

EMPRESA

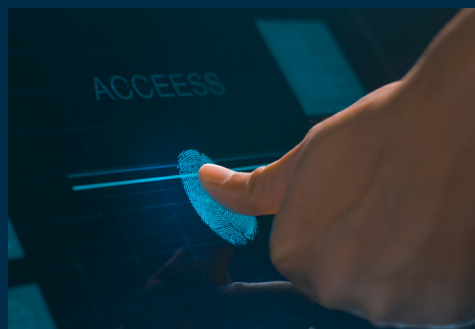
## EL JUEGO MENTAL

10 sesgos cognitivos que moldean tu experiencia como consumidor

LÍDERES DE OPINIÓN

## CIENT LÍDERES DE OPINIÓN SOBRE EL FUTURO DEL GIMNASIO

Aportación reveladora desde su punto de vista desde la perspectiva de sus negocios



112

SEGURIDAD EN LOS CENTROS DEPORTIVOS

## AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS (AEPD)

Sanción a un gimnasio por exigir a un usuario sus datos biométricos

## ¿Te gustaría saber más sobre Fitness Hub?

Descubre por qué Fitness Hub de EGYM se convertirá en el elemento central de las salas de fitness conectadas de todo el mundo.

- ✓ Inducción sin contacto en tan sólo 2 minutos
- ✓ Test y mediciones inteligentes
- ✓ Visión del progreso motivadora e intuitiva a través de la BioAge

[Solicitar una demostración](#)



PANATTA

Worldwide Fitness Company

6 décadas de historia

USER FRIENDLY



# CARDIO FENIX TOUCH

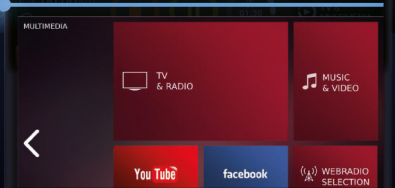
MADE IN ITALY  
FIABILIDAD  
SEGURIDAD  
ENTRETENIMIENTO

UNA EXPERIENCIA DE ENTRENAMIENTO IDEAL PARA CADA TIPO DE USUARIO

DESIGNED & MADE IN ITALY



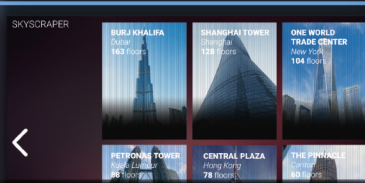
CONEXIÓN MULTIMEDIAL



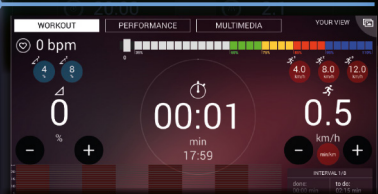
VIRTUAL TRAINING



ENTRENAMIENTOS SMART Y PRO



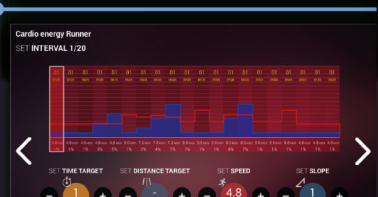
PROFESIONAL



PARÁMETROS INTUITIVOS



PERFILES PERSONALIZABLES



+39 0733 611824

+39 331 8187157

infoes@panattasport.it

www.panattasport.com

@panattasport

@panattaofficial

PANATTA srl - Via Madonna della Fonte 3/c - 62021 Apiro (Mc), Italy

marzo/abril 2024  
número 112

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:**

Rubén Benito  
Sergio García  
Jose Luis Gómez  
Jose Millán  
Jon Nasta  
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



*EN ESTE NÚMERO* seguimos hablando sobre el candente tema de la Inteligencia Artificial, y es que la IA a llegado a los gimnasios transformando, no solo la manera en que nos ejercitamos, sino también la experiencia misma de pertenecer a uno. El objetivo principal de integrar la IA en los gimnasios es el de mejorar la experiencia del usuario. No en vano, el auge del entrenamiento físico online y las sesiones virtuales impulsados por algoritmos inteligentes, está cambiando la forma en que accedemos a la actividad física. Los programas de entrenamiento personalizados están ganando popularidad, ofreciendo un enfoque más flexible y conveniente para aquellos con horarios ocupados, aunque la tecnología por sí sola no puede garantizar el éxito de un gimnasio.

Por otro lado, podremos leer en la sección de empresa, cómo reconocer los sesgos cognitivos que influyen en la experiencia del consumidor, fundamental para ofrecer un servicio de calidad y construir relaciones sólidas con los clientes.

La nueva sección del profesor Dr. Carl Rohde nos anima a escuchar las opiniones de los líderes de la industria sobre el futuro del gimnasio, lo que nos proporcionará una visión valiosa desde las diversas perspectivas empresariales.

Finalmente, en el artículo del experto en Seguridad, José Luis Gómez Calvo, podremos leer sobre la reciente sanción de la Agencia Española de Protección de Datos a un gimnasio por exigir datos biométricos a un usuario. Se destaca la importancia de la seguridad y la privacidad en los centros deportivos, y es que garantizar la protección de los datos personales de los usuarios es fundamental para mantener su confianza y lealtad.

Inés Ledo  
Editora

# sumario

marzo / abril 2024

- 3 Novedades
- 8 Líderes de opinión
- 12 Empresa
- 16 La Inteligencia Artificial en el gimnasio
- 18 Marketing estratégico fitness
- 22 Internacionalización
- 24 Seguridad en los centros deportivos
- 28 Estrategia
- 31 Expertos
- 32 Directorio de empresas

## 16

### La inteligencia artificial en el gimnasio

CÓMO LA IA PODRÍA SER EL MEJOR COMPAÑERO DE ENTRENAMIENTO PARA LOS GIMNASIO Y SUS SOCIOS

Incorporar la IA a los gimnasios se trata de mejorar la experiencia, hacer que los entrenamientos sean más personalizados, efectivos y, sí, incluso más divertidos.



## 18

### marketing estratégico fitness

MARKETING ESTRATÉGICO VS IA - EL FUTURO YA COMENZÓ (III)

Tanto el entrenamiento físico online, como las sesiones de entrenamiento virtuales o incluso los programas de entrenamiento personalizados se han vuelto cada vez más populares.



## 22

### Internacionalización

LA IMPORTANCIA DEL EQUIPO EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN

El comportamiento, la actitud y el desempeño de los recursos humanos son decisivos en el buen desarrollo de la actividad empresarial.



## 28

### Estrategia

¿GESTIONAS UN GIMNASIO RENTABLE O UN CLUB DE AMIGOS?

Según un estudio reciente, el 90% de los gimnasios que fracasan se deben a una gestión deficiente, lo que los convierte en lo que se conoce como "clubes de amigos".

### Anytime Fitness suma un nuevo hito internacional al desembarcar en Emiratos Árabes Unidos

Anytime Fitness ha dado un nuevo golpe de autoridad en el mercado internacional del fitness al confirmar su llegada a Emiratos Árabes Unidos, donde contará con un primer club operativo en Dubai a finales de este año. Self Esteem Brands, la matriz de Anytime Fitness, confirma la llegada de la marca a la nueva región de la mano de un master franquiciado con una dilatada experiencia en el sector de las franquicias dirigido por Mark Mobius. Con este acuerdo Anytime Fitness da una nueva muestra de su interés por Oriente Medio, donde contará con un primer club de su enseña a finales de año en Dubai.

Su desembarco en el país asiático llega tras el acuerdo alcanzado entre la matriz de Anytime Fitness, Self Esteem Brands, y un grupo de inversión dirigido por Mark Mobius, con más de tres décadas de experiencia en la inversión de franquicias en los mercados emergentes.

Además de Mobius, hay tres personas más que impulsarán la puesta en marcha de Anytime Fitness en Emiratos Árabes Unidos. Se trata del inversor John Ninia, y de los operadores de franquicias de Anytime Fitness en Filipinas, Ben Mature y Richmon Sy, quienes se trasladarán a Dubai para respaldar en primera persona la apertura de clubes de la marca por todo el país durante los próximos ocho años.



La Comisión Nacional de Mercados y Competencia autoriza a **Basic-Fit** la adquisición de los 47 gimnasios de RSG



Tal y como adelantaba Rene Moos, CEO de Basic-Fit, a mediados de este mes, la compañía se hará con los 47 centros de RSG Spain: 42 gimnasios de McFit y 5 de Holmes Place, que unidos a los 152 que ya posee la cadena de gimnasios en estos momentos, se coronará como claro líder del mercado español, como indicaba Moos, alcanzando los 197 gimnasios, tras recibir la autorización de la CNMC, al no detectar riesgos para la competencia.

La transacción de RSG España, elevará el número total de clubes a más de 1.500 y el número total de membresías a más de 4 millones para Basic-Fit.

Se trata de la primera fase de una operación valorada en 48 millones de euros, que se financiará con el préstamo de 110 millones, de los 150 millones del crédito revolving recibido por la compañía, y que podría ser ampliado posteriormente. El resto será utilizado para reestructurar los centros, y aumentar su margen.

El pasado mes de enero, la compañía había proporcionado a RSG Group un préstamo de 9,6 millones al 6,3% de interés, para compensar a la firma oficial de la adquisición.

### Steve Barton, ex director general de Technogym en el Reino Unido, se une al equipo de EGYM

Steve Barton se unirá al equipo EGYM como nuevo director nacional de EGYM Gyntech en el Reino Unido. Barton es un líder experimentado de la industria con una amplia trayectoria en el crecimiento de negocios de fitness basados en equipos innovadores y soluciones digitales. Pasó 19 años en Technogym en el Reino Unido, incluidos seis años como Director General. Antes de trabajar en Technogym, dirigió los equipos de ventas en Precor y Star Trac.

Steve se unirá al equipo de Ventas Internacionales de Marco Stefano Guiducci y fortalecerá e impulsará el crecimiento y la presencia de EGYM en el Reino Unido, después de su reciente captación de los ex directores ejecutivos de Life Fitness, Chris Clawson, y Precor, Rob Barker. Barton Dependerá directamente

de Marco Guiducci, vicepresidente de ventas internacionales de EGYM, que lleva más de siete años en el negocio.

Barton es un veterano de la industria de la salud y el fitness y ha ocupado puestos directivos en varias empresas clave, incluidas Precor, Trixter, Star Trac y Technogym. Barton pasó 19 años en Technogym, cinco como director general y recientemente ha estado trabajando con la empresa alemana de tecnología de fitness Skillcourt. Asumió su cargo en EGYM el 18 de marzo.



El centro deportivo **Supera Telheiras** abre sus puertas después de una inversión de más de 11 millones de euros



Desde este lunes, 18 de marzo, los vecinos de Lisboa podrán disfrutar del centro deportivo más moderno, exclusivo y sostenible de Portugal. La instalación, situada en la calle Augusto Macedo, ha supuesto una inversión de más de 11 millones de euros y se convertirá en un foco dinamizador de este característico barrio de la capital, generando además, más de medio centenar de empleos directos e indirectos.

Con esta instalación, Supera ya gestiona cuatro grandes centros deportivos en Portugal: el C.D.M. Supera Areeiro (Lisboa), el C.D.M. Supera Setúbal y el C.D. Supera Barreiro.

El centro cuenta con una piscina climatizada de 6 calles y otro vaso, también climatizado, para aprendizaje. Incorpora igualmente una amplia zona spa con jacuzzi, sauna, baño de vapor, duchas ciclónicas...

También se puede disfrutar de una sala de fitness de más de 1.000 m<sup>2</sup> equipada con la maquinaria más moderna. Además de vestuarios femeninos, masculinos y para niños, se pueden practicar actividades dirigidas en sus cuatro salas dedicadas a Zumba, Body Combat, Body Pump, Body Balance, Pilates, Bike... A ello se suma una amplísima oferta de cursos de natación y de entrenamientos personales.

Para comodidad de todos los clientes, esta nueva infraestructura dispone de un aparcamiento subterráneo de casi 180 plazas, lo que permitirá mejorar el estacionamiento en todo el barrio.

## Basic-Fit reitera su hegemonía en el Mercado Español del Fitness alcanzando 200 centros en las próximas semanas



■ BASIC-FIT ha revelado en su último y amplísimo informe un fuerte crecimiento en ingresos, EBITDA y abonados, además de reiterar su hegemonía en el mercado español. René Moos, CEO de Basic-Fit asegura: "Esperamos cerrar la adquisición de los 47 clubes de RSG España, que anunciamos a finales de 2023, en las próximas semanas. Con esta incorporación, operaremos alrededor de 200 clubes, lo que nos convierte en el claro líder del mercado en España".

"Incluyendo la línea de financiación adicional como parte de la modificación y ampliación de nuestra financiación bancaria en 2023, terminamos el año con 215 millones de euros de liquidez disponible. Esta posición financiera nos permitirá pagar la adquisición de RSG España y continuar con nuestros planes de despliegue de clubes, al tiempo que mantenemos un margen financiero suficiente. Tras el cierre de la adquisición, rebautizaremos los clubes adquiridos con la marca Basic-Fit para estar preparados para el importante periodo de ventas posterior al verano".

■ Panatta se confirma como patrocinador principal de los eventos más prestigiosos del mundo del fitness y el bodybuilding, demostrando su creciente compromiso también a través de aumentos significativos de la inversión y del espacio de exposición. Una elección estratégica basada en la conciencia de la importancia de crear conexiones directas con aficionados al fitness, expertos del sector y atletas de fisicoculturismo de todo el mundo.

