

# mercado Fitness

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

La industria del cuidado personal -estética, spa, fitness, masajes, bronceado- es una de las siete que más crecerá mediante el franchising este año. Curves y Jazzercise, las dos franquicias top del fitness, ya tienen presencia en Argentina. Gold's Gym, la cadena número tres del ranking mundial, promete desembarcar en Buenos Aires en el segundo semestre de 2007.



## La hora de las Franquicias

**En Chile** pág. 76

Entrevista con Víctor Olivares  
Lanzan plan Nutrirse

**En Perú** pág. 78

Reportaje a César Zorrilla  
Coca Cola & Movimiento Bienestar

**En Uruguay** pág. 80

Carlos Magallanes y Daniel Macías  
FitBiz nuevamente en Montevideo



# KIP Machines

KIP FITNESS + HEALTH S.R.L.

en la vanguardia tecnológica...



**KIPROT**

**KT 960/2**

Línea completa de Equipamiento Electrónico Cardiovascular

Pantalla de matriz de puntos

Porta caramañola

Porta libros...



**KIPCYLE**

**KCR 110/2**

**KIPCYLE**

**KCR 410/2**



**Nuevo Modelo**

**KIPRUN**

**KR 320 VT**

Pantalla de LCD 15" integrada al tablero.

TermoRegulación®:

Sistema de TermoRegulación Corporal.

Pantalla de matriz de puntos

Porta caramañola

Porta objetos...



**KIPFLIP**

**KF-3**

Convenio KIP - Indoor Cycle

**INDOOR CYCLE**

Comprando 10 bicicletas KF-3 te becamos con un curso de Indoor Cycle dictado por su creador José Slamon.



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



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



Ya estamos en PERÚ  
peru@kipmachines.com

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 - 0810 444 0108 - ventas@kipmachines.com

## Zapatero a tus zapatos

La inexperiencia puede costarnos muy caro, acarreamos grandes pérdidas de tiempo y ocasionarnos fuertes dolores de cabeza. Sucede que, a veces, en el frenetismo del día a día tomamos decisiones, no del todo meditadas ni consultadas, que nos llevan a terrenos desconocidos sobre los que no pisamos tan firme ni caminamos seguros.

Inmersos en la adrenalina que nos desata la pasión por lo que hacemos, algunos emprendedores solemos pasearnos por la vida con la arrogante convicción de poder llevar a buen puerto, por nuestra cuenta, cualquier proyecto. Sobre todo cuando las tareas que éste demanda son, en apariencia, simples de realizar con éxito.

Claro que la realidad, sincera cual ninguna, se encarga sin pereza de confrontarnos con nuestras propias incapacidades y de recordarnos que así como nosotros nos especializamos en ciertos campos del conocimiento, otros han invertido ya su tiempo, dinero y energía en capacitarse y adquirir experiencia en otras áreas.

Entonces, la próxima vez que se nos rompa un zapato, ni siquiera hagamos el intento de repararlo nosotros mismos, porque con seguridad no habrá nadie mejor preparado para hacerlo que un zapatero. Sólo así un feliz resultado estará casi garantizado en forma más rápida y -créanme- mucho más económica.

Dicen que "el hombre inteligente aprende de sus propios errores, pero el sabio aprende de los errores de los demás". Ojalá ustedes sepan aprovechar los nuestros.

Gracias por acompañarnos,

Guillermo Vélez

## 16 Gimnasios con alta retención:

Conozca cuáles son, según IHRSA, las diez características que comparten los gimnasios con mayores niveles de retención.

## 24 Experimento Wii Sports:

Un fanático de Nintendo se sometió a un test de 6 semanas para probar que usando un videojuego se puede mejorar la condición física.

## 26 Ventas & Fidelización:

Conozca cómo hacen las principales empresas de seguros, telefonía, correo e Internet para captar nuevos clientes y fidelizar a los que ya tienen.

## 36 Estrellas para los gimnasios:

En España, la nueva ley reguladora del ejercicio profesional del deporte clasificará la calidad de los centros deportivos con estrellas.

## 42 La Hora de las Franquicias:

La industria del cuidado personal -estética, spa, fitness- es una de las siete que más crecerá mediante el franchising este año.

