

Longevidad activa en España: Eventificación del fitness, fuerza en mayores de 55 y nuevas oportunidades para el sector

Eduardo Correa

Profesor de OBS Business School

Abril, 2026

Partners académicos:



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

unie*
Universidad



Autor

Eduardo Correa

Profesor OBS Business School

Eduardo Correa Lázaro Profesor de OBS Business School Eduardo es Magíster en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías por la Universidad Rey Juan Carlos, y cuenta con un MBA Executive de ESIC Business & Marketing School. También es Licenciado en Marketing y en Gestión Comercial y Marketing. Desde hace 20 años Eduardo compagina su actividad profesional con la docencia en OBS Business School, y las universidades de Nebrija, CEU San Pablo y la Complutense de Madrid, donde es miembro del claustro de la Facultad de Comercio y Turismo que hace parte del departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Así como de otras prestigiosas Escuelas de Negocios entre las que destacan EAE Business School, Instituto Europeo de Postgrado, ESIC Business & Marketing School, Vatel International Business School Hotel & Tourism Management o UNIR Business School, entre otras. Durante su trayectoria profesional ha ocupado cargos de responsabilidad en la dirección de empresas como ADT -Operador Logístico-, diario El País, ESIC, Business & Marketing School o Eriete Servicios en Red. Actualmente es Socio Director de Fifth Element Consulting y miembro de las Juntas Directivas de AESIC y de la Confederación Española de Directivos y Ejecutivos (CEDE). Esta última es la entidad consultiva del Congreso de los Diputados y el Senado de España. Algunos de sus logros más destacados durante su trayectoria profesional son: la creación del 'Método CAREM' (Caso de Alto Rendimiento en Marketing); el desarrollo de la incubadora online de Empresas ESIC PricewaterhouseCoopers (PwC), que es una plataforma ebusiness para el desarrollo y lanzamiento de business plan; y, la creación de 'EAula', que es una plataforma de formación online para profesionales del mundo empresarial – CEOE. También colaboró con el 'Programa informático para el desarrollo de planes de Marketing profesionales' (PMK Manager) y en el lanzamiento de la revista 'ESICALumni' de contenido divulgativo sobre el mundo del Marketing y el Management. En la actualidad continúa colaborando en diversas revistas profesionales de divulgación.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

- | | | |
|-----------|--|----------------|
| 01 | Capítulo 1 Introducción | PÁG. 4 |
| 02 | Capítulo 2 El fitness se convierte en un evento | PÁG. 6 |
| 03 | Capítulo 3 Del gimnasio al bienestar integral | PÁG. 10 |
| 04 | Capítulo 4 La fuerza como pilar de la longevidad activa | PÁG. 14 |
| 05 | Capítulo 5 De «pacientes» a «protagonistas» | PÁG. 20 |
| 06 | Capítulo 6 Dorsales, fuerza funcional y nuevos mercados | PÁG. 24 |
| 07 | Capítulo 7 Hoja de ruta para operadores | PÁG. 28 |
| 08 | Capítulo 8 Perspectivas económicas | PÁG. 35 |
| 09 | Capítulo 9 Benchmark latinoamericano: Perú y Colombia | PÁG. 39 |
| 10 | Capítulo 10 Conclusión | PÁG. 43 |

01

Capítulo 1

Introducción



Abril de 2025, siete de la mañana, Paseo de la Castellana. Un río de dorsales fluorescentes se extiende desde Colón hasta donde la vista alcanza.

Son 45.000 corredores —el aforo agotado desde hace semanas— y entre ellos hay ejecutivas de cincuenta y tantos que entrenaron con su grupo de WhatsApp, jubilados con zapatillas de carbono y familias enteras que viajaron desde Latinoamérica para vivir lo que ya no es solo una carrera: es un ritual urbano. La Zurich Rock'n'Roll Running Series Madrid, en su 47.^a edición, reunió a participantes de 113 nacionalidades. El **30 %** de los dorsales son internacionales.

En esa imagen se concentran tres tendencias que este informe examina.

La primera es la eventificación del fitness. Entrenar ya no consiste en repetir series frente al espejo: las 40 principales carreras de España sumaron 791.080 participantes en 2025, según Palco23 y **Strock Sponsorship**.

La segunda es el redescubrimiento de la fuerza funcional. La ciencia —663 referencias compiladas en el Position Statement de la NSCA (Fragala et al., 2019)— ha dejado claro que la sentadilla con carga no es un capricho deportivo: es una prescripción para la autonomía.

La tercera es el envejecimiento como oportunidad. España cuenta con 49.128.297 habitantes (INE, enero 2025), de los cuales el **20,4 %** tiene más de 65 años y aproximadamente el **35 %** supera los 55. El índice de envejecimiento alcanza el **148 %**. Son cifras que, en términos de mercado, tienen una lectura clara.

Cada vez más personas no buscan simplemente «ir al gimnasio»: quieren vivir una experiencia compartida, fijarse objetivos medibles y sentirse parte de algo. La actividad física ha incorporado un tercer elemento a su ecuación de rendimiento y salud: el vínculo comunitario. Ese cambio de motivación, sumado al envejecimiento de la población, está alterando la lógica del sector.

Con España como eje y Perú y Colombia como referencia comparativa, no aspira a ser exhaustivo en cifras sino útil para quienes toman decisiones en este sector.

02

Capítulo 2

El fitness se convierte en un evento



La Cursa El Corte Inglés de Barcelona convocó en 2025 a 40.000 personas en su 45.ª edición. Gratuita, como siempre. En el recorrido: disfraces, familias, corredores de muy distinto nivel y gente que simplemente no quería quedarse en casa ese domingo. Eso ya explica bastante.

El running como fenómeno social y económico en España

Las 40 principales carreras populares de España concentraron 791.080 participantes en 2025, un volumen que consolida al país como una de las potencias europeas del running masivo, según el informe anual de Palco23 y Strock Sponsorship & Events Consulting, publicado en marzo de 2026.

La Rock'n'Roll de Madrid lidera el ranking con 45.000 dorsales agotados. Le siguen la San Silvestre Vallecana (42.000), la Cursa El Corte Inglés (40.000), el Maratón de Valencia (36.000) y las Carreras de la Mujer —sumando Barcelona y Madrid— (36.000). La Mitja Marató de Barcelona marcó un récord histórico con 30.000 corredores; su hermana mayor, la Marató de Barcelona, reunió 27.000 y ya prepara una edición 2026 con más de 30.000 dorsales, lo que la sitúa en el top 5 de los mayores maratones de Europa.

Para la edición 2026 de la Rock'n'Roll Madrid (26 de abril, 48.ª edición) se han puesto a la venta 47.000 dorsales, un incremento del **4,4 %** respecto al año anterior. «Las carreras populares han dejado de ser un nicho deportivo para convertirse en un producto cultural de masas», resume Runnea.

La San Silvestre Vallecana reúne cada año a más de 42.000 corredores y se ha instalado en el imaginario colectivo como una cita que cierra el año tanto deportiva como festivamente. No es solo una carrera: participan expertos, debutantes en un 10K, grupos de amigos, familias enteras y corredores disfrazados. El rendimiento importa, pero comparte protagonismo con el ambiente, la inclusión y la sensación de pertenecer a algo mayor.