Panatta prevé consolidar su presencia global durante 2024 a través de una participación activa en las principales ferias del mundo.

La dimensión de la feria no sólo permite a Panatta presentar sus últimas innovaciones de producto, sino también poner en primer plano a atletas de renombre internacional que encarnan la dedicación, la pasión y los extraordinarios resultados obtenidos gracias al uso del equipamiento Panatta.

Con un compromiso constante con la innovación y la calidad y una pasión por la disciplina del bodybuilding, Panatta se prepara para dejar una huella significativa en las ferias del sector de 2024.

**Panatta:** Excelencia e innovación en primer plano en los grandes eventos del fitness y el bodybuilding de 2024



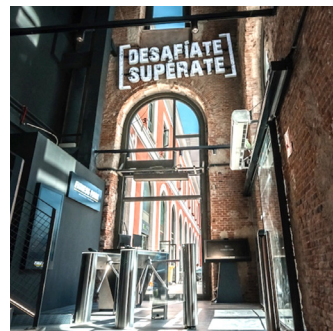
## VivaGym recibe el premio al Mejor Servicio del Año de España en la categoría gimnasios-fitness por segundo año consecutivo



■ La ciudad condal ha sido de nuevo el escenario de la prestigiosa entrega de premios "Mejor Servicio del Año 2024", un evento organizado por Comercio del Año, reconocidos especialistas en Retail con amplia experiencia y renombre en España. Estos premios, que reflejan la opinión directa de los consumidores, se erigen como una valiosa medida de excelencia en la experiencia de compra de servicios.

En la competitiva categoría de gimnasios-fitness, VivaGym se ha alzado con el galardón, por segundo año consecutivo. Dirigida por Juan del Río Nieto, CEO de la compañía, VivaGym obtuvo la mayor cantidad de votos y la mejor nota media, consolidándose como líder indiscutible en la preferencia de los consumidores.

Dipanda Vilhena, Personal Training Director de VivaGym España, ha tenido el honor de recibir el premio al "Mejor Servicio del Año" en la categoría de gimnasios-fitness durante la ceremonia. Este reconocimiento no solo destaca el compromiso continuo de la compañía con la excelencia, sino también la alta satisfacción de sus clientes.



**Fitness Park España** se propone alcanzar los 60 millones de facturación en 2024, después de facturar 42 millones en 2023

■ Fitness Park España, la cadena de gimnasios de última generación que aterrizó en España en 2020 de la mano de Stéphane Miras y Edouard Têxte -copresidentes de UPGYMS- tras su larga experiencia en la gestión de clubes en Francia, ha cerrado el año 2023 con una facturación de 42 millones de euros, una cifra exponencialmente superior a la previsión realizada durante el pasado ejercicio. El buen resultado de la compañía se debe a varios factores, como el notable aumento de sus socios y el número total de aperturas que ha llevado a cabo en el año 2023, con un total de 30 millones de euros invertidos.

Fitness Park España, cuyo público objetivo es principalmente generación z y millennial, cuenta con un 60% son hombres y un 40% son mujeres. Así, la compañía iniciaba el año 2023 con 46.000 socios y lo terminaba con más de 120.000, lo que ha supuesto un crecimiento del 156% respecto al pasado ejercicio.

A esto cabe sumarle las 13 aperturas realizadas durante el año anterior. Cada centro, con un ticket medio de 27€ y una superficie media de 1.500 m<sup>2</sup>, ha permitido a la compañía sumar un total de 30 establecimientos y 54.000 m<sup>2</sup> repartidos por toda España, concentrando sus esfuerzos en Madrid, Barcelona y Valencia.

**Precor** lanza una nueva línea de entrenamiento de fuerza funcional impulsada por **BeaverFit**



■ Precor ha seleccionado a BeaverFit, el mayor proveedor mundial de unidades móviles de fitness para los ejércitos de EE. UU. Y la OTAN, para diseñar y fabricar su nueva línea de entrenamiento funcional. Esta poderosa combinación crea una solución para los clientes que satisfará las necesidades de entrenamiento funcional y de fuerza en la rápida evolución de las instalaciones de fitness modernas.

“Estamos encantados de anunciar el lanzamiento de esta nueva línea de productos en asociación con BeaverFit”, compartió Adam Hubbard, director de producto y marketing de Precor. “La amplia experiencia de BeaverFit en el desarrollo de equipos de entrenamiento funcional especialmente diseñados que resisten los entornos más difíciles, combinada con su experiencia en diseño y fabricación de primera calidad, los convirtió en la opción perfecta para Precor. Han sido socios excepcionales durante todo el proceso de desarrollo y nosotros estamos. Estoy emocionado de presentar estos nuevos productos a nuestros clientes esta primavera”.

Para Precor, que cuenta ya con de 14.000 instalaciones en todo el mundo, esta nueva línea reúne la calidad, el rendimiento y la innovación en los que los clientes siempre han confiado, con la confiabilidad comprobada y los diseños resistentes de BeaverFit.

**BowFlex** se declara en quiebra y **Johnson Health Tech** adquirirá la compañía por 37,5 millones de dólares

■ La empresa se acogió al Capítulo 11 de la ley de quiebras y dijo que la taiwanesa Johnson & Johnson Health Technologies adquirirá todos sus activos por 37,5 millones de dólares en efectivo. BowFlex achacó su quiebra al entorno post-pandémico y a los persistentes vientos en contra macroeconómicos y dijo que recibió el interés de múltiples empresas, pero eligió a Johnson Health Tech porque maximizará el valor para las partes interesadas a través de este proceso.

La financiación del deudor en posesión de 25 millones de dólares permitirá a BowFlex (BFX) operar con normalidad y mantener a sus em-



pleados en nómina. Las acciones de Penny Stock cayeron un 5% en las operaciones previas a la comercialización.

En noviembre, la empresa matriz Nautilus había cambiado su nombre a BowFlex, con la esperanza de atraer nuevos usuarios convirtiéndose en “sinónimo de fitness en casa”.

Los fabricantes de equipos de fitness para el hogar han tenido problemas a medida que los usuarios han vuelto a los gimnasios desde la pandemia.

**Technogym** lanza un sistema de seguimiento de la salud y la longevidad basado en IA



■ Technogym, la única plataforma abierta de extremo a extremo basada en IA de la industria del fitness, ha perfeccionado su “ecosistema” líder, ofreciendo resultados exitosos a los operadores en términos de ROI, compromiso y atracción de miembros, así como a los entusiastas del fitness que quieren ver resultados y mantenerse motivados en sus viajes de salud y fitness.

Pionero en el sector del fitness y el bienestar, Technogym ofrece la solución definitiva al proporcionar a los operadores una integración vanguardista y perfecta entre las aplicaciones de software ya en uso, los equipos de fitness de cualquier fabricante, los métodos de pago más populares como Apple Pay, Google Pay, Stripe, Visa y otros, y las aplicaciones y wearables de consumo.

Además, el Technogym Ecosystem Coach basado en IA ajusta los programas de entrenamiento para mejorar el compromiso y maximizar los resultados. También apoya los esfuerzos de marketing a través de perfiles avanzados, lo que permite a los operadores realizar campañas de fidelización.

La australiana **Body Fit Training** planea abrir hasta diez boutique studios en España este año



■ La franquicia de fitness más importante de Australia, Body Fit Training (BFT) ha elegido Barcelona para la apertura de su primer estudio en España. Situado en la zona del Eixample (C./Valencia 233). Este centro, que representa la apertura número 300 a nivel mundial, trae consigo un enfoque revolucionario en el entrenamiento físico, combinando ejercicios de resistencia, fuerza y cardio en sesiones de alta intensidad.

Body Fit Training, fundada en mayo de 2017 en Australia por Cameron Falloon y perteneciente al grupo Xponential Fitness (y que incluye también Club Pilates), ha alcanzado rápidamente un reconocimiento global por su programa de entrenamiento personalizado y en grupo, adaptado a las necesidades individuales de cada cliente. BFT ha consolidado su posición como líder en el mercado del fitness boutique, operando actualmente en varios países, incluyendo Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Singapur y, ahora, por primera vez, en España. Además, la boutique ha anunciado su asociación con HYROX, la carrera más grande del mundo. “Creemos que Barcelona es la ciudad ideal para presentar nuestro concepto en España, una ciudad pionera en tendencias deportivas y con un público muy comprometido con un estilo de vida saludable. Las sesiones grupales son la forma más motivadora para mantener una rutina de entrenamiento semanal”, explica Rich Burnet, CEO de BFT.

El Real Club de Polo de Barcelona confía en las marcas internacionales **Life Fitness** y **EGYM** para su nueva instalación de Fitness



■ En la recta final de las obras de construcción de su nuevo centro de fitness, el Real Club de Polo de Barcelona ha rubricado hoy un acuerdo de Partner Técnico con las marcas punteras en el sector del fitness Life Fitness y EGYM. De esta forma, el gran esfuerzo realizado por el club barcelonés para proveer a su instalación centenaria y olímpica de un centro de fitness de primer orden, se encuentra ya prácticamente culminado.

En la nueva instalación, que destina al fitness un total de 1.784 m<sup>2</sup>, los socios del Club practicantes de sus cinco deportes, entre los que se encuentran deportistas de élite como jugadores y jugadoras de los primeros equipos de hockey, algunos de ellos olímpicos, y jugadores de pádel profesional, entre otros, podrán converger para el cuidado de su cuerpo y la optimización de su forma física.

Life Fitness, la marca de mayor confianza en el mundo del fitness, con más de 5 décadas de historia liderando el mercado con soluciones innovadoras y servicios para centros de entrenamiento y deportistas en más de 160 países en todo el mundo y EGYM, ecosistema más flexible del mundo del fitness, que combina tecnología de entrenamiento inteligente, software y servicio en la solución perfecta, proveerán al Sport Center del RCPB de los elementos de alta gama, diseño y funcionalidad esperados.

**Planet Fitness** anuncia planes de expansión en el mercado español de más de 300 centros



■ Planet Fitness confirmó sus planes de expansión en el mercado español en su declaración sobre los resultados del cuarto trimestre de 2023 y planificaciones futuras. Esperan abrir más de 300 establecimientos en nuestro país. Con su modelo de bajo coste y entorno no intimidante, conocido como "Judgement Free Zone", Planet Fitness se sumará a la competencia de las grandes cadenas en España con operadores como Vivagym, Altafit y Basic-Fit, que tras adquirir los 47 clubes de RSG Group en diciembre y con una cartera existente de 140 clubes, es actualmente líder del mercado ibérico.

El primer club podrían abrirlo en España a finales de este año, según declaraciones de Tom Fitzgerald, el CFO de la cadena de gimnasios, (quien ha anunciado su retiro en agosto de este año) ya que "España es un mercado atractivo en el que podríamos abrir hasta 300 clubes". La predilección inicial es construir sus propios clubs en lugar de comprarlos, lo que consideran más costoso. La compañía ha reiterado su estrategia de poseer alrededor del 10% de los centros Planet Fitness. En cuanto a la estrategia de precios, todavía no ha sido revelada.

La compañía alcanzó en 2023 un incremento en los ingresos del 14,4%, lo que ha supuesto unos beneficios de 147 millones de dólares (110,5 en 2022) y esperan incrementar sus ventas en los centros este año entre el 5%-6% y abrir hasta 150 centros. También prevé un aumento del 25% en inversiones y del 11-12% en gastos generales y administrativos para 2024.

Ciclo Virtual Interactivo by **Telegim** connect with Strava

■ Telegim tras lanzar en 2023 el primer sistema de ciclo virtual interactivo del Mercado que capta, muestra y registra los datos del entreno de los usuarios, ha añadido nuevas e interesantes funciones que aproximan las sensaciones de una clase de ciclo virtual a una clase con monitor presencial.

Tras constatar que muchos practicantes de clases de ciclo indoor que disfrutaban en sus clases con monitor presencial de nuestros sistemas Bike Power by Telegim con visualización de datos y zonas de entreno en tiempo real y obtención de resúmenes al finalizar, nos contactaban consultando cuando podrían visualizar sus registros y obtener los mismos rapports en las clases de ciclo virtual que realizan en sus gimnasios, nos pusimos manos a la obra y Telegim lanzó el pasado año el primer sistema de Ciclo Virtual Interactivo con visualización de datos y comparativas parametrizadas



La respuesta de los clientes finales, en definitiva usuarios que pagan las cuotas de sus gimnasios, por tanto, quiénes nos mantienen a todos los que operamos en el sector, fué tan positiva y su implicación en transmitir ideas y necesidades ha sido tan grande que entendimos como interesante seguir innovando en esa solución

El resultado de ello es que este 2024 se han añadido nuevas e interesantes funciones que ya se ofrecían en los sistemas para clases presenciales y aproximando ambas experiencias.

**Freemotion** y **Orangetheory**

crean una cinta de correr referente para el entrenamiento de frecuencia cardíaca

■ La cinta de correr OTF REFLEX™, surgida de la colaboración entre Freemotion Fitness y Orangetheory Fitness, ha creado a lo largo de 13 años un estándar totalmente acondicionado a los requerimientos de las clases de alta intensidad. La innovación tecnológica y la escucha de las necesidades de los usuarios se ha unido en esta colaboración de 13 años entre Freemotion Fitness, la división de equipos comerciales de iFIT (distribuida por Fit4Life en España), y la cadena boutique de alta intensidad Orangetheory Fitness.