## 48 Reportaje a Alberto Cormillot:

Este reconocido médico espera la aprobación en el Congreso de la Nación de una Ley que declare a la obesidad como enfermedad.

## 54 ¿Conocés Cardiolates®?

Se trata de un sistema que combina ejercicios cardiovasculares sobre un trampolín con los fundamentos del Método Pilates.

## 56 Gimnasios de New York se reinventan:

Ante el avance de la competencia, no tienen otra salida más que diferenciar sus propuestas y sumar valor a sus servicios.

## 76 En Chile:

Entrevista con Víctor Olivares / Lanzan plan Nutrirse / El gran costo de la obesidad / Avanza trámite de ley del mono / Nuevo Diplomado en MEDS.

## 78 En Perú:

Reportaje a César Zorrilla, gerente general del gimnasio Personal Training / Coca-Cola lanza el Movimiento Bienestar.

## 80 En Uruguay:

Charla con Carlos Magallanes y Daniel Macías, de la ACJ / FitBiz nuevamente en Montevideo / Spinning desembarca en Uruguay.

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

**¡A moverse  
Argentina!!**

**RAFA - PANA**  
ARGENTINA 2004

**CGA**  
Club de Gimnasia de Argentina

**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.



#### 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.

11:45 hs.

#### Curriculum Vitae

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



#### 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.

10.15hs.

#### 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.

#### Formas de Pago:

- Efectivo ó Cheque Personal
- Depósito o Transferencia Bancaria
- Visa - Masterd Card
- Pago Fácil - RapiPago
- Western Union

**COSTO POR PERSONA**  
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.

#### Gold Sponsors



# 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: 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.**



### 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: Guido Samelnik, coach ejecutivo (Argentina)

Ha dictado cursos en Coaching, Liderazgo, Relaciones Humanas, Desarrollo Personal, Ventas, Trabajo en Equipo, Efectividad, Inteligencia Emocional, en ámbitos empresariales, educacionales, deportivos y personales.

**Temas de consulta:** Coaching, Liderazgo, la Inteligencia Emocional, Gestión del Talento, Teambuilding, Comunicación Eficaz.

**Horario: 16 hs.**

## 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.

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

#### 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:



Avda. Paseo Colón 470 2° D (1063) - Buenos Aires - Argentina  
Tel. Fax.: (54 11) 4115-3525/24 - info@fitbiz.com.ar - www.fitbiz.com.ar

# 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<sup>(\*)</sup>**

**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 m<sup>2</sup> 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.

Puede realizar su compra en nuestra oficina con:  
VISA - MASTER CARD - PAGO FÁCIL  
RAPIPAGO - WESTERN UNION



**Sponsors**



Financiación y leasing propio disponible



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

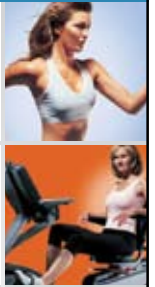
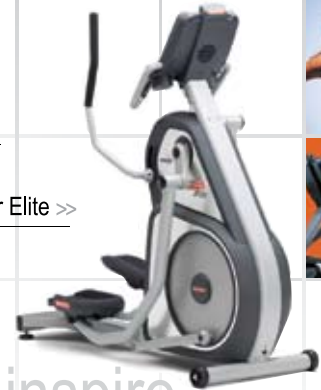
Pro Recumbent >>



Upright >>

<< Star Trac Elite Treadmill

CrossTrainer Elite >>



Designed to inspire

∨ Spinner NXT

∨ Spinner Elite

∨ Spinner Pro

Únicas bicicletas oficiales de SPINNING



FINANCIACIÓN DISPONIBLE, CONSULTE

**PARAMOUNT**  
PARAMOUNT FITNESS CORP.



**IMPACT**  
FITNESS

Somos una empresa y un equipo confiable, innovador y comprometido con el mundo fitness.

11 años brindando servicios integrados de equipamiento, capacitación y asistencia a la principales cadenas de gimnasios y centros deportivos del mercado Argentino.