Eso es lo que estos eventos tienen en común: rompen con la idea del ejercicio como actividad reservada a atletas. Personas de distintas edades, niveles de forma y motivaciones comparten el mismo circuito y, en muchos casos, el mismo orgullo de cruzar la meta.

FIGURA 01

Top 15 carreras de España por participación (2025)

Fuente: Palco23 / Strock Sponsorship & Events Consulting (marzo 2026). Elaboración propia.

POS.	CARRERA	CIUDAD	PARTICIPANTES
1	Rock'n'Roll Running Series	Madrid	45.000
2	San Silvestre Vallecana	Madrid	42.000
3	Cursa El Corte Inglés	Barcelona	40.000
4	Maratón de Valencia	Valencia	36.000
5	Carreras de la Mujer (Bcn+Mad)	Varias	36.000
6	Carrera de las Empresas	Madrid	30.000
7	Mitja Marató de Barcelona	Barcelona	30.000
8	Behobia-San Sebastián	País Vasco	28.000
9	Marató de Barcelona	Barcelona	27.000
10	Carrera contra el Cáncer	Madrid	27.000
11	Medio Maratón de Valencia	Valencia	25.200
12	Carrera Nocturna del Guadalquivir	Sevilla	25.000
13	Medio Maratón de Madrid	Madrid	24.000
14	Maratón de Málaga	Málaga	22.000
15	Carrera Jean Bouin	Barcelona	20.000

Eventos híbridos y tecnología

El giro hacia lo colectivo transforma también la experiencia previa al evento. Los meses de preparación y los entrenamientos planificados se convierten en una narrativa compartida: se entrenan los kilómetros, pero también el compromiso, la pertenencia y la identidad. La eventificación no se limita al asfalto.

Plataformas como Zwift, Strava y Peloton han creado una capa digital que amplifica la experiencia antes, durante y después de la carrera. Un corredor que entrena en Strava con su grupo compite virtualmente durante semanas, comparte el evento en redes y analiza sus métricas al llegar a casa. El dorsal no se agota en la línea de meta: es el inicio de un ciclo de contenido, comunidad y fidelización que los organizadores han aprendido a monetizar.

HYROX —el formato de *fitness racing* que combina carrera y estaciones funcionales— ha demostrado que la fórmula funciona más allá del running puro. En sus ediciones españolas (Madrid, Barcelona, Valencia), la demanda supera consistentemente la oferta de plazas. Y lo que resulta relevante para este análisis: HYROX ha abierto categorías para mayores de 55 años, legitimando la competición funcional en franjas de edad que el mercado tradicional había descartado.

La eventificación seguirá creciendo. La pregunta más interesante no es si se consolidará, sino qué ocurre cuando se cruza con una transformación demográfica sin precedentes y con una nueva comprensión de lo que significa entrenar a los 60.



03

Capítulo 3

Del gimnasio al bienestar integral



En un estudio de Malasaña, una mujer de 38 años termina una sesión de fuerza y antes de salir revisa en el teléfono cómo ha dormido. No le preocupa cuántas calorías ha quemado; le interesa si el estrés de la semana está afectando su recuperación. El entrenamiento es una pieza más de un hábito más amplio que incluye nutrición y descanso. Esta combinación de intereses es cada vez más frecuente.

Bienestar 360: fitness, nutrición, salud mental y descanso

El «bienestar integral» ha dejado de ser un eslogan. La Encuesta de Hábitos Deportivos 2024-2025 del Consejo Superior de Deportes (CSD), publicada en enero de 2026, revela que el **62,7 %** de los españoles mayores de 15 años practicó deporte en el último año —un incremento de 5,4 puntos respecto a 2022—. El **73 %** cumple las recomendaciones de actividad física de la OMS; el **25,5 %** practica deporte a diario.

Más reveladora aún es la composición de ese hábito. La musculación se ha colado entre las cinco modalidades más practicadas —junto con gimnasia, senderismo, natación y ciclismo—, lo que indica que levantar pesas ha perdido su aura de «cosa de culturistas» para instalarse en la rutina de una base amplia de población. La brecha de género se reduce a mínimos históricos: **66,2 %** los hombres, **59,5 %** las mujeres.

Personalización como requisito, no como valor añadido

El usuario de 2026 no tolera programas genéricos. Exige que su plan de entrenamiento contemple sus objetivos (longevidad, no estética), sus datos biométricos (frecuencia cardíaca, calidad del sueño, estrés) y su contexto vital (trabajo, familia, patologías previas). Los operadores que no ofrezcan esa lectura individualizada ceden terreno frente a apps como Freeletics, entrenadores online o estudios boutique que sí la hacen.

El **42,5 %** de quienes practican deporte en España prefieren actividades guiadas por profesionales frente a entrenamientos completamente autónomos, según la Encuesta de Hábitos Deportivos del CSD. Este porcentaje refleja no solo demanda de acompañamiento experto, sino de seguridad, eficacia y adaptación individual.

Muchas personas ya no buscan «ir al gimnasio» sino diseñar una rutina que combine entrenamiento de fuerza, actividad cardiovascular, mindfulness, nutrición y gestión del estrés. Esa demanda ha empujado a operadores y marcas hacia propuestas más holísticas: centros que integran gimnasio, fisioterapia, asesoramiento nutricional, espacios de relajación y apoyo a la salud mental.

FIGURA 02

Mercado fitness España: dos definiciones, dos cifras

Fuentes: DBK Informa (2026) y EuropeActive/Deloitte (2025). Elaboración propia.

INDICADOR	DBK / INFORMA (GIMNASIOS)	EUROPEACTIVE / DELOITTE (HEALTH & FITNESS)
Año de referencia	2025	2024
Ingresos	1.650 M€ (+10 % vs 2024)	2.600 M€ (+11,1 % vs 2023)
N.º de centros	4.600 gimnasios	4.833 clubes
Abonados	6,5 millones	6,2 millones
Perímetro	Gimnasios convencionales	Gimnasios + boutique + PT + digital
Fuente	DBK / Informa (ene 2026)	Valgo / EuropeActive (abr 2025)

Nota: Las cifras de DBK y EuropeActive no son directamente comparables. DBK mide el mercado de «gimnasios» en sentido estricto; EuropeActive/Deloitte mide el mercado de «health & fitness» ampliado, que incluye estudios boutique, entrenamiento personal, plataformas digitales y otros servicios.

El bienestar como motor económico global

España ocupa el tercer puesto en el mercado fitness europeo, solo por detrás de Reino Unido (6.700 M€) y Alemania (5.800 M€), según el *European Health & Fitness Market Report 2025*. El continente generó en su conjunto 36.000 millones de euros, con 71,6 millones de abonados y más de 64.000 centros.

A escala global, el mercado del bienestar alcanzó los 6,8 billones de dólares en 2024, con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del **6,5 %**, según Global Market Insights. España aporta unos 83.000 millones de dólares —aproximadamente el **12,4 %** de su PIB—, según estimaciones del Global Wellness Institute.

