481286 - salesiberica@xtendpilates.com

piscinas

Joscar (DTP) - Av. de la Constitución, 296, 45950 Casarrubios del Monte, Toledo - Tel: 91 817 18 18 - Fax: 916582704 - info@piscinasdtp.com

Pérgola Piscinas (Pérgola Piscinas) - Calle Legión Española, 4, 09001 Burgos - Tel: 694 45 72 67 - ventas@pergolapiscinas.com

Pisciland (Pisciland) - c/ Azuela, 6 - Pol.Ind.P29 - 28400 - Collado Villalba (Madrid) - Tel: 918519507 - Fax: 918491176

Piscimar Pool (Piscimar Pool) - c/ De la Isla Cabrera, 15 - La Regia - 03189 - Orihuela Costa (Alicante) - Tel: 965320379 - piscinasblaya@telefonica.net

Piscinas Bonmar (Piscinas Bonmar) - Crta. Vilassar de Dalt 6, 08348 Cabriels, Barcelona - Tel: 937 53 00 57 - info@piscinasbonmar.com

Piscinas Floragaya, S.L. (Coinpol) - Avda de Badajoz, 50 - 28027 - Madrid - Tel: 914038226

Servipool Servicios Integrales, S.L. (Servipool Servicios Integrales) - c/ Laguna del Marquesado, 47 nave 0 - 28021 - Madrid - Tel: 915915510 - Fax: 915915513 - comercial@servipool.com

Swin & Dream (Swin & Dream) - c/ León, 22 - 28500 - Arganda del Rey (Madrid) - Tel: 918711954 - Fax: 918712830

Waterair Ibérica, S.L. (Waterair) - c/ Arturo Soria, 205 - 28043 - Madrid - Tel: 902222622 - Fax: 915199917

plataformas vibratorias

BH HiPower - C/ Zurripitieta, 22, Po. Ind. Jundiz - 01015 - Vitoria (Álava) - Tel: 945290258 - Fax: 945290049 - hipower@bhfittness.es

Body Coach (Body Coach) - C/ Ripollés, 14 - 43008 - Tarragona - Tel: 977656274 - bodycoach.es@gmail.com

BODYTONE (Bodytone) - Avda Infante Juan Manuel, 4 - 30011 - Murcia - Tel: 968205383 - Fax: 968231854 - info@bodytone.com

Bon Pilates (Bonpilates) - Pol. Ind. Las Alayayas, C/ Dólar, nave 99 - 03114 - Alicante - Tel: 965103375 - Fax: 965102621 - info@bonpilates.com

Byomedic (Byomedic) - C/ Telegraf, 4 local - 08041 - Barcelona - Tel: 932844556 - Fax: 932138808 - byomedic@byomedic.es

Cefar Compex (Winplate) - Avda. Cornellá, 144 - 1º - 4 - 08950 - Esplugues de Llobregat - Barcelona - Tel: 900801280 - Fax: 934733667 - ventas@cefarcompex.com

DKN Vibra salud (DKN) - Trav. Gracia, 31 - 08021 - Barcelona - Tel: 902555592 - dkn@vibrasalud.es

F&H Fitness (Jemebell) - Plaza Libertad, 4 - 12540 - Vilareal (Castellón) - Tel: 964538447 - Fax: 964526604 - fh@fhyfitness.com - www.fhyfitness.com

Life Fitness (Life Fitness) - C/ Frederic Mompou, 5 - 1º - Edif. Euro 3 - 08960 - Sant Just Desvern (Barcelona) - Tel: 936724660 - Fax: 936724670 - info.iberia@lifefitness.com

Mygym (Mygym) - C/ Espinarejo 1, portal 2, 2º G - 28400 Collado Villalba (Madrid) - Tel: 916407004 - Fax: 916371849 - info@mygym.es

Simove (Galileo) - Av. Camino de la Cortaa, 13 nave 6 - 28703 - S.S. de los Reyes (Madrid) - Tel: 916543932 - Fax: 916543942 - comercial@simove.es

TAE Belleza Termal (X Well) - C/ Lepanto, 230-236 bajos - 08013 - Barcelona - Tel: 902108870 - Fax: 932477905 - marketing@belleza-termal.com

