

# mercado **fitness**

**3<sup>er</sup> CONFERENCIAS  
MERCADO FITNESS '07**  
Camino al éxito

## Balance **De cara al 2007**

Promesas de inversiones, nuevos y mejores servicios, lanzamientos de productos y creativas ideas de negocios anticipan un año repleto de logros. Pero los desafíos son varios: profesionalizar la gestión, actualizar el valor de las cuotas, mejorar los niveles de retención, definir políticas comunes para el sector e incrementar la demanda del segmento no activo de la población.



### **En Chile** pág. 60

Nace Energy Fitness Clubs  
Sportlife recibe premio  
Remodelan el Monumental

### **En Perú** pág. 62

Lo que pasó y lo que vendrá  
Informe sobre sedentarismo  
QuickFit de Millenium Sports Club

### **En Uruguay** pág. 64

Entrevista a Washington Abreo  
Las expectativas del mercado  
Gyrotonic llega a Montevideo



En CHILE: **EQUIPAMIENTOS FITNESS Ltda.**  
Coyancura 2270 Of. 801 - Santiago de Chile  
Tel.: 09- 335 8297 - Fax: 09- 234 9783  
Celular: 09- 822 8973 - [vts@kipmachines.com](mailto:vts@kipmachines.com)



En URUGUAY: **DECELESTE**  
Colombia 1329 Montevideo  
Tel./Fax: (0059-82) 924 8849  
[mail@deceleste.com.uy](mailto:mail@deceleste.com.uy)



Estamos llegando a PERÚ  
[peru@kipmachines.com](mailto:peru@kipmachines.com)



# KIP Machines

KIP FITNESS + HEALTH S.R.L.

EN LA VANGUARDIA TECNOLÓGICA...

## KIPRUN

### KR-320/325 RS <sup>max</sup> /320/325 RS

SONAR SAFE®:  
PARADA DE EMERGENCIA INALÁMBRICA.

SMART SPEED®:  
CONTROL DE VELOCIDAD AUTOMÁTICO.

TERMOREGULACIÓN®:  
SISTEMA DE TERMOREGULACIÓN CORPORAL.

PANTALLA DE MATRIZ DE PUNTOS

PORTA CARAMAÑOLA

PORTA OBJETOS...

Tecnológica

Funcional

Ergonómica

Estética

EVOLUCION



## KIPFLIP

Convenio KIP-Indoor Cycle

### INDOOR CYCLE

Comprando 10 bicicletas KF-2  
te becomos con un curso de  
Indoor Cycle dictado por su  
creador José Slamon.

KF-2

## KIPROT

### KT-960/2 /802/820



## KIPCYCLE

### KCR-110/2



## KIPCYCLE

### KC-410/2



PANTALLA DE MATRIZ DE PUNTOS  
PORTA CARAMAÑOLA  
PORTA LIBROS...

LÍNEA COMPLETA DE EQUIPAMIENTO ELECTRÓNICO CARDIOVASCULAR

Nos reservamos el derecho de modificar las características de las máquinas sin previo aviso.



Av. Pte. Roque Sáenz Peña 615 Of. 520 - Tel: (011) 4327 2963 - BUENOS AIRES  
Calle Buenos Aires 4650 - Telefax: (0341) 464 7302 - 463 7919 - ROSARIO  
[www.kipmachines.com](http://www.kipmachines.com) - 0810 444 0108 - [ventas@kipmachines.com](mailto:ventas@kipmachines.com)

## El placer de trabajar

Ya sea en casa, en la oficina, en el taller o en el gimnasio, el común de los mortales invertimos, durante 30 o 40 años, entre 8 y 12 horas al día -o a veces más- en una o varias tareas que nos permiten ganar dinero y sustentarnos. Medio día durante media vida trabajando. Quizás por eso vemos el trabajo como un **medio de vida**.

Algunos, con algo de suerte, disfrutamos lo que hacemos la mayor parte del tiempo, pero para otros el trabajo representa un verdadero sacrificio. Hacen de cada día un monstruo de tres cabezas al que no saben por donde atacar y frente al cual están seguros de perder. Al parecer no tienen salida ni elección, su destino está marcado.

El sufrimiento es intrínseco a la etimología de la palabra "trabajar", que viene del latín "tripaliare", que a su vez deriva de "tripalium", un yugo hecho de tres (tri) palos (palium) a los cuales se amarraban a los esclavos para azotarlos. Entonces, el término comenzó a utilizarse para designar a cualquier actividad que producía dolor.

Quizás debamos comenzar a referirnos al trabajo de otra manera. Podríamos hasta inventarle un nombre con connotaciones más positivas. "Placer" viene del latín "placere", que significa gustar. Y ahí radica el secreto, tan obvio y claro que nos inquieta: hacer lo que nos gusta. Amar lo que hacemos, hacer lo que amamos.

Cualquiera sea la palabra que usemos en lugar de trabajo, es fundamental comprender que esa tarea a la que dedicamos la mitad de nuestras vidas, no debería ser un medio sino un fin en sí mismo, que nos llene de placer, orgullo y alegría mientras la realizamos, disfrutando del camino independientemente del destino.

Gracias por acompañarnos,

Guillermo Vélez

## 16 Echado por gruñir en el gimnasio:

Sucedió en Estados Unidos cuando un socio que realizaba sentadillas rompió una de las reglas más estrictas del lugar al gruñir.

## 18 Tecnología:

Un inventor francés estudia en un gimnasio de Hong Kong cómo aprovechar la energía producida por los deportistas durante sus ejercicios físicos.

## 20 Aguas - Salud, Deporte y Negocio:

Las aguas minerales puras compiten con las saborizadas y las bebidas isotónicas para captar la atención de los consumidores.

## 34 De Cara al 2007:

Promesas de inversiones, nuevos servicios, lanzamientos de productos y creativas ideas de negocios anticipan un año repleto de logros.

## 44 Gimnasios para niños:

En Estados Unidos ya son varios los centros de actividad física desarrollados para pequeños. Hasta McDonald's abrió mini gimnasios.

## 48 Etimología de Gimnasio:

El término griego gymnasion se utilizaba para designar el lugar de entrenamiento de los atletas que competían en los juegos públicos.

## 50 Lo que se viene:

En diciembre de 2006 el Consejo Americano de Ejercicios anunció las 10 principales tendencias que marcarán el destino de la industria este año.

## 52 "El gimnasio no es un parque de diversiones":

Dice Edgard Corona, presidente de Bio Ritmo, una de las cadenas de gimnasios más importantes de Brasil.

## 60 En Chile:

Nace Energy Fitness Clubs / Remodelarán el Monumental / Sportlife premiada / Nuevo complejo deportivo en Viña del Mar.

## 62 En Perú:

Lo que pasó y lo que vendrá / Informe sobre sedentarismo / QuickFit de Millenium Sports Club / Doctrainer Health Club.

## 64 En Uruguay:

Reportaje a Washington Abreo / Expectativas del mercado / Gyrotonic llega a Montevideo / Tangona en Punta del Este.

**SALCES**  
Sociedad Argentina de Lucha  
Contra el Sedentarismo

**¡A moverse Argentina!**

**RAFA - PANA**  
ARGENTINA 2004

**CGA**  
Consejo Argentino de Gimnasia

**FMA**

**Director Ejecutivo:** Ing. Leandro Deltrozzo

**Director Editorial:** Guillermo Vélez

**Directora de Arte:** DG. Silvina Maceratesi

**Impreso por:** Alfabeta Talleres Gráficos S.A.

**Administración y Redacción:** Tel. (54 11) 4115-3524/25 Av. Paseo Colón 470 2ºD (1063) Bs. As. Argentina.

info@mercadofitness.com / www.mercadofitness.com

Registro de Propiedad Intelectual en trámite.

Mercado Fitness es una publicación bimestral. Las colaboraciones firmadas no reflejan necesariamente la opinión de la revista, y el editor no se hace responsable de los conceptos vertidos por los entrevistados ni del contenido de las notas promocionales y mensajes publicitarios.

**mercado  
fitness**

## 26 de abril de 2007

### Salguero Plaza Eventos / Buenos Aires

Salguero 2686. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.



#### **APRENDA A COMUNICAR CON EFICACIA** **Ricardo Cruz (Brasil)**

Sepa cómo utilizar la comunicación a su favor, motivando a las personas a frecuentar y permanecer en el gimnasio por mucho tiempo. Conozca las herramientas de comunicación que lo ayudarán a lograr el éxito en su empresa.

9.00 hs.

#### **Curriculum Vitae**

Prof. de Educación Física, con postgrado en Adm. de Empresas. Consultor de FitBiz y coach de Impact Training, firma especializada en ventas para gimnasios.



#### **BRAND MARKETING: TRABAJAR EN LO BÁSICO** **Kárem Pezua (Perú)**

Aprenda en esta presentación las claves para desarrollar en su gimnasio una estrategia de marca basada principalmente en la atención a sus clientes y en el poder de la comunicación que éstos tienen.

11.05hs.

#### **Curriculum Vitae**

Instructora de aeróbica desde 1990. Formada en marketing y publicidad. Fue gerente de marca de Gold 's Gym en Perú. Hoy dirige su propia consultora.



#### **AUMENTE SU FACTURACIÓN CON PERSONAL TRAINING** **Alfio Lora (República Dominicana)**

Un buen plan de gestión de entrenadores personales puede generarle mayor rentabilidad. Sepa cómo organizar su departamento de personal trainers y aprenda a vender y administrar ese producto.

9.55 hs.

#### **Curriculum Vitae**

Entrenador personal, certificado por el American College of Sports Medicine. Fundador y CEO de BodyTech. Coaccionista de la franquicia Gold 's Gym en su país.



#### **CREANDO UNA EXITOSA CULTURA CORPORATIVA** **David Miller (Méjico)**

Aprenda a definir y a analizar programas de retención para su personal. Sepa cómo mantener motivado al staff y satisfechos a los clientes. Conozca cómo la productividad de su personal afecta sus utilidades.

12:10 hs.

#### **Curriculum Vitae**

Referente de la industria mejicana de clubes, dirigió la revista Clubes & Gimnasios y encabeza hoy la consultora Club Services International.

#### **COSTO POR PERSONA**

Hasta 19-02-07 \$ 230.00

Hasta 19-03-07 \$ 250.00

Hasta 19-04-07 \$ 270.00

Hasta 26-04-07 \$ 290.00

Estos precios no incluyen IVA.

Se aceptarán cancelaciones sólo hasta 48 horas antes del evento. No se realizarán reembolsos en efectivo. Se dispondrá de un crédito para utilizar en cualquier producto de Mercado Fitness durante todo el año.

#### **Descuentos por grupo:**

:: De 2 a 4 personas: 5%

:: De 5 o más personas: 10%

Aquellos inscriptos que acrediten haber viajado 100 o más kilómetros para asistir al evento, recibirán de regalo un CD con los audios y desgravaciones de las 1as Conferencias Mercado Fitness realizadas en mayo de 2005, cuyo valor de venta es \$65.00.

#### **Beneficios:**

La inscripción a las conferencias incluye:

- Asistencia al evento.
- Tres Coffee Breaks.
- Material de Apoyo (Carpeta y Lapicera).
- Diploma de asistencia.
- Traducción simultánea inglés-español y portugués-español.
- Consultorio Empresarial (\*).
- Cupón de 20% de descuento para cualquiera de los dos seminarios del día 27 de abril, o bien, uno de 30% de descuento si estás interesado/a en inscribirte en ambos seminarios. Ver avisos en página 6 y 7.

(\*). Cupo máximo 40 personas. Se requiere reserva previa.

#### **Formas de Pago:**

- Efectivo ó Cheque Personal
- Depósito o Transferencia Bancaria
- Western Union (desde el exterior)

# 3<sup>ras</sup> CONFERENCIAS MERCADO FITNESS/07 Camino al éxito



## MI FÓRMULA PARA CRECER A TODO RITMO Edgard Corona (Brasil)

Conozca en 1.15hs los aciertos y errores que signaron el destino comercial de una de las más importantes cadenas de gimnasios de Brasil. Sepa cómo manejaron las ventas, el marketing y la retención.

14.30 hs.

### Curriculum Vitae

Ing. químico, con postgrado en Administración de Empresas. Fundó y dirige Bio Ritmo, una de las redes de gimnasios más grandes de Brasil.



## GERENCIE SU GIMNASIO CON MAYOR RENTABILIDAD Mike Chaet (Estados Unidos)

Se irá con un valioso manual de tareas para implementar en forma inmediata. Se abordarán estos temas: sistemas; manejo de personas; marketing; planificación; centros de ganancias y ventas.

17.15 hs.

### Curriculum Vitae

Es uno de los consultores más reconocidos de la industria en el mundo. Con 42 años de carrera, un doctorado en gestión, es autor de 18 libros.



## ESTRATEGIAS PARA EL ÉXITO EN LAS VENTAS Luis Amoroso (Brasil)

Aprenderá por qué, al momento de vender un gimnasio, hay que sustituir los argumentos racionales, como la calidad o los equipamientos, por otros que apelan a la emoción y al placer.

15.45 hs.

### Curriculum Vitae

Arquitecto especializado en Ingeniería Económica. Tiene 25 años de experiencia en el mercado del fitness. Dirige la consultora FitBiz en Brasil.

## PARTICIPE SIN CARGO DE NEXO

El objetivo de NEXO es generar en las Conferencias Mercado Fitness '07 no sólo un espacio de capacitación para emprendedores y gerentes de la industria de clubes y gimnasios, sino también **un punto de encuentro para aquellos con intereses u objetivos afines.**

## CONSULTORIO EMPRESARIAL

A lo largo del día jueves 26 de abril, en forma paralela a las presentaciones realizadas por los oradores en el auditorio del tercer piso, los asistentes a las Conferencias podrán participar sin costo adicional de alguno de los siguientes consultorios.



### Especialista: Arq. Patricia Totaro (Brasil)

Arquitecta especializada en fitness. Lleva desarrollados más de 70 mil metros cuadrados en gimnasios, clubes, spas y natatorios. Dirige su estudio en Brasil.

**Temas de consulta:** Espacios, diseño, materiales, decoración, vestuarios, etc.

**Horario:** 10hs.



### Especialista: Lic. Paula Rey (Argentina)

Licenciada en Marketing y Comercialización. SPA Consulting. Ejecutora de proyectos: Sheraton Colonia e Iguazú, Faena Hotel, etc.

**Temas de consulta:** El negocio del SPA. Tendencias y proyecciones.

**Horario:** 11hs.



### Especialista: Dr. Jorge Daniel Bliman (Argentina)

Consultor Especializado en Franquicias Comerciales. Lleva desarrolladas más de 160 marcas como franquicias, en 5 países, incluyendo rubros como gimnasios, spas, clínicas y centros de estética.

**Temas de consulta:** Las franquicias como herramienta de expansión. Posibilidades y tendencias del sector.

**Horario:** 15hs.

## Gold Sponsors



# SEMINARIO DE MARKETING PARA GIMNASIOS

## Aprenda cómo incrementar la venta de membresías



## MIKE CHAET

### POR PRIMERA VEZ EN ARGENTINA



Uno de los consultores en gestión y marketing de gimnasios más reconocidos del mundo ofrecerá por primera vez en el país un seminario de 4 horas sobre marketing y ventas.



**27 de abril de 2007 / Salguero**  
**De 9 a 13 hs.**

**Mike Chaet** ha desarrollado el sistema más avanzado que existe de marketing para gimnasios: este seminario incluye ejemplos de campañas publicitarias exitosas, planillas y metodologías listas para ser adoptadas por su propio equipo de ventas, programas de desarrollo de vendedores y planificación de campañas estacionales.

**En tan sólo cuatro horas aprenderá la mejor manera de:**

- **Comprar publicidad en medios;**
- **Diseñar avisos publicitarios (electrónicos e impresos);**
- **Organizar sus eventos con la mayor eficiencia;**
- **Y muchas otras tareas esenciales para el buen funcionamiento de su empresa.**

**Venga listo para trabajar** y se irá habiendo comprendido porqué sus campañas de marketing en el pasado tuvieron éxito o bien no funcionaron, y sabrá cómo mejorarlas en el futuro. Además se llevará los lineamientos de un plan de marketing para los próximos 12 meses.

**Inscríbese ahora mismo**  
**Costo por persona: \$190<sup>(\*)</sup>!**

### Quién es Mike Chaet:

- 42 años de experiencia en el sector.
- Doctorado en gestión - Universidad del Sur de California (EEUU)
- Autor de 18 libros y 10 videos de entrenamiento.
- Conferencista internacional de IHRSA y Club Industry.
- Columnista de las principales revistas especializadas.
- Ha asesorado a más de 2500 gimnasios en todo el mundo.

(\*) Quienes participen de las 3ras Conferencias Mercado Fitness/07 tendrán 20% de descuento en la inscripción a este seminario.

(\*) Quienes participen del Seminario de Arquitectura estratégica tendrán 10% de descuento en la inscripción a este seminario.

Organizados por:



EL LADO BUSINESS DEL MUNDO FITNESS

Avda. Paseo Colón 470 2° D (1063) - Buenos Aires - Argentina

# SEMINARIO DE ARQUITECTURA ESTRATÉGICA

## Aprenda cómo diseñar integralmente su gimnasio



**PATRICIA TOTARO / LUIS AMOROSO**



Localización, instalación y servicio. Ésta es la base para el éxito de un gimnasio. Sepa cómo conciliar la información del mercado y la planificación estratégica con el dimensionamiento, la disposición de elementos y el diseño del gimnasio.

**Plaza Eventos / Buenos Aires**  
De 14 a 18 hs.



Los arquitectos brasileños Patricia Totaro y Luis Amoroso van a presentarle, de forma simple y práctica, el proceso con el cual, ya desarrollaron diversos proyectos con éxito.

**En tan sólo cuatro horas aprenderá la mejor manera de:**

- analizar el mercado y evaluar el número de clientes potenciales;
- definir el posicionamiento del gimnasio y conceptualizar el proyecto de arquitectura tornándolo atractivo para su público objetivo;
- dimensionar los equipamientos y determinar el tamaño de cada área;
- definir la disposición de cada elemento, teniendo en cuenta la operatividad del gimnasio;
- establecer su presupuesto a fin de asegurar el retorno de su inversión;
- aprovechar las tendencias de mercado y diseño.

**Inscríbese ahora mismo!**  
**Costo por persona: \$190 (\*)**

**Quién es Patricia Tótaro:**

- Arquitecta - Universidad Mackenzie.
- Fundadora del Estudio Arquitectura de Resultados.
- Conferencista internacional de IHRSA.
- Asesora de los principales gimnasios brasileños.
- Ha construido 70.000 m2 de gimnasios en Brasil.

**Quién es Luis Amoroso:**

- Arquitecto - Universidad Mackenzie.
- Orador en más de 40 seminarios.
- Ex asesor de Gold's Gym International.
- Actual director de Monday Academia.
- Fundador de la consultora FitBiz.

(\*) Quienes participen de las 3ras Conferencias Mercado Fitness/07 tendrán 20% de descuento en la inscripción a este seminario.

(\*) Quienes participen del Seminario de Marketing para gimnasios tendrán 10% de descuento en la inscripción a este seminario.

Financiación y leasing propio disponible



Representante exclusivo IMPACT  
Humbolt 125 (1414) Cap. Fed.  
Buenos Aires - Argentina  
Tel.Fax: (54 11) 4855-8574 (Rot.)  
E-mail: adillen@systemfit.com.ar

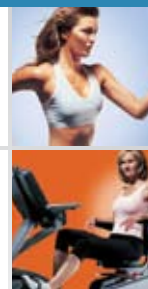
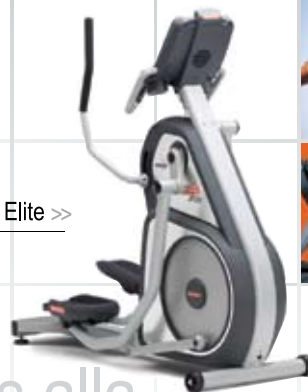
Pro Recumbent >>



Upright >>

<< Star Trac Elite Treadmill

CrossTrainer Elite >>



Siempre más allá...

∨ Spinner NXT

∨ Spinner Elite

∨ Spinner Pro

Únicas bicicletas oficiales de SPINNING



FINANCIACIÓN DISPONIBLE, CONSULTE

**PARAMOUNT**  
PARAMOUNT FITNESS CORP.

FUNCTIONAL TRAINING PROGRAM **ftp**  
El gimnasio del futuro

**NUEVA LÍNEA XL TUBULAR**



**PFT-200 FUNCTIONAL TRAINER**  
El revolucionario programa que está cambiando el concepto de entrenamiento en EEUU y Europa llega a la Argentina.

**Certificación y talleres de educación continua:**

- :: Fútbol
- :: Deportes de combate
- :: Tenis
- :: Fuerza y potencia
- :: Golf
- :: Rehabilitación de lesiones
- :: Rugby
- :: FT Circuit

Con validez en:    [www.functionaltraining.com.ar](http://www.functionaltraining.com.ar)



Representante Exclusivo IMPACT FITNESS

Humbolt 125 (1414) Cap. Fed. - Argentina - Tel.Fax: (011) 4855-8574 (Rot.) / [adillen@systemfit.com.ar](mailto:adillen@systemfit.com.ar)



# ***SPINNING***<sup>®</sup>

*The Ultimate Ride For Body And Mind*

***Ya conocés la diferencia...***



REPRESENTANTE EXCLUSIVO  
EN ARGENTINA Y URUGUAY

[www.spinning-ar.com.ar](http://www.spinning-ar.com.ar) / (54 11) 4855-8574

Quince años de exitosa trayectoria avalan nuestra experiencia en el desarrollo y en la administración de clubes y gimnasios. En Gerbo Group conocemos las dificultades que afrontas día a día y compartimos tus desafíos como emprendedor. Por eso, te ofrecemos mucho más que máquinas de musculación y planes de financiación.



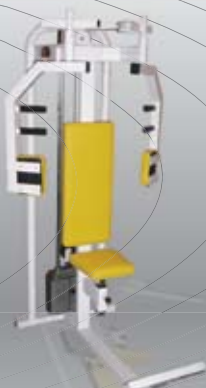
# GERBO



Ponemos a tu disposición todo nuestro conocimiento  
no sólo para equipar tu gimnasio,  
sino también para convertirlo en un negocio rentable y próspero.  
En Gerbo Group sabemos lo que te pasa a vos hoy,  
porque ya nos pasó a nosotros ayer.  
**Y estamos para ayudarte.**

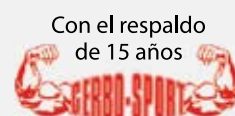
# GROUP

**GERBOSPORT**  
ELEGANCE



En Capital Federal: Av. Nazca 1932 (1416) Tel.: (54 11) 4581-3065  
Ricardo Gutierrez 3233 / Tel.: (54 11) 4504-3466  
1932@arnet.com.ar / www.gerbosport.com.ar

En Chile y zona de Cuyo: Bio Fitness. España 278 / Lujan de Cuyo / Mendoza (5507)  
Tel.: 0261-4988200 / 0261-154-161-324 / sebastianrenalias@tutopia.com





Remo Hammer Sentado



Dorsalera Hammer



Smith de Pecho

Gral Vedia N° 221 ( B1872 CXE) Sarandi - Bs.As. - Argentina

Te: ( 54-11) 4265-1609 - 4204-7019 ( int114 )

e-mail: info@equipmillennium.com - Cel:156-566-7777 - Fax: 4205-2331

**MIR**  
FITNESS

Renová tu gimnasio



Distribuidores oficiales



**BODYPUMP**



# VITNIK



vitnik.com

Te llevamos  
a tu casa  
las mejores  
capacitaciones.

Más de 36 horas,  
en audio y video.

gestión, marketing, administración financiera, ventas, atención de clientes, retención, arquitectura, coaching, motivación, liderazgo, pilates, programas de bienestar corporativo, comunicación, legislación, recursos humanos, natatorios, tendencias, sedentarismo etc.

- 1as Conferencias Mercado Fitness 2005  
(8 hs. audios) \$65.-
- Ciclo de Conferencias Expo Fitness 2005  
(12 hs. audios) \$95.-
- 2das Conferencias Mercado Fitness 2006  
(8 hs. de videos) \$310.-
- Taller FitBiz "Atención a Clientes"  
(4 hs. de videos) \$210.-
- Taller FitBiz "Las 9 estrategias del éxito"  
(4 hs. de videos) \$210.-



Estos precios incluyen costos de envío sólo dentro de la República Argentina.