Esta alianza ha dado vida a la cinta de correr OTF REFLEX™, que



redefine los estándares de diseño, absorción de fuerza y durabilidad en la industria del fitness boutique.

La cinta de correr OTF REFLEX™ destaca y supera a sus competidores con una impresionante reducción del 29% en la fuerza de impacto al correr, según un estudio científico realizado por una destacada universidad. Este logro la posiciona como la cinta de correr más cómoda, con mayor reducción de impacto y con mayor rendimiento disponible en la actualidad.



**Self Esteem Brands**, matriz de Anytime Fitness, y Orangetheory anuncian fusionarse en una sola compañía, el valor sería de 5,6 billones de dólares



■ Self Esteem Brands, matriz de Anytime Fitness, Basecamp Fitness, The Bar Method y Wwaxing the City, y Orangetheory Fitness, líder en entrenamiento por intervalos basado en la frecuencia cardíaca, han anunciado su intención de fusionarse en una sola compañía con la que la nueva empresa crecería en la economía global del bienestar y estaría valorada en 5,6 billones de dólares, lo que daría lugar a una de las mayores empresas de fitness, salud y servicios de bienestar en el mundo.

La unión de ambas compañías crearía una nueva entidad que contaría con los recursos y las marcas globales de ambas, incluyendo Anytime Fitness y Orangetheory Fitness,

Gracias a la combinación de las marcas globales que ambas poseen Orangetheory Fitness, Anytime Fitness, Waxing the City, Basecamp Fitness/ SUMHIIT Fitness, The Bar Method y Stronger U Nutrition, la nueva compañía alcanzaría los 3.500 millones de dólares (3.232 millones de euros) en ventas y sumaría aproximadamente 7.000 franquicias en 50 países de los siete continentes.



Trio de ases: **FNEID, Portugal Activo y España Activa**, unen sus fuerzas para luchar por objetivos comunes en la actividad física en Iberia

■ El 20 de febrero es una fecha para recordar, y es que FNEID, Portugal Activo y España Activa unen sus fuerzas para emprender desde ahora un camino juntos de ambos países para luchar por los objetivos comunes del sector del fitness y la actividad física en la Península Ibérica. Los tres presidentes: Adolfo Ruiz Valdivieso, presidente de FNEID, José Júlio Vale Castro, presidente de Portugal Activo y Jaime Lissavetzky, presidente de España Activa, acompañados por José Luis Costa, coordinador general de las plataformas regionales de Portugal Activo y Alberto García Chapuli, gerente de FNEID y de España Activa, se reunieron en Madrid para sentar las bases de esta importante colaboración. Ha sido una reunión muy provechosa en la que se han abordado un gran número de temas, ya que como nos indica Vale Castro, "las preocupaciones en Portugal son las mismas de España y partimos de un objetivo común en el que intercambiar experiencias cuando haya un problema, y poder saber qué pasa en España y en Portugal. En cuanto a los temas principales que nos afectan a los dos países, si es necesario hablar con Bruselas, es importante hacerlo con una fuerza ibérica, y no cada país de forma independiente".

También se puso encima de la mesa la posibilidad de realizar encuentros Ibéricos, en los que intercambiar experiencias, y que es muy posible que se lleve adelante, opción que debe ser ponderada por parte de las tres asociaciones.

**Los treinta principales operadores** de gimnasios en España facturaron un 45,5% más interanual en 2023



■ La velocidad a la que avanza la industria del fitness no es siempre la misma, y varía mucho en función del modelo de negocio, pero también de si nos referimos a la facturación o a la rentabilidad. Sin ir más lejos, las treinta principales cadenas de gimnasios cerraron 2023 con unas ventas agregadas de más de 1.050 millones de euros, un 29,4% más que en el año anterior, según se desprende del Informe Económico del Fitness 2024, elaborado por 2Playbook Intelligence.

Alcanzar la plena recuperación en volumen de ingresos aún no basta para que las pérdidas queden atrás después de asumir unos números rojos de 340 millones entre 2020 y 2022. El reto para 2024 es volver a unos niveles de rentabilidad cercanos a los que había antes de la pandemia

El podio de negocio continúa liderado por Forus, con 120 millones de ingresos, según las estimaciones de la misma compañía. Le siguieron VivaGym, con 94 millones y GO fit, que facturó 77 millones de euros y creció un 33,7%, a diferencia de sus rivales, sin sumar ningún club a su red respecto al ejercicio anterior. Más allá de esta excepción, los operadores que más crecieron fueron los que más invirtieron en expandirse con aperturas y compras de gimnasios.

**EuropeActive** nombra a Kai Troll nuevo director ejecutivo para impulsar la misión europea de salud y fitness

■ EuropeActive, la destacada Asociación Europea de Salud y Fitness con sede en Bruselas, acaba de anunciar el nombramiento de Kai Troll como su nuevo director ejecutivo. Este nombramiento estratégico subraya el compromiso de la organización con su misión de conseguir que más personas, más activas, más a menudo, y estimulando el valor de la actividad física en la sociedad. Después de un proceso de selección integral realizado por la Junta que incluyó una evaluación detallada por parte de una agencia profesional, se identificó a Kai Troll como la elección sobresaliente para el puesto.

Kai Troll aporta una formidable combinación de experiencia y conocimientos a EuropeActive. Su carrera cuenta con una amplia experiencia en puestos de CEO/MD en diversos sectores, incluidos deportes, asociaciones, ONG, salud, entretenimiento y filantropía. Los aspectos más destacados de su carrera incluyen: Miembro de un destacado family office en Norteamérica y Europa. Estuvo involucrado con la Asociación Internacional de Deporte y Cultura (ISCA) y tiene una larga trayectoria liderando desarrollos en varias asociaciones internacionales y europeas en el campo



de la discapacidad, temas relacionados con las ENT, nuevas tecnologías, deportes y educación.

Troll también es presidente voluntario de ASSOCIATIONWORLD, con sede en Bruselas, la red de asociaciones europeas e internacionales más grande de Europa.

# CIEN LÍDERES DE OPINIÓN

## sobre el futuro del **gimnasio**

El profesor Carl Rohde comienza a publicar en Gym Factory una serie de artículos enfocados en líderes de opinión de la industria del fitness, que aportarán una visión reveladora desde su punto de vista desde la perspectiva de sus negocios. En este caso, la opinión se centra en el futuro del gimnasio.

“He tenido el honor de entrevistar a más de 100 líderes de opinión mundial en fitness y salud (y aún continuo), a los que he definido en cuatro grupos”

1: Los (sub)CEO, tanto del lado de proveedores como de operadores: Son interesantes porque son lo que llamaríamos “peces gordos”.

2: Los propietarios de gimnasios destacados (a menudo premiados): Son interesantes porque, según sus palabras, “realmente entendemos la base”. Un talento que la mayoría de ellos no atribuye a los directores ejecutivos.

3: Los consultores: A menudo tienen una visión más amplia. Sus historias están llenas de urgencias. Sin urgencias, sus ingresos se agotan. Entonces, aquí hay algo de interés propio involuntario, pero a menudo es un interés propio esclarecedor.

#### 4: Los expertos en IA:

Son interesantes porque la IA vigilará el futuro ámbito en el que el fitness, el ejercicio y la salud tendrán que encontrar su nuevo espacio.



Les pregunté a los cuatro grupos cómo será el futuro gimnasio y aquí están los resultados. Cuando sea pertinente, especifico qué grupo, de los cuatro anteriores, lidera el grupo y qué grupo se desvía.

En primer lugar, existe un consenso sustancial de que el gimnasio tradicional está finalizando su ciclo de vida.

- “Entre las dos direcciones principales –bajo presupuesto y boutique especializada– veo a los clubes tradicionales, con sus campos de entrenamiento que apenas cambian, bueno: morir”.

Como era de esperar, los líderes de opinión que poseen un gimnasio o una cadena más pequeña normalmente no están de acuerdo. No sólo porque han creado un club superior (por eso fueron entrevistados), pero también porque viajan por caminos menos transitados que las grandes cadenas, evitando los centros urbanos súper sexys y enfocándose en las comunidades de clubes más locales en cualquier otro lugar.

- “Ahora hay una tendencia cada vez mayor entre muchas personas a hacer ejercicio donde viven. Piense en pequeños clubes conceptuales y gimnasios locales, por ejemplo, en los pequeños centros comerciales cercanos. Y, fíjese, también en Nueva York, tiene zonas “rurales”.
- “Estoy invirtiendo en micro gimnasios de 300-500 m<sup>2</sup>/m totalmente orientados a lo digital, con espacios abiertos, entrenamiento funcional y dirigidos a todo tipo de público. Totalmente equipado y respaldado por una poderosa aplicación que conecta a los miembros en el sitio, en línea y en casa”.

En general, existe la sensación de que los clubes deberían ser más humildes:

- “Cuando alguien se convierte en un nuevo miembro del gimnasio, jeso NO es cerrar el trato! Sólo significa que alguien entra a ver qué se ofrece. Quizás quiera comprar”.

#### Hay más vientos en contra

- “El monopolio de los clubes para ofrecer fitness se acabó. El sentido de derecho debería desaparecer”.
- “Los clubes ya no tienen el mismo valor que antes. Son sólo una estructura física, llena de equipamiento”.
- “Un club ya no es un lugar físico. Es un momento del día”.

Estas tres citas de viento en contra provienen de tres líderes intelectuales en tres continentes diferentes. Las mayorías en los cuatro grupos mencionados anteriormente coinciden en la necesidad de una nueva humildad.

Entonces, ¿cómo evolucionar más? Por supuesto, todos los clubes son diferentes. Sin embargo, aquí hay tres enfoques que son relevantes para todos.

## A: CONECTIVIDAD

El club del futuro debe ofrecer conectividad, lo más ubicuamente posible. Casi todos los líderes de opinión están de acuerdo. Los expertos en IA son los más francos al respecto. No sorprende: ofrecer conectividad es su competencia clave.

La conectividad ubicua viene en formas y tamaños. Para empezar, está la dimensión sin fricciones en el propio club.

- “El escaneo perfecto al entrar. La cinta de correr te da la bienvenida, ya que has subido tus datos de entrenamiento”.

Pero la conectividad se expandirá aún más y romperá las paredes del club.

- “Conectando el club, el hogar y todas las experiencias al aire libre: ese es el futuro necesario”.
- “El gimnasio perfecto debe saber igualmente lo que hacen sus miembros dentro y fuera de sus paredes: cómo hacen ejercicio, o no, 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año”.

Como ya hemos mencionado, los expertos en IA son más empáticos en este aspecto. Pero todos los directores ejecutivos ven el sentido: tratar de evaluar dónde profundizar y dónde sólo probar las aguas.

### B: EL ENFOQUE EN LA SALUD

**Es natural que la industria del fitness juegue la carta de la salud, especialmente después de una pandemia.**

- “Se nos acercan nuevas cohortes. No se centran en las formas ni en la apariencia, están en salud. Los propensos a la diabetes, los mayores, los que quieren deshacerse de los kilos pandémicos y de los dolores lumbares gracias a una sobredosis de Netflix, y los que quieren trabajar en su sistema inmunológico”.

**Algunas opiniones son tremendamente exuberantes.**


- “Todo el mundo debería tener un fisioterapeuta gratis. ¡El Servicio Nacional de Salud podría ahorrar mucho dinero de esta manera!”
- “¡Somos parte de la solución, no del problema!”, se ha convertido en un canto de celebración y en un grito de guerra.

Hay verdad en estas citas. Pero también algo de éxtasis fácil. Una gran parte de los líderes de opinión no ven que pronto se produzca un vínculo más íntimo entre la salud y el fitness. En primer lugar, porque los departamentos de salud, los gobiernos y las compañías de seguros exigirán datos muy convincentes. Ese dato falta, así se confiesa.

Sí, la industria del fitness se basa en una gran cantidad de datos. Pero esos datos a menudo tienen un carácter aleatorio, están protegidos en silos separados y, por lo tanto, son difíciles de entender. Culto a la racionalización y la mía. Además de eso, muchos grandes actores de la industria no quieren compartir datos con otros grandes actores. Eso es comprensible, pero, dentro del panorama más amplio de “Somos parte de la solución”: lo que cuesta un centavo es una tontería.

Otra razón por la que la tarjeta sanitaria no convence es el modelo de negocio predominante en muchas grandes cadenas.

- “Muchos gimnasios han prosperado gracias a la gente que paga y no viene”.



Quando se trata de mejorar la salud, este pequeño y sucio secreto no pasa desapercibido para los interlocutores en el ámbito de la salud.

- “Ahora es así: pagas y te doy acceso a las instalaciones. Debe convertirse en: Cuéntame tus objetivos (de salud) y me comprometeré, lo más ampliamente posible, a ayudarte a alcanzarlos”.

Será necesario realizar un seguimiento y supervisión las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año para realizar este cambio fundamental en la orientación empresarial.

- “¿El futuro gimnasio? Un gimnasio donde los ejercicios garantizan resultados. Porque han integrado en los ejercicios todos los datos disponibles. La gente estará feliz de pagar precios superiores por resultados garantizados”.