En ese contexto, el turismo de bienestar se consolida como una de las áreas de mayor crecimiento. Retiros que combinan entrenamiento funcional, yoga, senderismo, nutrición y gestión del estrés en entornos naturales —costa, montaña, espacios rurales— atraen tanto a población local como a visitantes internacionales. Por clima y diversidad de paisajes, España parte con ventaja para articular este tipo de propuestas.

Los operadores que integran todos esos elementos en una oferta coherente no venden sesiones de entrenamiento: venden un estilo de vida posible, una forma de estar mejor —físicamente, pero también mental y socialmente.



04

Capítulo 4

La fuerza como pilar de la longevidad activa



Martes, once de la mañana, un gimnasio del barrio de Salamanca. Concha tiene 72 años, caderas de titanio y una barra olímpica sobre los trapecios. Desciende en sentadilla controlada —«hasta que el muslo quede paralelo al suelo», le recuerda su entrenador— y empuja. Tres series de ocho repeticiones a un peso que, hace dos años, no habría podido sacar del soporte. Cuando termina, anota los kilos en su cuaderno. «Es mi seguro de vida», dice. «Me caí hace tres años y decidí que no volvería a caerme.»

De la estética a la autonomía: cambio de paradigma

Durante décadas, el entrenamiento de fuerza fue territorio de jóvenes obsesionados con la hipertrofia. Eso ha cambiado. La comunidad científica ha construido un consenso robusto: la fuerza muscular es el predictor más consistente de autonomía funcional, calidad de vida y supervivencia en personas mayores. El documento de referencia es el Position Statement de la National Strength and Conditioning Association (NSCA), publicado por Fragala et al. en 2019, que compila 663 referencias científicas.

Sus recomendaciones para adultos mayores establecen:

- **2-3 series por ejercicio**, con 1-2 ejercicios multiarticulares por grupo muscular.
- **Intensidad:** 70-85 % del 1RM para fuerza; 40-60 % del 1RM para potencia.
- **Frecuencia:** 2-3 sesiones por semana.
- **Énfasis en la potencia muscular** (velocidad de contracción), no solo en la fuerza máxima, por su correlación directa con la prevención de caídas.

El impacto concreto sobre la vida diaria

El National Institute on Aging ha documentado que un año de entrenamiento de fuerza bien estructurado puede marcar la diferencia entre subir escaleras sin ayuda, cargar la compra o caminar largas distancias con soltura, y no poder hacerlo. En términos de autonomía, esa distinción lo es todo.

Los programas para mayores de 55 que buscan longevidad activa deben partir de una premisa: entrenar para vivir mejor el día a día. Eso implica priorizar patrones de movimiento con traducción directa a la vida cotidiana: empujar, traccionar, levantar, ponerse en pie, estabilizar el tronco, mantener el equilibrio, desplazarse con seguridad.



Evidencia epidemiológica: los números hablan

Los datos del National Health Interview Survey (NHIS) de Estados Unidos, analizados por el American Council on Exercise (ACE), son contundentes: las personas que entrenan fuerza dos o más veces por semana presentan un **46 %** menos de riesgo de morir por cualquier causa, un **41 %** menos de riesgo de muerte cardiovascular y aproximadamente un **20 %** menos de riesgo de morir de cáncer. Aun así, solo el **14 %** de los mayores de 65 años en EE. UU. cumple las directrices combinadas de actividad aeróbica y de fuerza.

La ventaja de los programas estructurados

Frente a las clases genéricas, los programas estructurados de fuerza para mayores se benefician de:

- Progresiones claras de dificultad.
- Volúmenes de trabajo ajustados a la realidad de cada persona.
- Combinación de ejercicios de fuerza con trabajo de equilibrio y movilidad.
- Evaluaciones periódicas que permitan visualizar mejoras.

Cuando una persona mayor percibe que sube las escaleras con menos esfuerzo, se levanta del sofá con más facilidad o camina más tiempo sin fatiga, el ejercicio deja de ser una obligación y se convierte en un aliado concreto de su vida diaria.

FIGURA 03

Beneficios del entrenamiento de fuerza en mayores

Fuente: ACE Fitness (2024, 2025); Fragala et al. (2019), NSCA, J Strength Cond Res 33(8).
Elaboración propia.

BENEFICIO	MAGNITUD	FUENTE PRIMARIA
Reducción mortalidad general	-46 % (fuerza 2+ /semana)	ACE / NHIS (2024)
Reducción muerte cardíaca	-41 %	ACE / NHIS (2024)
Reducción mortalidad por cáncer	~-20 %	ACE / NHIS (2024)
Prevención de sarcopenia	OR 0,47 (actividad física)	Revisión LATAM sarcopenia
Prevención de caídas	Mejora potencia muscular 40-60 % 1RM	Fragala et al. (2019), NSCA
Autonomía funcional (ADL)	Mejora fuerza, equilibrio, movilidad	Fragala et al. (2019), NSCA
Salud ósea	Aumento densidad mineral ósea	Fragala et al. (2019), NSCA
Salud metabólica	Mejora sensibilidad insulínica, control glucémico	ACE (2025)
Salud mental	Reducción síntomas depresión y ansiedad	ACE (2025)

La demografía española: un reloj que no se detiene

España contaba en enero de 2025 con 49.128.297 habitantes, según el INE. El **20,4 %** supera los 65 años y cerca del **35 %** tiene más de 55. El índice de envejecimiento —la ratio entre personas de 65 y más y menores de 16 años— alcanza el **148 %**, según la Fundación Adecco. En términos prácticos: por cada 100 niños, hay 148 mayores de 65 años.

La sarcopenia —la pérdida progresiva de masa y función muscular asociada al envejecimiento— afecta al **10-16 %** de los adultos mayores a nivel global. La actividad física reduce el riesgo de padecerla con un *odds ratio* de 0,47: quienes se mueven tienen menos de la mitad de probabilidades de sufrirla.

El enfoque preventivo: rentabilidad social y económica

Harvard estima que cada dólar invertido en prevención a través del ejercicio ahorra entre 3 y 5 dólares en costes sanitarios. En España, donde el gasto sanitario público supera los 90.000 millones de euros anuales y las caídas de personas mayores figuran entre las principales causas de hospitalización, la inversión en fuerza funcional tiene un retorno sanitario bien documentado.

La oportunidad no consiste en ofrecer «más de lo mismo» con un cartel de «clase para mayores». Exige diseñar programas orientados a la funcionalidad: sesiones que eleven fuerza, equilibrio y movilidad con progresión adecuada, percibidas como retadoras pero alcanzables. Eso requiere entrenadores formados en trabajo con población sénior, espacios adaptados y una comunicación que hable de independencia y calidad de vida, no de fragilidad.

05

Capítulo 5

De «pacientes» a «protagonistas»



Joan MacDonald tenía 70 años, sobrepeso, hipertensión y una lista de medicamentos que ocupaba media página. Hoy, a sus 78, entrena con pesas cinco días a la semana, ha reducido su medicación a mínimos y acumula más de un millón de seguidores en Instagram. Su caso — extremo, mediático, norteamericano— ilustra un cambio más amplio y menos visible: por todo el mundo, personas mayores de 55 años están abandonando el papel de pacientes pasivos para reclamarse protagonistas de su propia salud.