07  
Collection

www.schnellsport.com.ar



SCHNELL



[www.schnellsport.com.ar](http://www.schnellsport.com.ar)

Tel. +5411 4658-5044 | [info@schnellsport.com.ar](mailto:info@schnellsport.com.ar)

Sucedió en un gimnasio norteamericano, Planet Fitness, cuando un socio que realizaba sentadillas rompió una de las reglas más estrictas del lugar al gruñir. La polémica y la demanda contra el gimnasio no se hicieron esperar.



# ECHADO POR GRUÑIR EN EL GIMNASIO

En noviembre pasado, **Albert Argibay**, un fisicoculturista y oficial penitenciario, estaba en **Planet Fitness**, en la ciudad de Wappingers Falls (EEUU), con 230 kilogramos sobre sus hombros haciendo sentadillas cuando la gerente del gimnasio se le acercó y le dijo que debía retirarse. “Mr. Argibay -explicó la gerente- violó una de las reglas más estrictas del gimnasio: estaba gruñendo”.

A lo que Argibay le respondió: “No estoy gruñendo, estoy respirando fuerte”. En esta línea agregó: “Supongo que no le gustó que la desafiara, porque me dijo ‘Lo veo en la entrada, voy a cancelar su membresía’”. Argibay siguió entrenando, pero pronto fue rodeado por policías que le insistieron que dejara las pesas e hiciera su bolso.

Ahora, Argibay evalúa demandar a la empresa, alegando que la notoriedad del incidente en su pequeña ciudad al norte de Manhattan equivale a difamación. Dice que se ha visto en ridículo frente a colegas, que lo llaman con gruñidos, y teme que los reclusos de la penitenciaría donde trabaja le pierdan el respeto.

Aunque los gruñidos y algunas manifestaciones similares de esfuerzo son comunes en muchos gimnasios, en

Planet Fitness, una cadena norteamericana con 130 unidades, están prohibidos expresamente en su reglamento. En todo el país, esa cadena expulsa alrededor de dos miembros por mes de sus instalaciones por no respetar dichas reglas, fundamentalmente por gruñir y por dejar caer discos al piso.

Con estas reglas poco usuales -tampoco se permite usar bandanas ni jeans para entrenar-, según los directivos del lugar, procuran generar un ambiente menos intimidante para que sus clientes novatos se sientan más cómodos. La gerente que enfrentó a Argibay, **Carol Palazzolo**, destacó que “quienes tengan la necesidad de gruñir mientras entrenan deben llevar su transpiración a otro gimnasio”.

Planet Fitness se autocalifica como “Zona Libre de Prejuicios”. Pero durante las semanas posteriores a este hecho, varios miembros han acusado al gimnasio de actuar con extrema dureza humillando a socios que toman su entrenamiento de manera demasiado seria. Cada vez que alguien rompe una regla comienza a sonar una sirena que destella luz azul y hace público el hecho frente a todos los asistentes.



En la mayoría de los gimnasios las reglas de “etiqueta” prohíben las conversaciones de tono elevado por celular, el no limpiar una máquina después de usarla, o pararse demasiado cerca de la cinta de trote mientras se espera un turno, pero no se conocen, al menos a la fecha, políticas similares de “no gruñidos” en otros lugares.

Desde organizaciones vinculadas al fitness calificaron la medida como demasiado rígida, ya que “el gruñir es una manifestación física natural de un esfuerzo”, aseguran. Al respecto, Dennis G. O’Connell, profesor de terapia física de la Universidad Hardin-Simmons en Texas, aseguró al New York Times que “los levantadores de pesas incrementan en 2 a 5 por ciento su fuerza cuando gruñen”.

Este caso ha ganado notoriedad en el estado de Nueva York a tal punto que el abogado de Argibay, **Jason Stern**, un ex fisicoculturista profesional, creó el sitio [www.boycottplanetfitness.com](http://www.boycottplanetfitness.com) donde se detalla el caso y ridiculizan las reglas impuestas por Planet Fitness a sus socios. En dicha web Stern opina: “Desde la perspectiva de un cliente, la filosofía de este gimnasio de humillar y avergonzar a sus socios más leales forma parte de la creación de un ambiente menos intimidante”. ■

Fuentes: New York Times - Internet



LA ÚLTIMA TECNOLOGIA MUNDIAL  
EN CINTAS PROFESIONALES PARA CORRER  
PARA TU GIMNASIO, HOTEL, CONSORCIO, COUNTRY O SPA  
A UN PRECIO INCREÍBLE.



+++  
Pantalla de LCD  
con TV por cable  
y DVD.

+  
Velocidad de 0 a 18 Km/H  
Motores de 3 y 4 HP según modelo.

Envíos a todo el país.

Av. Córdoba 5096 - tel. (54 11) 4776-8315 - Capital federal  
Jean Jaures 1285 (1824) - Lanús Oeste - Pcia. de Buenos Aires

Tel./Fax: (54 11) 4228-6141 4228-3182 e-mail: info@jbhequip.com.ar - www.jbhequip.com.ar

Hong Kong

# BUSCAN APROVECHAR ENERGÍA PRODUCIDA DURANTE EJERCICIOS

Un inventor francés estudia con la colaboración de un gimnasio en Hong Kong cómo aprovechar la energía producida por los deportistas durante sus ejercicios físicos para convertirla en corriente eléctrica que genere luz de un modo más sostenible, informó el diario "South China Morning Post".

El francés **Lucien Gambarota** calcula que una persona puede mantener una lámpara de 30 vatios durante una hora de ejercicio y reducir de ese modo la cantidad de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>). Para llevar a cabo su experimento ha conectado a diversos aparatos del gimnasio "California Fitness" focos y baterías.

"Por cada kilovatio de energía producida por CLP o Hongkong Electric (las compañías eléctricas de Hong Kong) se liberan 500 gramos de CO<sub>2</sub> a la atmósfera", afirmó Gambarota.

Pero, según sus cálculos, si se utilizan 20 máquinas en un gimnasio durante diez horas cada día, 365 días al año, se pueden ahorrar alrededor de nueve toneladas del gas

contaminante. No obstante, la tecnología del francés sólo funciona en máquinas que no necesitan electricidad.

El equipo formado por el responsable de desarrollo de la cadena de gimnasios, **Rob Devereux**, y el inventor francés esperan con esta iniciativa llamar la atención del gobierno de la ex colonia británica para que tome más en serio la cuestión de la energía sostenible.

Si el experimento prospera, la cadena "California Fitness" espera equipar la mayoría de las máquinas con la tecnología de Gambarota para febrero de 2007. A ellas, se sumarán las de otros gimnasios en la región y, posiblemente, los 400 centros restantes que tiene en todo el mundo.

En Hong Kong la contaminación del aire es alarmante a causa de las emisiones procedentes de las fábricas instaladas en el sur de China, a lo que se añade la polución, que es fuente diaria de noticias. ■

Fuente: EFE - Internet

INDUSTRIA ARGENTINA



**IDEAL GIMNASIOS**

compañía argentina de lockers

**LOCKERS SHERIFF**  
garantía de calidad y seguridad

- ★ llaves magnéticas no duplicables
- ★ tamaños y cierres varios
- ★ alquiler y venta

[www.argentinadelockers.com.ar](http://www.argentinadelockers.com.ar)  
Casafoust 642 (1416) Cap. Fed.  
Tel. Fax: (011) 4777-7555

COMPRA LO NUEVO EN *Mirta de Fussi*<sup>®</sup>



**Torre adaptada a tu reformer**

- La adaptamos a tu reformer (cualquier tipo)
- Ocupa menos lugar que el Trapecio o Cadillac
- Agrega múltiples ejercicios al reformer
- Cursos de Capacitación
- Ventas a todo el país

Pte. Roca 2176 - ROSARIO  
Tel.: (0341) 453-5080 / 481-5321 / 421-6955  
[www.mirtadefussi.com.ar](http://www.mirtadefussi.com.ar)

NOVEDAD EN FITNESS

- ✓ *Fabricación exclusiva*
- ✓ *Asesoramiento*
- ✓ *Garantía*

**LADDER BARRELL**



**REFORMER**



**EXPORTAMOS**

**COMBO CHAIR**



**TRAPECIO**



**NUEVAS FECHAS  
CURSOS DE  
CAPACITACION**

Tel: (5411) 4702-2507  
4704-5729

[info@pypequipamientos.com](mailto:info@pypequipamientos.com)

[www.pypequipamientos.com](http://www.pypequipamientos.com)

Por Mariel Qu (\*)

# AGUAS: SALUD, DEPORTE Y NEGOCIO

El mercado del agua mineral embotellada se ha mantenido en crecimiento en los últimos años. Actualmente, ésta compete con las saborizadas y con las bebidas isotónicas para captar la atención de los consumidores, ya sean deportistas o personas comunes que sólo buscan mantenerse en forma.

El cuidado de la salud y el renovado interés de la gente por mejorar su calidad de vida, revitalizó la importancia del agua como fundamental infusión diaria. Según la **Dirección Nacional de Alimentos**, dependiente de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación, el mercado de las aguas mantiene un ritmo de crecimiento anual del 12 por ciento.

El mercado mundial mueve al año más de 80 mil millones de litros de agua por un valor estimativo de 22 mil millones de dólares. En Argentina, durante 2004, la producción

anual estimada de aguas fue de 5 millones de hectolitros, lo que significó un crecimiento del 43 por ciento respecto al año 2002.

A nivel de consumo interno, la venta de aguas minerales en 2004 rondó los 500 millones de pesos. Actualmente, más de 90 por ciento del mercado es dominado por **Aguas Danone de Argentina** y **Nestlé Waters**, ambas de capitales franceses. Sin embargo, cada vez más empresas invierten en este segmento.

## Minerales vs. Saborizadas

Danone creó en 1999 **Aguas Danone de Argentina** con tres marcas de primera línea: Villavicencio, Villa del Sur y Ser, con las que controla el 55 por ciento del mercado en el país. El gerente de Marketing de la firma, **Matías Puente Solari**, asegura que "el mercado se ha vuelto mucho más competitivo en 2005 y 2006 principalmente por el ingreso de nuevos jugadores".



**Agua Ser**, la pionera de este segmento, ha evolucionado y relanzó su línea tradicional de bebidas con la incorporación de Ser 0% Plus, la cual aporta un adicional de nutrientes y vitaminas. Pero según Puente Solari "son las aguas saborizadas las que han motorizado la evolución del mercado". Aguas Danone domina 64 por ciento del mercado en ese segmento.

La firma también cuenta con la línea Villa del Sur Levitè en sabores pomelo, naranja y manzana. Más allá de esta fuerte apuesta a las saborizadas, Puente Solari aclara: "Tanto las aguas minerales naturales como Villa del Sur y Villavicencio, como otras mineralizadas artificialmente que se ofrecen en el mercado, representan casi el doble de volumen que las saborizadas".

Por su parte, **Eco de los Andes S.A.** es un joint venture conformado desde 1999 por Cervecería y Maltería Quilmes y Nestlé Waters, la división de aguas de Nestlé, líder mundial en aguas embotelladas. Esta firma logró en este tiempo un fuerte posicionamiento de sus marcas Eco de los



**IdentifyCard**  
Sistemas de Identificación y Control

Sistemas de Administración y Control de Accesos con identificación visual, especialmente diseñados para Clubes y Gimnasios.

Credenciales y Tarjetas plásticas con tecnología de código de barras, banda magnética y/o proximidad.

Molinetes de acero inoxidable con puente simple o doble



Pacheco 2701 / Capital Federal / Argentina  
(54 11) 4524-3896 / info@identifycard.com.ar  
www.identifycard.com.ar

Andes, Glaciar, Nestlé Pureza Vital, Villa de los Arroyos, La Moderna, Sierras del Sur, Perrier y San Pellegrino.

Según su gerente de Marketing, **Juan Pablo Sáenz Valiente**, cuentan con 33,9 por ciento del mercado. "Para lograrlo -explica el ejecutivo- hicimos un fuerte trabajo de posicionamiento de las bondades de cada una de nuestras marcas con el acento en sus atributos diferenciales".



Recientemente, con una inversión de 8 millones de dólares para la ampliación de la línea de producción, Eco de los Andes S.A. lanzó el agua sin gas Nestlé Pureza Vital Saborizada. "Vamos a competir en el segmento de aguas saborizadas no gasificadas, en el que buscamos ser líderes. Este nuevo producto es la primer agua saborizada sin gas con muy bajo contenido de azúcar", asegura.



El mercado de aguas se divide en gasificadas, sin gas y saborizadas. Según Danone, "en términos de volumen, el segmento más importante es el de las aguas puras sin gas con un aporte del 44 por ciento; las saborizadas ostentan un 34 por ciento y crecen a 41 puntos porcentuales por año. Y por último, las gasificadas cubren el 22 por ciento del mercado y crecen sólo un 5 por ciento anual".

Se estima que "el mercado de aguas embotelladas en Argentina mueve al año 1.250 millones de pesos, que se reparten casi 50/50 entre puras y saborizadas", dice Puente Solari. Al respecto, Sáenz Valiente asegura: "En 2005, el mercado de aguas minerales movió 710 millones de dólares", esto sin contar la porción correspondiente a las saborizadas, ya que el lanzamiento de su línea es reciente.

La producción anual de aguas también ha evolucionado en forma proporcional. En 2004 se produjeron 5 millones de hectolitros, lo que significó un crecimiento de 43 por ciento respecto a 2002. Para 2006, Puente Solari estima "que el agua embotellada cerrará en aproximadamente 1150 millones de litros lo que implicaría un incremento del 30 por ciento respecto al año anterior". Para Eco de Los Andes, "la producción actual de aguas minerales ronda los 560 millones de litros".



## El deporte y el bienestar

Las marcas líderes buscan ligar sus aguas al deporte, como la alternativa ideal para hidratación y reposición de minerales. Con el lanzamiento de Villavicencio Sport de 750cc y tapa ideal para la actividad física, Aguas Danone, consiguió que el tenista David Nalbandian promocionara sus beneficios. Puente Solari explica: "Es un agua mineral única por su pureza excepcional y su equilibrio natural".



Al respecto, Sáenz Valiente asegura que "para realizar deportes es muy importante la hidratación previa, durante y luego de la actividad, para lo cual el agua mineral es la mejor opción por tener cero por ciento de calorías y aportar un cien por ciento de hidratación natural".

Las aguas saborizadas, al estar asociadas con lo saludable, son una alternativa frente a las gaseosas. Los hábitos de

los consumidores están cambiando y cada vez son más lo que eligen no sólo comer sano, sino también beber productos saludables. Al respecto, Puente Solari asegura: "El llevar adelante las actividades diarias sin sentirse "hinchado" o "pesado" y sin resignar placer es la propuesta diferente que ofrecen las aguas saborizadas frente a las gaseosas".

Sin embargo, Puente Solari atribuye el crecimiento de las saborizadas no solo frente a las gaseosas convencionales, sino también como una elección frente a los jugos en polvo o las infusiones. Con esta premisa, Danone ofrece también Ser Vidactiv, un agua con extracto de té verde y vitaminas esenciales orientados a "quienes llevan una vida agitada, colmada de tareas y responsabilidades, pero que aun así desean estar en forma, cuidarse y sentirse saludables."

Durante 2002, se consumieron en Argentina 18 litros per cápita, ocupando el segundo lugar en Latinoamérica luego de Brasil con 26 litros. Al respecto, Puente Solari explica: "Se observa un incremento que llega a los 23 litros durante 2005 en lo que respecta al agua embotellada consumida a través de venta minorista, mientras que se estima que el consumo real superó los 60 litros anuales".

## La Nueva Competencia

El resto del mercado lo ocupan grandes empresas que incursionan en el rubro de las bebidas saborizadas actualmente en auge. Coca Cola Company, PepsiCo y Arcor buscan cautivar a los consumidores con alternativas que apuntan al bienestar corporal. Con un perfil bien definido y diferentes propiedades, cada una aspira a insertarse junto a las marcas líderes.



Coca Cola Company lanzó su línea de productos Dasani con cuatro propuestas en dos presentaciones diferentes: sin gas y finamente gasificadas. Entre

ellas podemos encontrar Dasani agua mineral, la línea Dasani Balance, en sus sabores durazno y citrus, con bajo contenido en sodio, cero calorías y con vitaminas y antioxidantes. Y Dasani Active sabor a limón, que agrega nutrientes y minerales esenciales.

La campaña publicitaria de la marca es fuerte y apunta al cuidado del cuerpo frente a las exigencias de la vida cotidiana: el stress, la contaminación ambiental y la alimentación deficiente que genera la oxidación de las células. Por ello, su gran aporte al segmento es la utilización de antioxidantes para beneficiar la renovación celular y su normal funcionamiento.



Por su parte, PepsiCo de Argentina, División Aguas, cuenta con H2Oh!, una bebida suavemente gasificada con cero azúcar, vitaminas B3, B5, B6 y el sabor lima-limón de 7Up. "Es la combinación ideal; nuestros consumidores son aquellos a los que les gusta cuidarse sin tener que realizar esfuerzos para ello, y que no quieren sacrificar su sabor preferido", señaló **Guillermo Beade**, Director de Marketing de PepsiCo Bebidas Argentina durante el lanzamiento del producto en julio de 2005. Para su promoción, PepsiCo apeló al slogan "Sentirse bien es una elección", buscando captar adeptos entre quienes quieren cuidar su figura sin privaciones.

Finalmente el Grupo Arcor, que comercializa desde aceites hasta golosinas, incursionó en el mercado de las bebidas orientadas al deporte con el lanzamiento de Yahoo, un jugo fortificado con vitaminas C, B2, B3 y B9.

A diferencia de las anteriores, Yahoo tiene como público objetivo a los niños y se presenta en una gran variedad de sabores en un tetrapack divertido y práctico para ellos. Apunta directamente a un público juvenil que practica actividad física y necesita la reposición de energías adecuada a su organismo.

**PULVER**  
WWW.PULVER.COM.AR

**Hidratade**  
Bebida hidratante con Sodio, Potasio y Magnesio

Av. Velez Sarsfield 299 Capital Federal | Tel / Fax 011 - 4306 - 0821

# CRECEN LAS BEBIDAS ISOTÓNICAS

A diferencia del agua mineral o saborizada, las bebidas isotónicas tienen un perfil mucho más marcado por su composición. Estos productos fueron concebidos para reponer sales y minerales perdidos durante la actividad física y deportiva. Este mercado está en pleno crecimiento a un ritmo del 9 por ciento anual.



**Gatorade** no sólo es líder mundial en bebidas isotónicas, sino que es su creador. Desde 1965, la marca fue creciendo hasta convertirse en la más elegida por atletas alrededor del mundo. **PepsiCo**, a través de este producto, controla 95 por ciento del mercado. **Daniel Lauri**, gerente de Marketing de Gatorade, asegura que "el producto ha respondido siempre a las exigencias de cada deporte y esto es percibido por los consumidores quienes nos premian con su fidelidad".



La línea base de Gatorade cuenta con siete sabores diferentes y solo 24 calorías cada 100 ml. y la versión Fierce con tres variedades que apuntan a quienes necesitan un plus de energía. El producto se presenta en el característico recipiente de vidrio de 473 ml. y boca ancha o bien en un nuevo envase plástico PET, de diseño moderno y ergonómico que resulta ideal para cualquier actividad física.



"Gatorade invierte en forma constante en investigación y desarrollo aplicados a mejorar el desempeño del deportista", asegura Lauri sobre los controles técnicos del producto. Además en esta línea agrega: "Tenemos un laboratorio en Chicago (Estados Unidos) y una red de médicos deportólogos a nivel mundial".

## Recientes lanzamientos

**Pulver**, empresa nacional dedicada a la elaboración de productos para la nutrición deportiva y clínica, lanzó **Hidratade**, un compuesto en polvo para la preparación de una bebida isotónica. El producto, sabor a naranja, combina 5,5 por ciento de carbohidratos (glucosa, fructosa y sacarosa) con minerales para la reposición de líquidos y de sales consumidas durante la actividad física.



"Consideramos que era una necesidad del mercado al no existir bebidas en polvo con propiedades de hidratación completa", asegura **Daniel Tamburi**, director de Pulver. La alternativa que introduce Hidratade es su presentación en sobres de 30 gramos, que permiten el preparado del volumen exacto para cada deportista. Según Tamburi, "el producto fue muy bien aceptado por los consumidores".

Por su parte, **The Monarch Beverage Company** desembarcó recientemente en el país con su producto **All Sport**, una bebida isotónica sin azúcar. "Con la introducción de **All Sport** en el mercado argentino, sin duda la torta que representa la categoría no sólo se dividirá, sino que también se sumarán nuevos consumidores", asegura **Valeria Lago**, vocera de la empresa en Argentina.



Según sus estimaciones "el mercado crecerá 15 por ciento en 2007, lo que equivale a 241,5 mil hectolitros". Con respecto al volumen de ventas de este segmento, Lago confirma que "en Argentina se maneja un valor anual aproximado de 44,4 millones de dólares".

En su opinión, "la creciente demanda de aguas relacionadas al deporte, se debe sobre todo a la aparición de las saborizadas y al precio de las mismas. En un gimnasio o comercio cualquiera, cuestan la mitad que una bebida isotónica, aunque tienen menos beneficios". ■

(\*) Periodista colaboradora de Mercado Fitness.



## CONTROL GYM



**Distinguido como la mejor empresa proveedora del año 2005 en la categoría Software**

**SOFTWARE ADMINISTRATIVO Y DE CONTROL PARA GIMNASIOS, CLUBES, CENTROS DE PILATES, NATATORIOS, SPAS, CENTROS DE ARTES MARCIALES**

- // Funcionando actualmente en clubes y gimnasios de primer nivel en todo el país.
- // Capacitación y soporte de post-venta.
- // Versiones multiusuario.
- // Datos de Socios y Profesores.
- // Control de Acceso al Gimnasio adaptable a cualquier esquema.
- // Registro de deudores.
- // Caja Diaria. Impresión de comprobantes.
- // Controles Internos. Definición de usuarios.
- // Ventas y Stock de Artículos.
- // Planillas de reserva de turnos. Control de cupos.
- // Resúmenes. Gráficos Estadísticos.
- // Herramientas de Marketing.
- // Gestión de Caja Mayor. Rutinas de Entrenamiento.

### SCE Sistemas

Seriedad, Compromiso y Experiencia en el desarrollo de software administrativo y de control orientado a gimnasios  
 Tel: (54 11) 4304-6243 / 15-6055-0597 / info@controlgym.com.ar  
 Visítenos en [www.controlgym.com.ar](http://www.controlgym.com.ar)



Por Luis Amoroso (\*)

**3<sup>ra</sup> CONFERENCIAS**  
**MERCADO FITNESS/07**  
 Camino al éxito

# PARA COMPETIR CON LAS GRANDES REDES



Competir con las grandes redes no debe, necesariamente, ser una pesadilla siempre que usted mantenga el foco en sus clientes. Cuanto mayor sea la atención que preste a los mismos, mayor será su éxito. Esto se traduce en vivir la oportunidad económica en lugar de dedicar tiempo y esfuerzo para viabilizar su proyecto económicamente.

En una relación tiempo y esfuerzo usted será recompensado con base únicamente sobre el tiempo y el esfuerzo dedicado. En cambio, viviendo la oportunidad económica usted será recompensado por las oportunidades exploradas, haciendo que su potencial de éxito sea virtualmente ilimitado.

# 10 CLAVES

## 1 Defina un nicho

Encuentre un nicho y explore sus oportunidades. Cuanto más enfocado esté en quién es su cliente, mayor será su éxito porque usted no tendrá que reinventarse para cada nuevo cliente. No intente ser todo para todos, prefiera seleccionar pocos y buenos programas y proyectos para realizarlos mejor que nadie. Las grandes redes tienen un formato estandarizado para sus unidades y servicios.

## 2 Invierta en las personas

Establezca un fuerte vínculo con sus empleados y clientes ya que el gimnasio se sustenta en las relaciones personales. Invierta en la formación de su gente pues ésta es el elemento clave para el éxito de su empresa. Mientras los equipamientos y las instalaciones requieren tan sólo de disponibilidad de dinero, la formación de un verdadero equipo enfocado en la satisfacción del cliente va a requerir de pasión y dedicación. Las grandes redes poseen un costo de capital muy bajo pero les resulta difícil estar cerca de sus cientos de empleados y miles de clientes.