### C: PERSONALIZACIÓN PROFUNDA

Quando tanto la Conectividad (A) como la Salud (B) son ingredientes esenciales del futuro del club, la Personalización profunda se convierte automáticamente en la tercera piedra angular. Muchos líderes



*“¿Qué frase o tema de lo anterior le llama la atención”?*

*¿Qué frase o tema de lo anterior le gustaría subrayar con el ejemplo de buenas prácticas que conoce?*

No es sólo en la dimensión de la salud que la industria debe adoptar una personalización profunda. También es la forma de hacer que el club sea atractivo para sus miembros, más volubles que nunca. Casi todos los líderes de opinión están de acuerdo con estas tres citas finales:

- “Los consumidores ahora están más informados, tienen más conocimientos y tienen más poder. Como consecuencia, pueden encontrar la salida fácilmente”.
- “Los futuros socios no pertenecen al club, se pertenecen a sí mismos”.
- “Especialmente los milenials más jóvenes van al gimnasio. lo llamamos el rastreo de los gimnasios. La lealtad está fuera, debemos crear nuevos tipos de rigidez”.

de opinión desean que la industria del fitness evolucione hacia una “Industria proveedora de soluciones de salud”. Esto sólo se materializará con una generación de datos significativa las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año. Lo cual encaja en: Personalización profunda.

- “No hay un café para todos. Los gimnasios realmente deben personalizarse en profundidad. La tecnología puede ayudar”.

Tres citas de tres continentes diferentes. Todos sugieren que, junto a estar conectado y el enfoque de la salud, la personalización profunda estará en el ADN del futuro gimnasio.

## PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

¿Por qué no, después de cada publicación que haga, hacerles una pregunta de investigación a ustedes, lectores, e interactuar con-

migo, tal vez integrando sus conocimientos en las próximas publicaciones?

Aquí la pregunta para los próximos dos meses:

**“¿Qué frase o tema de lo anterior le llama la atención”?**

**¿Qué frase o tema de lo anterior le gustaría subrayar con el ejemplo de buenas prácticas que conoce?**

Si quiere aportar Su opinión, escríbame a este correo

[Carl@cienciadel tiempo.com](mailto:Carl@cienciadel tiempo.com)



**Prof. Dr. Carl Rohde**

Lleva a cabo proyectos continuos de previsión futura en fitness y salud, hostelería, lujo, alimentación y marketing digital.

# EL JUEGO MENTAL: 10 SESGOS COGNITIVOS

que moldean tu experiencia  
como consumidor

En un sector del fitness y los gimnasios tan competitivo, entender la psicología del consumidor es tan crucial como las propias instalaciones. Aquí es donde el neuromarketing, con su habilidad para descifrar los procesos mentales detrás de las decisiones de compra, se convierte en una valiosa herramienta para los responsables y gerentes del sector.

Esta herramienta, se sustenta en la premisa de que las elecciones de los consumidores no siempre son racionales o predecibles, sino que en un gran número de ocasiones están influenciadas por sesgos cognitivos subyacentes. Los sesgos cognitivos son aquellas tendencias sistemáticas de pensar de manera distorsionada debido a la interpretación sesgada de la información disponible.

Estas reacciones son particularmente relevantes en la industria del fitness, donde las emociones y la imagen personal tienen un papel predominante. Adicionalmente, si se tiene en cuenta que el mercado del fitness está plagado de diferentes opciones, desde gimnasios low-cost hasta boutiques de fitness, pasando por aplicaciones de entrenamiento personalizado y dispositivos de seguimiento de la actividad física, el neuromarketing se convierte en una herramienta rele-





*El enfoque del neuromarketing en el ámbito del fitness no se limita únicamente a la venta de cuotas o productos, abarca toda la experiencia del cliente. Desde el diseño del espacio y la selección de equipos hasta los servicios ofrecidos y la comunicación de marca, cada elemento debe ser cuidadosamente calibrado para resonar con los impulsos subconscientes de los clientes potenciales.*

nivel más profundo, motivando a los consumidores a tomar acciones positivas hacia sus objetivos de salud y fitness.

El enfoque del neuromarketing en el ámbito del fitness no se limita únicamente a la venta de cuotas o productos, abarca toda la experiencia del cliente. Desde el diseño del espacio y la selección de equipos hasta los servicios ofrecidos y la comunicación de marca, cada elemento debe ser cuidadosamente calibrado para resonar con los impulsos subconscientes de los clientes potenciales.

Mediante la aplicación de estas técnicas de neuromarketing se pretende perseguir la búsqueda de crear una conexión auténtica con el consumidor, utilizando un entendimiento profundo de los sesgos cognitivos para presentar servicios que no solo satisfagan las necesidades físicas, sino que también se alineen con las aspiracio-

nes y valores del consumidor. Esto implica una promoción que se conecta con el deseo de los clientes de verse y sentirse mejor, y una experiencia de cliente que respalda esos sentimientos a lo largo de su viaje por el centro.

A continuación, examinaremos diez de los sesgos cognitivos más influyentes en el comportamiento del consumidor y discutiremos cómo estos patrones preprogramados de pensamiento pueden ser moldeados y utilizados dentro de las estrategias de marketing para cultivar decisiones de compra más inteligentes y satisfactorias. El objetivo no es manipular, sino comprender y atender mejor a los deseos y necesidades del consumidor, creando un vínculo más fuerte entre cliente y producto.

#### **1. Sesgo de Anclaje o Focalismo:**

Este sesgo implica dar un peso desproporcionado a la primera información que recibimos. En el neuromarketing, se utiliza para establecer una referencia inicial en la mente del consumidor. Un ejemplo práctico de utilización del sesgo de anclaje en el fitness sería establecer un precio inicial en el lanzamiento de un gimnasio, el cual los clientes utilizarán como referencia para todas las futuras percepciones de valor.

#### **2. Sesgo de Arrastre o Efecto Bandwagon:**

Se basa en nuestra tendencia a seguir la corriente. Las acciones de otros consumidores, como las reseñas positivas, pueden influir poderosamente en nuestra decisión de compra, incrementando la percepción de valor de un servicio o producto. A través del conocimiento de este efecto, se pueden dirigir las tácticas para mostrar la popularidad de las clases en grupo y construir una comunidad dentro del gimnasio.

vante para poder destacar dentro del segmento. La motivación para incorporarse a un gimnasio o comprar un servicio de fitness puede ser compleja, influenciada por la aspiración personal, la presión social y la autopercepción. Los gerentes de centros pueden utilizar el conocimiento de estos sesgos cognitivos para crear campañas de marketing que llegarán a un



**3. Efecto de Encuadre:** La forma en que se presenta una información puede cambiar completamente nuestra decisión. Un clásico es destacar un producto con el que la mayoría de las personas quedan satisfechas, recalcando la positividad del mensaje. Un ejemplo sería, únete a nuestro centro, el 95% de nuestros clientes está satisfecho.

**4. Sesgo de Autoridad:** Tendemos a dar más credibilidad a las opiniones de expertos o figuras de autoridad. En el marketing, asociar un producto con una figura influyente puede incrementar significativamente su atractivo. Esta sería una técnica a considerar para los centros deportivos y gimnasios que quieran darse a conocer a través de referentes en el sector, tales como deportistas profesionales, entrenadores de renombre, médicos, etc.

**5. Efecto Señuelo:** Este sesgo ocurre cuando añadir una tercera opción puede cambiar la preferencia entre dos alternativas existentes. Un abono de gimnasio con características intermedias puede convertirse en la opción preferida frente a uno básico o uno con demasiados servicios.

**6. Efecto de Validación Social:** Buscamos la confirmación de nuestros sentidos antes de tomar una decisión. Ofrecer pruebas gratuitas o muestras puede inclinar la balanza hacia la compra. Esta es una técnica utiliza-

da habitualmente por centros de entrenamiento personal y gimnasios.

**7. Efecto FOMO (Fear of Missing Out):** El temor a perderse algo es una poderosa herramienta de venta. Los descuentos por tiempo limitado o las ofertas de "última oportunidad" pueden generar una compra impulsiva para evitar la sensación de pérdida. Algún ejemplo de la empleabilidad de este sesgo en el mundo del fitness, es la realización de ofertas de preapertura hasta una fecha límite.

**8. Descuento Hiperbólico:** Este sesgo explica por qué preferimos recompensas inmediatas a mayores recompensas futuras. Ofrecer la opción de "comprar ahora y pagar después" puede ser muy atractivo para muchos consumidores.

**9. Efecto Ikea:** Valoramos más aquello en lo que hemos invertido esfuerzo. Involucrar a los clientes en el desarrollo de sus propios planes de entrenamiento puede aumentar su valoración del servicio.

**10. Sesgo de Aversión a la Pérdida:** Tendemos a preferir evitar las pérdidas antes que obtener ganancias. Garantizar una

experiencia positiva, como una prueba gratuita, puede ser crucial para convencer al cliente de realizar una compra.

Entender y aplicar estos sesgos cognitivos de manera ética y responsable con el neuromarketing puede ser de ayuda para el éxito de un producto o servicio. La clave está en saber cuándo y cómo implementarlos para maximizar el valor tanto para los consumidores como para las marcas. Cada uno de estos sesgos abre una ventana al complejo mecanismo de la toma de decisiones, proporcionando a los profesionales del marketing deportivo y a los empresarios, las herramientas para crear estrategias más efectivas y experiencias más enriquecedoras para el consumidor.



**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.



**Sergio García Ortega**

Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte en la Universidad Politécnica de Madrid; especialidad en Gestión Deportiva.





**Gym Factory TV**

2160 suscriptores

SUSCRITO

INICIO

VÍDEOS

LISTAS DE REPRODUCCIÓN



CANALES

MÁS INFORMACIÓN



# “SUSCRÍBETE AL ÚNICO **CANAL DE TV** DE LOS PROFESIONALES DEL FITNESS”



**Todo el equipo de GYM FACTORY te desea un año...**

399 visualizaciones • hace 1 mes



**Resumen de Pablo Viñaspre de la evolución de los...**

221 visualizaciones • hace 1 mes



**Mark Zuckerberg ve potencial en las suscripciones de...**

413 visualizaciones • hace 1 mes



**Disponible el último número de 2021 de la revist...**

6248 visualizaciones • hace 1 mes



**Las acciones de Peloton suben después de...**

560 visualizaciones • hace 1 mes



**Johnson Health incluida en la lista de los mejores...**

543 visualizaciones • hace 2 meses



**El último informe de MAS revela que los ingresos...**

224 visualizaciones • hace 2 meses



**Mañana Pullman Hotels y Les Mills intentarán batir el...**

464 visualizaciones • hace 2 meses



**Meta ha anunciado la adquisición del desarrollad...**

389 visualizaciones • hace 2 meses



**Gymage, el primer gimnasio Español en USA, ha recibido...**

524 visualizaciones • hace 3 meses



**No te pierdas las noticias más relevantes de los...**

367 visualizaciones • hace 3 meses



**No te pierdas el informativo del fitness con las últimas...**

514 visualizaciones • hace 3 meses

**CANAL**



**EL TELEDIARIO DEL FITNESS**



# Cómo la **IA** podría ser el mejor compañero de entrenamiento para los gimnasios y sus socios

Como operador de un gimnasio, he visto muchas tendencias ir y venir. Hay una tendencia que no sólo está pasando por el vestuario en su camino hacia la oscuridad: la Inteligencia Artificial (IA). Ahora, antes de que imagines a un robot entrenador personal gritándote citas motivadoras (“¡Volveré... para el día de las piernas!”), déjame explicarte cómo la IA puede revolucionar genuinamente la experiencia del cliente en tu gimnasio, con un toque. humanidad.

Han pasado aproximadamente diez años desde que participé en un panel de discusión de “pregúntale al experto” sobre tecnología digital y redes sociales en el evento Sibec Fitness EU. Recuerdo que alguien preguntó qué hacer si no contaban con una estrategia digital.

Algunos consejos para ayudar a aquellos que todavía están trabajando en su estrategia de IA

Incorporar la IA a los gimnasios no se trata de reemplazar el contacto humano con tecnología fría y dura. Se trata de mejorar la experiencia, hacer que los



entrenamientos sean más personalizados, efectivos y, sí, incluso más divertidos. Entonces, mientras estamos en la cinta del progreso tecnológico (con suerte, no estancados en una pendiente), adoptemos la IA como la mejor compañera de entrenamiento, ayudándonos a elevar nuestra experiencia en el gimnasio a alturas nuevas y más inteligentes y ejercitando los músculos de la innovación.

## 1 El entrenador personal que nunca duerme

Imagine un entrenador personal que pueda analizar su nivel de condición física, realizar un seguimiento de su progreso, ajustar su plan de entrenamiento en tiempo real y nunca se cansa de escuchar sus confesiones sobre los días de trampa. Eso es IA para ti. Es como tener un compañero de gimnasio que siempre está ahí, excepto que este no intenta dejarte abandonado en el último minuto para un maratón de Netflix.