Ruptura con el modelo asistencial

El modelo tradicional trata al mayor como receptor de cuidados: se le prescribe reposo, se le desaconseja el esfuerzo, se le deriva hacia la «gimnasia suave». La evidencia científica ha demolido esa lógica. El *Position Statement* de la NSCA es explícito: la inactividad es más peligrosa que el entrenamiento de fuerza con carga adecuada. Los riesgos del ejercicio supervisado son mínimos; los de la inmovilidad son devastadores —sarcopenia, osteoporosis, deterioro cognitivo, depresión, caídas.

Enfoque senior-first: metas medibles, progresión, empoderamiento

«Senior-first» no significa simplificar ni infantilizar. Significa diseñar desde las necesidades de una persona de 60 o 70 años: metas funcionales (subir escaleras sin fatiga, cargar las bolsas de la compra, levantarse del suelo sin ayuda), progresión basada en datos (kilogramos, repeticiones, velocidad de ejecución) y un entorno que comunique competencia, no limitación.

La semana pasada levantaste 30 kilos; esta semana vamos a por 32,5. Hay programas para mayores que ya trabajan así, y hay diferencia entre esos y los que no.

Los programas estructurados bajo este enfoque establecen metas claras —mejorar un test funcional, aumentar la carga, ampliar la distancia

caminada sin fatiga—, diseñan progresiones por fases que permiten celebrar logros parciales e integran evaluación periódica para hacer visible la mejora. El resultado es que la persona mayor deja de vivir el ejercicio como una obligación médica y empieza a verlo como una vía para ganar capacidad, seguridad y control sobre su propia vida.

Historias como motor del cambio

MacDonald es inspirador, pero no representativo. El cambio real se produce cuando historias más cercanas —personas anónimas que a los 67 completan su primera Behobia, que dejan el bastón tras meses de trabajo de fuerza— se documentan y se difunden.

Detrás de cada testimonio hay algo más que un dato de entrenamiento: la vejez deja de asociarse automáticamente con fragilidad y resignación, y se vincula a la capacidad de aprendizaje, superación y mejora. Cuando una persona mayor se ve a sí misma como alguien que entrena, progresa y alcanza metas, su identidad se desplaza de «paciente» a «atleta de su propia vida cotidiana». Cuando ve reflejada en gráficos o pruebas funcionales su mejora mes a mes, el ejercicio deja de ser algo que se «cumple» y se convierte en un proceso que se protagoniza.



Hacia una oferta más inclusiva

Diseñar para personas mayores no es una concesión: requiere decisiones concretas que van bastante más allá del cartelito de «apto para todos los niveles». Significa horarios compatibles con la vida de un jubilado (mañanas), equipamiento accesible (máquinas con ajuste sencillo, barras ligeras disponibles), comunicación que evite la jerga (no «WOD» ni «AMRAP», sino «circuito de fuerza funcional») y una estética que no expulse —espejos excesivos, música a 120 BPM, carteles con cuerpos de 25 años son barreras invisibles, pero eficaces.

Para consolidar este cambio de mentalidad, el sector necesita revisar sus propios códigos. Esto implica:

- Evitar infantilizar el trato.
- Ofrecer opciones de ejercicio adaptadas, pero exigentes.
- Evitar campañas que presenten a las personas mayores como figuras pasivas o excesivamente medicalizadas.
- Incluir imágenes y mensajes que reflejen diversidad real en edades, cuerpos y niveles de capacidad.
- Dar visibilidad a personas mayores entrenando en los propios centros, no solo a perfiles jóvenes.

Los gimnasios que consigan convertirse en lugares donde un adulto mayor entra sin sentirse fuera de lugar, percibe retos asumibles y encuentra una comunidad con la que compartir el proceso, estarán mejor posicionados en un mercado que envejece rápidamente.

06

Capítulo 6

Dorsales, fuerza funcional y nuevos mercados



El domingo 12 de octubre de 2025, en un pabellón de IFEMA, una mujer de 58 años cruza la meta de una prueba HYROX. Ha corrido 8 kilómetros intercalados con estaciones de burpees, remo ergométrico, *sled push* y *farmers carry*. Al otro lado de la valla, su hija de 28 años —quien la convenció para inscribirse— la espera con el teléfono en la mano. «Mamá, has sido más rápida que yo en el sled», le dice. Las dos se abrazan. Escenas parecidas se repiten cada fin de semana en distintos pabellones.

El dorsal como puerta a la longevidad activa

Un dorsal es un compromiso público. Obliga a entrenar (preparación), a presentarse (disciplina) y a terminar (resiliencia). Para alguien mayor de 55 años, inscribirse en un evento no es un capricho: es una declaración de intenciones que activa un ciclo virtuoso de preparación física, seguimiento de métricas y pertenencia comunitaria. El dorsal transforma al «usuario de gimnasio» en «atleta».

Los operadores que entiendan ese potencial —que el dorsal no es solo un símbolo de rendimiento puntual sino una puerta de entrada a la longevidad activa— podrán diseñar productos y servicios que acompañen a la persona antes, durante y después del evento. Ese modelo de acompañamiento continuo es, en sí mismo, una oportunidad de negocio.

Eventos híbridos e intergeneracionales

HYROX ya ofrece categorías para mayores de 55 años; eventos como la Behobia–San Sebastián (28.000 corredores) o la Carrera contra el Cáncer (27.000) atraen perfiles de edad muy diversos. La oportunidad está en diseñar pruebas que no segreguen, sino que integren: distancias adaptadas, estaciones opcionales, rankings por franja de edad, experiencias compartidas entre generaciones.

El siguiente paso apunta a eventos expresamente concebidos para este segmento, donde el foco sea la funcionalidad —fuerza, equilibrio, movilidad— más que el rendimiento extremo; la estructura premie tanto la mejora personal como la constancia; y se fomente la cooperación en equipos, especialmente intergeneracionales. Un reto funcional que combine estaciones de movilidad, fuerza moderada, pruebas de equilibrio y tramos de caminata, evaluado no solo por tiempo sino por progresión y trabajo en equipo, es un buen ejemplo de ese diseño.

Turismo de bienestar intergeneracional

El Pirineo, la Costa Brava, la cornisa cantábrica: España tiene infraestructura turística de primer nivel y un clima que permite actividad al aire libre casi todo el año. Un hotel rural que combine *trail running* con sesiones de fuerza funcional para mayores, talleres de nutrición y spa puede capturar simultáneamente a la hija de 30 que busca un reto deportivo y a su madre de 60 que busca movilidad y bienestar. El «turismo de bienestar intergeneracional» es un segmento poco explorado, con márgenes superiores al turismo convencional.

La dimensión familiar refuerza el atractivo: cuando abuelos, padres e hijos comparten actividades —cada uno a su nivel— el ejercicio deja de ser una obligación individual y se convierte en una experiencia que cohesiona.



FIGURA 04

Oportunidades de negocio por segmento

Fuente: Elaboración propia.