## 3 Haga de su cliente el principal foco de su negocio.

Haga que cada cliente se sienta feliz y satisfecho con su servicio. Mantenga a su gimnasio en el tope de las prioridades de sus socios proporcionándoles exactamente lo que ellos desean, en el momento en el que lo desean, todo el tiempo. Conserve una comunicación constante con los clientes y sea la solución para sus problemas. El cliente satisfecho va a recomendarlo a sus amigos incrementando sus ventas. Las grandes redes viven y mueren en busca de números.

## 4 Sea visible y accesible

Construya la imagen de su gimnasio basándose en su propia imagen y saque ventaja frente a las grandes redes actuando como una pequeña boutique. Sea visible y accesible a todos sus empleados y clientes. Siga de cerca cada detalle de la operación de su gimnasio y haga que todos sientan que sus críticas y sugerencias son siempre muy bienvenidas.

## 5 Cree diferenciales exclusivos

Transforme su desempeño en su mayor diferencial. Tenga pocos diferenciales y haga que estos sean dos veces mejores que los de la competencia. Estudie su área de actuación económica y entienda en qué difiere su gimnasio del resto y el motivo por el cual las personas optan por sus servicios. Si usted no puede tener el mejor gimnasio,



**FENIX Machines**  
*Repuestos y Accesorios  
 para Equipamientos de  
 Musculación e Indoor Cycle*

**Service y mantenimiento de  
 máquinas de musculación y  
 bicicletas de indoor cycle**  
**4200-1798 / 15 5326-4148**



**nuevo**

Telefax: (54 11) 4200-1444  
 ventas@fenixmachines.com.ar / www.fenixmachines.com.ar  
**Administración y Ventas**  
 F. Amoedo 2515 (1878) Quilmes / Buenos Aires / Argentina

nueva Botella 500 ml

**Tan Resistente  
como vos**



[www.gatorade.com.ar](http://www.gatorade.com.ar)

Alimento líquido a base de sales con 45 mg% de sodio y 12 mg% de potasio.

**Gatorade**  
THIRST QUENCHER

tenga la mejor clase de indoor cycling o desarrolle el mejor programa de entrenamiento funcional. Las grandes redes poseen excelentes instalaciones y equipamientos, pero ofrecen servicios estandarizados.

## 6 Obtenga y utilice buena información

La buena información no tiene precio pues ésta va a guiarlo para tomar buenas decisiones. Coléctela, interprétela y aplique los resultados. Busque la información que podrá hacer que su cliente se sienta feliz y satisfecho. Es muy importante que usted dedique diariamente una parte de su tiempo para aprender y agregar a su estrategia conocimientos y experiencia. En las grandes redes el propietario muchas veces se distancia de los clientes.

## 7 Mantenga su foco en los puntos clave del negocio

Dedique su tiempo a acompañar las actividades responsables de generar ingresos. Enseñe a todo su equipo cómo generar ingresos. Reúna información, analícela e implemente los cambios solicitados por sus clientes. Mantenga su foco en los puntos clave de su negocio. Saque ventaja con relación a las grandes redes por la flexibilidad de sus decisiones.

## 8 Controle, planifique y cree cambios

Su negocio requiere cambios constantes. Sus clientes cambian. Sus sistemas cambian. Todo cambia diariamente. No espere a que las cosas envejecen para cambiarlas. Opte por hacerlo sistemáticamente. Haga esto siempre que sea necesario. Si un cliente le dice que desea algo, y usted puede hacerlo, entonces cambie para atenderlo. Esté siempre un paso adelante. Esta es la mejor forma de competir frente a las grandes redes.

## 9 Desarrolle un sistema de ventas pro-activo

Un buen sistema de ventas no existirá en su gimnasio si usted no lo define como prioritario. Cada visitante es un cliente potencial y cada cliente puede generarle un referido. Un sistema de ventas bien estructurado obtendrá ventajas de este concepto. Los visitantes deben ser invitados para agendamientos y los clientes contactados en busca de referidos. Entrene a su staff de forma personalizada, ya que en las grandes redes la mayor parte de los entrenamientos son estandarizados.

## 10 Cuide de la retención

Indiscutiblemente la retención es uno de los mayores desafíos de cualquier gimnasio. Cerca de 1 cada 4 clientes que deja de frecuentar el gimnasio lo hace porque no está satisfecho. La retención está directamente ligada al contacto permanente con el cliente. Monitorear la frecuencia no es suficiente para gerenciar la retención. Llamar a un cliente que no está utilizando el gimnasio puede ser demasiado tarde pues éste ya perdió el interés. Saque ventaja respecto a las grandes redes gracias a su proximidad con el cliente y evite su ausencia desde el primer día, demostrándole el compromiso del gimnasio con la calidad del servicio y su satisfacción. ■

(\*) Socio-consultor de FitBiz. Ha dictado más de 30 seminarios desde 1998 y ha desarrollado 35 proyectos de consultoría desde 2001 en todo Brasil. [luis@fitbiz.com.br](mailto:luis@fitbiz.com.br)

**HOMELINE**  
**Maquinas Sanmartino S.R.L.**  
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

**CODIGO 10001**  
CINTA ELECTRONICA PROFESIONAL

**CODIGO 10002**  
CINTA ELECTRONICA PROFESIONAL PRO LINE 3P

**CODIGO 10003**  
INDOOR BIKE

**CODIGO 10010**  
ESCALADOR ERGOMICO CON TRABAJO DE BRAZOS

**METODO PILATES**

**CODIGO 12000**  
REFORMER

**CODIGO 12001**  
COMBO CHAIR

**CODIGO 12002**  
CORRECTOR ESPINAL

**Fábrica y Ventas:**  
Los Heros 978  
(5800) Bco Cuervo - Córdoba  
Tel: (0358) 4640414  
Celular: (0358) 154 20393

**Maquinas Sanmartino S.R.L.**  
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

**www.MAQUINASSANMARTINO.COM**

**Envíos a todo el país**

**nBequipamiento** Exportamos

Fábrica de equipos y accesorios para la técnica de Joseph Pilates

Cursos de capacitación en todos los niveles.

**"La mejor calidad y la más moderna tecnología"**

**www.nbequipamiento.com**  
Show room. Arcos 2189. Belgrano. Tel: (011) 4781-3587  
Mail: [contacto@nbequipamiento.com](mailto:contacto@nbequipamiento.com) Cell: 011-15-4435-5169

# LA OBESIDAD EN EL INTERIOR

A fines de noviembre pasado, la **Cámara de Senadores de Catamarca**, por unanimidad, convirtió en ley el proyecto que reconoce a la obesidad como una enfermedad, que deberá ser tratada como tal por el servicio público de salud y por la **Obra Social de los Empleados Públicos (OSEP)**.

La iniciativa de la senadora **Silvina Tello**, del Frente Cívico y Social, dice que "la obesidad debe considerarse como un factor de riesgo, desencadenante o agravante de otras enfermedades, asignándole carácter de política pública a la prevención, diagnóstico y tratamiento".

El texto votado define a la obesidad como "una enfermedad crónica, que se caracteriza por la acumulación de excesiva grasa corporal, en forma independiente de lo estético, con prescindencia de su origen".

La norma dispone que el sistema sanitario público de Catamarca deba contar con personal capacitado e instalaciones adecuadas para la atención de los pacientes "en especial para hiperobesos" y ofrecer tratamientos integrales acordes con la problemática.



La OSEP ya incluyó en su menú de prestaciones la cirugía para el tratamiento de la obesidad mórbida. Según datos oficiales, se estima que en Catamarca existen unas 125 mil personas obesas, con mayor riesgo de contraer enfermedades respiratorias, cardiovasculares y diabetes, entre otras.

## Tucumán también

La Legislatura tucumana votó por unanimidad la instrucción al Ministerio de Salud de esa provincia para que se incluya la obesidad como enfermedad, y su tratamiento y prevención, en los programas provinciales del Siprosa y del Subsidio de Salud.

Sobre el alcance de la norma, se establece: "Los hospitales públicos, las obras sociales provinciales y los sistemas de medicinas prepagas sujetos a jurisdicción provincial que operan en la Provincia deberán incorporar el tratamiento de la obesidad en igualdad de condiciones con sus otras prestaciones". ■

Fuente: Diario Judicial – La Gaceta

## ÚLTIMO MOMENTO

Al cierre de esta edición, el **Instituto Obra Social Empleados Públicos de Santiago del Estero (Iosep)** estudiaba incluir la obesidad dentro de la lista de enfermedades que cubre. La obra social provincial reglamentó de qué manera se va a contener o cubrir ese tipo de demanda. De incluirla, la prevención tendrá vital importancia para evitar llegar a casos extremos.

"La obesidad no está definida como enfermedad, es una carencia en todo el sistema de salud argentino. En el Iosep estamos estudiando alguna forma para tratar la obesidad como enfermedad, pero también más vinculada con la prevención y con la promoción", indicó al diario El Liberal el presidente interventor del Iosep, **Raúl Ayuch**.

## SÓLO SIRVE DAR LO MÁXIMO

En MervickLab® elaboramos únicamente productos de alta performance, utilizando materias primas de calidad y bajo controles estrictos.

- PURE WHEY
- PURE EGG
- MIX EGG/WHEY
- GAINER COMPLEX
- CREATINE PREMIUM
- FAT BURNER PREMIUM
- BCAA PREMIUM
- GLUTAMINE
- CARBO COMPLEX



MervickLab® es licenciatario exclusivo en Argentina de CREAPURE™, la creatina monohidrato de origen alemán, con una calidad y pureza insuperables, lo que la hace especialmente valorada en el mercado mundial.



Para cualquier información adicional, consulte a su entrenador o comuníquese directamente con nuestro servicio de información: [info@mervick-lab.com.ar](mailto:info@mervick-lab.com.ar)



PURE NUTRITION



MAXIMA PUREZA. MAXIMA RESPUESTA. ☎ 02320-401400



Fábrica de Equipamiento para Gimnasios y Mobiliario para Oficinas



- Distintos tipos de cierre
- Diseños y medidas especiales
- Amplia gama de colores y accesorios
- Venta y alquiler
- Asesoramiento profesional personalizado

Administración y Ventas:  
Av. Chorroarín 1288/90 Cap. Fed.  
Tel/Fax: (54 11) 4554-6920/21  
[ventas@mexpell.com.ar](mailto:ventas@mexpell.com.ar)

Planta Industrial: Villa Zagala - San Martín

Envíos al interior

# LANZAN PLAN "ARGENTINA CAMINA"

Lo anunció recientemente el ministro de Salud de la Nación, Ginés González García, en Mar del Plata. La iniciativa busca promover la actividad física para prevenir trastornos de salud evitables.



Ginés González García

La encuesta de Factores de Riesgo, realizada en 2005 por el ministerio de Salud de la Nación, reveló que casi la mitad de los argentinos hace bajos o muy bajos niveles de actividad física.

En las últimas décadas numerosos estudios han confirmado que la falta de ejercicio físico representa un importante factor de riesgo en el desarrollo de las enfermedades no transmisibles como diabetes, hipertensión arterial, problemas cardiovasculares, osteoporosis, colesterolemia y ciertos tipos de cáncer, entre otras.

Frente a este escenario, el titular de la cartera sanitaria, **Ginés González García**, lanzó el **Plan Argentina Camina**, como propuesta para estimular la actividad física y combatir el sedentarismo, que se desarrollará de la siguiente forma:

- Soporte social a través de redes sociales favorecedoras del cambio de conductas en comunidades y municipios (incorporación del uso de la bicicleta como medio de transporte alternativo, mayor uso de escaleras en detrimento de ascensores, entre otras).
- Accesibilidad a sitios para realizar actividad física en lugares públicos.
- Acciones para aumentar y prolongar la frecuencia de actividades físicas en las escuelas.
- Programas de cambio de conductas individuales: alimentación saludable, incorporación de frutas y verduras a la dieta diaria, cesación tabáquica, etc.
- Campañas masivas de comunicación: a nivel comunitario (local), orientadas al público en general, incluyendo múltiples canales (TV, radio, diarios, afiches y correo).

## Un compromiso de todos

En declaraciones a la prensa, González García señaló: "Cuidar la salud es parte del compromiso de cada uno, primero con su propio cuerpo y segundo con la sociedad. Por eso volver a caminar y cambiar horas de televisión por ejercicio es una respuesta simple y que podemos hacer todos".

Asimismo el ministro destacó: "En los últimos años, ha disminuido brutalmente la actividad física en la Argentina. Sucede que en nuestra niñez jugábamos cuatro horas por día y hoy los chicos miran cuatro horas la televisión. Esto es terrible desde el punto de vista del cambio que produce".

El funcionario atribuyó en parte esta situación a "la gran disponibilidad de alimentos y de medios de transporte" que existe hoy, "lo que hace que nadie camine y que todos comamos de más". En este sentido enfatizó: "Eso hay que cambiarlo con políticas a largo plazo. Por eso esto no es una propuesta electoral, es un programa de gobierno que va a durar mucho tiempo y que se va a hacer en todo el país".

A partir de este plan, la cartera de Salud coordinará acciones con distintos ámbitos del gobierno nacional, gobiernos provinciales, municipios, organizaciones comunitarias y el sector privado para promover actividades saludables, e impulsará programas provinciales y municipales que den respuestas específicas según las realidades regionales.

El Plan "Argentina Camina" es de aplicación nacional, de bajo costo y alto beneficio para la promoción y la protección de la salud", concluyó el ministro. ■

Fuente: Agencias

F O X

Invierta en diseño, calidad  
y respaldo



DISEÑO  
SOLIDEZ  
FUNCIONALIDAD

Una vez más confirmamos nuestro **LIDERAZGO**  
Gracias a la **confianza** que el mercado depositó en  
**omega**, seguimos siendo líderes en Argentina y  
continuamos creciendo en América y Europa.

CON LA GARANTÍA DE



Dr. A. Schweitzer 3421 | Quilmes | Buenos Aires | Argentina  
Tels.: 54 11 4278-3072 / 73  
www.equipamientosfox.com | ventas@equipamientosfox.com  
Industrias Gold S.R.L.

## ACTIVIDAD FÍSICA Y NUTRICIÓN EN **ESPAÑA**



El ejercicio físico y la buena alimentación, requisitos necesarios para cualquiera que pretenda llevar una vida saludable y prolongada, al parecer no son aspectos prioritarios para los españoles.

Así lo indica una encuesta de la **Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)**, que estudió los hábitos alimentarios de 3.986 españoles. Según el sondeo, 54 por ciento de los consultados carece de un estilo de vida saludable: no se alimenta bien, ni llega a realizar al menos 30 minutos diarios de ejercicio.

El estudio, que se llevó a cabo en adultos de 18 a 74 años y en adolescentes de 13 a 17 años, resaltó que 69 por ciento de los entrevistados tiene un desajuste alimentario y 53 por ciento padece hipertensión y problemas de sobrepeso.

‘El 70 por ciento de los adultos y el 55 por ciento de los adolescentes no dedica semanalmente ni tres horas y media a la práctica de algún ejercicio. Y, lo que es peor, 25 por ciento de los adultos no hace ningún tipo de actividad física’, enfatizó la OCU. ■

Fuente: Terra Actualidad



[www.mtdgym.com.ar](http://www.mtdgym.com.ar)



Modelo Indoor Bike

**Oferta Limitada**  
Con palanca de acero super reforzada **\$820**  
Calidad garantizada

Ficha Técnica
Cuadro pintado con poliuretano
Disco inercial de 20 kg.
Platos de acero y palancas de acero
Punteras de fácil colocación
Cadena de paso fino
Movimiento central con rulemanes
Asiento "Soft" súper cómodo de gel
Pedales de aluminio reforzados
Caños de 100 x 50

**José Ingenieros 7275 (2000) Rosario / Santa Fe.**  
En Capital Federal: Av. Santa Fe 4917  
Te: (0341) 4575721/4585976/4553057 / 07newedal@infovia.com.ar



## ESTADOS UNIDOS REGULA EL EJERCICIO

Ante la creciente epidemia de obesidad que azota a la población estadounidense, las autoridades sanitarias del país han decidido elaborar unas pautas sobre el ejercicio, que estarán listas a finales de 2008.

“La actividad física es vital para promover y mantener la salud, pero para muchos de nosotros es fácil pasarla por alto”, declaró durante la presentación de la iniciativa **Mike Leavitt**, secretario de Salud y Servicios Sociales de la Administración Bush.

Los cuatro pilares de este proyecto para promover una vida más sana son una buena dieta, opciones saludables, las pruebas de detección precoz de enfermedades (mamografía, colonoscopia...) y la actividad física. Por eso, han decidido preparar unas recomendaciones específicas sobre cuántos y qué ejercicios hacer.

“Estas guías de la actividad física animarán la creación de una cultura de bienestar en todo el país”, dijo Leavitt. “Pasar de una cultura de ‘tratar enfermedades’ a otra de ‘permanecer sano’ exige que diariamente se den pequeños pasos y buenas elecciones”, señaló.

La última pirámide alimenticia elaborada por el Departamento de Agricultura ya se preocupó por el asunto. Por primera vez, además de las recomendaciones dietéticas se incluyeron consejos deportivos: practicar ejercicio durante 30 minutos al día o 60 minutos diarios en el caso de niños, adolescentes o individuos con sobrepeso. ■

Fuente: El Mundo (España)

## EN EL REINO UNIDO PREFIEREN MENOS CALORÍAS

Entre las personas que inician una dieta, el número de los que cuentan las calorías para adelgazar es dos veces mayor que el de los que hacen ejercicio para bajar de peso, indica un sondeo en el Reino Unido.

El conteo de calorías es más popular entre las mujeres: la mitad opta por controlar los alimentos que consume, comparado con una tercera parte de hombres.

Más de 59 por ciento de las 2.000 personas encuestadas por la empresa **GlaxoSmithKline Nutritional Healthcare** entendía que el ejercicio representa la contribución más grande a la salud personal.

Una mayor oferta en los alimentos bajos en calorías significa que más personas renuncian el ejercicio en favor de consumir menos, aseguran los nutricionistas.

**John Brewer**, científico de GSK Sports dice que, “la tendencia de personas que cambian el gimnasio por una comida baja en calorías es muy preocupante”. En esta línea añadió: “Necesitamos un esfuerzo concertado para alentar a los consumidores a enfocarse tanto en ‘energía hacia afuera’ como en ‘energía hacia adentro’”.

En el Reino Unido sólo 12 por ciento de la población es miembro de un gimnasio. ■

Fuente: BBC Ciencia



**biomaX**  
KINETIC SYSTEM

Disfrute del ejercicio, que de la FUERZA nos encargamos nosotros.

Biomecánica y solidez que Potencian tus músculos...

Fábrica: Pte. Quintana 667/ Rosario-Argentina/ Tel.: (0341) 4649441  
E-mail: holiday@citynet.net.ar / www.biomax.com.ar

**SONNOS**  
SOLUCIONES DEPORTIVAS

LÍDER EN ACCESORIOS PARA GIMNASIOS

**11 MINITRAMP AL PRECIO DE 10**

**VENTA DE ACCESORIOS PARA AERÓBICA:**  
Steps, tobilleras, bandas elásticas, colchonetas, kit local, pelotas esferodinamia, accesorios p/ pilates

**VENTA ACCESORIOS PARA MUSCULACIÓN:**  
Balanzas, barras y accesorios cromados, discos y mancuernas de fundición, discos y accesorios olímpicos.

**VENTA MAYORISTA Y MINORISTA**

Tel: (54 11) 4647-1177 Fax: (54 11) 4647-1177 Cel: 15-5523-3218  
Julio A. Roca 383 - Ramos Mejía - Bs. As. - Argentina  
www.sonnosweb.com - info@sonnosweb.com



Por Mike Chaet (\*)

# LOS 8 PECADOS DE

No saber delegar, contratar al gerente equivocado, no manejar el gimnasio como una empresa, imitar en lugar de innovar, perder el foco y tener una comunicación pobre con sus clientes y empleados. Estos son sólo algunos de los errores más comunes que llevan a muchos gimnasios al fracaso.



Un gimnasio es bastante parecido a un cuerpo humano. Generalmente, el cuerpo no dice "creo que hoy me voy a morir", sino que lleva un estilo de vida degenerativo, que incluye demasiadas calorías, mucha grasa o colesterol, e insuficiente actividad física. Con el tiempo aparecen señales de alerta a las que usualmente no se les presta atención. Después el cuerpo se enferma y termina rindiéndose.

De alguna manera, así es como funcionan las empresas en el mundo actual. Hemos descubierto que generalmente éstas no dejan de existir, de un día para el otro, a causa de un gran terrible hecho, sino por la acumulación de pequeñas cosas que en este artículo hemos llamado los **8 pecados de un dueño de gimnasio**.

**1 - Micro Management:** El propietario hace el trabajo de sus empleados, en lugar de entrenarlos, dejarles el camino libre y darles la confianza para hacerlo. Todos los dueños caemos en este error, porque creemos que hacemos el trabajo mejor que cualquier otra persona y pensamos que la ayudamos al realizar nosotros esa tarea.

**2 - Contratar al gerente equivocado:** ¿Cuántas personas conocen que fueron contratadas como gerentes de un gimnasio por ser los entrenadores personales de los dueños del lugar? Incluso, muchas veces, fueron los entrenadores quienes convencieron a los empresarios de entrar al negocio del fitness. Son simpáticos, sus clientes los adoran, pero no saben ni siquiera leer una hoja de balances.

El problema es que deben gerenciar una empresa lo cual implica manejar personal, supervisar cuentas, desarrollar estrategias comerciales, etc. El gerente adecuado es aquel que puede gerenciar el negocio.

**3 - No manejar el gimnasio como una empresa:** Muchas personas se iniciaron en el negocio abriendo un gimnasio, metiendo un montón de aparatos adentro y creyendo que la gente vendría sola a darles dinero. Pero en verdad este negocio no funciona de esa manera.

**4 - La decisión de imitar:** Cuántos propietarios fijan el valor de sus cuotas mensuales basándose en lo que sucede en el mercado. Cuántos deciden comprar más elípticos porque el gimnasio de la otra cuadra acaba de hacerlo. Creo que imitar lo que otros hacen no es lo más recomendable. Es mejor llegar al mercado con una propuesta única, que permita al consumidor diferenciarnos y basar sus decisiones de compra en esas diferencias, y no en las similitudes con otros gimnasios.

**5 - Ser un malabarista:** Estamos en una industria pequeña. Muchos de los gimnasios son empresas familiares en las que los dueños o los gerentes intentan hacer demasiadas cosas al mismo tiempo, pierden su foco, y no consiguen hacer nada del todo bien. Por eso hay que dejar algunas tareas en manos de otros y, en este sentido, un excelente camino es la tercerización de servicios.

**6 - Comunicación pobre:** No porque nosotros comprendamos una situación, podemos suponer que otros saben lo que sabemos, porque de hecho no es así. Gente diferente escucha de manera diferente. A algunos les gusta leer cosas en carteles o en correos electrónicos, pero otros prefieren los llamados telefónicos.

Por eso sugerimos buscar al menos cinco maneras diferentes de comunicarse tanto con clientes como con empleados. Además, debemos asegurarnos de recibir una

# UN DUEÑO

confirmación por parte de ellos de que recibieron el mensaje. Usen postales, notas, llamados, etc. No esperen que una sola forma de comunicarse logre el objetivo.

**7 – La apatía del éxito:** A quienes les fue bien con su primer emprendimiento suelen confiarse y pasar por alto algunos aspectos importantes al encarar el segundo. La gente exitosa suele pensar que lo es gracias a algún tipo de intervención divina. Creen que como ya hicieron algo bien una vez pueden hacerlo siempre bien. Entonces, en cierto punto, dejan de prestar atención a algunos detalles que fueron la razón por la cual tuvieron éxito antes.

**8 – Ceguera:** Como dijimos antes, estos son negocios familiares en los que trabajan el marido y la mujer, y a veces los hijos. Los problemas aparecen cuando un miembro del equipo de trabajo, que no es familiar, comienza a notar favoritismos o tiene que responder a más de un jefe. Simplemente no funciona. Por eso hay que definir claramente quién está a cargo de cada tarea y respetar esa decisión. ■

(\*) Fundador y presidente de la consultora internacional CMS (Club Marketing and Management Services, Inc.)