REPRESENTANTE EXCLUSIVO DE:



Representante Exclusivo en Argentina y Uruguay  
Humboldt 125 (1414) Cap. Fed. - Argentina  
Tel.Fax: (011) 4855-8574 (Rot.) / adillen@systemfit.com.ar

*No compre bicicletas, compre un negocio exitoso.*



# **SPINNING**<sup>®</sup>

*The Ultimate Ride For Body And Mind*

*Ya conocés la diferencia...*



**Diferenciate y convertite**  
en un Centro Oficial de Spinning autorizado por Mad Dogg Athletics, Inc.



REPRESENTANTE EXCLUSIVO EN ARGENTINA Y URUGUAY

[www.spinning-ar.com.ar](http://www.spinning-ar.com.ar) / (54 11) 4855-8574  
En Uruguay: Tel. 708-3210 / Cel. 094-540563

# ¡ÉXITO TOTAL!

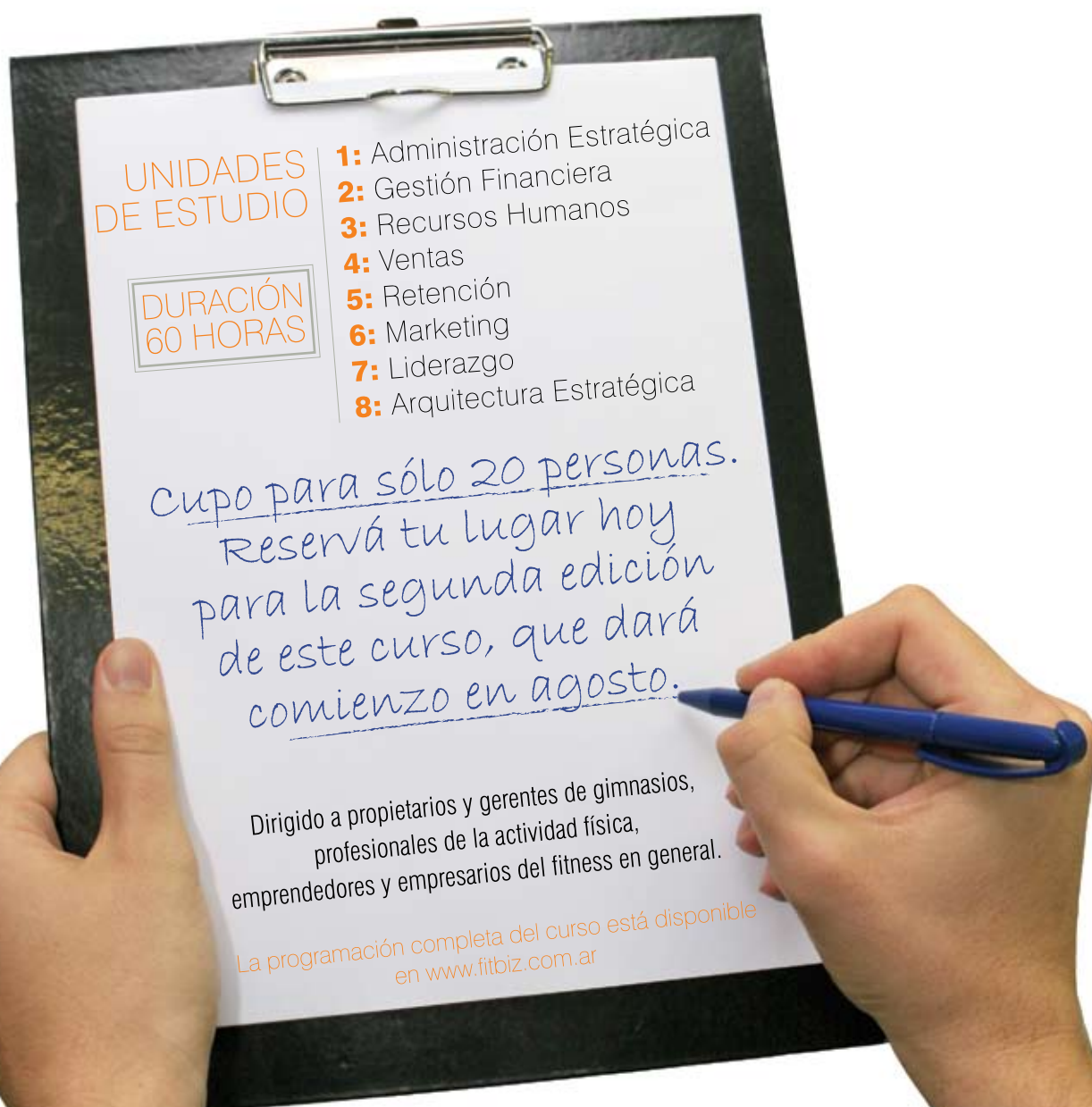
## VACANTES AGOTADAS EN EL PRIMER CURSO



### 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.



UNIDADES DE ESTUDIO

DURACIÓN 60 HORAS

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

Cupo para sólo 20 personas.  
Reservá tu lugar hoy  
para la segunda edición  
de este curso, que dará  
comienzo en agosto.

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

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

#### FINANCIACIÓN DISPONIBLE.

Consultar por pagos en cuotas con cheques o con tarjetas de crédito.  
VISA - MASTER CARD - PAGO FÁCIL - RAPI PAGO - WESTERN UNION



Te llevamos  
a tu casa  
las mejores  
capacitaciones.

Más de 36 horas,  
en audio y video.

Comprá hasta en  
6 cuotas sin interés.

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) \$80 pesos (26 dólares).
- ❖ Ciclo de Conferencias Expo Fitness 2005  
(12 hs. audios) \$120 pesos (40 dólares).
- ❖ 2das Conferencias Mercado Fitness 2006  
(6 DVDs - 8 horas) \$380 pesos (125 dólares).  
DVD de cada charla de los disertantes \$110 pesos (35 dólares).
- ❖ Taller FitBiz "Atención a Clientes"  
(4 hs. de videos) \$260 (85 dólares).
- ❖ Taller FitBiz "Las 9 estrategias del éxito"  
(4 hs. de videos) \$260 (85 dólares).

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

#### FINANCIACIÓN DISPONIBLE.

Consultar por pagos en cuotas con cheques o con tarjetas de crédito.  
VISA - MASTER CARD - PAGO FÁCIL - RAPI PAGO - WESTERN UNION