## 2 Entrenamientos personalizados: tan personalizados como tu pedido de café

Vivimos en una época en la que la gente puede personalizarlo todo, desde su café matutino hasta sus recomendaciones de Netflix. Así que, ¿por qué deberían ser diferentes los entrenamientos? La IA puede ayudar a crear planes de entrenamiento personalizados que se adapten no sólo a los objetivos de forma física de cada miembro, sino también a sus necesidades y preferencias cambiantes. Es como si tu camarero fuera también tu planificador de entrenamientos, asegurándose de que todo está a tu gusto

*Incorporar la IA a los gimnasios no se trata de reemplazar el contacto humano con tecnología fría y dura. Se trata de mejorar la experiencia, hacer que los entrenamientos sean más personalizados, efectivos y, sí, incluso más divertidos.*

## 3 No más conjeturas para alcanzar los objetivos de acondicionamiento físico

¿Recuerdas los días en que adivinabas qué máquina podría ayudarte a perder esos últimos kilos o aumentar tu volumen? La IA puede analizar datos como un profesional, convirtiendo su gimnasio en un gimnasio inteligente que sabe exactamente lo que cada miembro necesita para alcanzar sus objetivos personales de acondicionamiento físico. Es un poco como tener un detective de fitness en el caso, sin la gabardina y la misteriosa música de fondo.

## 4 Mantener motivados a los miembros (sin carteles cursis)

Todos hemos visto esos carteles motivadores que parecen gritar "¡Tú puedes hacerlo!" en fuentes demasiado negritas para ignorarlas. Pero seamos realistas, la verdadera motivación proviene de ver el progreso. La IA puede proporcionar comentarios y ajustes en tiempo real para mantener a los miembros interesados y motivados,

lo que demuestra que el estímulo no siempre necesita estar pegado en la pared con una fuente de tamaño 72.

## 5 La mariposa social: establecer conexiones sin conversaciones triviales incómodas

La IA también puede mejorar el aspecto social de tu gimnasio. Al analizar las preferencias y actividades de los miembros, la IA puede sugerir clases o compañeros de entrenamiento, convirtiendo el gimnasio en un centro comunitario donde las personas comparten algo más que pesas: comparten experiencias. Es como un servicio de búsqueda de pareja para amigos que hacen ejercicio, sin las incómodas vibraciones de la primera cita.

## Adopta la revolución de la IA

Incorporar la IA a los gimnasios no se trata de reemplazar el contacto humano con tecnología fría y dura. Se trata de mejorar la experiencia, hacer que los entrenamientos sean más personalizados, efectivos y, sí, incluso más divertidos. Entonces, mientras estamos en la cinta del progreso tecnológico (con suerte, no estancados en una pendiente), adoptemos la IA como el mejor compañero de entrenamiento, ayudándonos a elevar nuestra experiencia en el gimnasio a alturas nuevas y más inteligentes y ejercitando los músculos de la innovación.



**Jon Nasta**

Director de marketing NED  
Experto en retención de clientes

# MARKETING ESTRATÉGICO VS IA: El futuro ya comenzó (III)

Tanto el entrenamiento físico online, como las sesiones de entrenamiento virtuales o incluso los programas de entrenamiento personalizados se han vuelto cada vez más populares, lo cual presenta un oportuno momento a fin de que Centros fitness, estudios y entrenadores aprovechen el inmenso poder de Internet para su propia estrategia de marketing.

Continuamos con la tercera parte de este extenso artículo para seguir comparando el marketing estratégico con la Inteligencia artificial.

## 4. Blogs: el arma secreta para un marketing exitoso de profesionales del fitness

Los blogs no son únicamente para amantes, por ejemplo, de sectores como los de la moda o gastronomía; es una herramienta valiosa que puede llevar tanto a los entrenadores tradicionales como a los entrenadores de IA a alcanzar nuevas y altas metas.



Entender los blogs como “arma secreta” no solo asentará nuestro prestigio en el sector fitness, sino que también atraerá tráfico orgánico el cual se transformará en esos clientes fieles tan deseados siempre, ya sea quienes busquen entrenamiento guiado por persona real o la innovadora orientación de un entrenador con IA.

Ahora es el momento de estudiar el arte de aprovechar dicha herramienta blog para concretar nuestra experiencia, conectar con

nuestro público objetivo y exprimir el potencial de nuestra web.

### **Aprovechar nuestros blogs para asentar prestigio y atraer tráfico orgánico**

#### **Prestigio de construcción:**

Un buen blog nos permitirá mostrar nuestros conocimientos sobre fitness, compartir métodos de entrenamiento propios y ofrecer información valiosa.

Lanzando regularmente publicaciones de blog de carácter informativo, cuidadosamente investigadas previamente, nos posicionaremos como fiables expertos en fitness y nos ganaremos la confianza de numerosos clientes potenciales.

#### **Aumento del tráfico orgánico:**

A los motores de búsqueda les encanta contenidos nuevos y destacables. Cada publicación de blog crea un nuevo input para que esos clientes potenciales descubran nuestra web.

Mediante palabras clave específicas y contenido atractivo, incrementaremos nuestras posibilidades de obtener una clasificación aún mayor en los resultados de los motores de búsqueda, atrayendo tráfico orgánico.

#### **Fomentar el compromiso:**

Un eficaz blog abrirá puertas a interaccionar con nuestra audiencia. Fomentemos los comentarios y la retroalimentación sobre nuestras publicaciones, interactuemos con los lectores y creemos un sentido de comunidad en torno a nuestra marca fitness.

### **Ideas interesantes para publicaciones de blog para entrenadores físicos**

#### **a) Consejos y trucos de fitness:**

Compartamos innovadores consejos de acondicionamiento físico

que aporten valor, técnicas de entrenamiento y consejos de nutrición adaptados a las necesidades de nuestra audiencia. Desde rutinas de ejercicios hasta recetas saludables, ofrecer contenido de real interés que permita a dicha audiencia alcanzar sus objetivos.

#### **b) Historias de éxito de clientes:**

Mostremos, de forma regular, inspiradoras historias de éxito de diferentes perfiles de nuestros clientes activos. Mediante transformaciones de “antes y después” y anécdotas personales suyas, evidenciaremos el impacto real de nuestra labor como coaches profesionales.

#### **Desmentir mitos:**

Abordemos ante los clientes activos y potenciales cientos de mitos y conceptos erróneos comunes sobre el fitness, desacreditándolos con información basada en evidencia contrastada. Eduquemos a nuestra audiencia mediante conocimientos ciertos y precisos y dilapidando informaciones erróneas.

*Al incorporar palabras clave específicas y una meta descripción informativa (elemento HTML que resume el contenido de una página de una web), dicha sección atraerá a entrenadores interesados en aprovechar el poder de los blogs a fin de hacer crecer el prestigio de nuestra web, así como atraer un estupendo tráfico orgánico.*

## **5. Ampliemos nuestra presencia online hacia nuevos horizontes**

En esta era digital, la constante evolución de las redes sociales las ha transformado en una fuerza imprescindible, que sigue remodelando la forma en que las empresas

se conectan con sus audiencias. Como operadores, Centros deportivos, gimnasios o entrenadores personales que buscamos expandir nuestra presencia online, aprovechar el poder de las redes sociales es esencial.

Desde establecer visibilidad de nuestra marca hasta fomentar conexiones de valor, las redes sociales nos ofrecen una ideal plataforma para interactuar con todo nuestro amplio público objetivo. Así pues, exploremos la importancia de las diferentes redes sociales y lancemos nuestra web fitness hacia nuevos horizontes desarrollando una estrategia viral de redes sociales que logren cautivar y hacernos escuchar lo más ampliamente posible online.

## 6. Aprovechar la IA para un fitness personalizado

La innovación no conoce límites y la Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en un punto de inflexión en nuestro sector fitness. El poder de la IA ha remodelado la forma en que los entrenadores adaptan sus servicios para satisfacer las necesidades individuales, generando un impacto revolucionario que redefine el fitness personalizado.

Al adoptar soluciones impulsadas por IA, los profesionales fitness podemos desbloquear todo el potencial de nuestra web, proporcionando a los clientes planes de entrenamiento personalizados y orientación nutricional que se adapten a sus objetivos y preferencias únicos.

Profundicemos en el poderoso impacto de la IA en el sector fitness, específicamente para profesionales del marketing fitness. Veamos también cómo incorporar, de forma sencilla, la IA en nuestros servicios fitness, llevando nuestra web a niveles de excelencia en cuanto al fitness personalizado.

### El impacto revolucionario de la IA en la industria del fitness

#### Información basada en datos:

La IA procesa grandes cantidades de datos y extrae constantemente información valiosa sobre los comportamientos, preferencias y progreso físico de cada persona. Este enfoque basado en datos permite a cada entrenador tomar decisiones informadas, así como brindar recomendaciones precisas.

#### Hiperpersonalización:


La IA ha desbloqueado el poder de la hiperpersonalización, adaptando así los planes de acondicionamiento físico y la orientación nutricional a las diferentes necesidades

y objetivos únicos que cada cliente tiene en cada momento. Este toque personalizado mejora la participación del cliente y lógicamente fomenta experiencias fitness excepcionales.

#### Asistencia virtual 24/7:

Con chatbots impulsados por IA, los entrenadores pueden brindar asistencia virtual las 24 horas del día los 7 días de la semana a los visitantes de nuestra web. Con ello todos los clientes pueden recibir respuestas instantáneas a cada una de sus consultas, lo cual hace que el proceso de acondicionamiento físico sea fluido y eficiente.





**Implementación de soluciones impulsadas por IA para planes de acondicionamiento físico personalizados y orientación nutricional**

**Evaluaciones de aptitud física impulsadas por IA:**

Integremos herramientas impulsadas por IA a fin de realizar evaluaciones integrales de condición física para nuestros clientes. La IA puede analizar datos y desempeños pasados para crear nuevos planes de entrenamiento personalizados que se alineen con los objetivos individuales de cada uno de

nuestros clientes, tengan el perfil que tengan.

**Recomendaciones de nutrición:**

Los algoritmos de IA pueden analizar las preferencias de cada uno de nuestros clientes, las restricciones dietéticas y los objetivos de acondicionamiento físico para generar nuevas recomendaciones nutricionales personalizadas. Con este enfoque, respaldado siempre por datos fiables, podremos garantizar planes de nutrición óptimos para cada cliente.

**Seguimiento del progreso en tiempo real:**

Las plataformas impulsadas por IA pueden rastrear y analizar el progreso de cada cliente en tiempo real, brindando a los entrenadores

información sumamente valiosa a fin de ajustar cada plan de entrenamiento, así como la orientación nutricional que se requiera en cada momento.

El énfasis en el impacto revolucionario de la IA y la implementación de soluciones impulsadas por la misma nos permitirá como profesionales fitness, ya seamos grandes operadores, gimnasios o entrenadores personales, integrar tecnología de vanguardia en nuestros servicios de fitness ofreciendo a nuestros clientes toda una experiencia de fitness personalizada como nunca antes la recibieron de nadie.



**José Milán**

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

## LA IMPORTANCIA DEL EQUIPO en el Proceso de Internacionalización

Ya es sabido que las personas son consideradas como uno de los recursos más relevantes de las empresas de productos, pero más aún cuando se trata de empresas de servicios. El comportamiento, la actitud y el desempeño de los recursos humanos son decisivos en el buen desarrollo de la actividad empresarial.

Una empresa puede disponer de recursos financieros ilimitados, de la última tecnología, de la marca más eficaz del mercado, pero si no cuenta con el personal adecuado raramente podrá explotar dichas ventajas competitivas. En una empresa internacional es aún más relevante el factor humano, considerando que, a las problemáticas diarias, se le suman las de mayor complejidad organizativa actuando a distancia, en culturas y entornos empresariales desconocidos o diferentes. Por ende, una de las cuestiones claves en la gestión de una empresa internacional será decidir qué personas son las idóneas para ejecutar el desempeño de la estrategia internacional.

El funcionamiento de las grandes empresas necesita de personas que implementen la estrategia de coordinación global. Uno de los **factores más importantes** que constituyen los activos de las empresas es el **capital humano**, subrayado constantemente por la bibliografía económica. Juegan un papel decisivo, a todos los niveles, tanto en los de productividad como en su potencial competitivo a nivel global, la dirección de recursos humanos y de relaciones laborales, en todas las empresas y en las multinacionales.

El **análisis de la estructura del recurso humano** puede hacerse en dos niveles, por un lado, el nivel

horizontal y por el otro el vertical. A **nivel horizontal**, a un mismo nivel organizativo se plasma la segmentación del trabajo en tareas y subtareas. La variación horizontal provee a la organización de mayor grado de especialización, aunque le resta flexibilidad ante las situaciones variables.

A **nivel vertical**, la distinción la determina la cadena de mando o la jerarquización. Permite evidentemente determinar la responsabilidad y la autoridad, sin embargo, una desmesurada diferenciación vertical ocasiona conflictos de comunicación por medio de los diferentes niveles jerárquicos, la alta dirección se distancia de los





problemas diarios y la toma de decisión se bloquea. En forma de árbol, por lo general, se representan las estructuras formales, detallándose las distintas relaciones de subordinación, autoridad entre las diferentes unidades involucradas. Por una unidad de mando, en lo más alto de ellas, suele identificarse en estas estructuras un responsable general. Luego, para poder obtener economías de escala, la extensión de la responsabilidad está dada en los subordinados que tiene cada superior.