Tecno Sport (Power Plate) - C/ Del Plástico, 1 - 08915 - Badalona (Barcelona) - Tel: 932749780 - Fax: 934281070 - info@tecnosport.es

Vibrosport & Wellnes (Globus) - C/ Josep Castellá, 18 bajo - 08301 - Mataró (Barcelona) - Tel: 937552331 - info@vibrosport.net

Turbosonic (Turbosonic Meditec) - Paseo de Gracia, 11 esc. C 5º-4º - 08007 - (Barcelona) - Barcelona - Tel: 902303353 - info@turbosoniciberica.com

X-treme Fitness Equipment (Xtreme) - P.I. Azque C/ Bolivia, 47 - 28806 - (Alcalá de Henares) - Madrid - Tel: 918835733 - Fax: 918835734 - x@xtremefitness.net

proyectos y construcción

Action Park (Action Park) - Apdo. Correos, 18 - 46220 - Picassent (Valencia) - Tel: 961240688 - Fax: 961240758 - www.actionpark.es

Adacta Ibérica, S.L. (Adacta Ibérica) - Crta de la Esclusa, 33 acc.A - 41011 - Sevilla - Tel: 954990051 - adacta@jannone.net

Asetra Bañeros & Spa C/ Doctor Esquerdo 10 - 4º - 28028 Madrid - Tel: 914013325 - Fax: 914015689 - info@asetrabañeros.com

Carfer Saunas S.L. C/ Miguel Angel, 10 Baños - 08028 Barcelona - Tel: 934486380 Fax: 933340185 - www.carfer.com email:carfer@carfer.com

City-Spa (City-Spa) - Pol. Ind. Cantos Blancos, nave 13 - 14480 Alcaracejos, Córdoba - Teléfonos: 957 156 096 - 957 156 059 - www.city-spa.com

Condés (Condés) - Santa María Salomé, 1 - 28031 - Madrid - Tel: 917778902 - Fax: 917778268 - condescb@condescb.com

Cool-Corporate Sport & Work Calle de l'Escar nº 26 - 08039 Barcelona - Tfn 617487412 - Mail: hola@cool-corporate.com - www.cool-corporate.com

Euroclima Madrid C/ Embajadores 181 - 28045 Madrid - Tel: 914810202 Fax: 916976001 - www.euroclimamadrid.com - joseluisgonzalez@euroclimamadrid.com

Europea Térmica Eléctrica S.L. (ETE) - Agustín Viñamata, 6 Bajo F - 28007 - Madrid - Tel: 915517074 - Fax: 915510255 - info@ete.es

Freixanet Saunasport, S.L. (Freixanet) - c/ Sallent, 55 - 08243 - Manresa (Barcelona) - Tel: 902103945 - Fax: 938738606 - freixanet@saunasport.com

Huric Rua da torre bela Ed. Huric Casal Novo - Sobreiro - 2644-909 Mafra - Portugal - Tel: +351 261 816 200 - www.huric.pt - Email geral@huric.pt

Layher, S.A. (Allround, Blitz) - La laguna del Marquesado, 17 - 28021 - Madrid - Tel: 916733882 - Fax: 916733950 - p.vazquez@layher.es

Narayana Instal-laciones, S.L. (Narayana Instal-laciones) - C/ Carme Karr, Nave 1, Pol.Ind. Les Vives - 08295 - Sant Vicenç de Castell - Barcelona - Tel: 938332087 - Fax: 938332087 - info@narayanaweb.com

Oppler - Juan de Urbieto, 43 C/V Julio, Rey Pastor. Oficinas pta calle - 28007 - Madrid - Tel: 915249191 - Fax: 915249190 - oppler@oppler.com

Privel (Privel) - c/ Dr. Guiteras, 1 - 08360 - Canet de Mar (Barcelona) - Tel: 937506959 - Fax: 937506959 - privel@privel.com

Promotora de Instalaciones Deportivas Catalanas, S.A. (Pidex) - Les Corts, 12 - 14 - 08028 - Barcelona - Tel: 933300011 - Fax: 934904491