**RESORTES MG**  
**PILATES & FITNESS**  
 DISEÑO + IDEAS + ESTÉTICA

**Reformer + Cadillac + Chair**  
 resistencia correcta + duración + identificables

**Disco de Equilibrio (Propiocepción)**  
 dos tamaños (510 mm y 400 mm) y cuatro alturas  
 40mm (amarillo), 50mm (azul), 60mm (rojo) y 70mm (verde)

**Círculo Mágico (Flex Ring)**  
 tres resistencias, azul + negro + rojo  
 sistema antioval + excelente terminación

**Topes tijera para mancuernas**

Montiel 2322 (1440) Cap. Fed. / resortesmg@fibertel.com.ar  
 (54 11) 4687 0041 / 4686 6251 / Contacto: Héctor Muñoz

# FITNESS MARKET

www.fitnessmarket.com.ar

**Inauguramos Centro de Distribución**

Lima 645 Cap. Fed. Tel. (011) 4384-5756 / 4383-7930



**Ventas por Mayor y Menor**

**Suplementos Nutricionales / Indumentaria Deportiva  
 Equipamientos y Accesorios para Fitness**



**La Plata:** Diag. 80 N° 1054 - Tel. 427-7242 / **Quilmes:** Alem N° 59 - Tel. (011) 4257-3040

**Martínez:** Rawson N° 2077 - Tel. (011) 4798-7368

**Adrogué:** Macías N° 651 Tel. (011) 4294-0354

**Santa Fe:** Peat. San Martín N° 2080 Gal. Saguir - Loc. 23

**Pergamino:** Pinto N° 594 Tel. (02477) 44-3769

**Bahía Blanca:** Soler N° 206 - Tel. (0291) 452-6868



**SPORT NUTRITION**

**ENERGÍA - POTENCIA - RENDIMIENTO**

**THIS IS MY SPORT  
 THIS IS MY  
 SPORTNUTRITION**

Conseguí los productos en Fitness Market y en [desuplementos.com.ar](http://desuplementos.com.ar)

100% WHEY PROTEIN WHEY GAINER  
 CREAPURE BIO-CELL RIPPED FULL FRUCTOSA  
 GLUCOSA HYDRO PLUS BARRA PUMP

Tel.: (011) 4384 5756  
[nutriciencia@velocom.com.ar](mailto:nutriciencia@velocom.com.ar) [www.sport-nutrition.com.ar](http://www.sport-nutrition.com.ar)



Promesas de inversiones, nuevos y mejores servicios, lanzamientos de productos y creativas ideas de negocios anticipan un año repleto de logros. Pero los desafíos son varios: profesionalizar la gestión, actualizar el valor de las cuotas, mejorar los niveles de retención, definir políticas comunes para el sector e incrementar la demanda del segmento no activo de la población.

En un marco de mayor estabilidad económica respecto de años anteriores, la industria del fitness en Argentina acompañó durante 2006 el crecimiento que la economía del país tuvo en su conjunto. Hubo una demanda creciente y sostenida por parte de la población que acudió a gimnasios, motorizando así compras de equipamientos, ampliaciones y mejoras edilicias, y hasta nuevas aperturas.

En general, el balance del año que pasó, tanto para proveedores, dueños de gimnasios como profesores fue de muy bueno a excelente. La mayoría manifestó haber alcanzado, y en algunos casos superado, gran parte de las expectativas con las que empezaron el año, con lo cual encaran este 2007 con nuevos desafíos, mucho ánimo y ganas de seguir creciendo.

Desde el punto de vista económico, los principales escollos para la industria se presentaron como consecuencia de la inflación de precios. Los proveedores debieron afrontar continuas variaciones en los costos de sus insumos y materias primas, en gran parte importadas, que los llevaron a ajustar sus márgenes de ganancias, en algunos casos, o bien a trasladar esos aumentos a los precios de sus productos.

Del otro lado, sus clientes, los gimnasios, siguieron penando por el bajo valor de sus cuotas mensuales, que limitó su ya pobre capacidad de reinversión. Decenas de gimnasios cerraron en 2006, en todo el país, por no poder enfrentar los aumentos en los precios de alquileres, suscitados en parte por la explosión inmobiliaria que estimuló el auge de la construcción en muchas ciudades argentinas.

A futuro, el plan de acción que la mayoría comparte prevé generar una mayor demanda dentro del segmento no activo de la población, que es mayoritario. Para ello, los gimnasios deberán desmitificar su imagen aún vigente de reductos para gente joven, linda y en buena forma. Tendrán que salir a la comunidad y presentarse como una solución entretenida para verse y sentirse bien a cualquier edad.

Claro que esta tarea será mucho más fácil y efectiva si se realiza en conjunto, uniendo los esfuerzos e ideas de todos aquellos que participan del sector de una u otra manera. Habrá que resignar intereses particulares en función de un objetivo común mayor, fijar reglas claras y delinear planes de acción, locales y globales, que integren a todos y acorten las distancias en un país tan vasto.

Será excluyente para lograr este desafío contar con el invaluable apoyo y aporte de profesores e instructores, realmente capacitados, motivados y comprometidos con su tarea como agentes de salud. Son ellos los principales responsables de contrarrestar los altos índices de deserción de clientes que afectan a la industria. Mejorar los niveles de retención aparece como una de las principales metas de 2007.

Lograr tales objetivos no será fácil y sin duda muchos quedarán en el camino. A medida que el mercado madura los clientes son más exigentes y tienen expectativas de un servicio de mejor calidad. Hay entonces cada vez menos lugar para la improvisación y el azar. La profesionalización de todas las áreas del gimnasio es el camino para mejorar y crecer, explotando al máximo la información y la tecnología.

Sin duda alguna, esta industria está en una etapa muy incipiente de maduración, dando recién sus primeros pasos. Su notable y reciente crecimiento no responde a una moda ni mucho menos, sino a una tendencia que es mundial y muy saludable. Habrá entonces que guiarla, como a un niño, para que crezca sana, ayudándola a levantarse ante cualquier traspíe y alentándola a seguir adelante.

Software para Administración, Control de Acceso Automático y Entrenamiento de Fuerza y Fitness

[www.supergympro.com.ar](http://www.supergympro.com.ar)

**5**  
**Supergym**

Nuevo !!  
**Supergym On-Line**

Administre su negocio en **Tiempo Real** desde cualquier lugar !!



**INFORMATICA & DEPORTES**

Desarrollo Profesional de Software Deportivo

Consúltenos en ...  
[info@entrenar.com.ar](mailto:info@entrenar.com.ar)  
[www.entrenar.com.ar](http://www.entrenar.com.ar)

Tel. y Fax : 54.341.4932606

Balance

## DE CARA AL 2007

## DICEN LOS PROVEEDORES

**Andrés Dillenberger (Impact Fitness)**

En 2006 la empresa creció considerablemente y las marcas que representamos se consolidaron en el mercado. La recuperación del valor de la cuota en los gimnasios se dio con fuerza recién a fin de año y seguramente esto se va a notar en 2007.

**Ariel Osso (Sonnos SA)**

Las ventas superaron nuestras expectativas. Pero como en todo negocio que crece, la falta de capacidad productiva para abastecer la continua demanda nos obligó a hacer inversiones de capital no previstas. Para 2007 las expectativas son buenas.

**Claudio Bertozzi (Technogym)**

El 2006 fue un año histórico para Technogym. Crecimos más del 45 por ciento en Latinoamérica. Posicionamos nuestra marca y Cardio WAVE confirmó su éxito como novedad. El 2007 será un año de confirmación y apuesta para nosotros.

**Claudio Quintana (Stride)**

El 2006 fue sumamente positivo, hemos crecido mucho. Comercialmente superó nuestras expectativas. En este nuevo año queremos seguir afianzándonos. Lanzamos una nueva línea para ofrecer alternativas distintas a las que hoy ya hay en el mercado.

**Eduardo Sanmartino (Máquinas Sanmartino)**

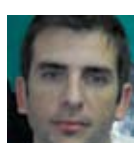
En 2006 la continuidad de trabajo fue pareja y por momentos nos superó la gran demanda de productos, por lo que tuvimos que hacer reformas para ampliar nuestra capacidad de producción. En 2007 esperamos lanzar una nueva línea de máquinas.

**Fabían Lavalle (Saturn Supplements)**

El balance de 2006 es positivo, las ventas mejoraron, la marca se sigue afianzando, y año tras año va creciendo en todo el país. Uno de los desafíos para 2007 es aumentar los puntos de venta y duplicar la facturación respecto a 2006.

**Fernando Cosarinsky (Randers)**

Terminamos un muy buen año. Las ventas crecieron 25 por ciento y eso nos posiciona en una situación inmejorable para encarar el 2007 con mucho optimismo. Las expectativas son enormes y el desafío no cambia: estar cerca de los gimnasios.

**Fernando Lucchini (Mat Pro)**

El 2006 fue un año prolijo, sin mayores problemas ni sobresaltos. La gran cantidad de consultas que tuvimos son un indicador del interés y la necesidad de los gimnasios por renovar su estética y mejorar la comodidad de sus instalaciones.

**Gabriel Orbuch (Fitness Company)**

Fue un buen año. Afianzamos nuestro producto nacional Uranium, con ventas totales 20 por ciento superiores al año pasado. Para 2007 esperamos un crecimiento de la industria en general y particularmente de los consumidores de calidad media – alta.

**Germán Borrego (Gerbo Group)**

El año pasado fue positivo a pesar de algunos problemas financieros, que felizmente pudimos resolver con mucho esfuerzo y trabajo. En 2007 esperamos seguir creciendo y afianzando nuestros productos en el mercado.

**Gonzalo Martínez (Up Down)**

El balance de 2006 es positivo. Nos planteamos metas de crecimiento que fueron superadas incluso antes de tiempo. Nuestra dificultad pasa por la comercialización. Para 2007 esperamos lanzar al mercado un producto netamente innovador.

**Gustavo Martucci (SoluciónARG)**

El año 2006 ha sido realmente muy positivo. Nos enfocamos en promover la maduración del negocio del fitness a través de la capacitación. Nuestro gran desafío a futuro es incrementar aun más nuestros estándares en productos y servicios.

Fabricamos todo tipo de máquinas para gimnasios

[www.holleyfitness.com.ar](http://www.holleyfitness.com.ar)

EXPERIENCIA INNOVADORA



Dominada asistida con legartija invertida



Sillón de cuadriceps

**HOLLEY®**  
**FITNESS**



Cama pilates

by **ITALY FORCE®**

**Horacio Moavro (Kip Machines)**

El 2006 comenzó con muchos problemas y desafíos. Enfrentamos serias dificultades de aprovisionamiento. Lo terminamos luego de mucho esfuerzo, muy bien posicionados para el 2007. Esperamos presentar en marzo una nueva línea de cintas.

**Julio Ventura (Equipamientos Millennium)**

El 2006 fue un año excelente. Tuvimos un notable crecimiento en la facturación. Las principales dificultades pasaron por las subas de precios de nuestros proveedores. En 2007, queremos montar un nuevo showroom y afianzarnos en el exterior.

**Luis Curcci (P-equipe)**

En 2006 lanzamos los reformers apilables (Alu-equipe) y abrimos nuevos mercados como Estados Unidos, China, España y Australia. Para este año esperamos lanzar nuevos productos y así satisfacer a todos nuestros clientes.

**Marcelo Terré (Body Systems)**

El balance de 2006 es altamente positivo. Alcanzamos el crecimiento proyectado, abrimos nuevos mercados y profesionalizamos todas las áreas de la compañía. En 2007 iniciaremos acciones de regionalización en el país para mejorar el servicio.

**Miguel Nocera (Gym Home)**

El 2006 fue muy positivo. Captamos nuevos clientes y optimizamos al máximo la logística para que nuestros productos llegaran en tiempo y forma. En 2007 esperamos mantener los canales de venta actuales e incorporar nuevos productos.

**Mirta Romero (P y P Equipamientos)**

El 2006 fue un año realmente bueno. El mercado de pilates sigue creciendo y eso se vio reflejado en nuestra empresa, que se consolidó a nivel nacional e internacional. En 2007 queremos seguir mejorando en calidad y abrir nuevos mercados.

**Natalia Arriola (Schnell Sport)**

El 2006 resultó muy positivo. Alcanzamos los objetivos comerciales previstos. La demanda superó nuestras expectativas y generó inconvenientes en el abastecimiento, que ya resolvimos. En 2007, continuaremos posicionando la marca.

**DICEN LOS PROFESORES****Daniel Tangona (Entrenador Personal)**

El balance es más que positivo. Pero falta profesionalismo, muchos entrenadores regalan sus servicios. El 2007 será un año de mucho trabajo. Soy optimista.

**Diana Bustamante (Master Fitness)**

El 2006 fue difícil en capacitación. Hubo mucha oferta de cursos de mala calidad y precios bajos que atentan contra los que venimos trabajando de manera seria hace años.

**José Slamon (Indoor Cycle)**

El 2006 fue un año excelente. El desafío para 2007 es formar capacitadores y crear convenios que me permitan delegar responsabilidades y seguir creciendo.

**Martín Córdoba (Instructor de Yoga)**

El 2006 fue muy bueno. Espero que 2007 sea un año de crecimiento y nuevos proyectos. El desafío será hacer una adecuada inversión de recursos.

**Ulises Puigrós (Radical Fitness)**

El 2006 fue muy positivo. Llegamos a Japón y a Benelux, y sumamos un nuevo programa, Oxígeno. En 2007 lanzaremos el programa de mini trampolines, U Bound.

**Sergio Estévez (Control Gym)**

El balance del año es positivo. Crecimos respecto a ciclos anteriores, a pesar de que hubo una mayor competencia en el rubro. Este año esperamos crecer en el mercado exterior y consolidar el posicionamiento logrado a nivel local.

**Vicente Gallo (Trai Gym)**

El año pasado no fue malo... fue un poco mejor que el 2005. Como veteranos, con tantos años en el mercado del fitness, seguimos y seguiremos creando durante este nuevo año un sinnúmero de productos para el bien del deporte.

**Víctor Nieves (Fitness Machine)**

El 2006 fue excelente y exitoso. Nos propusimos objetivos claros y los superamos con creces. No tuvimos dificultades gracias a la planificación del trabajo. Estoy seguro de que a fines de este año agradeceremos y brindaremos como hoy lo hacemos.

## PESO LIBRE PARA TU GIMNASIO

Calidad superior, al mejor precio

20% de descuento hasta vender los primeros 500 kilos.

- # Mancuernas cromadas
- # Mancuernas recubiertas en goma
- # Discos olímpicos recubiertos en goma
- # Barras olímpicas
- # Racks:
  - # Portamancuernas
  - # Portadiscos



**DICEN LOS GIMNASIOS**

**Adrián Dumani (Anubis Gym, Capital Federal)**



El año 2006 fue bueno en afluencia de gente pero malo porque el negocio no rinde lo suficiente a causa del bajo valor de las cuotas. El año 2007 va a ser preocupante, difícil e incierto, porque estamos en un país con reglas de juego poco claras.

**Andrea Hochner (Flex Gym, Norberto de la Riestra)**



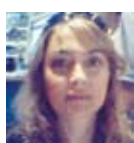
Año a año más gente toma conciencia de que el ejercicio físico es importante y no debe ser visto como algo secundario. Así que mi balance es más que satisfactorio. De cara al futuro mi desafío es anexar nuevas actividades como box, salsa, step, etc.

**Aldo Celli (Winner Gym, Ramos Mejía)**



En 2006 redimensionamos y reposicionamos el gimnasio, con una gestión exitosa. A pesar de nuestro esfuerzo, la deserción de clientes siguió siendo excesiva. En 2007, esperamos desarrollar lo logrado hasta ahora y crecer más en conocimientos.

**Ana Claudia Broglia (Jockey Club, Córdoba)**



El 2006 fue un muy buen año. No hubo dificultades, pero sí tuvimos que estar muy atentos a lo que ocurría en el mercado para tener ofertas atractivas para los clientes. El desafío en 2007 es desarrollar un plan de retención de socios.

**Beatriz Díaz Casas (Arabesque Gym, Valetín Alsina)**



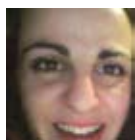
El 2006 fue un año de estabilización, nos posicionamos en el lugar en que queríamos estar, aunque fue difícil afrontar las subas de precios. En este 2007 abriremos una sala de indoor cycling y renovaremos totalmente el sector de musculación.

**Carlos Núñez (Crear, Manuel Gonnet)**



El 2006 fue un año de transición. Renovamos el plantel de profesores de musculación y aumentamos las cuotas. Aunque cayó un poco la cantidad de clientes, mantuvimos el nivel de ingresos. En 2007 esperamos retomar la curva de crecimiento.

**Cecilia Llaneza (Wellness Gym, Trenque Lauquen)**



El balance de 2006 es bueno. He podido incorporar actividades nuevas y eso a la gente le gusta mucho y lo reconoce, lo cual nos trajo muy buenos resultados. A futuro el desafío es renovarnos y seguir invirtiendo para crecer.

**Christian Aprea (Lacar Gym, San Martín de los Andes)**



Tenemos un emprendimiento chico en crecimiento, en un pueblo del interior. Vamos de a poco cumpliendo los objetivos planteados, copiando modelos de buena calidad y servicio. En 2007, esperamos seguir creciendo y lograr una ampliación edilicia.

**Claudio Semelak (Vital Gym, Posadas)**



El 2006 fue un año positivo. Se invirtió mucho en el gimnasio y en los profesores, y la gente notó los cambios y respondió. En 2007 vamos a traer programas nuevos, elevar la cantidad promedio de clientes y disfrutar el trabajo tanto como en 2006.

**Edgardo Azzarita (SMG Sports, Capital Federal)**



El año 2006 fue un año de explosión comercial. Fue asombroso cómo a pesar de los aumentos de cuotas, mantuvimos la fidelidad de los socios. Para 2007, las expectativas son amplias. Habrá novedades importantes que darán que hablar.

**Enrique José Olivera (Instituto ICEC, Florencio Varela)**



El año 2006 ha sido mejor de lo esperado. Creció el alumnado y pudimos adquirir máquinas nuevas. Como siempre la presión impositiva y el pago de servicios fueron una dificultad. En 2007 queremos encaminarnos hacia un spa integral.

**Facundo Nalpa (Power Fitness & Gym, Mar del Plata)**



En 2006 notamos cambios satisfactorios y nosotros crecimos. Las dificultades fueron de tipo económico, igual que las que tiene el resto de la sociedad. Pero estamos felices y orgullosos de hacer lo que nos gusta. En 2007 esperamos crecer aún más.

**VIDEOS - DVD**

**CD - 32 COUNTS**

**EQUIPOS DE AUDIO**  
Compacteras con pitch  
Amplificadores, bafles. Instalaciones de audio para gimnasios

**ACCESORIOS**  
Bandas elásticas / Mancuernas  
Body kits / Pesas / Steps

**NOVEDAD**  
EQUIPOS OFICIALES PARA BODY PUMP

**NUEVO Mini Quuz**  
Medidas 0,75 x 0,37 x 0,10 m

**SERVICIOS** Musicalización e iluminación / Edición digital de música y video / Multicopiado de cds, dvds, videos

**Step Quuz**

- Diseño original de alta performance
- Con espacio de aire y zona antideslizante
- Incluye correa para asegurar con tornillos idénticos y seguros
- Máquina de altura de 2 con compatibilidad con los Step Company

**Mini Tramp Power Jump**

- 1 mt de diámetro
- Pefizado
- Soporta 150 kg
- Recomendado para principiantes de salto

**fitness Beat**  
music for fitness

Juramento 1420 / C1428DMR  
Capital Federal / Bs. As. / Argentina  
Tel.: (54 11) 4784 1074 / 4787 8588  
Fax: (54 11) 4785 3896  
info@fitnessbeat.com.ar  
[www.fitnessbeat.com](http://www.fitnessbeat.com)

REPRESENTANTE EXCLUSIVO FITNESS BEAT  
CONSULTE POR ZONAS PARA DISTRIBUCION

**Fernando Valentín (San Fernando Centro, San Fernando)**

El 2006 fue positivo, pero sólo el aumento en la cantidad de socios alivió la brecha entre los ingresos por cuotas y los gastos fijos. A futuro, si todos los actores no adherimos a políticas y estrategias comunes, no lograremos consolidar la actividad.

**Gerardo López (Gimnasio Loco, San Clemente del Tuyú)**

El 2006 fue un poco mejor que el año anterior. La mayor dificultad sigue estando en el bajo valor de la cuota, que no nos permite renovar los elementos de trabajo. Las expectativas siempre son las de mejorar, crecer y desarrollar aún más el gimnasio.

**Gustavo Mufarrege (Tempo, Santa Fe)**

El 2006 fue un muy buen año, de mucho trabajo. Inauguramos el gimnasio en marzo. Empezamos de cero y logramos rápidamente insertarnos en el mercado. En 2007 queremos sumar más actividades y horarios.

**Gustavo Muñoz (Centro Corpus, Balcarce)**

Este 2006 ha sido un año muy bueno, ya que inauguramos el nuevo centro, que es mucho más grande, tiene más servicios, como sala de relax, rehabilitación, alto rendimiento, y también nuevas máquinas de musculación y cardiovasculares.

**Javier García (Saturn Fitness & Wellness, Capital Federal)**

El año 2006 superó nuestras expectativas. Abrimos en septiembre y nos posicionamos bien en poco tiempo. A futuro el desafío es superarnos día a día en calidad de atención y cumplir con los objetivos de venta pautados.

**Javier Martínez (Action Sports, Lomas de Zamora)**

El 2006 fue nuestro mejor año. El balance es de 8 puntos sobre 10. No hubo muchas dificultades. De cara al 2007, la expectativa es continuar mejorando y el desafío es siempre seguir trabajando en incrementar nuestros índices de retención de socios.

**Javier Soria (Bio Fitness Club, Monteros)**

El 2006 fue muy bueno. El gimnasio tiene apenas 7 meses y nos va muy bien. Lo más complicado fue lidiar con las cargas impositivas. Pero la gente respondió a mi propuesta y pude superarlo. En 2007 seguiré invirtiendo para mejorar el servicio.

**Jorge Milstain (Instituto Milstain, Ushuaia)**

El 2006 fue un muy buen año en cuanto a lo comercial, ya que implementamos mejoras sustanciales en el servicio. La única dificultad es no poder superar los problemas de estacionalidad. Para mediados de 2007 esperamos sumar nuevos servicios.

**Julián Menéndez (Street Gym, La Matanza)**

Tuvimos un crecimiento gradual pero parejo. No atravesamos grandes dificultades, salvo mantener la cuota a un precio accesible. Este año esperamos ampliar la sala de musculación, sumar camas solares, servicio de masajes y una sala de indoor cycling.

**Lucía Amores (Always Gym, Mendoza)**

El año 2006 fue muy bueno, cubrió mis expectativas. La principal dificultad estuvo en la planificación horaria de las clases. En 2007 esperamos seguir creciendo para cumplir con las exigencias del mercado y poder satisfacer a nuestros clientes.

**Manuel García Blanco (Gimnasio Smithfield, Zárate)**

El 2006 fue de mucha siembra. Nos fue bien, no perdimos mercado. Ampliamos la oferta de deportes recreativos e incorporamos nuevos equipamientos. En 2007 queremos generar más clases de ritmos y más actividades fuera del gimnasio.

**María Perera (Bodhisattva, Capital Federal)**

El balance del año 2006 fue excelente. Nos fijamos objetivos y los resultados fueron óptimos. Crecimos de forma organizada. En 2007, esperamos mantener los logros obtenidos y crecer en forma paulatina mejorando cada servicio que ofrecemos.

**Marta Donda (Génesis, Río Cuarto)**

El 2006 fue un año muy positivo. Remodelamos la recepción, incorporamos el área de indoor bike y agrandamos la sala de pilates. Además, abrimos un local de indumentaria. El 2007 es un desafío que encaramos con espíritu emprendedor.

**Mauro Negro (Hwaitana Natatorio & Gym, Catamarca)**

El balance de 2006 es positivo. La empresa está en permanente crecimiento. La clave para tener éxito es innovar y estar actualizado constantemente. Las expectativas para 2007 son las mejores. Abriremos en breve una sala de indoor cycling.