El subordinado de un determinado eslabón, será el supervisor del eslabón siguiente, dando lugar al escalonamiento de la autoridad en los mandos intermedios. La empresa se verá beneficiada por un aumento del talento y del capital humano por medio del desarrollo de estos colaboradores. Son conocidos generalmente como **altos potenciales** y estos empleados podrán ser los futuros líderes de la organización y, para los que se crean programas determinados

de capacitación y desarrollo profesional. El gradual perfeccionamiento de la persona dentro de su vida en la empresa, como así también la progresión de su carrera profesional, conforman el desarrollo profesional integral de cada individuo.

**El plan de sucesión de directivos o plan de carrera profesional**, para la detección del talento directivo, es uno de los métodos más significativos. Para garantizar la continuidad del liderazgo en los lugares claves y conducir el progreso individual, es un esfuerzo intencionado y continuo, que realizan las empresas. La manera en que la empresa es capaz de tener a las personas apropiadas, con las habilidades necesarias, en el momento y en el lugar preciso, es con los **planes de sucesión**. En este momento, la mayor parte de las compañías con el objetivo de impulsar el talento en las personas, para que sean capaces de desempeñar roles en los lugares claves que haya que reemplazar o que no

existían antes, lo planifican, y organizan a largo plazo.

**Los altos ejecutivos** deben de mejorar sus capacidades empresariales para influir positivamente en la decisión de la firma de internacionalizarse. La empresa con gestión emprendedora debe de tener un **perfil transformador y no pasivo**. La capacidad del emprendedor para reconocer y aprovechar las oportunidades depende en gran medida de la intención empresarial, la orientación, el marketing, capacidades y experiencia profesional.

#### Material consultado:

- Villar, M. (2021). Internacionalización en Empresas del Sector del Ejercicio Físico y la Salud. Tesis Doctoral: Universidad Castilla La Mancha, 58-60.



**Mariela Villar**

Doctora en Economía y Empresa Internacionalización Empresarial

# SANCIÓN A UN GIMNASIO por parte de la AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS (AEPD)

## ¿Qué ha sucedido?

La dirección de un gimnasio decidió cambiar el sistema de control de identidad que venía utilizando como procedimiento para el acceso a sus instalaciones, consistente hasta entonces en una pulsera y una tarjeta acreditativas, por un nuevo sistema que requería la huella dactilar de los socios.

Una asociada se negó a dar su huella dactilar al considerar que este sistema era excesivo y tras ello, el gimnasio la dio de baja, al parecer, sin ofrecerle otra alternativa.

## ¿Qué consecuencias han tenido los hechos?

La asociada dada de baja denunció lo ocurrido a la Agencia Española de Protección de Datos (En adelante AEPD), y esta, tras solicitar las correspondientes alegaciones al gimnasio, y a la vista de los mismos, procedió a sancionarle por valor de 27.000 euros, considerando que el citado gimnasio había infringido el Reglamento General de Protección de Datos (En adelante RGPD) en los artículos siguientes:

- El artículo 13: Falta de información sobre derechos, limitaciones del tratamiento, finalidad del registro de datos mismo, y otras.
- El artículo 9.1 Prohibición del tratamiento de datos biométricos, salvo cuando se da el consentimiento expreso.
- Art. 6 Tratamiento ilícito al carecer de consentimiento.

Además:

- Obligó al gimnasio a acreditar en el plazo de 30 días la necesidad de uso de la huella, y

- Le forzó a limitar temporal o definitivamente, el uso de este sistema de control de acceso.

## ¿En qué contexto se han producido los hechos?

En control de accesos por parte de la dirección del gimnasio, forma parte, de su legítimo derecho de evitar la posible intrusión en el mismo de personas no autorizadas, y de ejercer igualmente su derecho de admisión.

Por otra parte, el control de accesos, también lo aplica la dirección de un gimnasio, para proteger a sus asociados, a fin de evitar que personas no autorizadas, pudieran acceder al interior, no solamente para utilizar indebidamente las instalaciones, equipamiento y material o deportivo, sino también para evitar posibles hurtos o robos con fuerza en las taquillas de los vestuarios, además de otros actos delictivos.

Llegados a este punto, parece necesario exponer, que son los datos biométricos según el RGPD y cuáles son los diferentes tipos de dichos datos.

El RGPD los define en el art. 4.14 como

*“datos personales obtenidos a partir de un tratamiento técnico específico, relativos a las características físicas, fisiológicas o conductuales de una persona física que permitan o confirmen la identificación única de dicha persona, como imágenes faciales o datos dactiloscópicos”*

En cuanto a los tipos de datos biométricos, estos, esencialmente, son tres:

#### **Datos biométricos morfológicos:**

- Escaneo de huellas dactilares.
- Escáner de iris.
- Reconocimiento facial.
- Geometría de la mano.
- Control de retina.
- Reconocimiento de venas de la mano.
- Otros.

#### **Datos biométricos conductuales:**

- Reconocimiento de voz.
- Ritmo del habla.
- Reconocimiento de escritura a mano.
- Dinámica de la firma.
- Reconocimiento de gestos.
- Forma de sostener un teléfono inteligente
- La forma de caminar.
- Otros.

#### **Datos biométricos biológicos:**

- El ADN (Ácido desoxirribonucleico).

Pero... ¿Por qué la huella dactilar puede generar riesgos para

la privacidad y la intimidad personal, y en consecuencia para los derechos y libertades de las personas?

En este caso, la respuesta nos la da la propia AEPD a través de su “Guía sobre tratamientos de control de presencia mediante sistemas biométricos”.

En la página 14 de 31, se dice lo siguiente:

*(...) algunos sistemas de identificación mediante huella dactilar permiten el registro de parámetros como la temperatura o la presión sanguínea”.*

Es decir, permiten datos de nuestro estado de salud. Lo cual supone invadir nuestra privacidad e intimidad.

¿Recordamos la novela “1984” de título original: “Nineteen Eighty-Four”?

En ella, Eric Blair (1903-1950) conocido por el seudónimo de “George Orwell”, escribió en el año 1949 la citada novela, en la que presenta un futuro dónde un “Gran Hermano” interfiere hasta tal punto en la vida privada de los ciudadanos que resulta imposible escapar a su control.

Pues bien, el RGPD, y la AEPD como encargada de velar por su aplicación en España, pone los límites a que la tecnología actual, en el caso que nos ocupa, pueda conocer los datos que revelen información privada o íntima de las personas.

No obstante, para armonizar derechos y tecnología, en el artículo 6.1 del RGPD, se establece lo siguiente:

*El tratamiento solo será lícito si se cumple al menos una de seis condiciones que se exponen...*

Por todo ello, se entiende y se justifica perfectamente el control de acceso en los gimnasios. Otra cuestión es el medio utilizado para dicho control de accesos.

Y es precisamente el medio empleado y no la medida de controlar el acceso, lo que la motivado la sanción de la AEPD.

La cuestión radica en que la huella dactilar es un medio biométrico, respecto al cuál, el artículo 9, apartado 1, del RGPD establece una regla general consistente en prohibir el tratamiento de datos personales que revelen lo que denomina “categorías especiales de datos personales” con la consideración de “alto riesgo”.

La AEPD establece que:

*Un tratamiento de alto riesgo es todo aquel que sea probable que, por su naturaleza, alcance, contexto o fines, en particular si utiliza nuevas tecnologías, entrañe un alto riesgo para los derechos y libertades de las personas físicas*

Y de las cuales, reproducimos los aparatos a) y f) por tener aplicación directa con el caso que nos ocupa:

a) El interesado dio su consentimiento para el tratamiento de sus datos personales para uno o varios fines específicos.

f) El tratamiento es necesario para la satisfacción de intereses legítimos perseguidos por el responsable del tratamiento o por un tercero siempre que sobre dichos intereses no prevalezcan los intereses o los derechos y libertades fundamentales del interesado que requieran la protección de datos personales, en particular cuando el interesado sea un niño.

Ahora bien, aun siendo lícito el tratamiento de la huella dactilar, como dato biométrico siempre y cuando se cumpla lo dispuesto en el citado artículo 6.1 del RGPD. En la Guía sobre tratamientos de control de presencia mediante sistemas biométricos" se recuerda lo expuesto en las Directrices 3/2019 del Comité Europeo de Protección de Datos, respecto a las consideraciones generales para el tratamiento de datos biométricos:

*El uso de datos biométricos (...) conlleva elevados riesgos para los derechos de los interesados. Es fundamental que el recurso a dichas tecnologías tenga lugar respetando debidamente los principios de licitud, necesidad, proporcionalidad y minimización de datos tal y como establece el RGPD.*

*Aunque la utilización de estas tecnologías se pueda percibir como particularmente eficaz, los responsables del tratamiento deben en primer lugar evaluar el impacto en los derechos y libertades fundamentales y considerar medios menos intrusivos para lograr su fin legítimo del tratamiento*

### Resumen:

- La dirección del gimnasio sancionado por la AEPD actuó en base a su legítimo derecho de control de acceso a sus instalaciones.
- Sustituyó el procedimiento que venía utilizando de autenticación de los socios mediante una pulsera y una tarjeta identificativas, por otro menos vulnerable a la suplantación como es la lectura de huella dactilar.
- La utilización de la lectura de huella dactilar puede ser utilizada, aunque para ello se deban acreditar los principios de licitud, necesidad, proporcionalidad y minimización.

Hasta ahí, todo correcto. Pero... entonces ¿dónde ha estado el motivo de la sanción?

- No se pidió el consentimiento previo a la implantación del

procedimiento de control mediante lectura de datos biométricos.

- No se cumplió el principio de licitud, ya que la usuaria no dio su consentimiento.
- No se acreditó un estudio de impacto.
- La usuaria denunciante consideró excesivo que pidieran datos biométricos (hay que recordar los principios de necesidad, proporcionalidad y minimización de datos, y considerar medios menos intrusivos para lograr el fin legítimo del tratamiento)

Una vez establecidas las conclusiones del caso que nos ocupa en este artículo, nos preguntamos...

### ¿Cuál es el futuro?

El futuro estará determinado evidentemente por la evolución del sector, por la calidad e innovación de los servicios, por las técnicas de fidelización de los clientes, por la competencia, por la situación económica general y... por el empleo seguro de las nuevas tecnologías como herramientas de gestión de las actividades.

Con respecto a las nuevas tecnologías, no podemos dejar de mencionar una que está de plena actualidad, y es la Inteligencia Artificial (IA) y su posible relación con el tema que nos ocupa en este artículo como son los datos biométricos

En cuanto a los sistemas biométricos que sean implementados con técnicas de inteligencia artificial, habrá que tener en consideración la clasificación de dichos sistemas como de "alto riesgo" según el Anexo III de la propuesta de Regulación de Inteligencia Artificial y del cumplimiento de los requisitos que dichos sistemas ten-



drán que cumplir para poder ser integrados en un tratamiento de registro de presencia.

Un tratamiento de alto riesgo requerirá del responsable la superación, previa al inicio de

tratamiento, de la evaluación de impacto relativa a la protección de datos establecida en el art. 35 del RGPD.

El desarrollo de la Inteligencia Artificial permite inferir información adicional sobre el sujeto mediante incluso categorías de datos sensibles. Los datos biométricos se pueden recoger y usar de forma transversal entre múltiples servicios físicos y de Internet.

Como consecuencia de ello, se han producido cambios en el contexto normativo, social y tecnológico, incluso en un período corto y cercano, que hacen necesario plantearse los límites al tratamiento de datos biométricos y las

medidas que han de establecerse para que un tratamiento de datos personales que decida utilizar sistemas biométricos garantice el cumplimiento del RGPD, o de otras normativas que incidan en estos sistemas, en el supuesto de basarse en técnicas de inteligencia artificial.

Una de esas normativas, es el la Ley de Inteligencia Artificial, que tras votación en el Parlamento europeo el miércoles 13 de marzo de 2024, fue aprobada, aunque para que sea plenamente efectiva habrá que esperar al año 2026.

La implantación de la IA es un avance imparable. El despliegue, por ejemplo, de la inteligencia artificial generativa, por parte de empresas de diferentes sectores, está permitiendo aumentar la productividad y reducir el precio de sus bienes y servicios.

La IA eliminará puestos de trabajo, pero creará otros nuevos dando lugar al necesario reciclaje y adecuación profesional.

Todo esto está bien, pero... la utilización de la IA y su posible asociación a la biometría como uno de sus campos de aplicación, deben tener regulación y limitaciones que garanticen la preservación de los derechos de las personas al tiempo de permitir la innovación, y precisamente con esa finalidad, ha sido aprobada la nueva Ley de IA.

Si por sí mismo, el tratamiento el tratamiento de datos biométricos de huellas dactilares, puede suponer un alto riesgo para la privacidad e intimidad de las personas. La aplicación de la IA al citado tratamiento aumenta de manera notable dicho riesgo.

Riesgo, como se ha expuesto muchas veces, no implica necesariamente daño, sino necesidad de protección proporcional a la naturaleza y dimensión del riesgo, con el fin de evitar su materialización en forma de daño. De ahí la obligación de efectuar una Evaluación de Impacto para la Protección de Datos (EIPD) que establece el RGPD.

Por ello, asumamos la regulación y limitación al empleo de la IA y de los datos biométricos, como la huella dactilar para el control de accesos, no solo cómo algo obligatorio, sino sobre todo esencialmente necesario, si queremos evitar que nuestra sociedad derive hacia la que George Orwell describe en su novela "1984".