SEGMENTO	OPORTUNIDAD	PERFIL DE USUARIO	MODELO DE INGRESOS
Eventos adaptativos	Carreras con categorías +55, distancias cortas	Mayores activos, familias	Inscripción + patrocinio + merchandising
Fitness racing	HYROX, OCR con estaciones funcionales	+55 competitivos	Inscripción + entrenamiento preparatorio
Turismo de bienestar	Retiros fitness + fuerza + nutrición + spa	Familias intergeneracionales	Paquetes 3-7 días, alto margen
Entrenamiento online	Programas de fuerza funcional +55	Mayores digitalizados	Suscripción mensual + wearable
<i>Corporate wellness</i>	Programas de longevidad activa en empresa	Empleados +50	B2B, contrato aseguradora/empresa
Suplementación específica	Proteína, creatina, vitamina D para mayores	+55 activos	Venta directa + suscripción

07

Capítulo 7

Hoja de ruta para operadores



Entrenamientos funcionales para la vida diaria

La fuerza funcional no persigue un récord de *press* banca. Busca que una persona de 70 años pueda levantarse del suelo, subir tres pisos de escaleras, cargar una maleta de 15 kilos o reaccionar a tiempo cuando tropieza. Los ejercicios deben reproducir patrones de movimiento reales: sentadilla (sentarse/levantarse), peso muerto (recoger objetos), *press* (empujar), remo (tirar), cargadas (transportar), equilibrio unipodal (estabilidad).

Los centros pueden estructurar circuitos que incluyan:

- Ejercicios de fuerza con cargas moderadas (sentadillas asistidas, empujes y tracciones con bandas elásticas).
- Trabajo de equilibrio en superficies estables e inestables, según el nivel.
- Tareas de coordinación que integren tren superior e inferior.



FIGURA 05

Componentes de un programa de fuerza funcional +55

Fuente: Adaptado de Fragala et al. (2019), NSCA Position Statement, J Strength Cond Res 33(8).

COMPONENTE	PRESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN
Fuerza máxima	2-3 series × 6-8 reps, 70-85 % 1RM	Mantiene masa muscular y capacidad funcional
Potencia	2-3 series × 6-10 reps, 40-60 % 1RM, velocidad alta	Prevención de caídas (mayor correlación que fuerza máxima)
Ejercicios multiarticulares	Sentadilla, peso muerto, press, remo	Replican ADL (actividades de la vida diaria)
Equilibrio y propiocepción	Apoyo unipodal, superficies inestables	Reducción riesgo de caídas
Movilidad articular	Rutina de 10 min pre y post sesión	Prevención lesiones, mejora rango de movimiento
Frecuencia	2-3 sesiones/semana	Descanso 48h entre sesiones del mismo grupo muscular
Progresión	Aumento 2-5 % carga cada 2-4 semanas	Estímulo continuo; evita meseta

El rol del entrenador especializado

La figura del entrenador especializado en adultos mayores es clave. Su función no se limita a supervisar la ejecución: adapta, motiva, corrige con delicadeza y ayuda a cada persona a reconocer sus avances. Un equipo que sabe acompañar a personas mayores, detectar señales de fatiga, ajustar sobre la marcha y comunicarse desde el respeto y la cercanía es un factor decisivo para la experiencia del usuario sénior.

Tecnología al servicio de la inclusión

Los wearables —Apple Watch, Garmin, Oura— permiten monitorizar frecuencia cardíaca, calidad del sueño, pasos y niveles de estrés. Para el entrenador de un mayor de 55, esos datos son un recurso valioso: permiten individualizar la carga, detectar sobreentrenamiento y demostrar progreso con gráficos que el usuario entiende e interpreta.

Las alertas de salud —recordatorios para moverse, estirarse o hidratarse— ayudan a incorporar pequeños hábitos más allá de la sesión de entrenamiento. La posibilidad de compartir datos con entrenadores, médicos o familiares añade una capa de seguridad especialmente relevante para este segmento.

Las plataformas digitales —desde apps sencillas hasta programas de telerehabilitación— amplían el alcance a zonas rurales y personas con movilidad reducida. **Las propuestas más eficaces para este público incluyen:**

- Vídeos con explicaciones claras y demostraciones a cámara lenta.
- Programas organizados por niveles, con progresiones bien marcadas.
- Opciones para entrenar con o sin material.
- Canales de soporte para resolver dudas.

Integrar estas plataformas en la oferta de los centros mantiene el vínculo con el usuario entre sesiones y cuando no puede desplazarse.

Espacios adaptados y accesibles

La arquitectura de los espacios también comunica. Un centro saturado de máquinas complejas, pasillos estrechos y música muy alta probablemente expulse a muchas personas mayores antes de que empiecen.

Un centro accesible para mayores no necesita una reforma costosa: barras de apoyo en vestuarios, señalización clara, iluminación adecuada, temperatura confortable, discos de 0,5 y 1 kg disponibles, mancuernas ligeras accesibles y un volumen de música que permita la conversación. El coste es bajo; el retorno, en retención de un segmento con alta capacidad de gasto y baja tasa de cancelación, es alto.



Eventos adaptados para mayores

Los operadores pueden crear sus propios eventos: «Desafío Fuerza +55» (competición interna de sentadilla, peso muerto y *farmers walk* por franjas de edad), «Caminata Funcional» (ruta de senderismo con estaciones de fuerza), «Open Day Senior» (jornada de puertas abiertas con valoración funcional gratuita). Estos eventos generan comunidad, contenido para redes y, sobre todo, nuevas altas.

El componente intergeneracional añade valor diferencial: pruebas donde abuelos, hijos y nietos participan en categorías o tareas coordinadas transmiten una imagen del ejercicio como actividad compartida, no segregada.

Estrategias de marketing

El mensaje que funciona con este público no es «pierde 5 kilos»: es «muévete mejor, vive más». Los testimonios de personas mayores que relatan cambios concretos —menos medicación, menos dolor, más movilidad— son especialmente persuasivos. El marketing efectivo pone el foco en lo que realmente importa:

- Poder seguir viajando con comodidad.
- Jugar con los nietos sin agotarse.
- Subir escaleras sin dolor.
- Mantenerse independiente en las tareas del día a día.

Desmitificar la idea de que «las pesas son peligrosas a partir de cierta edad» es igualmente necesario. Las campañas pueden apoyarse en evidencia publicada —NSCA, ACE— y en la voz de profesionales sanitarios. El mensaje central:

- Nunca es tarde para empezar a entrenar.
- La mejora es posible a cualquier edad, con un programa adecuado.
- El ejercicio es una forma de disfrutar de la vida, no solo de evitar enfermedades.

El lenguaje también importa. Mensajes positivos, orientados a lo que se gana —más capacidad, más confianza, más vida activa— resuenan mejor que los que enfatizan el miedo a la enfermedad. Las imágenes deben reflejar diversidad real: personas mayores entrenando, riendo, viajando, participando en eventos.