**Consulte por Zonas Disponibles para Distribución**

Buenos Aires  
(+54) 011 4555-0770  
info@htn-nutrition.com  
www.htn-nutrition.com

**HTN HIGH TECH NUTRITION**

100% Power

**HTN helps improve your performance**

- USA Whey Protein
- Creatine Micronized
- Creatine Cell Pack
- Glutamine Micronized
- USA Amino Pack
- BCAA Pack
- L-Carnitine TT 500
- Mass Gainer + Extra Pack

HTN® importación - exportación de suplementos nutricionales de alta calidad.

**Maximiliano López (Performance, Villa Regina)**

El 2006 fue muy positivo. El negocio está menos estacional. Los clientes son más conscientes de la importancia de la actividad física. Logramos unificar criterios con varios gimnasios de la zona y subimos las cuotas. En 2007 esperamos crecer más.

**Néstor Figueroa (Centro Ayen, Capital Federal)**

El 2006 fue un año muy distinto. Tardó bastante en arrancar. Fue difícil sobrellevar el inicio del año, pero luego el ingreso de socios fue tan rápido que tuvimos que comprar más equipos. En 2007, queremos incrementar nuestra cartera de clientes.

**Rodolfo Rasetto (Athenas Gym, San Francisco)**

El balance del 2006 es bastante positivo. Mantuvo el nivel de inversión y el número de alumnos fue estable. La principal dificultad fue la competencia desmedida en el sector de aeróbica. En 2007 espero actualizar la cuota y renovar el equipamiento.

**Roxana Blanco (Sport Club Body, Capital Federal)**

El balance de 2006 fue muy bueno. Crecimos 30 por ciento respecto al año anterior. No tuvimos demasiadas dificultades, salvo el granizo que provocó daños costosos de reparar. En 2007 inauguraremos el natatorio más grande del barrio de Belgrano.

**Sebastián Otero (Axon Salud, Trelew)**

En 2006 sembramos capacitación y encontramos a través del trabajo en equipo un mayor compromiso de todos los empleados. El principal obstáculo fue adecuar la cuota a la realidad económica. Veo el 2007 como un año de afianzamiento.

**Sergio Jarrie (PitBull Gym, Carlos Paz)**

En 2006 renovamos las máquinas, prestamos más atención al público femenino y reddecoramos espacios interiores. Lo difícil es mentalizar a la gente sobre los beneficios de entrenar. En 2007 vamos a ampliarlos y montar un centro de estética.

**Susana Díaz (Training, Santo Tomé)**

El 2006 fue un buen año. Crecimos en infraestructura y servicios, y la gente nos respondió. Lo malo es ver a nuestros colegas bajar los precios, desprestigiando la actividad. En 2007 daremos un paso importante en la funcionalidad del gimnasio.

**Walter Cámara (In Club, Córdoba)**

El 2006 fue un año muy bueno. Logramos posicionarnos en la zona norte de la ciudad y alcanzar el objetivo de los 800 socios. Las principales dificultades fueron financieras. En 2007, queremos consolidar la clientela y abrir nuevas sedes. ■

**KROMAX** die Maschine

Cardio Equipment

**kromax.com.ar**

NUEVA DIRECCIÓN: Santa Rosalía 1976 - San Andrés - B1651ERJ - Buenos Aires - Rep. Argentina  
Tel. / Fax: (+5411) 4755-3179 - e-mail: info@kromax.com.ar



## CURSO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE GIMNASIOS

a cargo de los consultores brasileños Luis Amoroso y Ricardo Cruz.

Conozca en **tres encuentros** mensuales de **20 horas cada uno**, los puntos claves de la gestión estratégica y gerencie su gimnasio con dinamismo y eficacia.

DURACIÓN  
60 HORAS

### Días y horarios

Marzo 23/24/25

Abril 27/28/29

Mayo 25/26/27

Viernes de 17hs a 21hs

Sábados y Domingos de 9hs a 18hs

### UNIDADES DE ESTUDIO

- 1: Administración Estratégica
- 2: Gestión Financiera
- 3: Recursos Humanos
- 4: Ventas
- 5: Retención
- 6: Marketing
- 7: Liderazgo
- 8: Arquitectura Estratégica

Dirigido a propietarios y gerentes de gimnasios, profesionales de la actividad física, emprendedores y empresarios del fitness en general.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

**Cupo para sólo 20 personas. Asegurá tu lugar hoy.**

La programación completa del curso está disponible en [www.fitbiz.com.ar](http://www.fitbiz.com.ar)

FITBIZ ARGENTINA

Av. Paseo Colón 470 2º D (1063) - Buenos Aires - Argentina - Tel/Fax (54 11) 4115-3525/24  
[info@fitbiz.com.ar](mailto:info@fitbiz.com.ar) - [www.fitbiz.com.ar](http://www.fitbiz.com.ar)

LÍNEA

# Atenas



ATENAS 380



ATENAS 580



ATENAS 370

Garantía 1 año  
Motores 5 años  
**1/5**

iiiLA CINTA MAS VENDIDA!!!

1980 X 700 MM  
0 A 16 KM/H  
CONTROL DE PULSO  
POR CONTACTO  
NO NECESITA  
TRANSFORMADOR

LÍNEA PROFESIONAL

EL PRECIO MAS BAJO DEL MERCADO



VISITÁ NUESTRO NUEVO SITE  
[www.randers.com.ar](http://www.randers.com.ar)

## RANDERS®

EXCELENCIA EN PRODUCTOS

### EMBREEX



ARG 340



ARG 360



ARG 570



ARG 204



T-32



T-40



T-50

CONSULTÁ POR EL REPRESENTANTE MAS CERCANO A TU GIMNASIO



DISTRIBUYE Y GARANTIZA  
**ARGENTRADE SRL**

CALLE 514 N° 2050 • (1901) LA PLATA • ARGENTINA  
TEL/ FAX: (0221) 471 2323 LÍNEAS ROTATIVAS  
info@randers.com.ar • www.randers.com.ar  
www.bebesit-argentina.com.ar

## Nuevo escalador



Fitness Gym presentó su escalador "Nueva Generación" línea cardiovascular. El mismo fue desarrollado para uso continuo y alta exigencia en gimnasios. De diseño compacto, cuenta con rueditas para su traslado, amortiguadores reforzados, apoya pies en chapa cortada con láser y base antideslizante de aluminio. Su estructura está hecha con caños curvos de 100 x 50 y está pintada al horno.

Color a elección. Un año de garantía. Más información en [www.maquinasdegimnasios.com.ar](http://www.maquinasdegimnasios.com.ar) ■

## Kromax se mudó

En enero de 2007, **Kromax Die Maschine** estrenó su nueva planta de producción en la localidad de San Andrés, partido de General San Martín. La misma duplica la superficie útil de la fábrica anterior. La nueva dirección es Santa Rosalía 1976 (ex 1015) y el número telefónico sigue siendo el mismo. "Nos vimos obligados a ampliar nuestras instalaciones debido al importante crecimiento que tuvimos en el último tiempo", explicó **Maximiliano Kroll**, uno de los responsables de la empresa. ■

## Lanzan Jump-Fly

Se anunció recientemente el lanzamiento de **Jump-Fly**, un nuevo sistema de entrenamiento aeróbico basado en las técnicas del Método Pilates. El mismo fue desarrollado por el entrenador físico Alejandro Díaz. "Se trata de un programa de actividad aeróbica moderada, que sigue cuidadosamente los principios técnicos de Pilates, aunque incluye también aspectos de la danza y del fitness", explica Díaz. Por más información visitar [www.jump-fly.com.ar](http://www.jump-fly.com.ar) o llamar al (02322) 430 070. ■

## Presentan Semiesfera Aeróbica



El **Instituto Mirta de Fussi**, de la ciudad de Rosario, presenta su **Semiesfera Aeróbica**, un innovador accesorio de fitness, que permite quemar calorías a la vez que se favorece el incremento en el equilibrio y la tonificación muscular. "Similar al step en su concepto, en las clases se realiza un gran trabajo cardiovascular, pero a diferencia del step, se repiten pasos y ejercicios muy sencillos, pero desafiantes, ya que se hacen sobre una superficie inestable, semicircular", explicaron desde la empresa. Por más información visitar [www.mirtadefussi.com.ar](http://www.mirtadefussi.com.ar) ■

**FITNESS GYM**  
Equipamiento Integral para Gimnasios

Prensa 45° deluxe  
Línea **Garga**

Cintas Profesionales, 24 hs. de uso continuo.

RESISTENCIA-CERO

Cinta 3 HP

ACONDICIONAMIENTO PROFESIONAL PARA GIMNASIOS, COUNTRIES, SPAS, HOTELES, ETC.

Delia **ECONLINE** Cardiovascular

Av. Centenario N° 3539 • Oullmes • (B1878EKJ) • Bs. As. • Argentina.  
Tel/Fax: (5411) 4278-2885 • e-mail: [fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar](mailto:fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar)  
[www.maquinasdegimnasios.com.ar](http://www.maquinasdegimnasios.com.ar)

## Se entregaron los Premios Magnus

El jueves 14 de diciembre se realizó en el Colegio Nacional de Buenos Aires la decimotercera edición de los Premios Magnus, un reconocimiento de la Sociedad Argentina a los Referentes del Cambio. Las empresas fabricantes de equipamiento cardiovascular para gimnasios, **Kromax die Maschine** y **Kip Machines**, recibieron este premio en reconocimiento a la importante labor que han desempeñado durante 2006 en materia de comercio exterior. ■



## Génesis en Río Cuarto

Esta tienda de indumentaria deportiva abrió sus puertas recientemente en calle Deán Funes 44 por iniciativa de las propietarias del gimnasio Génesis, también de Río Cuarto (Córdoba). Allí es posible encontrar una amplia oferta en ropa deportiva, de fitness y tiempo libre, de diferentes marcas. "Aceptamos el desafío con mi hija Gisela porque ambas teníamos ganas de seguir creciendo", explica **Marta Donda**, una de las titulares del emprendimiento. ■

# mercado tour Fitness



Si vivís en el interior de la Argentina, o en algún país vecino, y estás en Buenos Aires el próximo 27 de abril, te llevamos a conocer en tres horas, de la mano de un guía, cinco de los más distinguidos clubes y gimnasios de la ciudad.

## Horas de salida:

09.00 // 12.00 // 15.00 // 18.00

## Recorrido:

Ocampo Wellness Club > SMG Sports > Vilas Club  
> Megatlon La Imprenta > Sport Club Libertador



Saldremos desde Salguero 2686 y regresaremos, tres horas más tarde, al mismo punto de la ciudad.

**Costo por persona: \$75.-**

**Hacé tu reserva hoy.  
Sólo hay 12 lugares en cada salida.**

Avda. Paseo Colón 470 2° D - Buenos Aires - Argentina  
Tel.Fax.: +54 11 4115-3524/5 - info@mercadofitness.com  
www.mercadofitness.com

# CALENDARIO 2007

# mercado Fitness

Encontrá en el Calendario 2007 de Mercado Fitness los eventos más importantes de la industria de clubes y gimnasios de Argentina y el mundo.

## Seminarios

Exposiciones

Certificaciones

Talleres

Conferencias



[www.mercadofitness.com](http://www.mercadofitness.com)



# GIMNASIOS SÓLO PARA NIÑOS

En Estados Unidos ya son varios los centros de actividad física especialmente desarrollados para pequeños. Hasta McDonald's colocó mini gimnasios en algunos lugares donde estaban sus típicos peloteros.

El porcentaje de menores de entre seis y once años que tienen sobrepeso en Estados Unidos ha pasado del 7 por ciento en 1980 al 16 por ciento hoy en día, según datos del **Centro para el Control de Enfermedades (CDC)**.

En este escenario han comenzado a popularizarse en el país del norte algunas propuestas de fitness especialmente desarrolladas para niños. Este es el caso por ejemplo del gimnasio **Youth Visions**, en Maryland. El mismo fue abierto por **Tonya Manago** y su hermana **Keitha** en la primavera de 2005 y ya es furor.

Se trata un centro con máquinas en las que se realizan ejercicios similares a los de adultos, pero con ciertas peculiaridades que los hacen más apropiados para el uso infantil. Por ejemplo, el tamaño de las pesas que levantan los niños suele permanecer oculto para que entre ellos no surjan competencias.

También hay lugares más modestos, con equipamiento "doméstico", como denomina **Bett Disorbo** a las instalaciones de su gimnasio "**A Kids Gym**", en Oviedo, estado de Florida. Este centro, para edades comprendidas entre los seis meses y los 16 años, abrió hace apenas un año y recibe a menores desde la mañana hasta la noche.

En la opinión de **Jorge Gómez**, profesor de Pediatría de la Universidad de Texas en San Antonio, "los padres que meten a sus hijos en un gimnasio tienen buenas intenciones, pero a los niños hoy en día les falta el juego en la calle, en los patios, que ha desaparecido por los videojuegos y la televisión".

Precisamente, una de las prioridades de estos gimnasios es recuperar el espíritu de los juegos callejeros y enseñar a los pequeños a disfrutar de un ocio más físico. ■



## Mini gimnasios McDonald's

El diario **USA Today** informó recientemente que la cadena norteamericana de fast-food colocó mini gimnasios en algunos de sus restaurantes de California, Illinois, Colorado y Oklahoma, en los lugares donde hasta hace poco tiempo se ubicaban sus típicos peloteros de chicos.

Estos gimnasios combinan la recreación con el deporte: cuentan con bicicletas fijas con pantallas incorporadas para amenizar la actividad física. Disponen de rocas artificiales y cuerdas para escalar, barras para hacer gimnasia y unas singulares pistas interactivas de baile con pantallas de video que muestran los pasos a seguir.

También tienen canchas de básquet cuyas canastas animan a los pequeños a lanzar pelotas a la cesta mientras escuchan una ovación del público. Si estos mini gimnasios tienen éxito, la empresa planea incorporar un "número significativo" de estas máquinas en muchos más locales el corriente año.

# SATURN® SUPPLEMENTS



**100%  
GENUINE  
MADE  
IN  
U.S.A**

17 años de continuo crecimiento  
Presencia en más de 15 Países

**Si te esfuerzas por brindarle a tus socios la mejor atención...  
Ofreceles También Excelencia en Suplementos Nutritivos.**

Jose Bonifacio 3101 CP C1406  
Argentina | Buenos Aires  
Tel/Fax: (011)4613-0025  
15-5240-2862 | Nextel: 190\*669  
www.saturnargentina.com.ar  
ventas@saturnargentina.com.ar  
saturn-arg@sinectis.com.ar

**FABRICA Y VENTAS**      **EXPOVENTAS EN CÓRDOBA CAPITAL**      **VENTAS EN CAPITAL**

SANTA ROSA 205 / X56026VA RÍO CUARTO, CÓRDOBA TEL.: (0358) 462-8009 - 155 072357/58	VÉLEZ SARFIELD 520 TEL.: (0351) 4263750 155 944931	TEL.: (011) 4545-6268 154 172 2184
---	--	---------------------------------------

**ENVÍOS A TODO EL PAÍS**  
fitnessequipment@arnet.com.ar / jcmaquinas@infovia.com.ar  
www.jcmaquinas.com.ar

CREATIVIDAD Y RESULTADOS EN ARQUITECTURA

**PATRICIA TOTARO**  
ARQUITECTURA DE RESULTADOS

*¡Ahora juntos!*

**ARQUITECTURA  
CREATIVA**

PROYECTO Y CONSTRUCCIÓN DE OBRAS NUEVAS Y RECICLAJES / DISEÑO DE INTERIORES / ANÁLISIS DE VIABILIDAD / PLANIFICACIÓN



Optimización del espacio. Ambientaciones adecuadas a partir de los materiales, la luz y el color. Impacto visual.

Argentina: Gral. E. Martínez 1297 7ºD (1426) Cap. Fed. / Tel.: (54 11) 4554-7458 / arquitectura\_creativa@yahoo.com.ar  
Brasil: argentina@patriciatotaro.com.br / www.patriciatotaro.com.br / 55 11 3034 5545

**Grupo Roan**  
EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRADOS



### Departamento de Ingeniería Electrónica

Está capacitado para solucionar los problemas de:  
Cintas, Bicicletas, Escaladores, Eliptico, etc. (Importados y Nacionales)

### Servicio

Reemplazamos su máquina hasta su reparación en caso de llevar más tiempo de lo previsto.

### Bicicletas Indoor Cycling

Grupo Roan ofrece un tratamiento anticorrosivo de Alta Performance, dado a que la transpiración afecta a dichas máquinas llevándolas a un estado de corrosión irreversible.



Por Ricardo Cruz (\*)

3<sup>er</sup> CONFERENCIAS  
MERCADO FITNESS/07  
Camino al éxito

# HAGA QUE SU GIMNASIO

Los últimos textos que escribí sobre gestión contenían algunas ideas y estrategias para lograr el éxito en un negocio. El artículo de hoy contiene un mensaje diferente, pero tan importante como la administración de una empresa. Estoy convencido que de ser colocado en práctica, será de gran ayuda para alcanzar la excelencia.

Tal como hago todos los días en el trabajo, hice una pausa para almorzar cerca de la oficina. Siempre tengo como opciones tres restaurantes cercanos y cambio la elección de acuerdo a mi deseo. Pero un día decidí probar con otro restaurante, un poco más alejado que aquellos donde como usualmente, y fui sorprendido.

Al sentarme, el mozo se presentó por su nombre y me preguntó el mío, algo muy raro en restaurantes. Me entregó la carta (menú) y se ofreció a sugerirme un plato, en caso

que yo lo deseara. Con ese simple gesto, él conquistó mi confianza y acepté su recomendación. Entre el pedido y la entrega del plato, conversó conmigo y me convidó con un aceite a base de pimienta diciéndome que era suave, aunque a mí me parecía picante.

Le dije que era demasiado fuerte y él me respondió que no. Entonces lo desafié a masticar algunos de los tipos de pimienta que contenía el aceite, uno por vez. El mozo no solamente aceptó el desafío sino que se comió cuatro. Al rato llegó el plato, y el sujeto vino a preguntarme cómo estaba y si realmente había acertado en su sugerencia.

Después del almuerzo se colocó a disposición y le pedí la cuenta. Al traérmela a la mesa me contó un chiste, que fue motivo de una buena carcajada de mi parte. Luego le pagué y al irme me agradeció mucho mi presencia y me dijo: "Hasta mañana, fue un placer recibir su visita hoy". Claro que no preciso decirles qué restaurante se convirtió ahora en mi preferido para almorzar, y además ya llevé a otras personas allí, sólo por la atención que tuve de ese mozo.

## Actitud, humor y acción

Ése es el tipo de profesional que quiero en los gimnasios, pues fideliza a los clientes de manera única, con acciones muy simples que no demandan tiempo ni inversión. La situación que describí antes demuestra que muchas veces, en la locura del día a día, nos olvidamos de la alegría que debe respirarse en un gimnasio. Éste debe ser un lugar divertido y placentero para clientes y empleados, ya que sólo así podremos ofrecer emoción. Este objetivo será alcanzado si se presta atención a tres aspectos en las personas: actitud, humor y acción.

Vea entonces si las actitudes de las personas que trabajan en el gimnasio están de acuerdo con su visión. ¿Están sus colaboradores enfocados en atender a sus clientes y ofrecerles momentos únicos? ¿Sus



NUEVA CINTA PROFESIONAL en el mercado argentino !!! Garantía, Calidad y Diseño



**CLUB MACHINE**  
**Centaur**



Ficha Técnica

- Tablero digital
- Funciones: Tiempo, Velocidad, Distancia, calorías, ventilación, Temp. Ambiente, Recetado individual de las funciones y Km /Ac
- Motor de 3 hp de corriente alterna
- Velocidad de 1.5 a 16 km/hs
- Amortiguación : Montada sobre un sistema de bujes flotantes, evitando lesiones de modo articular.
- Rodillo de acero indeformable de 5,5" montado sobre rulemanes blindados
- Banda doble tela antideslizante
- Apoya pie lateral: Base de acero revestido con material antideslizante
- Superficie de trote 1400x480mm

Show Room y Ventas:

Bonpland 2168 Palermo /// Tel: 011- 4899-2255

www.centaurofitness.com.ar  
consultas@centaurofitness.com.ar

# SEA ÚNICO

profesionales llegan con ganas a trabajar y permanecen así durante todo el día? Cuando aparecen situaciones adversas ¿ellos conservan una buena actitud? Con una actitud adecuada, sus clientes tendrán una muy buena percepción del servicio.

¿Cómo se puede ofrecer diversión y entretenimiento a los clientes si los empleados están de mal humor? En prestación de servicios no hay espacio para ese estado de ánimo, ya que lidiamos con personas, que esperan llegar al gimnasio y olvidarse de los problemas y de las caras largas. Además, con humor podemos transmitir emociones, lo cual será un factor de diferenciación entre su empresa y las otras con las que sus clientes tienen contacto.

Pero la actitud y el humor por sí solos no bastan, ya que una idea en la mente de una persona no significa nada si no es puesta en práctica. Es preciso que los profesionales apliquen esos conceptos para sorprender a sus clientes. Además, la pro-actividad para resolver problemas y ofrecer lo que el cliente busca, aún antes de que lo solicite, va a proporcionarle al gimnasio un posicionamiento muy privilegiado en la mente de los socios.

Entonces, mire a sus colaboradores y transfórmelos en mozos únicos, que ofrezcan a sus clientes lo que éstos buscan. Invierta en entrenamiento para que las actitudes estén en sintonía con la visión de su empresa; que ellos se sientan contentos de trabajar en su gimnasio para que puedan proporcionar alegría y diversión a las personas con las que se relacionan a diario. ¡Éxitos! ■

(\*) Consultor de FitBiz desde 2003. Participó en más de 15 proyectos de consultoría en Brasil, Uruguay y Argentina. Es columnista de la revista Mercado Fitness. Master Trainer Impact Training y Consultor CMS Internacional.

# ORION

Nueva línea



Innovación  
Tecnología Diseño



Es un producto de **STRIDE**

Húsares 2232 - Quilmes Oeste - Buenos Aires  
Tel.: 5411-4200-1078 Cel.: 1555060813  
www.stride.com.ar - info@stride.com.ar

info@pilatesland.com

www.pilatesland.com

Te.: 03541 - 436645



Línea Completa de Equipamiento

Reformer   Reformer con Medio Trapecio   Trapecio  
Combinado   -   Wall Unit   -   Combo chair  
Ladder Barrel   -   Step Barrel   -   Baby Arc



Equipamiento Pilates

# LOS ORÍGENES DE LA INDUSTRIA

El término griego *gymnasion* se utilizaba para designar el lugar de entrenamiento de los atletas que competían en los juegos públicos.



La palabra **Gimnasio** proviene de **Gymnasium**, que es la forma latina y sajona del sustantivo griego **Gymnasion**. En la Grecia antigua, era el lugar de entrenamiento para competidores que participaban en juegos públicos. Con el tiempo, se convirtió también en un espacio para socializar y comprometerse con tareas intelectuales.



El nombre viene del adjetivo griego "gymnos" que significa desnudo. Pero el verbo "gymnazein" quiere decir "hacer ejercicio físico". Sucede que los atletas competían desnudos a fin de facilitar la apreciación estética del cuerpo masculino por parte de la audiencia. De modo que el sustantivo que aparentemente significaría "lugar para estar desnudo", en realidad quiere decir "lugar para hacer ejercicio físico".

Los gimnasios tenían grandes estructuras con espacios para cada tipo de ejercicios: lugares de lucha, boxeo, juegos con pelota, baños, sectores al aire libre para prácticas con mal clima y otros espacios cubiertos donde los filósofos y hombres de letras daban lecciones públicas y sostenían disputas intelectuales. Se localizaban en las afueras de la ciudad a raíz del gran espacio que demandaba su construcción.

Los gimnasios eran instituciones públicas, cuyo objetivo trascendía la práctica de ejercicios físicos. Esto se debió al reconocimiento de los griegos hacia la fuerte relación que existía entre la gimnasia física, la educación y la salud. De hecho, el entrenamiento de la fuerza y la conservación de la salud se convirtieron en aspectos centrales en la educación física y ética de los niños, junto a las letras y la música.