Sentral Fitness Sport (Sentral Fitness Sport) - C/ Del Cid, 21 bajos - 49017 - Zamora - Tel: 902932648 - Fax: 902932649 - info@sentralfitness.com

Sport Equipalia Pavigrass - P.I. Palas de Rei, s/n 27200 Palas de Rei Lugo - Tel: 982286100 - ventas@jmsports.com

td Trainer (desarrollo de departamentos de entrenamiento personal) - Avd M-40 portal 11, 1º 24 - 28925 - Alcorcón (Madrid) - Tel: 911124976

tiempod (Consultoría deportiva y desarrollo de proyectos) - Avd M-40 portal 11, 1º 24 - 28925 - Alcorcón (Madrid) - Tel: 911124976 - www.tiempod.es

Thomas Wellness Group (Vestuarios, Spa, Diseño 3D de áreas Fitness y Wellness) C/ Lanzarote, 13. Bajo B - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email email info@thomas.es - www.thomas.es

Urban Street Design S.L. - C/ Alcanar, 6 - entlo. 12004 Castellón - Tel: 672614454 - www.toxicworkout.com Email: urbanstreetdesign2016@gmail.com

WAV-E (Thomas Wellness Group) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

Wsc Consulting (Wellnes & Sport Consulting) - c/ Provenza, 505 - 08025 - Barcelona - Tel: 934560945 - www.wscconsulting.net

X-treme (Xtreme) - Pol.Ind Azque C/ Bolivia, 47 - 28806 - Alcalá de Henares (Madrid) - Tel: 918835733 - Fax: 918835734 - x@xtremefitness.net

ropa deportiva

Alphadventure S.L. - Avda. Castilla, 32 nave 82 - 28830 San Fernando de Henares - Madrid. Tel: 916774294 - Fax: 916774294 - www.alphadventure.com - atencionalcliente@snackfastwear.com

B.M.F. (BMF, Prolab, Quamtrax, Musc. Max, Power Pack) - c/ Romanones, 4 - 45211 - Recas (Toledo) - Tel. 925522157 - Fax: 925522978

By Lebron - C/ Julian Camarillo, 47 - 28037 Madrid - Tel: 910712689 - www.by-lebron.com - comercial@by-lebron.com

Daedo International (Daedo) - C/ Balmes, 55 bajo - 08007 - Barcelona - Tel. 934512308 - Fax: 933230968 - daedo@daedo.com
Flexic Fitness (Flexic, Xculpt) - C/ Pino Gómez, 5 - 1ª - 30530 - Cieza (Murcia) - Tel. 655088661 - Fax: 968459197 - correo@finestienda.com

Fuji Mae, SL (Fuji Mae) - C/ Can Albareda, 5-7 Pol. Ind. El Congost - 08760 - Martorell - Barcelona - Tel: 93 775 04 33 - www.fujimae.com - fujimae@fujimae.com

Hon Sports CB - C/ San Roque, 2 - 30540 Blanca - Murcia - Tel: 671459911 Fax: 968459197 - www.hon-sports.com - email: correo@finestienda.com

Isance - Santiago Cano Alolea (Isance) - Pintor Rosales, 5 - 03009 - Alicante - Tel. 965185595 - Fax: 965170371 - isance@isance.com

Joma Sport SA Calle Ramón y Cajal, 134, 45512 Portillo de Toledo, Tel.: 925 77 60 06 - beatriz@jomasport.com - www.jomasport.com

Lorna Jane España C/ Sevilla 2 - 07150 - Andratx - www.activeliving.es - Email: hola@activeliving.es

Moretex, S.L. (Mimic, MMC, X2) - c/ Assumpció, 5-7 - 08397 - Pineda de Mar (Barcelona) - Tel. 937660899 - Fax: 937660899 - info@minisport.com

Nike (Nike) - c/ Garroxa 68 - 08820 - Prat Llobregat (Barcelona) - Tel. 934804100

Parafit (Avda. jardín Botánico, 622 - 33203 Gijón Tel: 684605890 - www.parafit.com Email: info@parafit.com

Redipro. S.L. (Redipro) - Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 44 Edificio 7 - Oficina 4 - 28108 Alcobendas, Madrid - Tel. 916620693 - Fax: 916621020 - marketing@redipro.es