Las prioridades son claras: crear un programa de fuerza funcional para mayores de 55 basado en la evidencia NSCA, formar a los entrenadores en trabajo con población sénior (certificaciones NSCA-CPT o ACE), adaptar espacios y equipamiento sin grandes inversiones, y revisar el lenguaje de la comunicación. Las alianzas con centros de salud y aseguradoras tienen alto potencial, pero requieren más tiempo. Los eventos propios y la tecnología wearable son pasos siguientes, una vez consolidado lo anterior.

Hacia un ecosistema de fitness sénior conectado

El futuro del fitness para mayores de 55 pasa por articular un ecosistema donde converjan:

- Eventos presenciales e híbridos orientados a la funcionalidad y la comunidad.
- Centros físicos adaptados y socialmente acogedores.
- Programas de entrenamiento estructurados y personalizados.
- Tecnología que facilite el seguimiento, la motivación y la seguridad.

En ese ecosistema, la persona mayor deja de recibir cuidados y se convierte en el protagonista de su propia salud, con herramientas, acompañamiento y espacios diseñados para un objetivo muy concreto: vivir más y mejor, con la máxima autonomía posible.



08

Capítulo 8

Perspectivas económicas



El envejecimiento activo como palanca económica

El envejecimiento tiene consecuencias económicas que el sector fitness no ha terminado de procesar. Los mayores de 55 años representan aproximadamente el **35 %** de la población española, pero su presencia en los gimnasios es desproporcionadamente baja respecto a su potencial. Tienen tiempo libre, capacidad adquisitiva media-alta, motivación creciente —la pandemia aceleró la conciencia de salud— y una necesidad fisiológica objetiva de entrenamiento de fuerza.

En este contexto, los programas de fuerza, movilidad y equilibrio bien diseñados funcionan como infraestructura de prevención: inversiones que reducen costes futuros tanto para el sistema sanitario como para las familias. El problema no está en la demanda: ese interés existe. Está en que la oferta disponible rara vez está pensada para este segmento.

FIGURA 06

Mercado del bienestar: contexto global, europeo y español

Fuente: Global Market Insights, Global Wellness Institute, EuropeActive/Deloitte, DBK/ Informa. Elaboración propia.

BENEFICIO	CIFRA	AÑO	FUENTE
Bienestar global	6,8 billones USD (CAGR 6,5 %)	2024	Global Market Insights
Bienestar España	~83.000 M USD (~12,4 % PIB)	2024 (est.)	Global Wellness Institute
Fitness Europa	36.000 M€, 71,6 M abonados	2024	EuropeActive / Deloitte
Fitness España (ampliado)	2.600 M€, 6,2 M abonados	2024	EuropeActive / Deloitte
Fitness España (gimnasios)	1.650 M€, 6,5 M abonados	2025	DBK / Informa
Bienestar corporativo LATAM	1.730 M USD (previsión)	2026	Estimación sectorial

Nota: Cada fuente utiliza un perímetro diferente. El «mercado del bienestar» de GWI incluye fitness, nutrición, wellness tourism, spa, personal care, etc. El «mercado fitness» de EuropeActive se limita a health & fitness clubs. Las cifras no son sumables.

Alianzas: aseguradoras, mutuas, administraciones

El modelo de negocio más prometedor es el que conecta al operador fitness con el sistema de salud. Aseguradoras como DKV, Sanitas o Mapfre ya exploran bonificaciones para asegurados que acrediten actividad física regular. Las mutuas laborales buscan reducir el absentismo entre trabajadores mayores de 50. Los ayuntamientos gestionan polideportivos municipales que podrían transformarse en centros de longevidad activa con programas específicos de fuerza funcional.



Diversificación de la oferta

El operador que depende exclusivamente de la cuota mensual es vulnerable. La diversificación abarca entrenamiento personal para mayores (ticket medio superior), eventos propios (inscripción y patrocinio), *retail* de suplementación específica (proteína, creatina, vitamina D), programas corporativos B2B, turismo de bienestar y contenido digital de suscripción. Cada línea tiene márgenes diferentes; su combinación construye un modelo más resiliente.

Para conectar de verdad con este público, la oferta debe responder a retos concretos de esta etapa vital. Algunas líneas con potencial:

- Programas específicos de prevención de caídas, combinando fuerza, equilibrio y propiocepción.
- Clases de yoga o pilates adaptados, con énfasis en movilidad y control postural.
- Entrenamientos de musculación funcional con cargas moderadas y alto foco en la técnica.
- Sesiones de movilidad articular y liberación de tensiones para mejorar la calidad de movimiento.

Las marcas tienen recorrido para desarrollar productos adaptados: ropa deportiva pensada para la comodidad, equipamiento accesible (pesas ligeras, bandas, máquinas con asistencia), soluciones de monitorización con interfaces sencillas y dispositivos diseñados para usuarios que, aunque no son nativos digitales, están dispuestos a incorporar tecnología si perciben utilidad real.

Un usuario sénior que percibe beneficios claros tiende a mostrar alta fidelidad y a valorar especialmente el acompañamiento profesional. La recompensa no se limita a la captación de nuevos clientes: es retención de alta calidad.

09

Capítulo 9

Benchmark latinoamericano: Perú y Colombia



Colombia: crecimiento acelerado sobre infraestructura frágil

Bogotá, julio de 2025. Más de 42.000 corredores colapsan la Carrera Séptima en la 25.ª edición de la Media Maratón de Bogotá. La cifra, impresionante, esconde una trayectoria aún más notable: a lo largo de las 24 ediciones anteriores, el evento acumuló 945.399 participantes.

En Medellín, la Maratón pasó de 24.000 corredores en su 30.ª edición (2024) a 27.000 en la 31.ª (2025), un salto del **12,5 %** interanual que refleja un mercado deportivo en plena expansión.

En el lado del *fitness indoor*, Smart Fit cerró 2025 con 224 sedes en Colombia —su tercer mercado global tras Brasil y México—, aproximadamente 700.000 usuarios y planes de abrir entre 20 y 30 nuevas sucursales en 2026. A nivel global, la cadena alcanzó 2.000 sedes en diciembre de 2025 y proyecta más de 340 nuevas para 2026.

Pero el panorama demográfico es más complejo que el comercial. Colombia tiene un **14,6 %** de población mayor de 60 años (DANE, 2025), cifra que la CEPAL proyecta al **25 %** en 2055 —13,9 millones de personas—. El **62 %** de la población no cumple las recomendaciones mínimas de actividad física del Instituto Nacional de Salud. Solo el **20,8 %** de los mayores practica deporte organizado. Según la Encuesta SABE Colombia 2015, el **84,2 %** de los adultos mayores presenta independencia funcional medida por el Índice de Barthel —un dato esperanzador, pero que data de hace más de una década y no incorpora el efecto del sedentarismo pospandemia.

Perú: masa crítica incipiente

En Perú, las 20.000 plazas de la Maratón Adidas Rímac Lima 42K se agotaron en 2025 por primera vez en la historia del evento. La edición 2026 cerró inscripciones antes de lo esperado.

El IRONMAN 70.3 Perú añade una dimensión premium al calendario deportivo. Pero más allá de los eventos, el tejido fitness del país es delgado: 4.026 gimnasios y estudios, algo más de 2 millones de usuarios y una penetración de mercado del 6 %, muy por debajo de la media europea.