Las tiendas atléticas para las cuales los gimnasios servían de lugar de preparación formaban parte de la vida social y espiritual de los griegos desde una etapa muy temprana de su historia. Tales eventos deportivos se realizaban regularmente en honor a los héroes y dioses, y a veces formaban parte de festivales o de ritos funerarios de ciertas autoridades.

El estilo de vida activo de los griegos, que pasaban gran parte del tiempo al aire libre, reforzaba su apego a este

## Una industria al servicio del gimnasio

**traigym** WEIGHT  
AERO WEIGHT  
AEROBIC GYM

### Cinta profesional PK-675 by TRAI-GYM

Motor de 3 hp de corriente alterna.  
Tiempo de uso ilimitado.  
Computadora de 5 lecturas.  
Tiempo de entrenamiento.  
Distancia recorrida.  
Velocidad de 0 a 18 km/h  
Calorías.

**OFERTA**  
Consulte planes  
hasta 6 pagos.

### Lingotes plásticos 5 Kg.

Silencioso, Irrompible,  
Calce perfecto

### Barras y mancuernas con discos

(para programa de musculación en 2 colores, gris metalizado y negro).

Bicicleta Indoor

Colchonetas // Bandas elásticas // Tobilleras // Muñequeras // Steps

Todos los accesorios para equipar su Gimnasio,  
al mejor precio, la mejor calidad y directo de fábrica.

Leandro N. Alem 1120 / Dock Sud / Avellaneda / Arg.  
(54 11) 4201-2042 / 0199  
traigym@hotmail.com / www.traigym.com.ar



tipo de actividades, que luego de un período se convirtieron en un elemento prominente de su cultura. El ganador en cualquier contienda atlética, aunque no recibía ningún reconocimiento material, era premiado con el honor y respeto de sus conciudadanos.

Aunque la fecha exacta de origen de los regímenes de ejercicio físico no puede ser especificada, se sabe que esta práctica tuvo sus inicios en el siglo siete antes de Cristo. Se cree que la costumbre nació en Esparta, y aunque hay varias teorías al respecto, la más común señala que la razón principal de estos eventos era la erotización del cuerpo masculino. El mismo propósito es frecuentemente atribuido a la tradición de aceitar los cuerpos de los atletas, una costumbre tan costosa que requería significativos subsidios públicos y privados.

Los gimnasios griegos nunca fueron populares entre los romanos, que creían que el entrenamiento de los niños en gimnasia los conducía a la ociosidad y a la inmoralidad, además de no tener utilidad con fines militares. En Roma, los deberes de la vida del campo y las obligaciones de la guerra tomaron el lugar de los ejercicios gimnásticos de los griegos. El primer gimnasio público romano fue construido por el emperador Nerón y luego otro fue levantado por Cómodo.

Ya en la Edad Media, la equitación y los deportes de campo de diferentes clases lograron mayor popularidad entre la sociedad, en detrimento del entrenamiento más sistemático del cuerpo asociado al gimnasio griego, que se fue descuidando de a poco. Dejó de creerse por entonces que los ejercicios físicos tenían valores terapéuticos específicos, como lo habían señalado Hipócrates y Galeno mucho tiempo antes. ■

Fuente: Wikipedia. Enciclopedia On Line.

# P-equipe

## Técnica de J. Pilates



Marcos Paz 24 B1609EEN San Isidro  
Buenos Aires - Argentina  
Tel.: (54 11) 4700.0393

info@p-equipe.com.ar  
www.p-equipe.com

# LO QUE VIENE EN 2007



En diciembre de 2006 el Consejo Americano de Ejercicio (CAE) anunció las 10 principales tendencias que marcarán el destino de la industria este año.

**1. Más programas específicos para adultos mayores.** Un programa bien balanceado de fitness ofrece grandes beneficios para los ancianos. Pone en forma sus músculos, tendones, ligamentos y huesos para ayudarlos a combatir la artritis y la osteoporosis. Mantienen así un cuerpo más flexible y estabilizan las articulaciones para disminuir el riesgo de lesiones en el día a día y mejoran la calidad de vida.

**2. Entrenamientos en pequeños grupos para todas las edades.** El entrenamiento semi-personalizado (grupos de menos de cinco personas) sigue creciendo. Parejas, familias y amigos consideran cada vez más esa opción como una buena manera de recibir supervisión mientras entrenan a un costo más accesible. Específicamente, este abordaje ofrece a los padres la oportunidad de mostrar a sus hijos que mantenerse activos puede ser divertido y formar parte de su día a día.

**3. Mayor foco en programas para jóvenes.** Cada vez hay más niños y adolescentes obesos debido a la falta de ejercicios físicos y/o a la alta ingesta de calorías. La cintura creciente de la juventud puede ser mejor combatida

con un mínimo de 60 minutos de actividad física acumulada cada día. Programas de fitness dirigidos a este grupo van a crecer, así como la necesidad de entrar en acción.

**4. Los entrenadores personales trabajarán en equipo.** Médicos, entrenadores y nutricionistas seguirán trabajando de manera interrelacionada para que cada miembro del espectro de la prevención en salud pueda tener un papel vital en ayudar a prevenir o revertir muchos de los problemas que afectan a nuestra sociedad en este sentido. Con un abordaje de equipo la probabilidad de éxito se agranda.

**5. Opciones simples, accesibles y alternativas de entrenamiento.** Las personas están buscando variedad en sus programas de ejercicios. La actividad diaria, como una caminata de moderada intensidad, puede ayudar a prevenir enfermedades y prolongar la vida. Es una buena manera de conocer personas y atraer a familiares y amigos hacia un estilo de vida más saludable. Gimnasios hogareños también pueden ser una forma barata y cómoda de entrenar.

**6. Entrenamiento funcional y de equilibrio.** Programas y equipamientos que ayudan a los individuos a



**DIGITALfitness**  
Software Integral de Gestión para Fitness Centers

En Digital Fitness encontrará las opciones tradicionales disponibles en cualquier sistema:

- Administración flexible de actividades.
- Asignación de turnos en pantalla mediante planillas dinámicas.
- Facturación de productos y servicios.
- Control de stock, compras y proveedores.
- Gestión de planes para fidelización de clientes.
- Gestión de fondos: Caja diaria, caja de seguridad, saldo de cospeles

Pero su fortaleza radica en las prestaciones que lo convertirán en su principal herramienta para aumentar la productividad de su empresa:

▪ Múltiples unidades de negocio	▪ Accesible a través de Internet
▪ Análisis de costos	▪ Diseñado para funcionar en varias suc.
▪ Control de acceso configurable por zonas	▪ Terminal de autogestión para socios

CUOTAS FIJAS  
12  
SIN INTERÉS

www.digitalfitness.com.ar - Solicite una demostración en contacto@digitalfitness.com.ar  
Digital Fitness - Catamarca 4031- Vte. Lopez - Tel. (54-11) 4711-6168 / 4790-8270

mejorar sus capacidades de equilibrio y control motriz central están entre las opciones de crecimiento más rápido y más populares actualmente. Los gimnasios y los entrenadores están ofreciendo ese tipo de clases para casi todos los niveles de participantes. Enfocarse en ejercitar varios músculos y articulaciones al mismo tiempo, en lugar de trabajar cada grupo aisladamente, prepara mejor el cuerpo para las necesidades diarias y actividades recreativas.

**7. La conexión cuerpo y mente para una experiencia completa de fitness y salud.** Yoga, Pilates y Tai Chi continúan ofreciendo una oportunidad y una alternativa frente a las actividades de mayor impacto. Los elementos clave de los programas cuerpo mente incluyen postura adecuada, respiración y conciencia corporal. Incorporando elementos de fitness mental y espiritual, las personas podrán cuidar mejor de su ser completo y psicológico, no solamente de sus cuerpos.

**8. Lo mejor en Entrenamiento Personal de los especialistas en el área.** El Personal Training es frecuentemente citado como una de las profesiones de crecimiento más rápido en el mercado y los consumidores están demandando profesionales cada vez más competentes.

**9. Programas enfocados en resultados que puedan medirse.** Los avances tecnológicos están haciendo posible medir más precisamente una variedad de respuestas fisiológicas y documentar los resultados de un programa de entrenamiento. Como ejemplo, los aparatos de controles metabólicos ofrecen datos fisiológicos más correctos para mejorar el control de peso o el desempeño deseado.

Estos datos e informes serán necesarios para asegurar el reembolso de los programas de fitness por parte de las aseguradoras de salud, lo cual debe convertirse en realidad en un futuro muy próximo. Algunos consumidores también ya están optando por programas de entrenamiento que pueden ser cargados en sus iPods, PDAs, etc., que ofrecen ilustraciones y/o videos orientativos.

**10. Programas con tiempo controlado para aquellos con agendas apretadas.** Hay una gran demanda de clases grupales o sesiones de entrenamiento de 45 minutos de duración o incluso menos tiempo. Los profesionales deben continuar respondiendo con programas que atiendan la crítica necesidad de tiempo de las personas para que éstas puedan ejercitarse eficazmente en períodos cortos. ■

Fuente: Consejo Americano de Ejercicios (CAE). Esta entidad promueve los beneficios de la actividad física y protege al consumidor de productos de riesgo y sin eficacia. La entidad, que es el mayor organismo certificado del mundo del fitness sin fines de lucro, patrocina investigaciones y pruebas con base científica que revelan las tendencias del mercado.

» **Empresa de Nutrición Argentina SRL**



[www.enasport.com](http://www.enasport.com)

[www.pushenergy.com](http://www.pushenergy.com)

[www.powernutrition.com.ar](http://www.powernutrition.com.ar)

**DISTRIBUIDOR PARA CAPITAL FEDERAL y GBA**

**ENA DISTRIBUCIONES**

de Alberto Ingutto

Triunvirato 5491 · (1431) Capital Federal  
Tel. (011) 4544-9306 / 4545-6722

**PARA EL RESTO DEL PAIS**

**Empresa de Nutrición Argentina S.R.L.**

Tel./Fax: (0291) 488-8207 / 488-8235  
Florida 1595 · B8003JSY Bahía Blanca  
[administracion@enasport.com.ar](mailto:administracion@enasport.com.ar)

**Venta de suplementos dietarios On-line**



[www.suplementosnet.com.ar](http://www.suplementosnet.com.ar)

**MENCIONANDO ESTE AVISO 10% DE DESCUENTO**

# "EL GIMNASIO NO ES UN PARQUE DE DIVERSIONES"

Asegura Edgard Corona, presidente de Bio Ritmo, una de las cadenas de gimnasios más importantes de Brasil. En su opinión, lograr los resultados que el cliente busca son determinantes en la retención del mismo. Este reconocido empresario será uno de los oradores en las 3ras Conferencias Mercado Fitness a realizarse el 26 de abril próximo en Buenos Aires.



**Edgard Gomes Corona** es brasileño. Ingeniero químico de profesión, tiene un postgrado en Administración de Empresas. Trabajó la mayor parte de su carrera en la industria del azúcar y del alcohol, llegando a dirigir la tercera empresa del sector en Ribeirão Preto (SP). Pero en 1996, optó por regresar a la capital paulista e invertir 2 millones de dólares en su propio negocio: un gimnasio.

Construyó la primera unidad en 1997 en la ciudad de San Pablo, en el barrio de Santo Amaro; en 1998 abrió la sede de la Avenida Paulista, y luego llegaron Continental y Morumbi. A lo largo del proceso, Edgard Corona contó con el asesoramiento de varios consultores extranjeros que lo ayudaron a encontrar y conservar un foco en su propuesta de servicios de cara al mercado consumidor.

Diez años después, su empresa **Bio Ritmo** es una de las más importantes en la industria brasileña de fitness. Emplea a 600 personas y atiende a unos 30 mil clientes. La red posee nueve gimnasios abiertos al público y tres dentro de empresas (Banco Itaú -2- y Editora Abril), con una superficie media de 1800 metros cuadrados cada uno. Su facturación total es de casi 14 millones de dólares al año.

Habiendo invertido ya más de 20 millones de dólares en lo que considera el camino acertado dentro de la industria del fitness, Corona tiene planes audaces de cara al futuro. Planea abrir en los próximos cinco años veinte unidades más de **Bio Ritmo**: diez en empresas y diez a la calle para el público en general. De esa forma, espera incrementar su facturación anual en poco más de 10 millones de dólares.

En este reportaje realizado por el reconocido publicista brasileño Walter Longo, y transmitido por **PodFitness** durante la 6ta IHRSA Fitness Brasil, Edgard Corona habla sobre la evolución de su empresa y opina sobre la realidad de la industria.

**WL: ¿Cómo fue que un ingeniero químico se transformó en un dueño de gimnasio tan exitoso?**

EC: Este era inicialmente un segundo negocio, y terminó siendo el principal. Pero creo que el ser ingeniero químico me ayudó mucho en la estructuración de procesos.

Era el momento del dólar uno a uno, con una tasa de intereses muy alta. No creímos mucho en esa relación de cambio monetario y pensamos que esa realidad iba a modificarse en algún momento. Entonces, decidimos que los

# Le Corp

Virrey del Pino 2237 (1426) Bs. As. / Tel: (54 11) 5786-0458 / 4780-1085  
www.lecorpilates.com.ar / lecorpilates@yahoo.com.ar

Equipamiento para método Pilates

Instituto de Capacitación, asesoramiento y práctica de Método Pilates  
Envíos al interior - exportación de equipamiento  
Variedad de colores en tapizados  
Garantía



# CONTROLGY

auténtico pilates

Reformer Chair Cadillac Ladder Barrel Wall Unit



el mejor equipamiento - la mejor capacitación

www.controlgy.com.ar info@controlgy.com.ar  
4784-9559 - 154-176-5964 - 155-062-4399

# AllSquashCourt®

ESPECIALISTAS EN CONSTRUCCIONES DEPORTIVAS



- Pisos deportivos indoor/outdoor.
- Nueva sup. de despegue en goma.
- Pulido y limpieza de pisos de madera.
- Pintura.
- Iluminación.
- Ventilación y acondicionamiento de aire frío/calor.

Ofrecemos asesoramiento, proyecto, construcción, equipamiento, mantenimiento, refacciones y reparaciones.

**Instalaciones bien mantenidas, clientes satisfechos.**

Oficinas: Posadas 1355, 11° B (1011) - Ciudad de Buenos Aires, Argentina.  
TE/FAX: (54 11) 4812-9257 / info@allsquashcourt.com.ar / www.allsquashcourt.com.ar

**Descubra la forma de renovar ó instalar un gimnasio con una baja inversión**



Máquinas con sobrecarga

Máquinas a disco Bancos y Accesorios

Cintas

Bicicletas / Indoor Cycle

Elípticos

Equipamientos reacondicionados a Nuevo - La mayor variedad en marcas y modelos.  
Exclusivo sistema PLAN CANJE - Tomamos máquinas usadas en parte de pago.

Importación, Fabricación y Distribución

Martínez Rosas 1055 (C1414ADC)

Cap. Fed. - Bs. As. - Tel/Fax (54 11) 4854-1693

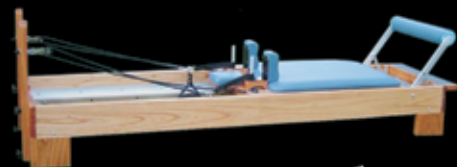
info@unicomfitness.com.ar - www.unicomfitness.com.ar

## UNICOM

fitness equipment

## Sunbright

equipamiento pilates



EXPORTAMOS

LINEA COMPLETA

REFORMER

TRAPECIO

COMBO

CHAIR

LADDER BARREL

UNIDAD DE PARED

BABY ARC

La mejor máquina del mercado .... a precio normal  
3 años de garantía total. Capacitación incluida.

011-15-52473531

gotace@speedy.com.ar

## ARQUITECTURA TEXTIL

Cno. Gral. Belgrano km. 10,5 [1876] Bernal  
Pcia. Buenos Aires - Tel. (54 11) 4270-3700



**PAGANI**  
construcciones textiles

## NUEVO

REMO, 100% mecánico,  
ideal para  
Gimnasios,  
Centros de  
rehabilitación,  
Clubes, Spa y  
uso familiar.



Edmundo D. Amicis 133.  
Cel.: (0358) 156 001268  
- 154 017147

5800 - Río Cuarto - Cba. Argentina  
e-mail: info@updown.com.ar

Sistema registrado por UP DOWN  
**UP DOWN**  
Ingeniería al servicio del fitness  
www.updown.com.ar

## DIPLOMATURA UNIVERSITARIA EN CAPACITACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE LA SALUD, ADECUACIÓN FÍSICA Y ENTRENAMIENTO PERSONAL.

DIRECTOR  
DR. JORGE FRANCHELLA - MÉDICO DEPORTÓLOGO

### PROGRAMA DE ESTUDIO Y PLANTEL DOCENTE

**FISIOLOGIA:** Sábado 14 de abril de 09:00 a 19:00 hs.

**JORGE GONZALEZ GUEDES**

Profesor Nacional de Educación Física. Ex director del gimnasio Barre Colorate, Villas Raquet Club, Club Ciudad de Buenos Aires.

**ENTRENAMIENTO:** Sábado 12 de mayo de 09:00 a 19:00 hs.

**CARLOS MEDEIRO**

Licenciado en Educación Física. Ex preparador físico de la selección nacional de voleibol y hockey rama masculina. Actualmente a cargo de la preparación física del seleccionado sub 16 de la Asociación de Fútbol Argentino.

**NUTRICION:** Sábado 16 de junio de 09:00 a 19:00 hs.

**MARIA EMILIA MAZZEI**

Licenciada en Nutrición. Team Management of Diabetes Mellitus. Asesora nutricional de la Fundación Cardiológico Argentina. Docente de la Cátedra Nutrición en la Licenciatura en Educación Física UNSAM.

**EVALUACION:** Sábado 14 de julio de 09:00 a 19:00 hs.

**HERNAN CASTRO**

Licenciado en Educación Física. Coordinador Académico de la Licenciatura en Educación Física en UNSAM. Docente de la cátedra de Biomecánica en UNSAM. Docente del curso de postgrado de Medicina del Deporte de la UBA.

**GERMAN LAURORA**

Licenciado en Educación Física. Coordinador Académico de la Licenciatura en Educación Física en UNSAM. Docente de la cátedra de Estadística y Computación Aplicada de Estadística en la Universidad de San Martín. Docente del curso de postgrado de Medicina del Deporte de la UBA.

**GESTION, SEGURIDAD Y MARKETING:** Sáb. 11 de agosto de 09:00 a 19:00 hs.

**MIGUEL RICOBELLI**

Profesor de Educación Física. Licenciado Gestión y Administración de la Educación – UNSAM. Profesor Titular de la Asignatura Recursos Humanos de la Licenciatura en Gestión y Administración de la Educación- UNSAM.

**ANA LAURA CASTRO**

Licenciada en Ciencias de la Educación. Posgrado en Formación de Formadores de la Universidad de Buenos Aires. Titular de Fitmental, empresa de consultoría, selección de personal y capacitación en actividad física y fitness.

**SALUD Y FITNESS:** Sábado 15 de septiembre de 09:00 a 19:00 hs.

**ALEJANDRA VÉLEZ**

Médica Nutricionista.

**TRABAJOS PRACTICOS**

**JUAN MANUEL FLORES**

Profesor Nacional de Educación Física. Entrenador Personal. Docente del curso de especialista de Medicina del Deporte de la UBA. A cargo de programas de entrenamiento en personas con factores de riesgo de COASyP.

Para informes e inscripción: [coasyp@masvida.com](mailto:coasyp@masvida.com) – [www.masvida.com](http://www.masvida.com)  
Belgrano 615 5° "F" Ciudad Autónoma de Bs. As. Tel.: 54 11 4331-6698

Costo total: Cuota inicial de \$90.- y 6 cuotas de \$135.- / CUPOS LIMITADOS

Auspicia:



Organiza:



Gestión y Administración:



Media Sponsor:



negocios basados en importación o exportación de productos industriales no eran buenos a futuro.

Entendimos que el sector de servicios, mayormente concentrado en la salud, podía tener un buen futuro, ya que también veíamos su crecimiento afuera del país. Ahí entramos en este negocio y nos dimos cuenta de que es un mercado muy trabajoso.

**WL: Pero tuvieron mucho éxito, ¿no?**

EC: Si, nos está yendo bastante bien. Pero el mercado afuera de nuestro país crece a una tasa del 14 por ciento anual. Sucede que en Brasil la renta per capita cayó mucho y por eso esta industria no ha explotado todavía aquí. Ha durado mucho, es cierto, pero aún falta dinero disponible en la población para ser gastado en este servicio. Además, hay muchas trabas laborales y tributarias en nuestro país. Y por causa de esa situación, la población está pagando un costo, y hasta un sobre costo, para tener salud.

**WL: Ustedes han realizado grandes inversiones en tecnología, con equipamientos de última generación, con televisores de plasma. ¿Eso les ha traído resultados? ¿La relación costo beneficio se está compensando?**

EC: Tenemos diversas unidades en San Pablo y es lógico que algunas queden desactualizadas en ciertos momentos. Seguramente has visitado alguna de las mejor equipadas. Pero lo curioso es que nuestro más alto desempeño en los últimos tiempos lo hemos tenido en una de las unidades más viejas.

De modo que esa situación no tuvo que ver seguramente con el equipamiento, sino con una serie de procesos de atención que hicieron que la retención mejorara mucho, principalmente en esa unidad, lo que nos permitió crecer en el primer semestre, que es siempre muy difícil para la industria, alrededor del 11 por ciento.

**WL: Este es un negocio de personas.**

EC: Sin dudas. De hecho, un tiempo atrás teníamos en la sala de musculación una computadora donde el cliente podía obtener su programa de entrenamiento. Hasta llegamos a migrar ese sistema a palms (computadora de mano) que los profesores podían usar fácilmente.

Pero un día, conversando con una cliente, me comentó que por causa de esa palm el profesor estaba tan ocupado que no le decía ni buen día. Entonces desistimos de esa herramienta, porque estaba faltando calor humano. Dejamos las palms y volvimos con las fichas, porque los clientes estaban necesitando cariño y resultados.

**WL: Cuanta más tecnología hay involucrada en el servicio, menos contacto personal existe. Y la gente va al gimnasio para encontrarse con personas, no con máquinas. ¿No te parece?**

EC: Van a encontrarse con personas y con un mínimo de resultados. El gimnasio es un lugar donde relacionarse con personas, pero no es un parque de diversiones. Hay gente que está en el gimnasio dos horas por día, cinco días por semana, haciendo todos los ejercicios mal. Y obviamente no obtienen resultados.

Entonces, al tiempo se cansan y abandonan diciendo que el gimnasio no funciona. ¿Por qué nadie les dijo que sus músculos necesitaban tiempo de reposo? Es lógico, si este negocio no necesitará de un profesor dando orientaciones básicas, no haría falta tener empleados. Bastaría con dejar entrar a los clientes para que se diviertan.

Pero no es así. Lo importante es tratar con cariño a cada socio, dándole los conocimientos desde el inicio para que sepa cómo va a lograr los resultados que busca. Hay que ser mucho más efectivos en la entrega de servicios para con el cliente.

**WL: Bio Ritmo lanzó una campaña que garantiza resultados en 30 minutos, 3 veces por semana. ¿Cómo sustentan esa promesa?**

EC: Todo comenzó con un australiano, Paul Brown, que considero un genio porque consiguió resumir en un programa lo que debía hacerse durante los primeros 60 días de una persona sedentaria, que nunca entró en un gimnasio.

Lo primero que descubrió es que había que simplificar el proceso. Segundo que ese proceso debía ser transmitido siempre de la misma manera, o sea, con todos los profesores hablando el mismo idioma. Tercero que para un sedentario no hacían falta dos horas de entrenamiento sino sólo treinta minutos, tres veces por semana.

Se hace un trabajo con esa persona que tiene toda una fundamentación técnica. Son cinco sesiones de entrenamiento personalizado que se agendan, de las doce que debe entrenar, o sea que hay un acompañamiento muy fuerte. Luego de los primeros tres meses, la persona conoce toda la operación del gimnasio.