**José Luis Gómez Calvo**

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

# ¿Gestionas un **gimnasio rentable** o un club de amigos?

En el competitivo mundo del fitness, la gestión eficaz de un gimnasio es fundamental para su éxito a largo plazo. Según un estudio reciente, el 90% de los gimnasios que fracasan se deben a una gestión deficiente, lo que los convierte en lo que se conoce como “clubes de amigos”. Este artículo explora las claves para evitar caer en la trampa del “club de amigos” y transformar un gimnasio en una empresa exitosa y sostenible.

## Principio y fin de un club de amigos

Un club de amigos inicia y finaliza de la siguiente manera. Hay un box de crossfit que imparte sus clases y tiene su zona de open box. Todos aprenden, pero algunos clientes comienzan a destacarse. Un día, uno de esos alumnos se convierte en líder del open box, y comienza a decir frases como estas: “voy a montar mi propio gimnasio”, “mis cuotas serán más bajas”, “tendremos open box todos los días” “yo tengo más conocimiento que el coach actual”.



Esa persona lleva una cantidad de alumnos para el nuevo box. El nuevo gimnasio empieza a crecer, pero esa persona no tiene estrategia de gestión. Para empezar, no sabe cuántos clientes necesita para poder empezar a ganar dinero. Ni siquiera ha pensado en ese punto. No sabe que tiene que estar varias horas trabajando (nunca ha hecho el cálculo de cuánto requiere), y que gestionar un centro es mucho más que impartir clases. De repente, advertirá que ser dueño de gimnasio implica también limpiar el box, los baños, hacer de recepcionista, contador, etc.

Cómo es un club de amigos, cuando sus amigos le pidan para abrir el box para grabar un clasificatorio, un domingo por la mañana (cuando él quiere estar con su flia), no va a saber decir que no. No saber decir que no a sus amigos, es el principal error en este tipo de emprendimientos.

Por otro lado, el club de amigos no tiene un software de gestión que organice las clases de su centro. Por el contrario, ofrece a sus alumnos la

posibilidad de asistir a clase cuando quieran, a través de WhatsApp. ¿Sabes cómo termina esto? De forma catastrófica. Los entrenadores reciben hasta 50 mensajes en un día. Los alumnos le escriben que les reserve una clase, pero al rato le piden que la cancele. Algunas clases están vacías y otras atestadas de gente. Conclusión: esos clientes que eran amigos al principio, que piden y piden, y que el dueño, cómo es amigo, no sabe decir que no, ahora comienzan a quejarse por el mal servicio.

Por último, el club de amigos no tiene un sistema de cobros online. Prefiere cobrar en efectivo, lo que conlleva una serie de problemas. Sus clientes-amigos a menudo solicitan pagar más tarde como un favor personal, y el dueño del club, incapaz de negarse, acepta estas solicitudes sin considerar las implicaciones financieras.

## Los 6 errores que comete un club de amigos

Montar un club de amigos puede parecer una aventura interesante, sumamente atractiva y fácil de implementar. Pero lo que comienza rápido termina más rápido aún. Y la poca vida que tiene está plagada de errores. Esos errores que pueden llevar a un negocio a la bancarrota. Veamos algunos de ellos:

### 1. No tener estrategia de gestión

Los dueños de un club de amigos no hacen un plan de empresa. Ni antes ni después de montar su gimnasio, tienen en claro cuándo cobrar o cuántos clientes necesitan para hacer rentable su negocio. Tampoco verifican los gastos que implica tener un gimnasio.

### 2. No tener un software de gestión

Ya lo dijimos. La principal causa por

la que un centro deportivo cierra es no haber podido controlar los cobros y reservas de sus clases. El club de amigos funciona desorganizadamente desde una libreta o del WhatsApp. Esto lleva a que los clientes/amigos paguen cuando quieren... o no paguen.

### 3. Facturar más no es ganar más

Para los dueños de gimnasios, un negocio exitoso es un megabox atestado de personas que van y vienen. Sin embargo, esto es un error, por qué facturar más no es ganar más. Para aumentar tus ingresos debes mejorar tu productividad. Cobrar más trabajando menos.

El alma de un gimnasio no está en otro sitio, sino en el coach. Por eso, muchos entrenadores deciden dejar sus megaboxes y volver a montar gimnasios pequeños.

### 4. No siempre un excelente entrenador es un excelente gestor

Puedes ser un excelente atleta o un excelente gestor. Pero debes entender que son dos mundos diferentes. No está mal ser uno u otro. Pero tu empresa debe tener siempre cubierto los dos roles. En el club de amigos esto no ocurre. El rol de empresario está ausente.

### 5. Tus amigos son los que pagan menos

En un club de amigos tus clientes son amigos. Verlos así tiene consecuencias negativas para tu empresa. Primero porque haces todo lo que ellos piden, sin importar el grado de rentabilidad que tengan para tu negocio. Añades clases, horarios, abres sábados, domingos y días festivos. Pones a tus amigos por encima de tu negocio. Pero ellos no harán lo mismo por ti.

Dejarán de ser tus amigos cuando manejes tu negocio como empresa. Cuando les digas... "no haré un open box un domingo"...

### 6. No tener vida

Todos los entrenadores que inician un club de amigos lo hacen movido por la pasión. ¡Y eso está muy bien! Pero las mejores intenciones del mundo no son la diferencia a la hora de tener un negocio exitoso. Además, según los expertos, la pasión representa solo un 10% del trabajo de gestión de un centro deportivo. El 90% es pura administración empresarial. Es monótona, es verdad. Pero es la que lentamente te conduce al crecimiento de tu negocio.

### Lo que tienes que tener para convertirte en un gimnasio rentable

Existen indicadores para saber qué tan cerca o lejos está tu gym de convertirse en uno de ellos. Si bien

no estamos hablando de negocios distintos, lo único que cambia es la forma de gestión.

#### Los gimnasios rentables:

1. Hacen un estudio de mercado y un plan de empresa antes de abrir el negocio
2. Saben poner límites a sus amigos, y sus amigos saben que amistad es una cosa y el negocio es otra.

3. Tienen un software de gestión
4. Hacen una página web y un plan de marketing antes de abrir su empresa
5. Negocian el alquiler de un local por 10 años
6. Saben que para sostener su gimnasio necesitará una cantidad específica de clientes.
7. Antes de abrir el local ya tiene realizada una preinscripción de clientes.

### Herramientas para optimizar la gestión de tu gimnasio

Es importante utilizar herramientas y recursos que te ayuden a optimizar la gestión de tu gimnasio. Algunas opciones incluyen:

- Software de gestión integral: Utiliza plataformas para controlar reservas, cobros, comunicaciones con clientes y otras tareas administrativas de manera eficiente.
- Sistemas de reservas en línea: Facilita a tus clientes la reserva de clases y sesiones a través de plataformas online, ofreciéndoles comodidad y accesibilidad.
- Programas de fidelización de clientes: Implementa programas de recompensas y descuentos para incentivar la lealtad de tus clientes y mantener su compromiso a largo plazo.



Ruben Benito

Co-fundador de CrossHero el SaaS all in One para gestión de gimnasios y centros fitness, número 1 en España e Hispanoamérica.  
Cursado estudios de Ingeniería Industrial.



# 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](http://www.gymfactory.net) -> expertos*



**Jose Millán**

- Experto en Gestión Deportiva
- Propietario y Gerente de Centro Deportivo durante 21 años
- Master of Business Administration (MBA)
- Master 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)



**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.



**Jon Nasta**

- Socio fundador de Retentions Solutions Ltd
- Considerado una de las principales autoridades en retención de abonados.
- Cuenta con gran experiencia en la industria tanto desde la perspectiva de los proveedores como de los operadores.
- Jon ha ocupado puestos como director de operaciones de gestión de retención, director de ventas de Matrix Fitness y director de marketing de Xercise4Less. Ha asesorado a empresas como Basic-fit, Les Mills, Virtuagym, Pure Gym, IHRSA, Origin Fitness y Elevate, entre muchas otras.
- Su modelo Retain™ es utilizado por cientos de clubes de salud, gimnasios, estudios y centros de acondicionamiento físico en todo el mundo, lo que culmina en millones de libras, dólares y euros en ingresos de miembros retenidos que se habrían perdido si los miembros dejaran sus respectivos clubes
- Ha estado trayendo soluciones SaaS de todo el mundo al mercado europeo de gimnasios durante los últimos 15 años.
- Las soluciones de retención se enfocan en automatizar a través de SAAS las cosas que le gustaría hacer para sus miembros, pero no siempre tiene tiempo para hacerlo.



**Sergio García Ortega**

- Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte en la Universidad Politécnica de Madrid; especialidad en Gestión Deportiva.
- Estudiante de Administración y Dirección de Empresa.
- Curso DeporteMBA.
- Consultor Junior en Valgo.



**Mariela Villar**

- Creadora & Directora del Sistema Embarazo Activo® [www.embarazoactivo.com](http://www.embarazoactivo.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.



**Rubén Benito**

- Cofundador de CrossHero el SaaS all in One para gestión de gimnasios y centros fitness, número 1 en España e Hispanoamérica.
- Cursado estudios de Ingeniería Industrial.
- Creando y gestionando proyectos en el ámbito del deporte desde 2004.
- Especialista en marketing y ventas.
- Responsable en la mejora de la gestión del día a día de más de 1000 gimnasios y centros de fitness de todo el mundo.



**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



**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](http://www.manelvalcarce.com)





# Directorio de empresas

**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 Rabada, 2-Planta 4ª Edificio "Logic" 08860 Castelldefels (Barcelona) - Tel: 902 678 900 - Fax: 936 365 372 - www.tinnova.com - info@tinnova.com  
**Trainingym** C/ Camino de la Goleta, s/n - Ed. La Celulosa, 1 - Local Izda-04007 - Almería - Tel: 911255677 - rafa.martos@trainingym.com  
**Valle Investment S.L.** C/ Camino de los Sastres, 2, 3 - dcha - 14004 - Córdoba - Tel: 670468166 - www.ftibe.cloud - Email: info@ftibe.cloud  
**Virtuagym C/** Oudezids Achterburgwal, 55-1 - 1012 DB - Amsterdam (Netherlands) - Tel: +31 (0) 20 716 5216 - www.virtuagym.com - info@virtuagym.com  
**VITALE** **Vitale S.L.** C/ Atrabria, 17 bajo - 31610 Villava - Tel: 948066966 www.myvitale.com - asier@myvitale.com

## mantenimiento y limpiezas

**Arges Fitness P.I.** La Bastida, C - 1413a, Nave 6 bis - 08191 Rubí - Barcelona - Tel: 935881089 - saul@argesfitness.com  
**BCN Servicios de Limpieza** Santi Gervasi de Cassoles, 59 - 08022 Barcelona - Tel: 934187174 - contacto@bcnlimpieza.com  
**i-TEAMSpain** Pol. Ind. Monlluà C/ Vilalba Reix 4, nº5 - 17162 Besanó - Tel: 902113206 - hcamajobal.com - guillen@hether.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  
**Polli 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 - polli.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 Sarasanta, 19, local, 08860 - Castelldefels - Tel: 93 633 51 82 - www.aedene.net - info@aedene.net  
**AEMEDI** (h/p/cosmos) - c/ Gran Via Corts Catalanes, 718 - 08013 Barcelona - Tel: 934585201 - Fax: 934585748 - info@aemedi gym.es  
**aerower** **Aerower** Calle Alfaz del Pi, 14, 03530 la Nucia - Alicante - Tel: [34] 966 895 967 - aerower.com - info@aerower.com  
**Allyvesat** **Allyvesat S.L.** Avda. de la Encina, 25 nave 3 - 28940 Madrid - Tel: 699427767 - www.allyvesat.es  
**BH** (BH HiPower) - c/ Zurupieteta, 22 Pol. Ind. Jurdiz - 01015 - Vitoria (Alava) - Tel: 945290258 - Fax: 945290049 - marketing@hipowergym.com  
**Bkool** C/ San Joaquín, 3 - 28231 Las Rozas Madrid - Tel: 910149798 - ovejarga@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.  
**BODYTONE** (Bodytone) - C/ Legon, esq. camino del Panderon - 30500 - Molina de Segura - Murcia - Tel: 968205383 - Fax: 968231854 - info@bodytone.es  
**Balance Sport System** Plaza las Flores, 7 - 5º D - 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, StairMaster, Schwinn) - 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 - info@coygarsport.com  
**concept 2** **D. E. Vermont, S.A.** (Concept 2, Vasa, Trainer, Dr. Lange, Hip 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  
**EGYM** **eGym GmbH** Sucursal en España. C/ Nuria nº 59, 2 planta - 28034 Mirasierra (Madrid) España - www.egym.es - info@egym.es 91278 91 67