Sport World (Sport World) - C/ Moli, nº 2 - 17164 - Bonmatí (Girona) - Tel. 972117370 - sportworld@sportworld.es

www.elevenspain.net C/ Mónico, 11 - 28232 Madrid - Tel: 673766633 - www.elevenspain.net - jorge.ribera.sanchis@gmail.com

saunas

Antal Equipamientos (Antal Equipamientos) - Donato Arguelles, 18 7 B. 33206 Gijón (Asturias) - Tel. 985303818 - Fax: 985316663 - info@antal.es

Asetra Bañeros & Spa C/ Arte, 21, 28033 Madrid - Tel: 914013325 Fax: 914015689 - info@asetrabañeros.com

Baeza, S.A. (Boeza) Av. Velázquez-Cruce aeropuerto - 29004 - Málaga - Tel. 952236966 - Fax: 952231159 - malagaci@baeza-sa.com

Carfer Saunas S.L. C/ Miguel Angel, 10 Baixos - 08028 Barcelona Tel: 934486380 Fax: 933340185 - www.carfer.com email: carfer@carfer.com

Freixanet Saunasport, S.L. (Freixanet) - C/ Sallent, 55 - 08243 - Manresa (Barcelona) - Tel. 902103945 - Fax: 938738606 - freixanet@saunasport.com

Gefusta, S.L. (Saunas Larmar) - C/ Les Planes, s/n, Pl. Pla de Santa Anna - 08272 - Sant Fruitós de Bages (Barcelona) - Tel. 938761868 - Fax: 938761869 - info@larmarsaunas.com

Goccia Spa C/ Comarcas, 117 - 46930 Quart de Poblet - Valencia - Tel: 961525341 - www.gocciaspa.com - info@gocciaspa.com

Inbeca Grup (Inbeca) - Pol. Ind. El Grab, C/ Comagrua, 32-34 - 08758 - Cervelló (Barcelona) - Tel. 933391329 - Fax: 933391190 - inbeca@inbeca.com

Infrospa Saunas Terapeutiques (Infrospa) - Pol. Ind. Mora-Garay, C/ Narciso Monturiol, nave 4 - 33211 - Gijón (Asturias) - Tel. 985308086 - Fax: 985308087 - info@infrospa.net

InterVap Europa, S.L.U. (Intervap Eke) - Pol. Id. Tejerías Norte, C/ Los Huertos, s/n - 26500 - Calahorra (La Rioja) - Tel. 941145410 / 941135448 - Fax: 941146996 - intervap@intervap.com

Privel (Privel) - c/ Dr. Guiteras, 1 - 08360 - Canet de Mar (Barcelona) - Tel. 937506959 - Fax: 937506959 - privel@privel.com

Pro-Equip (Proequip) - Carretera de Quel 31, Bajo - 26580 Arnedo (La Rioja) - Tel. 941387124 - Fax: 941385559 - info@proequip.com

San Katsu, S.L. (Johnson, Vision Fitness, BH Fitness) - c/ Josep Calvet, 34, 2ª Pl. Pla d'en Boet - 08302 - Mataró (Barcelona) - Tel. 937984094 - info@sankatsu.es

Saunas Avilsa, S.A. (Saunas Avilsa) - Ronda de Segovia, 3 - 28005 - Madrid - Tel. 913641771 - Fax: 913641799 - info@avilsa.com

Saunas Durán (Saunas Durán) - C/ Navas de Tolosa, 283-287, local 14 - 08026 - Barcelona - Tel. 933006157 - Fax: 934850392 - saunasduran@saunasduran.com

Saunas Inbeca, S.L. (Saunas Inbeca) - Pol. Ind. El Grab, Carrer comagrua 32-34, 08758 Cervelló, Barcelona - Tel. 933391329

Saunas terapéuticas (Saunas terapéuticas) - Ctra. Celo de Nuñez, 22 - 03830 - Muro de Alcoy (Alicante) - Tel. 965531052 - Fax: 965531808