Es como cualquier otra escuela. El proceso pedagógico debe ser gradual, primero cinturón blanco o preescolar y luego se va ascendiendo. No podemos darle todo el primer día, porque no va a poder absorberlo. Luego, cuando la actividad física ya es prioritaria en su vida, la persona por sí sola aumenta la frecuencia y el tiempo que le destina. ■

solución ARG  
**sarGym Manager**<sup>®</sup>



Software de administración

Management de planes

Débitos automáticos

Control de acceso

Servicio Premium

La solución  
en management  
más avanzada  
del mercado

[www.solucionARG.com](http://www.solucionARG.com)

## VENTA

**Claudio Quintana**

Vendo 4 reformer de guatambú macisos con 4 box, 4 tablas de salto y 4 tobilleras, 1 ladder barrel y 1 combo chair, todo sin uso, marca Stride, total \$ 14000. Quilmes (GBA).  
TE: (011) 4200-1078  
info@stride.com.ar

**Natalia Machi**

Vendo 16 bicicletas fijas en muy buen estado. Villa Bosch (GBA).  
TE: (011) 4844-1560  
nvmtna@yahoo.com.ar

**Carola Correu**

Vendo camilla marca Fox modelo full a \$ 2300, estructura de metal plegado y laterales de guatambú laminado macizo de 1° calidad que brindan mayor solidez y mejor terminación, 5 posiciones distintas en la barra apoya pie, tapizados. Ezeiza (GBA).  
TE: (011) 4232-8980  
carola\_correu@hotmail.com

**Andrés Londero**

Vendo 18 máquinas de gimnasio con 3 años de uso, 23 kit local y 23 colchonetas, excelente estado. Santa Fe (Capital).  
TE: (0342) 156 134-088  
andreslondero@hotmail.com

**Gabriela Taborda**

Vendo caminador elíptico Orbitrack 2000 excelente estado, bastones 2 posiciones, monitor cuadrifuncional, dial para ajustar resistencia, oportunidad única. Córdoba (Capital).  
TE: (0351) 479-0677  
gf2210@yahoo.com.ar

**Christian Ruiz Díaz**

Vendo banco plano más dorsalera a \$ 600. Capital Federal.  
TE: (011) 155 764-4213  
christianruizdiaz@hotmail.com

**Eduardo Cerimedo**

Vendo lote de máquinas usadas (multifuerza, camillas de piernas, bancos, etc), 4 bicis de indoor marca Randers a \$ 550 c/u, 15 step plásticos con bases a \$ 55 c/u, 20 slides a \$ 35 c/u. Buen precio por pago de contado. San Juan (Capital).  
TE: (0264) 154 174-337  
eduardocerimedo@hotmail.com

**Fabián Djelardini**

Vendo equipamiento para armar gym completo, todo Fitness Machine en buen estado, 3 cintas Spirit, 4 bicicletas Jonhson, escucho propuestas y financiación. Capital Federal.  
TE: (011) 4433-6444 / 3719  
olympuscenter@fibertel.com.ar

**Juan Campo**

Vendo equipamiento completo para gimnasio marca Power Force de excelente calidad y estado, 2 cintas profesionales y 3 bicis de indoor de la misma marca, barras, 600 kg de discos comunes y olímpicos, venta en conjunto, no fraccionado. Tandil (Pcia. de Buenos Aires).  
TE: (02293) 431-997  
juancarloscampo@yahoo.com.ar

## FONDO DE COMERCIO

**Ana Gerosa**

Vendo estudio de pilates trabajando en centro de estética: 2 reformer completos, espejos, colchonetas, mancuernas, bandas, pelota, etc. frente a importante barrio. Todo a \$ 10000, tomo auto. Los Polvorines (GBA).  
TE: (011) 4663-2799  
centerfitness\_2006@yahoo.com.ar

**Nicolás Dei Vecchi**

Vendo fondo de comercio, reconocido gimnasio en pleno centro de la ciudad, información solamente telefónica. Bariloche (Río Negro).  
TE: (2944) 533-386  
dmgimnasio@speedy.com.ar

**Mónica Domínguez**

Vendo fondo de comercio de gimnasio, 11 años en la zona, totalmente equipado y en funcionamiento, urgente por viaje. Villa Sarmiento (GBA).  
TE: (011) 5780-3531  
gymgym31@yahoo.com.ar

**Verónica Ruffo**

Vendo fondo de comercio de gimnasio funcionando por no poder atender, 2 salones totalmente equipados, varias actividades, bajo alquiler, todo a us\$ 10000. Santos Lugares (GBA).  
TE: (011) 4843-9123  
verokevinjorge@hotmail.com

**Ana María Gavini**

Vendo gimnasio totalmente equipado y funcionando, máquinas Fitness Machine, bicis, cintas, escalador, salón de pilates reformer, salón para clases gr-

pales. Capital Federal.

TE: (011) 156 474-5175  
ijmonti@uolsinectis.com.ar

**Carlos Fus**

Vendo fondo de comercio, gimnasio de categoría c/equipamiento full nuevo, excelente local 500 mts2 de lujo, pisos de madera habilitado c/nueva reglamentación, baños y vestuarios únicos z/Caballito residencial sobre Av. Rivadavia, contrato 5 años a u\$s 75000. Capital Federal.  
TE: (011) 156 098-5710  
gimnasioventa@hotmail.com

**Sergio Giménez**

Vendo estudio de pilates: 5 reformer, chair, barrel, trapecio, 7 box, 3 tablas de saltos, pelotas, colchonetas, totalmente espejado, 2 aire acondicionado, pc con software de gestión de socios, 80 socios promedio, excelente zona, 2 años de antigüedad. Capital Federal.  
TE: (011) 156 397-7595  
seca1601@yahoo.com

## ALQUILER

**Gisela Martínez**

Alquilo (con posibilidad de venta) equipamiento completo (maquinarias, cargas, saunas, espejos, aeróbics, equipo de audio, etc.) para la instalación de tu gimnasio. W. Morris (GBA).  
TE: (011) 156 246-8920  
deboragisela@hotmail.com

**Alejandro Gorosterraza**

Alquilo gimnasio totalmente equipado. Santa Fe (Capital).  
TE: (0342) 456-6218 / 156 110-735  
alex1mg@yahoo.com

**Walter Rodríguez**

Alquilo máquinas para gym completo, camilla de piernas, hawk, dorsalera, press pecho, peck-deck, pantorrillera, bancos todos, abdominales, bicis indoor, cintas, balanza, espejos, etc. Florida (GBA).  
TE: (011) 4837-0992  
sportlife2000@yahoo.com

**Roberto Barros**

Alquilo estructura diseñada especialmente para gimnasio, 600 mts2 cubiertos, espejados, ubicado en la zona centro. Pergamino (Pcia. de Buenos Aires).  
TE: (02477) 425-431  
atenas2010@yahoo.com.ar

## COMPRA

**Daniel Marín**

Compro 20 bicicletas nuevas o usadas en buen estado para indoor. Pilar (GBA).  
TE: (011) 155 715-8874  
dany\_trainer@hotmail.com

**Ariel Cardenes**

Compro camas de pilates nuevas o usadas; compro bicis de indoor. Paraná (Entre Ríos).  
TE: (0343) 156 233-570  
arielsantiagocardenes@hotmail.com

**Marcelo Rag**

Compro discos de fundición 20-10-5kg; barras y máquina combinada aduc-abduc del tipo Fox modelo 2000 en adelante. Capital Federal.  
TE: (011) 4604-2157  
marcelo.rago@argentina.com

**Walter Vargas**

Compro cintas para correr y bici de indoor para gimnasio en la pcia. de Mendoza, nuevas o en excelente estado. Mendoza (Capital).  
TE: (0261) 425-1535  
waltervargas7@hotmail.com

**Raúl Caballero**

Compro multipower (smith) usada, es-cucho ofertas. Zárate (Pcia. de Buenos Aires).  
TE: (03487) 156 274-31  
rhiclon@yahoo.com.ar

**Yanina Donatini**

Compro máquinas usadas, mancuernas, discos y accesorios para apertura de gimnasio en zona Oeste, en buen estado, preferentemente de marca reconocida en el mercado. San Justo (GBA).  
TE: (011) 155 459-4143  
yaninadonatini@gmail.com

**Agustina Cantero**

Compro cinta electrónica usada y en buen estado para gimnasio. 9 de Julio (Pcia. de Buenos Aires).  
TE: (02317) 432-706  
canteroagustina@hotmail.com

## PERMUTA

**Gabriela Otero**

Permuta y/o vendo cinta Kip Machines 2004 excelente estado por elíptico de la misma marca y mismo año. City Bell (Pcia. de Buenos Aires).  
TE: (0221) 472-0427  
gaboyotero8@hotmail.com



**Misión:** Organización dedicada a desarrollar y promover la industria del Fitness & Wellness.

**Visión:** Ser la Organización por excelencia reconocida a nivel nacional e internacional que impulsa el mercado del Fitness en Argentina.

**Objetivos:** Apoyar a sus miembros en la administración de sus negocios propiciando siempre el intercambio de información y know how.

**Ser parte de la CGA es un camino seguro hacia la expansión y el éxito de su empresa. Sumate hoy**



# FORMACIÓN PROFESIONAL 2007

Durante este año **Mercado Fitness** y la consultora **FitBiz** reafirman su misión de estimular la profesionalización de los empresarios y emprendedores de la industria de clubes y gimnasios a través de una nutrida agenda de cursos, conferencias y seminarios.

Desde marzo de 2007, los propietarios y gerentes de clubes y gimnasios de todo el país, así como de países vecinos, y los emprendedores con ganas de iniciarse en negocios vinculados al mundo del fitness y la actividad física, podrán acceder a un completo e inédito programa de capacitación empresarial en Buenos Aires.

**- Evento: Curso de Gestión Estratégica de Gimnasios**

- Duración: 60 horas
- Costo: \$2250 + IVA
- Fecha: Inicio en Marzo
- Lugar: Buenos Aires
- Descripción: Los asistentes conocerán en tres encuentros mensuales, de 20 horas cada uno, los puntos clave para gerenciar sus gimnasios con dinamismo y eficacia.

**- Evento: 3ras Conferencias Mercado Fitness 2007**

- Duración: 8 horas
- Costo: \$230 + IVA (\*)
- Fecha: 26 de abril
- Lugar: Buenos Aires
- Descripción: Los mejores especialistas extranjeros dictarán durante una jornada completa charlas sobre gestión, marketing, retención, ventas, finanzas, etc.

**- Evento: Seminario de Marketing de Gimnasios**

- Duración: 4 horas
- Costo: \$190 + IVA (\*\*)
- Fecha: 27 de abril
- Lugar: Buenos Aires
- Descripción: El norteamericano Mike Chaet, uno de los especialistas en gestión y marketing más reconocidos del mundo, disertará por primera vez en Argentina.

**- Evento: Seminario de Arquitectura de Gimnasios**

- Duración: 4 horas
- Costo: \$190 + IVA (\*\*)
- Lugar: Buenos Aires
- Descripción: Aprenda junto a los arquitectos brasileños Patricia Totaro y Luis Amoroso cómo diseñar integralmente su gimnasio.

(\*) Los inscriptos al curso de Gestión Estratégica tendrán 50% de descuento en su inscripción a las conferencias y seminarios del 26 y 27 de abril de 2007.

(\*\*) Los inscriptos a las 3ras Conferencias Mercado Fitness tendrán 20% de descuento en la inscripción a cualquiera de los seminarios del día 27 de abril o bien 30% de descuento si participan de ambos.

Por más información sobre estos y futuros eventos de capacitación, los interesados pueden escribir a [info@mercadofitness.com](mailto:info@mercadofitness.com) – [info@fitbiz.com.ar](mailto:info@fitbiz.com.ar) o llamar telefónicamente al (54 11) 4115-3524 o 25.

2007...  
CUMPLI TUS PROMESAS AL 100% !!!  
COMPRÁ  
**Athletic**

Catherine Fulop.

## Línea profesional



Horizontal PRO



Professional PRO 2



Entrega inmediata, financiación exclusiva.

Show room: Álvarez Thomas 1899

Ciudad Autónoma de Bs. As.

Tel/Fax: (011) 4553-8961/74



**Athletic**

TE PREPARA

[www.athletic.com.br](http://www.athletic.com.br)



PERSONAL TRAINER ONLINE

## EL 40% DE LOS ESTUDIANTES NO PRACTICA DEPORTES



Un estudio de la **Universidad del Litoral (UNL)** señala que el deporte no es una práctica habitual entre los estudiantes. Estos argumentan falta de tiempo y de dinero. Dicen que entrar en la universidad disminuyó las posibilidades de ejercitarse. También aducen que ir a un gimnasio les acarrea un gasto extra.

De acuerdo con una encuesta realizada por el Paraninfo a 100 universitarios de la citada casa de altos estudios de Santa Fe, sólo 59 por ciento respondió que realiza deportes al menos una vez por semana. Las más reacias a la actividad física son las mujeres: sólo 47 por ciento reconoció hacer ejercicios regularmente.

Fuente: Paraninfo de la UNL

## CERTIFICADO ÚNICO DE APTITUD FÍSICA



Para evitar casos de muerte súbita vinculados al deporte, un grupo de expertos propone un **Consenso Nacional para la Evaluación y Certificación de la Persona Físicamente Activa**. Es decir, un certificado único de aptitud física para hacer deporte. La iniciativa la lidera la Asociación Metropolitana de Medicina del Deporte.

Fuentes: Clarín - Infobae - Telam

## CONTROLES EN GIMNASIOS DE NEUQUÉN



Según registros municipales, la ciudad de Neuquén tiene 70 gimnasios, pero hay 25 que no cumplen con alguno de los requisitos establecidos en la ordenanza 7.752/97.

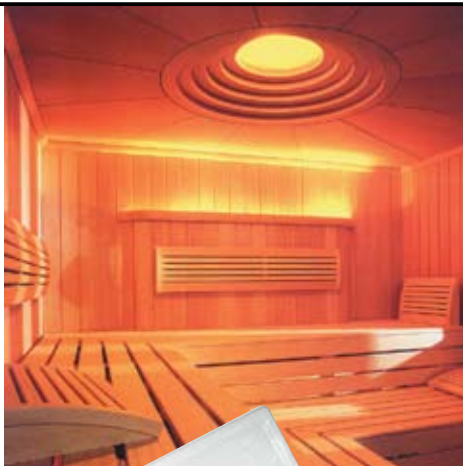

Las irregularidades más comunes son: la no exigencia de un certificado de salud a sus clientes, la falta de contratación de servicios de ambulancias o de un seguro especial para sus socios. No obstante, en una docena de casos las anomalías también llegan a la no presentación del título que avale los conocimientos del entrenador e incluso a incumplimientos en los requisitos de la estructura edilicia.

“Tuvimos casos de gente que abría un gimnasio en el garaje de su casa, violando todos los requisitos de salubridad y ventilación”, explicó el Subsecretario de Deportes del municipio, **Sergio Sanfilippo**, quien además agregó: “Nosotros no controlamos que se pidan certificados de salud porque tenemos sólo cuatro inspectores. Esto es algo que queda en el dueño del local, porque sus clientes son su responsabilidad”.

Fuente: [www.rionegro.com.ar](http://www.rionegro.com.ar)

Espacios equilibrados y armónicos para descubrir las mejores sensaciones.

- Hidromasajes en acrílico
- Saunas
- Spa
- Ducha Escocesa & Finlandesa
- Cabinas de Nieve
- Pediluvios
- Mamparas

**HydroSpa®**

ventas: av. mitre y 51a - hudson  
 adm.: guido 445 piso 8a - quilmes  
 buenos aires - argentina  
 54.11.4254.9009 / 4224.2747  
 nextel: 54\*157\*1811  
 info@hidrospa.com.ar  
 www.hidrospa.com.ar

La fuerza de los elementos: agua, tierra, fuego y aire, crean ambientes saludables de la forma más natural.



## FONDOS PARA 172 CLUBES BONAERENSES

Fueron 172 los clubes bonaerenses beneficiados con los apoyos económicos que entregó recientemente el Programa Nacional Nuestro Club, de la **Secretaría de Deporte de la Nación** dependiente de Jefatura de Gabinete de Ministros. Durante la reunión, en la que se le entregó a cada institución 3.000 pesos, el secretario de Deporte Claudio Morresi expresó: "Esta inversión que hace el Estado es de suma importancia, porque en los clubes se aprende a ser digno y a cumplir con las reglas".

Fuente: Prensa - Secretaría de Deporte de la Nación



## CONTROLES EN ZARATE

A través de la promulgación de una Ordenanza del **Concejo Deliberante de Zárate**, se solicitó al Departamento Ejecutivo Municipal que arbitre las medidas necesarias para que ejerza el control sobre los gimnasios de la ciudad. Entre otras cosas, se requirió que éstos estén a cargo de profesores de Educación Física que tengan aprobados cursos de primeros auxilios y que todas las personas que concurran a sus instalaciones presenten un certificado médico de aptitud física.

Fuente: [www.eldebate.com.ar](http://www.eldebate.com.ar)

**Ionasur**

**Cubiertas de piletas**

AV. HIPOLITO IRIGOYEN 1802 AYELLANEDA Tel. (011) 4209-3135  
 ventas@lonasur.com.ar www.lonasur.com.ar

# Hidro World

## Construimos su spa

- Hidromasajes
- Saunas
- Duchas Escocesas
- Baño Finlandez
- Duchas Vichy
- Piletas de natación de hormigón

Asesoramiento sin cargo.

Presbítero Julian Navarro 5711 / 13 Vicente López (1606) Prov. Bs As.  
 Tel. (54 11) 4509-6879 / [info@hidro-world.com.ar](mailto:info@hidro-world.com.ar) / [www.hidro-world.com.ar](http://www.hidro-world.com.ar)

**AGUA CALIENTE, CALEFACCION  
 CLIMATIZACION DE PISCINAS  
 HOTELES - CLUBES - GIMNASIOS - SPA  
 PROYECTOS - MONTAJES - ASESORAMIENTO PERSONALIZADO**



Generadores de vapor  
 Termotanques industriales  
 Calderas para calefacción  
 Climatizadores de piscinas



**GENERADORES DE AGUA CALIENTE**

ANTISARRO - DE TRES O MAS CIRCUITOS  
 TODO EN UN SOLO EQUIPO

- Menos Espacio
- Menos Calorías
- Más Rendimiento
- Más Duración



Constitución 3227/29 - Cap. Fed. - Tel.fax: (011) 4931-0183/0294 - [www.calderassantero.com](http://www.calderassantero.com) - [info@calderassantero.com](mailto:info@calderassantero.com)



Antes



Después

Mall Plaza Vespucio



Alex Wiesner

# NACE ENERGY FITNESS CLUBS

Los dueños de Powerhouse Gym decidieron rebautizar su cadena de gimnasios bajo esta marca propia. Prevén abrir entre dos y tres locales nuevos por año, con una inversión cercana a los 20 millones de dólares.

Desde el 1 de enero pasado la cadena de gimnasios **Powerhouse Gym** pasó a llamarse **Energy Fitness Clubs**. “La idea es apostar al cambio y por ello decidimos crear una marca propia, que represente fielmente las aspiraciones de nuestros socios de sentirse bien, de estar en forma y de disfrutar la vida”, explica **Alex Wiesner**, gerente general de compañía.

En este cambio también influyó la llegada de **Mark Mastrov**, fundador de la cadena de gimnasios norteamericana **24 Hour Fitness**, quien en marzo de 2004 compró 85 por ciento de **Chilefit SA**, empresa que comanda el destino de Energy Fitness Clubs. Pero la decisión se demoró un par de años, “por el excelente posicionamiento de la marca en Chile”, dice Wiesner.

A pesar de ello, apostaron a que el cambio no los afectaría porque “los socios valoran otros atributos nuestros asociados a la calidad en el servicio al cliente, variedad de opciones en especialidades deportivas, amplitud de horarios, excelencia profesional, buenos equipamientos, ambiente en el gimnasio y cumplimiento de objetivos individuales”, asegura Wiesner.

Energy Fitness Clubs será la imagen de los locales e infraestructura actuales y mantendrá el plan de expansión dise-

ñado hace dos años. Hoy esta compañía tiene presencia en las comunas de Vitacura (Vitacura-Vespucio), Las Condes (Encomenderos-El Bosque), Lo Barnechea (Av. La Dehesa), Huechurabba (Mall Plaza Norte), Peñalolén (Tobalaba-Quilín), La Florida (Mall Plaza Vespucio), Rancagua (Carretera El Teniente) y Concepción (Mall El Trébol).

El plan de la cadena prevé la apertura de dos a tres locales por año, con una inversión cercana a los 20 millones de dólares. El próximo gimnasio se ubicará en Mall Plaza Oeste Maipú y será el más grande construido por la cadena a la fecha, con 2.000 m<sup>2</sup>. Este es el cuarto gimnasio planificado con Mall Plaza, con quien sostienen una alianza estratégica de crecimiento.

“En los diez años que tenemos en el mercado hemos aprendido a conocer

a nuestros clientes y sus necesidades. Sabemos cuáles son sus motivaciones al preferirnos”, relata el propio Wiesner, quien además asegura que “lo más trascendental es que cambiamos nuestra marca para identificarnos plenamente con nuestra personalidad como empresa, con el entusiasmo que nos mueve cada día, con lo que nos motiva, con el regalo de sentirse vital”.

En otras palabras -prosigue- queremos reflejar hacia afuera, hacia nuestros socios, lo que somos capaces de ofrecer cada día. Hoy somos más que una empresa, somos un movimiento, una forma de vida que llamamos ENERGY FITNESS”. En esta línea agrega: “Estamos convencidos que nuestro cambio nos dará una identidad más profunda, más arraigada, y una base para seguir creciendo hasta convertirnos en la mejor empresa de fitness de Chile”. ■

## Los inicios

**Powerhouse Gym** nació en Chile hace diez años por iniciativa de **Alex Wiesner**, quien siempre se reconoció un apasionado por el deporte y la vida sana. Contó en los comienzos con el vital apoyo de su padre, quien además fue su principal socio durante los primeros tiempos. La fórmula tuvo el éxito esperado y tras una década de vida, su empresa lleva atendidos más de 50 mil clientes y mantiene hoy unos 16 mil socios activos, en sus nueve unidades.



## Sportlife premiada

En una ceremonia realizada en Casapiedra, la cadena **Sportlife** fue recientemente distinguida con el premio **Superbrands** en el rubro gimnasios. Este galardón es conocido en muchos países como el "Oscar del Branding".

Junto a Sportlife fueron premiadas otras 37 marcas de primera línea entre las que se destacan Bayer, Chilevisión, Cine Hoyts, CocaCola, ColoColo, El Mercurio, y Movistar. El propósito de Superbrands Chile es rendirle tributo a las marcas líderes del país, tal como lo viene haciendo desde hace más de diez años en más de 50 países.

Sportlife nació en 1993 en Santiago de la mano del empresario **Mauricio Musiet**, actual gerente general de la compañía. Cuenta hoy con una quincena de gimnasios propios y franquiciados en Chile y en Perú, y aspira alcanzar las 30 unidades para 2010, al tiempo que pretende expandirse a otros países de Latinoamérica.

## Remodelarán el Monumental

**Blanco y Negro (BN)**, la concesionaria que administra Coco Colo, invertirá dos millones de dólares en la primera etapa de remodelación del Estadio Monumental y del recinto de 22,5 hectáreas que ocupa en Macul. El inicio de los trabajos se prevé para enero de 2007.

El proyecto, elaborado por el estudio "Cristián Boza y Asociados", está preaprobado y sólo le falta la ratificación final del directorio de BN. El mismo divide los terrenos en cuatro áreas de acuerdo con su uso: equipamiento deportivo, institucional, áreas a concesionar y estadio.

En el lado norte del recinto actualmente hay canchas ocupadas por el primer equipo y cadetes. De ellas quedarán cuatro con las dimensiones oficiales, otras cuatro de tamaño menor y una plaza central.

En el sector que da a avenida Marathon se harán cuatro construcciones: la "Casa Alba", el edificio institucional, el núcleo administrativo y un gimnasio que sería ocupado, entre otras cosas, para el equipo colocolino en la Dimayor. Además se instalarán 357 estacionamientos de uso "institucional".

Fuente: El Mercurio

## Nuevo complejo deportivo



Abrió sus puertas el complejo deportivo **Jonathan Araya** de Viña del Mar. Fue inaugurado por la alcaldesa de la ciudad, Virginia Reginato, junto a destacadas figuras del deporte, como Marcelo Salas y los hermanos Jaime y Álvaro Filloi. Ubicado en el sector de Forestal Alto, este centro cuenta con un amplio gimnasio techado, cachas de tenis y fútbol, una piscina y juegos infantiles. El mismo demandó una inversión cercana a los 400 millones de pesos.