**Equidesa** (Equidesa) - Ctra. de Murcia, km 15 - 30591 - Balsicas (Murcia) - Tel: 968580203 - Fax: 968580461 - equidesa@equidesa.com  
**F&H Fitness** (Freemotion) - Plaza Libertad, 4 - 12540 - Vilareal (Castellón) - Tel: 964538447 - Fax: 964526604 - fyh@fyhfitness.com - www.fyhfitness.com  
**fitafite** (Stages Cycling, Aplitif, gym80, Freemotion, FFITECH, 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@fitafite.es  
**Fitland S.L.** (Fábrica de máquinas musculación, cardio y accesorios) - C/ Prosperidad, 16, 41720 Los Palacios y Villafraña, 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 bn, 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 Albaranera, 29A, 3750 Eguer - Tel: 965761880 - www.mihabodytec.com - info@fitness technology.es  
**FITTECH** **Fun & Fitness Ltd.** (Urbanizacão Valio, Lote 1 - Videmoinhos - 3510431 Viseu - Portugal - Tel/Fax: 03510232412003 - www.fitness.es - www.fitttech.com - ventas@fitness.es (Contact) - Ctra. Pueblo de Formals do 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-3º Edif. Lekla - 08950 - Esplugues 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) - Pol. Ind. Avenida del Sol nº 8-10 - 28850 - Torrejón de Ardoz (Madrid) - Tel: 914885525 - Fax: 914885522 - info@jht.es  
**Kettler** (Kettler) - Terracina, 12 - Pol. Pla.Za - Torrejón de Ardoz - Madrid - Tel: 976460900 - Fax: 976322453 - kettler@bmsportech.es  
**Life Fitness-Brunswick Iberica, S.A.** (Life Fitness, Hammer, strength, Lemon) - c/ Frederic Mompou, 51º1 - 08960 - Sant Just Desvern (Barcelona) - Tel: 900505741 - Fax: 936724670 - info.iberica@lifefitness.com  
**Meinsa, S.L.** (Tisone Sport) - Camino Viejo Castellón, Orda, s/n - 12540 - Villareal (Castellón) - Tel: 964523459 - Fax: 964532929 - info@tisonessport.com  
**Mygym, S.L.** (Vectra Fitness, Waterrower, Visión, Colespa, Level) C/ Espinarejo 1, portal 2, 2º G - 28400 Collado Villalba (Madrid) - Tel: 916407004 - Fax: 916371849 - info@mygym.es  
**Ortus FITNESS** (Ortus Fitness, Jad, Kip/Machines) - P. Valencia - Tel: 961210120 - Fax: 961210180 - ortus@ortus.com  
**OSSFITNESS** (Pol. Los Olivares - C/ Huelma 36 - 23009 Jaén - Tel. y Fax: +34953284485 - www.osfitness.com - info@osfitness.com  
**PANATTA** (Panatta Srl) - Via Madonna della Fonte 3c - 62021 Apiro - Italia (MC) - Tel +39 0733 611824 - Fax +39 0733 6137251 - VAT: 01823340433 - www.panattasport.com  
**POOLBIKING** (Precor, Cardiotheatre, Wilson, Atomic...) - Pol. Igualada (Barcelona) - Tel: 938053412 - www.poolbiking.com - email: ferran@poolbiking.com  
**PRECOR** (Precor, Cardiotheatre, Wilson, Atomic...) - Parque Negocios Mas Blau II c/ Conca de Barberá, 4-6 - 08820 - El Prat de Llobregat (Barcelona) - Tel: 932625100 - Fax: 932625101 - info\_spain@precor.com  
**Privel** (Emotion-Fitness GmbH, Privel) - c/ Dr. Guiteras, 1 - 08360 - Canet de Mar (Barcelona) - Tel: 937506959 - Fax: 937506959 - privel@privel.com  
**Realleader Fitness** - Nº 18 of Aoshan Road, High-tech Development Zone - Xintai City - China - Tel: 0086-538-6838797 - www.realleaderop.com - Email: danielap@realleaderop.com  
**Rocfit** (Rocfit, Trixer, Gravity) - c/ Doctor Gómez Ulla, 14 - 28028 - Madrid - Tel: 902304444 - Fax: 913558699 - info@rocfit.com  
**San Katsu** (Johnson, Vision Fitness, BH Fitness) - c/ Josep Calvet, 34 2º P.I. Pla d'en Boet - 08302 - Mataró (Barcelona) - Tel: 937984094 - Fax: info@sankatsu.es  
**SALTER** (Salter) - c/ Lluís Millet, 52 - 08950 - Spluges de Llobregat (Barcelona) - Tel: 933720300 - Fax: 933720900 - sport@salter.es

**Smartone** Ctra. De la Estación, 22 - 03330 Alicante - Tel: 966292110 - info@naxorevolution.com  
**Solaguna, S.L.** (Laguna Sport, TopRing, Adidas Boxeo) - Avda. Benidorm, 9 - 26580 - Arnedo (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. Refulburial - C/ Cami Cabolla, nº7 - 46138 Refulburial - Valencia - Tel: 961 402 289 - Fax: 961 402 437 - info@dkniberica.es  
**Tecno Sport** (Power Plate, Kaiser, Balanced Body, Gym 80, Tanita, Octane) - c/ Del plástico, 1, Pol. Les Guiveres - 08915 - Badalona (Barcelona) - Tel: 932749780 - Fax: 934281070 - info@tecnosport.es  
**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/ Guadaluquivir, s/n - 45523 - Alcabón (Toledo) - Tel: 925779595 - Fax: 925779597 - comercial@telju.com  
**THOMAS** **Thomas Wellness Group** (WAVE, Technogym, Assault Airbike) - C/ Lanzarote, 13, Bajo B - 28.703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es  
**Vipcenter España.** www.vipcenter.it vipcenterSpain@gmail.com Tel: 677508458.  
**WAV-E.** (Thomas Wellness Group) - C/ Lanzarote, 13, Bajo B - 28.703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es  
**X-treme** (Xtreme, Ergofit, True Fitness) - P. I. Azque, c/ Bolivia, 47 - 28806 - Alcalá de Henares (Madrid) - Tel: 918835733 - Fax: 918835734 - x@xtremefitness.net

## máquinas expendedoras

**Aldoventing, S.L.** (Aldoventing) - Avda Juan Carlos I, 16 - 30140 - Murcia - Tel: 968864294 - Fax: 968863483  
**Arbitrade, S.A.** (Arbitrade) - C/ De la Prensa, 7 pol. Ind. Zeta - 08150 - Paret del Vallés (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 Illorenç, 22 - 17412 - Maçanet de la Selva (Girona) - Tel: 972858479 - Fax: 972858479 - info@vendingcosta.com  
**Grupo Alliance** C/ Prensa, 7, Pol. Ind. Zeta - 08150 - Paret del Vallés - Barcelona - Tel: 900264363 // 935608000 jcarraque@alliancevending.es  
**Jofemar, S.A.** (Jofemar) - Ctra Maricilla, km. 2 - 31350 - Peralta (Navarra) - Tel: 948751212 - Fax: 948750420 - jofemar@jofemar.com  
**Nexus Machines** Pintor Reig i Soler 26 - 08915 Badalona - Barcelona Tel: 933522291 - www.nexusmachines.net Email: info@nexusmachines.net  
**Olevending Madrid SL.** Carretera Estación, nave 6 - 33429 ViellaSiero - Asturias - Tel: 902444001 Fax: 985264953 - www.olevending.es - email: emilio@olevending.es  
**Quintanilla Expendedores** (Quintanilla Expendedores) - C/ Tomás Redonda, 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.iberica@philips.com  
**Seferguer, S.L.** (Seferguer) - Ctra. 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 Vallés (Barcelona) Tel: 935045605 info@solostocks.com  
**Top Sec** - C/ Silva, 2 - 1 - 4 - 28013 - Madrid - Tel: 663946816 - www.topsec.fr/es - Email: n.frankowska@topsec.es  
**Vending 97** (Vending 97) - Avda de la Industria, 12 Pol. Ind. Guadaluquivir - 41120 - Gelves (Sevilla) - 955761311

## masaje y relajación

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



**GEOMETRIK** Geometriktarget, Lda Rua 1ª 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 9ª planta - 28036 Madrid - Tel: 915075719 - Fax: 915075653 - www.junkers.com/es - orden@junkers.com

**PavFLEX Paviflex-** C/ta. 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 2ª-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/ Narcis 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 Atalayas, c/ Del Dólar, parc. 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.guiance@bscientific.com

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

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

**F&H FITNESS (F & H Fitness) - Plaza** Libertad, 4 - 12540 - Viloreal (Castellón) - Tel: 964538447 - Fax: 964526604 - fyh@fyhfitness.com - www.fyhfitness.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 - Equipa - C/** Zurbaran 8 - 1ª - 28010 Madrid - Tel: 902051251 - pegrupo@grupooz.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 - mlpez@pilateswellnessandenergy.com

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

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

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

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

**THOMAS Thomas Wellness Group (Merrithew-Stott Pilates) - C/** Lanzarote, 13. Bajo B - 28.703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email comercial@spinpilates.com - www.spinpilates.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.P.29 - 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) - C/ta.** Vilassar de Dalt 6, 08348 Cabriels, Barcelona - Tel: 937 53 00 57 - info@piscinasbonmar.com

**Piscinas Floraguga, 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 (BH HiPower) - C/** Zurrupitieta, 22, Po. Ind. Jundiz - 01015 - Vitoria (Álava) - Tel: 945290258 - Fax: 945290049 - hipower@bhfitness.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 Atalayas, 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 - Espinosa de los Caballeros - 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 (Qemebell) - Plaza** Libertad, 4 - 12540 - Vila-real (Castellón) - Tel: 964538447 - Fax: 964526604 - fyh@fyhfitness.com - www.fyhfitness.com

**Life Fitness (Life Fitness) - C/** Frederic Mompou, 5 - 1º - 1º, Edif. Euro 3 - 08960 - Sant Just Desvern (Barcelona) - Tel: 936724660 - Fax: 936724670 - info.iberia@lifefitness.com

**Mygym (Mygym) - C/** Espinorejo 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@bellezatermal.com

**Tecno Sport (Power Plate) - C/** Del Plástico, 1 - 08915 - Badalona (Barcelona) - Tel: 932749780 - Fax: 934281070 - info@tecosport.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) - C/ta de la Esclusa, 33 acc.A - 41011 - Sevilla - Tel: 954990051 - adacta@jannone.net

**Asetra Bañerios & Spa C/** Doctor Esquerdo 10 - 4º - 28028 Madrid - Tel: 914013325 - Fax: 914015689 - info@asetrabañerios.com

**Carfer Saunas S.L. C/** Miguel Angel, 10 Baixos - 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.cityspa.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 - jose Luis gonzalez@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-lacions, S.L.** (Narayana Instal-lacions) - C/ Carme Karr, Nave 1, Pol.Ind. Les Vives - 08295 - Sant Vicenç de Castell - Barcelona - Tel: 938332087 - Fax: 938332087 - info@narayanaweb.com

**(Oproler) - Juan de Urbieto, 43 C/** V Julio, Rey Pastor. Oficinas pta calle - 28007 - Madrid - Tel: 915249191 - Fax: 915249190 - oproler@oproler.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.** (Pridec) - Les Cortis, 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@jimsports.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) - soluciones creativas - 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 - 28.703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - 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 - 28.703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel: 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

**(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, Quamitax, 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.bylebron.com - comercial@bylebron.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@fitnessienda.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@fitnessienda.com

**Isance - Santiago Cano Alelea** (Isance) - Pintor Rosales, 5 - 03009 - Alicante - Tel. 965185595 - Fax: 965170371 - isance@isance.com

**Joma Sport SA** Calle Ramón y Cajal, 134, 45512 Porriño de Toledo, Tel.: 925 77 60 06 - beatriz@jomaspport.com - www.jomaspport.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/ Garroixa 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/ Mónaco, 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.com

**Asetra Bañeros & Spa** C/ Arte, 21, 28033 Madrid - Tel: 914013325 Fax: 914015689 - info@asetrabañeros.com

**Baeza, S.A.** (Baeza) Av. Velázquez-Cruce aeropuerto - 29004 - Málaga - Tel. 952236966 - Fax: 952231159 - malaga@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

**Infraspa Saunas Therapeutics** (Infraspa) - Pol. Ind. Mora-Garay, C/ Narciso Monturiol, nave 4 - 33211 - Gijón (Asturias) - Tel. 985308086 - Fax: 985308087 - info@infraspa.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. Cela de Nuñez, 22 - 03830 - Muro de Alcoy (Alicante) - Tel. 965531052 - Fax: 965531808

**Thomas Wellness Group** (Starpool Wellness Concept) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B. - 28.703 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 - CVILAR@caser.es

## solariums

**Catalana de Rayos Uva, S.L.** (Netso, NS Timer, Saunas Netsol) - c/ Malgrat, 85 - 08016 - Barcelona - Tel. 934086174 - Fax: 934085420 - bcn@netsol-uva.com

**Cipsa Polux, S.L.** (Sportarreda) 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 - email: 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@piscinasypas.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. ViverPto Burriana, km 63.2 - 12540 - Villa Real (Castellón) - Tel. 964506464

**Thomas Wellness Group** (Starpool Wellness Concept) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B. - 28.703 S.S. de los Reyes - Madrid - Tel. 91 661 76 07 - email info@thomas.es - www.thomas.es

## vestuarios

**AEROBIC FITNESS 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.com

**Astral** (Astral) - Passeig San Lley, 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 - Vila-real (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 - Apido. 97 - 08191 - Rubí - Barcelona - Tel: 935873610 - belgado@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: 938359036 - staff@staff.es

**Tecny Stand S.A.** - C/ Camino de los Almendras, 24- 30120 El Palmor (Murcia) Tel: 968882366 Fax:968885127- info@tecny-stand.com

**Thomas Wellness Group** (Starpool Wellness Concept) - C/ Lanzarote, 13. Bajo B. - 28.703 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