Thomas Wellness Group (Starpool Wellness Concept) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B. - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel. 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

seguros

Caser Avda. de Burgos, 109 - 28050 Madrid. Tel: 912146657 - CIVILAR@caser.es

solariums

Catalana de Rayos Uva, S.L. (Netsol, NS Timer, Saunas Netsol) - c/ Malgrat, 85 - 08016 - Barcelona - Tel. 934086174 - Fax: 934085420 - bcn@netsol-uva.com

Cipsa Polux, S.L. (Sportarredo) Huelva 138-140, local 1-2 - 08020 - Barcelona - Tel. 934987566 - Fax: 932780180 - cipsapolux@cipsapolux.com

Letitino Vital (Letitino Vital) - c/ Despeñaperros, 1, Pol. Ind. El Olivar - 28500 - Arganda del Rey (Madrid) - Tel. 902196919 - Fax: 918720040 - info@letitinovital.com

Photonlife España, S.L. (Zerofat) - c/ Aragón, 386 Local 2 - 08009 - Barcelona - Tel. 932462343 - Fax: 932317309

Ramos y Epi (Ramos y Epi) - c/ Zapico, 12 - 47003 - Valladolid - Tel. 607117337 / 986374470 - Fax: 986358341

San Katsu, S.L. (Johnson, Vision Fitness, BH Fitness) - c/ Josep Calvet, 34, 2ª Pl. Pla d'en Boet - 08302 - Mataró (Barcelona) - Tel. 937984094 - info@sankatsu.es

Saunas Avilsa, S.A. (Saunas Avilsa) - Ronda de Segovia, 3 - 28005 - Madrid - Tel. 913641771 - Fax: 913641799 - info@avilsa.com

Sun Tanning, S.L. (Sun Tanning) - c/ Sinceridad, 48 - 41006 - Sevilla - Tel. 954256995 - suntannings@hotmail.com

spas e hidromasajes

Ambar 200, S.L. (Ambar Spa) - C/ Fray Antonio Alcalde, 1 - 47003 Valladolid - 47012 - Tel. (34) 983 374 470 - 983 297 995 - Móvil. 607 117 337 - www.ambarspa.com gerencia@ambarspa.com

Arctic Hidromasajes, S.L. ("Arctic Spas" y "Tylo") - Avda. Mediterráneo, 153 - 03725 - Teulada (Alicante) - Tel. 965741516 - Fax: 965741603 - e-mail: 965741603

Carfer Saunas S.L. C/ Miguel Angel, 10 Baixos - 08028 Barcelona Tel: 934486380 Fax: 933340185 - www.carfer.com email: carfer@carfer.com

Equipool (Equipool) - Pol. I. San Marcos, C/ Bell 18 - 28906 - Getafe (Madrid) - Tel. 649810792 - Fax: 650102910

Europea Térmica Eléctrica, S.L. (ETE) - C/ Agustín Viñamata, 6 Bajo F - 28007 - Madrid - Tel. 915517074 - Fax: 915510255 - info@ete.es

Fiesta Spas (Sundance Spas) - Ctra. NH, Km. 37,500 - 28710 - El Molar (Madrid) - Tel. 918412000 - Fax: 918412115 - grupofiesta@gmail.com

Grupo Redhot (Grupo Redhot) - C/ La Dehesa Baja, 2, Autopista del Norte, salida 33 - 38314 - La Orotava (Santa Cruz de Tenerife) - Tel. 922332010 - Fax: 922334155 - info@piscinasyspas.com

Inbeca Grup (Inbeca) - Pol. Ind. El Grab, C/ Comagrua, 32-34 - 08758 - Cervelló (Barcelona) - Tel. 933391329 - Fax: 933391190 - inbeca@inbeca.com

Privel (Privel) - c/ Dr. Guiteras, 1 - 08360 - Canet de Mar (Barcelona) - Tel. 937506959 - Fax: 937506959 - privel@privel.com

Spa Wellness Systems (Spa Wellness Systems) - C/ Castelló, 66 - 28021 - Madrid - Tel. 902100229 - info@sws-spa.com

System Pool (System Pool) - Ctra. Viver-Pto Burriana, km 63.2 - 12540 - Villa Real (Castellón) - Tel. 964506464