Fuente: [www.noticias.123.cl](http://www.noticias.123.cl)

**FULLGYM**  
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

Logos: **APulse** total fitness solutions, **BodySolid**, **Steeiflex**, **PRO SPEED**, **KAMPION**

Inversiones Salud y Vida Ltda. Av. 8 Norte 340 / Viña del Mar / Chile  
Tel: 56-32-682216 / movil: 82098963 / ventas@fullgym.cl / www.fullgym.cl

2006 &amp; 2007

# LO QUE PASÓ Y LO QUE VENDRÁ

Consultamos a tres diferentes actores de la industria de gimnasios de Perú sobre su balance del año que se fue y sobre lo que esperan del año que se inicia. A continuación compartimos con ustedes sus respuestas.

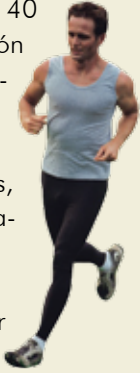
- 1** ¿Qué balance haces del año 2006?
- 2** ¿Cuáles fueron tus principales dificultades?
- 3** ¿Qué desafíos tienes para este año?
- 4** ¿Qué tendría que cambiar la industria?

	 <b>Sharon Valladares</b> (Studio Pilates)	 <b>César Navea Rivas</b> (Innova Fitness)	 <b>César Gil C.</b> (Ultra Flex Gym)
<b>1</b>	El 2006 fue un año de retos, ya que el método pilates recién se está conociendo en Perú. Logramos recuperar parte del capital invertido y pudimos posesionarnos.	Ha sido un año interesante en el que hemos crecido tecnológicamente e incrementado nuestra participación en el mercado.	El balance de 2006 es bueno. Mejoramos nuestra infraestructura, aumentamos la oferta de horarios, implementamos nuevos servicios y nuestros ingresos mejoraron.
<b>2</b>	Las dificultades fueron mínimas. La población está cada vez más ajustada económicamente, por lo cual la mensualidad tuvo que ser cuidadosamente calculada.	La principal amenaza aún es el gran mercado informal que existe de productos tanto locales como asiáticos, sobre todo en el rubro hogareño.	Realizar las mejoras nos costó no sólo dinero, sino también tiempo e incomodidad para los clientes. Estuvimos limitados financieramente a raíz de esas inversiones.
<b>3</b>	En este 2007 queremos abrir un nuevo local en una importante ciudad, manteniendo la misma calidad de servicio y dedicación para con nuestros alumnos.	La expectativa es conquistar los mercados de la región, para lo cual nos sentimos listos. El principal desafío será contrarrestar el avance de los productos asiáticos.	Buscamos incrementar nuestras ventas entre 80 y 100 por ciento por cada mes del año. Trataremos de captar la mayor cantidad posible de personas.
<b>4</b>	Básicamente debería mejorar la calidad de productos disponibles en el mercado, en lo que respecta a su durabilidad y tecnología.	Este servicio debe orientarse más al cliente y evitar la guerra de precios, que sólo es un auto harakiri. Esta industria tiene mucho potencial de crecimiento.	Que los instructores sean cada vez más profesionales, que los gimnasios reúnan los requisitos mínimos de infraestructura, y que se promueva la cultura del deporte.

## Breves

### El sedentarismo en Perú

Un estudio del **Instituto Nacional de Salud** afirma que 40 por ciento de la población peruana realiza poca actividad física y lleva una vida sedentaria, sobre todo en las zonas urbanas, donde el trabajo suele realizarse sentado.



Se observa que 41.9 por ciento de la población de Lima Metropolitana, 46,9 por ciento del resto de la costa y 36.8 por ciento de la selva presenta escasa actividad física, según explicó **José Sánchez Abanto**, titular de la Dirección Ejecutiva de Vigilancia Alimentaria y Nutricional (DEVAN) del Instituto Nacional de Salud (INS).

Fuente: El Comercio

### ¿Conoces Embarazo Fit?

Se trata de un sistema peruano para ayudar a madres gestantes y en la etapa posparto. Fue desarrollado por **Rosemarie Meiners** e **Isabel Carandini**, dos profesionales en el cuidado del cuerpo femenino. Está disponible en formato de video curso, bajo el nombre "Gimnasio Prenatal y Post-Parto en Canadiana Le Spa". Este es el primer sistema peruano de este tipo en lanzarse al mercado internacional. Más información en [www.embarazofit.com](http://www.embarazofit.com)

### Doctrainer Health Club

En este gimnasio los instructores son médicos y cada socio cuenta con una rutina de ejercicios acorde con su capacidad física. "Buscamos realizar un programa de medicina preventiva para evitar enfermedades en personas aparentemente sanas o combatir alguna patología existente", explica el doctor **Roosvell Pairazaman Guevara**, coordinador general del programa Doctrainer. Web: [www.doctrainer.com](http://www.doctrainer.com)

### QuickFit de Millenium Sports Club

Éste es un programa de entrenamiento de media hora que se realiza tres veces por semana. Durante ese tiempo, el cliente es seguido de cerca por un instructor que lo orienta en cada uno de los ejercicios. Quickfit incluye exámenes de laboratorio, masajes, asesoría nutricional, sesiones de aeróbicos, indoor cycling, yoga, pilates, entre otras disciplinas, y es supervisado por el doctor Jean Paul Osoreo, experto en medicina estética y fitness. Más información en [www.msc.com.pe/quickfit.html](http://www.msc.com.pe/quickfit.html)



La mejor opción ...  
el momento **justo** de crecer .....  
el **querer ser** el **mejor**

Contáctenos ahora  
[info@fitnessrevolution.com.pe](mailto:info@fitnessrevolution.com.pe)






Telfs: (511) 92344179 / (511) 97912585 / Nextel: (511) 408 \* 9763

## Reportaje



# “EL FITNESS ES UNA BENDICIÓN”

Opina Washington Abreo, director del Instituto Dreams. “Venir al gimnasio es el deporte más popular que tiene nuestro país”, asegura el especialista, al tiempo que remarca la necesidad de seguir trabajando en la promoción de la actividad física para mejorar la calidad de vida de toda la población.



Washington Abreo

**Washington Abreo** hizo deportes la mayor parte de su vida. Fue físicoculturista y hace más de quince años está abocado 100 por ciento al fitness y al entrenamiento de pesas. Realizó cursos de preparación en Argentina y en Brasil. Y fue docente del **Instituto Superior de Educación Física (ISEF)** en el área de musculación y fuerza.

Desde 2004, con el aval del Ministerio de Turismo y Deporte, dirige su propio instituto privado de formación técnica de instructores de fitness y musculación, llamado **Dreams**, en el que trabaja junto a un grupo multidisciplinario de médicos, psicólogos, profesores de educación física y entrenadores.

En este reportaje con **Mercado Fitness**, Abreo comparte su opinión sobre la realidad actual de la industria del fitness en Uruguay.

**MF: ¿Cómo describirías el mercado de gimnasios?**

WA: Estamos pasando por un tiempo difícil, porque hay cambios a nivel político y económico que repercuten en toda la sociedad. Está en nuestras manos transmitir a la población la necesidad de hacer actividad física. Nos enseñaron que salud es curarnos después de enfermarnos. No hay todavía un mensaje de salud preventiva y entonces la actividad física se ve como un esparcimiento, que se abandona cuando hay

problemas económicos, lo cual repercute mucho en nuestros gimnasios.

**MF: ¿Qué buscan las personas hoy en un gimnasio?**

WA: Antes, la mayoría venía al gimnasio para verse mejor estéticamente, hoy en cambio las personas vienen porque están muy estresadas. Buscan un lugar de esparcimiento para sentirse mejor no sólo físicamente. Por eso es tan importante crear el clima necesario para que los alumnos se sientan contenidos.

**MF: ¿Cómo se puede evitar que abandonen la actividad?**

WA: La clave para lograr retener a una persona en un gimnasio radica en crearle la necesidad y el hábito de estar ahí, de moverse, y a la vez darle la contención necesaria y el acompañamiento, que no es sólo técnico. Si los alumnos hacen las cosas bien, obtendrán más y mejores resultados.

**MF: ¿Qué papel juega el instructor al respecto?**

WA: El instructor es mucho más que un técnico en movimientos. Debe ser capaz de transmitir a la sociedad la importancia de la actividad física para su salud, acompañar a la gente en sus cambios de hábitos y a recobrar sus valores.

**MF: ¿Qué tan importante es la motivación en ese sentido?**

WA: Tanto el instructor como el alumno deben estar motivados para hacer cualquier cosa en sus vidas. Pero la motivación no es todo en una sala de fitness. Quien está a cargo de una clase debe hacer consideraciones particulares a la hora de corregir, en lugar de sólo intentar motivar a algunas personas a realizar ejercicios y movimientos que en realidad no pueden hacer. No podemos dejar en manos del alumno la regulación de la intensidad de una clase, para eso estamos nosotros.

**MF: ¿Qué tan importante es el fitness hoy en Uruguay?**

WA: El fitness para mí ha sido una bendición para nuestro pueblo que no se animaba a hacer ejercicios. Hoy venir al gimnasio es el deporte más popular que tiene nuestro país. Entonces, creo que hay que cuidarlo y para eso debemos formar gente en lugar de deformarla.

**MF: ¿Qué aporte realiza el Estado en este sentido?**

WA: El Estado de a poco se va interesando por la promoción de la actividad física, pero no tiene hoy poder económico como para brindar un fuerte apoyo al sector, aunque éste sea muy necesario. Hay que darle a más gente la posibilidad de ir a un gimnasio, hacerlo parte de su vida cotidiana y disfrutar más de su tiempo libre. ■

## EXPECTATIVAS 2007

Mercado Fitness consultó a dos empresarios uruguayos qué balance hacen del 2006 y qué expectativas tienen de cara al corriente año. Estas fueron sus respuestas:

	 Pablo Gutman. TraiGym	 Wilson Prenz. Gimnasio Personal	 Silvia Lavarello. Vía Aqua Spa
1) ¿Qué balance haces del año 2006?	Se cumplieron las expectativas, preparamos nuevos productos y aumentamos la cartera de clientes, para enfrentar 2007 en un nuevo local con más servicios.	El balance es positivo. Comercialmente nos fue bien. Abrimos un nuevo gimnasio en Montevideo. Pero fue poca la renta en relación al trabajo invertido.	Laboralmente fue muy bueno. Un año de oportunidades de mejoras y nuevas ideas, de puesta en práctica de propuestas que dieron resultado.
2) ¿Cuáles fueron tus principales dificultades?	Llegar a la gente con información sobre los nuevos productos. Todavía tenemos muchas dificultades a nivel de marketing.	Mala competencia. Uso de programas licenciados sin pagar matrículas. Guerra de precios. Alto costo de los equipos. Encontrar personal con ganas de trabajar.	Increíblemente, las dificultades pasaron por cómo resolver problemas de espacio y ubicación de equipos. Tuviémos que reorganizar horarios y sumar más clases.
3) ¿Qué desafíos tienen para este año?	Montar un nuevo local de 600 metros cuadrados y lanzar poco a poco nuevos productos al mercado.	Crecer con la nueva sede. Despegar económicamente y recuperar parte de la inversión. Además, queremos lanzar un emprendimiento educativo en el centro.	Crecer en cantidad de alumnos pero manteniendo la calidad del servicio que se brinda. Y conservar el nivel de motivación de quienes trabajan conmigo.
4) ¿Qué tendría que cambiar la industria?	Habría que incentivar a la gente para que cambie sus hábitos y cuide su salud periódicamente, no sólo en el gimnasio y cuando se acerca el verano.	Necesitamos políticas comunes entre los dueños de gimnasios. La cuota mensual que cobramos es ridícula. Hay que educar a la gente para que reconsidere prioridades.	Hay que reglamentar la profesión de manera que trabajen sólo quienes están preparados en el área, y no la vecina que puso un gimnasio en su garage.

## Gyrotonic llega a Uruguay

Este método de entrenamiento físico desarrollado por el húngaro **Juliu Horvath** llega al país de la mano del **Estudio Santa Mónica**, Cuerpo y Mente, y de la bailarina uruguaya María Fernanda Puentes, la primera instructora certificada en Gyrotonic en Estados Unidos.

En un comunicado de prensa desde Santa Mónica explican: "El Gyrotonic Expansion System® es más que un régimen de ejercicios. Pide prestados elementos de la Medicina China, del Yoga Kundalini, la fisiología y la biomecánica, para formar una terapia holística que atiende a personas con diversos estilos de vida".

Más información en [www.santamonica.com.uy](http://www.santamonica.com.uy) o al (02) 6044610 – 6043600.

## Tangona en Punta del Este

El entrenador personal argentino **Daniel Tangona** trabajó durante todo enero en el **Hotel Conrad Resort y Casino**, de Punta del Este. Tres veces por semana dictó sus habituales clases de TaeBo, Aero Box, y la novedosa técnica "SCULPING local BY IRON YOGA", una mezcla de gimnasia localizada con ejercicios de fuerza y elongación. Por consultas e informes comunicarse al (094) 480006.



**Fitness Beat URUGUAY**

ACCESORIOS

BANDAS

MINI TRAMPS

STEPS

GYM BALLS

ACUA GYM

CD'S VIDEOS Y DVD'S

Teléfono: 708.32.10 - Celular: 094.540.563 - email: [fitnessbeat@adinet.com.uy](mailto:fitnessbeat@adinet.com.uy)

## 1 Musculación

Empresa: **Biomax**  
Tel/Fax: (0341) 464-9441  
E-Mail: holiday@citynet.net.ar

Empresa: **Fitness Company**  
Tel/Fax: (011) 4713-5090  
E-Mail: info@fitness-company.com.ar  
Nota: también vende 2,3 y 4.

Empresa: **Fitness Gym**  
Tel/Fax: (011) 4278-2885  
fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar

Empresa: **Fox**  
Tel/Fax: (011)4278-3072 / 73  
ventas@equipamientosfox.com.ar

Empresa: **Gerbo Sport**  
Tel/Fax: (011) 4581-3065  
E-Mail: 1932@arnet.com.ar

Empresa: **Holley Fitness**  
Tel/Fax: (011) 4259-4387  
E-Mail: holleyfitness@yahoo.com.ar

Empresa: **JBH Equip**  
Tel/Fax: (011) 4228-6141/4228-3182  
E-Mail: info@jbhequip.com.ar

Empresa: **JC Fitness Equipment**  
Tel/Fax: (0358) 462-8009  
E-Mail: jcmaquinas@infovia.com.ar

Empresa: **Máquinas Sanmartino**  
Tel/Fax: (0358) 464-8213/464-0414  
maquinassanmartino@arnet.com.ar

Empresa: **Millennium**  
Tel/Fax: (011) 4265-1609 / 4205-2331  
E-Mail: ventas@equipmillennium.com

Empresa: **Paramount**  
Tel/Fax: (011) 4855-8574  
E-Mail: adillen@systemfit.com.ar

Empresa: **Sagittarius**  
Tel/Fax: (011) 4581-3065  
E-Mail: 1932@arnet.com.ar

Empresa: **Stride**  
Tel/Fax: (011) 4200-1078  
E-Mail: info@stride.com.ar

## 2 Cardiovascular

Empresa: **Athletic Way**  
Tel/Fax: (011) 4553-8974 / 8961  
E-Mail: diego.arg@athletic.com.br

Empresa: **Centauro**  
Tel/Fax: (011) 4899-2255  
E-Mail: maxivitale@argentina.com

Empresa: **Kip Machines**  
Tel/Fax: (011) 4327-2963  
E-Mail: hmoavro@kipmachines.com

Empresa: **Kromax**  
Tel/Fax: (011) 4755-3179  
E-Mail: info@kromax.com.ar

Empresa: **MTD Gym**  
Tel/Fax: (0341) 4575721  
E-Mail: 07newedal@infovia.com.ar

Empresa: **Randers**  
Tel/Fax: (0221) 471-2323  
E-Mail: info@randers.com.ar

Empresa: **Spinning**  
Tel/Fax: (011) 4855-8574  
E-Mail: info@spinning-ar.com.ar

Empresa: **Trai Gym**  
Tel/Fax: (011) 4384-2042  
E-Mail: traigym@hotmail.com

**3 Accesorios & Peso Libre**  
Empresa: **Fitness Market**  
Tel/Fax: (011) 4384-5756 / 4383-7930  
E-Mail: contacto@fitnessmarket.com.ar

Empresa: **Impact Fitness**  
Tel/Fax: (011) 4855-8574  
E-Mail: adillen@systemfit.com.ar

Empresa: **Mir Fitness**  
Tel/Fax: (011) 4574-4842/43  
E-Mail: mir@mirfitness.com.ar

**4 Repuestos & Insumos**  
Empresa: **Fenix Machines**  
Tel/Fax: (011) 4200-1444  
ventas@fenixmachines.com.ar

Empresa: **Resortes MG**  
Tel/Fax: (011) 4687-0041  
E-Mail: resortesmg@fibertel.com.ar

Empresa: **Sonnos**  
Tel/Fax: (011) 4647-1177  
E-Mail: info@sonnosweb.com

## 5 Suplementos

Empresa: **Ena Sport Nutrition**  
Tel. Cap. Fed. y GBA: (011) 4544-9306  
Tel. Interior: (0291) 488-8207/8235  
administracion@enasport.com.ar

Empresa: **HTN Suplementos**  
Tel/Fax: (011) 4555-0770  
E-Mail: info@htn-nutrition.com

Empresa: **Mervick**  
Tel.: (02320) 401400  
E-Mail: info@mervick-lab.com.ar

Empresa: **Pulver**  
Tel/Fax: (011) 4306-0821 / 4304-3578  
E-Mail: info@pulver.com.ar

Empresa: **Saturn Suplementos**  
Tel/Fax: (011) 4613-0025  
E-Mail: saturn-arg@sinectis.com.ar

Empresa: **SportNutricion**  
Tel/Fax: 4384-5756  
E-Mail: contacto@fitnessmarket.com.ar

**6 Software**  
Empresa: **Control Gym**  
Tel/Fax: (011)15 6055-0597/4304-6243  
E-Mail: info@controlgym.com.ar

Empresa: **Digital Fitness**  
Tel/Fax: (011) 4711-6168  
E-Mail: contacto@digitalfitness.com.ar

Empresa: **Identifycard**  
Tel.: (011) 4524-3896  
E-Mail: info@identifycard.com.ar

Empresa: **Informática & Deportes**  
Tel/Fax: (0341) 4932606  
E-Mail: info@entrenar.com.ar

Empresa: **Solución ARG**  
E-Mail: info@solucionarg.com

## 7 Pilates

Empresa: **Contrology**  
(011) 15 4176-5964/15 5062-4399  
E-Mail: info@contrology.com.ar

Empresa: **Le Corp Pilates**  
Tel/Fax: (011) 5786-0458  
E-Mail: lecorpilates@yahoo.com.ar

Empresa: **Making Dreams SRL**  
Tel/Fax: (03541) 436645  
E-Mail: info@pilatesland.com

Empresa: **NB Equipamientos**  
Tel/Fax: (011) 4781-3587  
E-Mail: rushvicente@hotmail.com

Empresa: **P & P**  
Tel.: (011) 4704-5729/15 4994-0227  
E-Mail: info@pypequipamientos.com.ar

Empresa: **P-equipe**  
Tel/Fax: (011) 4700-0393  
E-Mail: info@p-equipe.com.ar

Empresa: **Real Pilates**  
Tel/Fax: (011) 4953-7889  
E-Mail: info@realpilates.com.ar

Empresa: **Sunbright**  
Tel/Fax: (011) 15 5247-3531  
E-Mail: gotace@spedy.com.ar

## 8 Lockers

Empresa: **Cia. Argentina de Lockers**  
Tel/Fax: (011) 4777-7555  
lockers@argentinadelockers.com.ar

Empresa: **Mexpell**  
Tel/Fax: (011) 4554-6920/21  
E-Mail: ventas@mexpell.com.ar

## 9 Calderas

Empresa: **Calderas Santero**  
Tel/Fax: (011) 4931-0183/0294  
E-Mail: info@calderassantero.com

## 10 Audio & Video

Empresa: **Fitness Beat**  
Tel/Fax: (011) 4784-1074 / 4787-6588  
E-Mail: info@fitnessbeat.com.ar

## 11 Capacitación

Empresa: **Mirta de Fussi**  
Tel/Fax: (0341) 421-6955/453-5080

## 12 Servicio técnico

Empresa: **Roan Service**  
Tel/Fax: (011) 4735-2298 (L. 24 hs.)  
(011) 4763-3079  
E-Mail: roan@argentina.com

## 13 Máquinas usadas

Empresa: **Unicom Fitness**  
Tel/Fax: (011) 4854-1693  
E-Mail: info@unicomfitness.com.ar

## 14 Construcción

Empresa: **AllSquash**  
Tel/Fax: (011) 4812-9257  
E-Mail: info@allsquashcourt.com.ar

## 15 Remos

Empresa: **Up Down**  
Tel/Fax: (0358) 156001268  
E-Mail: info@updown.com.ar

## 16 Indumentaria

Empresa: **Schnell Sport**  
natalia.arriola@schnellsport.com.ar

Empresa: **Vitnik**  
E-Mail: vitnik@vitnik.com

## 17 Arquitectura

Empresa: **Arquitectura Creativa**  
Tel/Fax: (011) 4554-7458  
arquitectura\_creativa@yahoo.com.ar

## 18 Saunas

Empresa: **Hidrospa**  
Tel/Fax: (011) 4254-9009/4224-2747

Empresa: **Hidro World**  
Tel/Fax: (011) 4509-6879  
info@hidro-world.com.ar

## 19 Natatorios

Empresa: **Lona sur**  
Tel/Fax: (011) 4209-3135/6006  
E-Mail: lonasur@lonasur.com.ar

## 20 Hidratación

Empresa: **Gatorade**  
Web: www.gatorade.com.ar

## 21 Arquitectura Textil

Empresa: **Pagani**  
Tel/Fax: (011) 4270-3700

# La Fuerza de los Resultados ++



En poco tiempo nos convertimos en la opción elegida por las grandes cadenas y por muchos gimnasios, spas y clubes pequeños y medianos para equipar sus salas de musculación e indoor cycle.

Porque elegir Uranium significa contar con equipos de calidad internacional, producidos en la Argentina a un precio accesible por la compañía líder en equipamiento profesional multimarca. Por ésto, se trate de un megagimnasio o de una sala de fitness de 100 m<sup>2</sup>, Uranium es su inversión más segura. Formada por máquinas isotónicas, de peso libre, bancos e indoor racing bikes, Uranium es la línea profesional más completa y de mejor diseño.

Llámenos al (011) 4713 5090 y sepa por qué Uranium es la mejor solución para su negocio, cualquiera sea su tamaño. Usted está listo para Uranium. Sus clientes también.



Megatlon Barrio Norte  
Well Club Salguero | SportClub Almagro | La Imprenta | SportClub Unicenter

Con el respaldo de



(011) 4713 5090  
[www.uraniumfitness.com](http://www.uraniumfitness.com)

Nuevo Show Room:  
Av. Del Libertador 3501  
La Lucila, Buenos Aires

Built to Lead >>



**Carlos Moya**  
ATP Tour Professional, 6-Time ATP Title Winner



— LIFE FITNESS STRENGTH —



— CARDIOVASCULAR —

**NADIE QUIERE ESTAR EN EL SEGUNDO LUGAR. NI NOSOTROS, NI USTED, NI SUS SOCIOS.**

Como fabricante líder en el mundo de equipos comerciales para el acondicionamiento físico, Life Fitness le ofrece lo que ninguna otra compañía puede ofrecerle. Más de 300 productos cardio y de musculación, una gran variedad de servicios de apoyo y un liderazgo industrial comprobado. Todo lo que hacemos, desde los productos que fabricamos hasta los servicios que ofrecemos, está ideado para crear oportunidades para su éxito. Para ser un líder, asóciase con uno.

**Life Fitness**

[liffitness.com](http://liffitness.com)



Casa Central  
Av. San Martín 640  
(1672) San Martín  
Tel.: 54-11-4713-5090  
[www.fitness-company.com.ar](http://www.fitness-company.com.ar)



Sucursal La Lucilla  
Av. del Libertador 3501