El dato más preocupante es el relativo a la actividad física en mayores. Según la encuesta INTRA II —referencia histórica; Perú no dispone de un registro actualizado equivalente—, solo el **11,6 %** de los mayores de 60 años realiza actividad física regular. Con un **14,3 %** de población mayor de 60 años y una pobreza en adultos mayores del **22,1 %** (INEI, 2024), el reto de Perú es simultáneamente sanitario, social y económico.



LATAM: una transición demográfica acelerada

La CEPAL estima que América Latina y el Caribe contaban con 88,6 millones de personas mayores de 60 años en 2022. En 2030 serán 114,9 millones (**16,5 %** del total); en 2060, 220 millones (alrededor del **30 %**). La región está viviendo una transición de «sociedad joven» a «sociedad adulta joven» que se completará en menos de cuatro décadas, un proceso que a Europa le llevó más de un siglo.

El mercado del bienestar corporativo en LATAM alcanzará los 1.730 millones de dólares en 2026, según estimaciones sectoriales. La oportunidad para operadores españoles con conocimiento exportable es clara: marcos de trabajo como el que este informe propone — programas de fuerza funcional basados en evidencia, eventos híbridos, tecnología wearable aplicada— son transferibles a mercados donde la demanda crece más deprisa que la oferta cualificada.

FIGURA 07

Comparativa España-Colombia-Perú

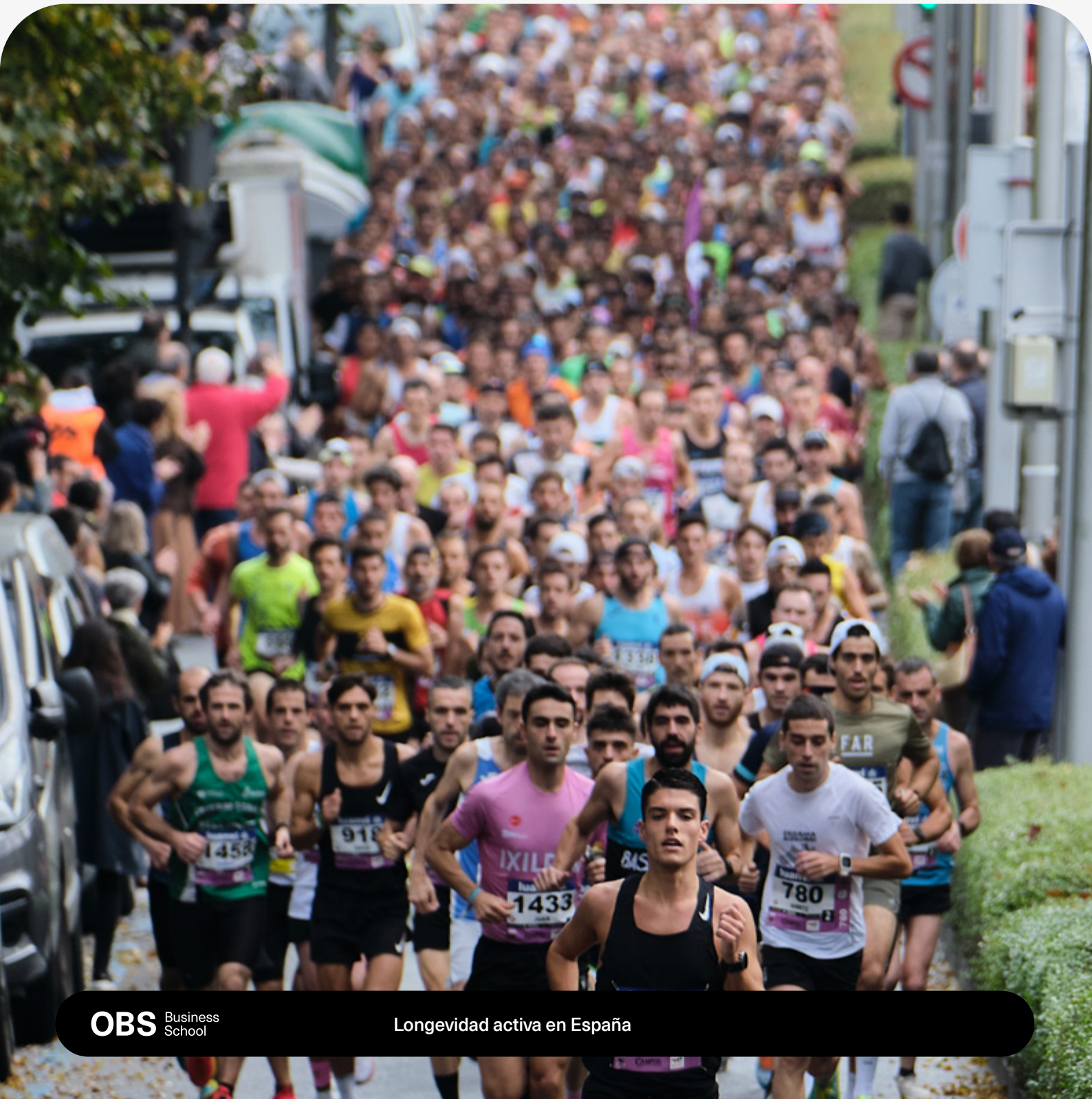
Fuente: INE, CSD, DANE, INEI, CEPAL, EuropeActive, DBK, Palco23/Strock. Elaboración propia.

INDICADOR	ESPAÑA	COLOMBIA	PERÚ
Población total	49,1 M (INE, ene 2025)	52,2 M (DANE, 2023)	34,0 M (INEI, 2025)
% >60 años	~26 % (>65: 20,4 %)	14,6 %	14,3 %
Índice envejecimiento	148 %	En transición	En transición
Práctica deportiva	62,7 % (CSD 2024-25)	~38 % estimado	~35 % estimado
AF regular >60	Dato CSD integrado	20,8 % organizado	11,6 % (INTRA II, antec.)
Gimnasios	4.600-4.833	224 Smart Fit + otros	4.026
Abonados fitness	6,2-6,5 M	~700 K (solo Smart Fit)	~2 M
Top evento running	Rock'n'Roll Madrid 45.000	MMB 42.000	Lima 42K 20.000
Barreras principales	Estigma fuerza en mayores	Informalidad, inequidad acceso	Pobreza, baja penetración

10

Capítulo 10

Conclusión



Encontramos por lo tanto tres enfoques. Cuantitativo: 791.080 participantes en las 40 principales carreras de 2025, una reducción del **46 %** en mortalidad general entre quienes entrenan fuerza con regularidad, y más del **35 %** de la población española por encima de los 55 años. Práctico: los programas que funcionan parten de las necesidades de una persona de 70 años, no de un atleta de 30. Económico: el mercado está ahí —1.650 millones de euros en gimnasios nacionales, 36.000 en Europa— pero todavía espera diseño, voluntad y algo de coraje comercial.

El riesgo del análisis de tendencias es quedarse en el análisis. Concha, que lleva cuaderno y anota los kilos, no necesita más informes: necesita un centro que sepa qué hacer con ella. La evidencia científica existe, está publicada y es robusta. El problema no es la falta de conocimiento, es que ese conocimiento tarda demasiado en convertirse en oferta real.