Thomas Wellness Group (Starpool Wellness Concept) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B. - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel. 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

vestuarios

Aerobic & Fitness (Aerobic & Fitness) - C/ Narciso Monturiol s/n. Pl. Salelles, 11. 08253 San Salvador de Guardiola Barcelona - Tel: 938355950 - Fax: 938355954 - marketing@aerobicfitness.com - www.aerobicfitness.com

Adacta Ibérica (Adacta Ibérica) - Ctra de la Esclusa, 33 Acc.A. - 41011 - Sevilla - Tel. 954990051 - adacta@jannone.net

Altamiras Mobiliari, S.L. (Altamiras Mobiliari) - Pol. Ind. El Verdaguero, C/ Eduard Rifa, 2 - 08560 - Manlleu (Barcelona) - Tel. 938507777 - Fax: 938511416 - mobiliari@altamiras.com

Antal Equipamientos (Antal) - Donato Arguelles, 18 7 B. 33206 Gijón. (Asturias) - Tel. 985303818 - Fax: 985316663 - info@antal.es

Astral (Astral) - Passeig San Lehy, 21 - 08213 - Pílanya (Barcelona) - Tel. 937256311 - Fax: 937268059

Biacom - C/ Príncipe de Viana, 8 - 31350 Peralta (Navarra) Tel.: 948346486 - ivan@biacom.es

F&H Fitness (F&H Fitness) - Plaza Libertad, 4 - 12540 - Vilareal (Castellón) - Tel. 964538447 - Fax: 964526604 - fyh@fyhfitness.com - www.fyhfitness.com

Inbeca Grup (Inbeca) - Pol. Ind. El Grab, C/ Comagrua, 32-34 - 08758 - Cervelló (Barcelona) - Tel. 933391329 - Fax: 933391190 - inbeca@inbeca.com

Inoxmobel - Avda. del Olivar, 29 - 28340 Valdemoro (Madrid) Tel. 9164220388 - info@cabinassanitarias.net

Interiorismo, Arquitectura y Equipamiento, S.L. - (Inarequip) - Polígono Industrial, Calle Pignatelli, 24, 50410 Cuarte de Huerva, Zaragoza - Tel. 976572132 - Fax: 976572089 - info@inarequip.com

Isaba (Isaba) - C/ Argenters, 19 - Polígono Industrial El Alter - 46290 Alcañes - Valencia - Tel. 961240001 - Fax: 961240270

Keya Talleres ABSA - Ctra. Molins de Rei a Caldes, km. 9,800 - Aptdo. 97 - 08191 - Rubí - Barcelona - Tel: 935873610 - belagado@keya.es

MGA Sports (Indoor Walking, Hydroider, Megablock) - Parc Tecnològic del Valles - 08290 - Cerdanyola del Valles (Barcelona) - Tel. 935824555 - Fax: 935824556 - info@grupomga.es

Privel (Privel) - c/ Dr. Guiteras, 1 - 08360 - Canet de Mar (Barcelona) - Tel. 937506959 - Fax: 937506959 - privel@privel.com

San Katsu, S.L. (Johnson, Vision Fitness, BH Fitness) - c/ Josep Calvet, 34, 2ª Pl. Pla d'en Boet - 08302 - Mataró (Barcelona) - 937984094 - info@sankatsu.es

Sistemas Aplicados del Plástico S.L. - C/ Raimon Casellas, 150 - 08550 Sabadell (Barcelona) Tel: 937111862 Fax: 937115660 - logirac@logirac.es

Staff Grup - Pol. Ind Can Torrella - Ronda Shimizu, 8 - 08233 Barcelona - Tel: 9375359036 - staff@staff.es

Tecny Stand S.A. - C/ Camino de los Almendros, 24 - 30120 El Palmar (Murcia) Tel: 968882366 Fax: 968885127 - info@tecny-stand.com

Thomas Wellness Group (Starpool Wellness Concept) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B. - 28703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel. 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

Trusar Sport - C/ Camino de Barca, 10 - 14011 Córdoba - Tel: 957100918 - mobiliariodeportivo@gmail.com

X-treme (X-treme) - Pol. Ind. Azque C/ Bolivia, 47 - 28806 - Alcalá de Henares (Madrid) - Tel. 918835733 - Fax: 918835734 - x@xtremefitness.net