España tiene infraestructura deportiva, clima favorable y un sistema sanitario con incentivos claros para que todo esto funcione. El sector privado también los tiene. El envejecimiento activo lleva años esperando que alguien le diseñe una oferta a la altura. Hay mercado, hay evidencia, hay demanda. Lo que falta es ejecución.



1RM (repetición máxima): El peso máximo que una persona puede levantar una sola vez con técnica correcta. Se usa como referencia para calcular intensidades de entrenamiento (ej: 70 % 1RM).

Dorsal: Número identificativo que cada corredor lleva en una carrera. En este informe se usa también como metáfora del compromiso personal con un objetivo deportivo medible.

Eventificación: Proceso por el cual el ejercicio físico se transforma en experiencia colectiva y emocional, con componentes de espectáculo, comunidad y narrativa (carreras populares, HYROX, CrossFit Games).

Fuerza funcional: Capacidad muscular orientada a mejorar el desempeño en actividades de la vida diaria, no a maximizar la hipertrofia. Se entrena con movimientos multiarticulares que replican patrones reales de movimiento.

HYROX: Formato de competición de *fitness racing* que combina segmentos de carrera (8 x 1 km) con estaciones funcionales (remo, *sled push*, *burpees*, etc.). Tiene categorías por edad, incluidas +55.

Longevidad activa: Paradigma que promueve un envejecimiento con autonomía funcional, participación social y calidad de vida, apoyado en ejercicio físico, nutrición y prevención.

Sarcopenia: Pérdida progresiva de masa muscular, fuerza y función asociada al envejecimiento. Afecta al 10-16 % de los mayores y es un predictor de dependencia, caídas y mortalidad.

Senior-first: Enfoque de diseño que parte de las necesidades y capacidades de las personas mayores, en lugar de adaptar soluciones pensadas para jóvenes.

Wearable: Dispositivo electrónico que se lleva puesto (reloj, pulsera, anillo) y monitoriza parámetros de salud como frecuencia cardíaca, sueño, pasos y estrés.



BIBLIOGRAFÍA

ACE Fitness. (2024). Benefits of resistance training for seniors. <https://www.acefitness.org/resources/everyone/blog/7308/benefits-of-resistance-training-for-seniors/>

ACE Fitness. (2025). Strength training for longevity. <https://www.acefitness.org/resources/pros/expert-articles/8882/strength-training-for-longevity/>

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2025). Media Maratón de Bogotá 2025. Bogotá.gov.co. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/cultura-recreacion-y-deporte/deportistas-de-elite-internacional-en-la-media-maraton-de-bogota-2025>

Alcaldía de Medellín. (2025). Maratón de Medellín 2025. Medellín.gov.co. <https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/27-mil-personas-correran-la-maraton-medellin-este-fin-de-semana/>

CEPAL. (s.f.). Envejecimiento en América Latina y el Caribe. Datos y estadísticas poblacionales. Celade. <https://celade.cepal.org/rpd/ELPDF/>

Consejo Superior de Deportes (CSD). (2026). Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2024-2025. <https://www.csd.gob.es/es/la-brecha-de-genero-en-la-practica-deportiva-se-reduce-hasta-minimos-historicos>

DANE. (2023). Datos de población Colombia. <https://www.dane.gov.co/>

DBK Informa. (2026). Observatorio Sectorial de Gimnasios. Mercado Fitness. <https://mercadofitness.com/mercado-gimnasios-espana-2025-crecio-10/>

EuropeActive & Deloitte. (2025). European Health & Fitness Market Report 2025. Valgo. <https://www.valgo.es/blog/publicado-el-informe-european-health-and-fitness-market-report-2025-de-europeactive-y-deloitte?elem=356852>

Forbes Colombia. (2026, 14 de enero). Smart Fit abrió su sede número 2.000. <https://forbes.co/2026/01/14/negocios/smart-fit-abrio-su-sede-numero-2-000-en-el-mundo-y-colombia-es-su-tercer-pais-mas-importante/>

Fragala, M. S., Cadore, E. L., Dorgo, S., Izquierdo, M., Kraemer, W. J., Westcott, W. L., & Peterson, M. D. (2019). Resistance training for older adults: Position statement from the National Strength and Conditioning Association. Journal of Strength and Conditioning Research, 33(8), 2019-2052. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31343601/>



BIBLIOGRAFÍA

Fundación Adecco. (2025). Índice de envejecimiento España. <https://fundacionadecco.org/>

Global Market Insights. (2024). Wellness Market Projections. <https://www.gminsights.com/>

Global Wellness Institute. Global Wellness Economy Monitor. <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/global-wellness-economy-monitor/>

INE. (2025). Cifras de población, enero 2025. Instituto Nacional de Estadística.

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981

INEI. (2025). Cifras de población Perú 2024-2025. Instituto Nacional de Estadística e Informática.

<https://www.inei.gob.pe/>

IRONMAN. (2025). IRONMAN 70.3 Perú. <https://www.ironman.com/races/im703-peru>

La Nota Económica. (2026). Smart Fit alcanza 2.000 sedes y prevé una expansión sólida en 2026. <https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/smart-fit-alcanza-2-mil-sedes-y-preve-una-expansion-solida-en-2026/>

Mundo Deportivo. (2025). Medias maratones España 2025: Cifras históricas y dorsales agotados. <https://www.mundodeportivo.com/running/carreras/20251227/1002589194/medias-maratones-mas-participacion-espana-2025-dorsales-agotados-semanas-cifras-historicas.html>

OMS. (s.f.). Physical activity guidelines. Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>

Palco23 & Strock Sponsorship & Events Consulting. (2026). El top running concentra a casi 800.000 corredores en España en 2025. Mundo Deportivo. <https://palco23.mundodeportivo.com/competiciones/el-top-running-concentra-a-casi-800000-corredores-en-espana-en-2025>

Runnea. (2026). España corre más que nunca: Casi 800.000 corredores en el “top running”. <https://www.runnea.com/articulos/running-news/espana-corre-nunca-casi-800.000-26295/>



BIBLIOGRAFÍA

Runner's World España. (2025). Maratón Barcelona: 32.000 dorsales y top 5 de Europa.

<https://www.runnersworld.com/es/noticias-running/a69727413/maraton-barcelona-punto-agotar-32000-dorsales-entra-top-5-mayores-maratones-europa/>

SABE Colombia. (2015). Encuesta de Salud, Bienestar y Envejecimiento. Revista Panamericana de Salud Pública. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8369134/>

Soymaratonista. (2025). La Maratón adidas Rímac Lima 42K se prepara para hacer historia en la edición 2025. <https://soymaratonista.com/la-maraton-adidas-rimac-lima-42k-se-prepara-para-hacer-historia-en-la-edicion-2025/>

Zurich Rock 'n' Roll Running Series Madrid. Página oficial del evento. <https://rocknrollmadridrun.com/>

OBS Business School



www.obsbusiness.school

RED DE EDUCACIÓN SUPERIOR

 Planeta Formación y Universidades