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





SILLÓN DE CUÁDRICEPS

ASESORAMIENTO A  
EMPREENDEDORES

Gral Vedia N° 221 ( B1872 CXE) Sarandi - Bs.As. - Argentina  
Te: ( 54-11) 4265-1609 - 4204-7019 ( int114 )  
e-mail: [info@equipmillennium.com](mailto:info@equipmillennium.com) - Cel:156-566-7777 - Fax: 4205-2331

**MIR**  
FITNESS

Renová tu gimnasio



Steps **NUEVO MILENIO**



Colchonetas



Tobillos



Equipos Body Pump ©



Bandas elásticas



Mini Tramp



Mancuernas



Gym Ball



Método Pilates



otoño  
invierno  
2007



# 10 CARACTERÍSTICAS DE LOS GIMNASIOS CON ALTA RETENCIÓN

No hace mucho tiempo me hicieron una pregunta sobre retención de clientes que nunca antes me habían planteado: ¿Qué clubes son más rentables, aquellos con elevado porcentaje de bajas o aquellos con retención alta?

Honestamente, tuve que admitir que había muchos clubes con altos porcentajes de abandono que eran más rentables, algunas veces incluso mucho más rentables, que otros clubes con elevada retención. También tuve que admitir que una retención elevada y una rentabilidad alta no estaban necesariamente relacionadas.

Sin embargo, por la naturaleza de nuestra industria, un aumento en la retención de clientes actúa como multiplicador en la rentabilidad del club. Lo que significa que una mejora del 2 por ciento en la retención puede producir, permaneciendo constantes otras variables, hasta un aumento del 20 por ciento en la rentabilidad del gimnasio.

Entonces, ¿por qué preocuparse por la retención si todavía hoy, clubes con elevadas tasas de abandono son más rentables que clubes con elevadas tasas de retención? ¿Por qué no seguir captando el mayor número de clientes posible sin preocuparnos sobre la retención? ¿Por qué no seguimos superando las bajas haciendo que entren más socios de los que salen?

En este artículo John McCarthy, ex director ejecutivo de IHR-SA, señala cuáles son las diez características que comparten los gimnasios con mayores niveles de retención de socios.

La respuesta a estas preguntas implica un entendimiento del cambio sufrido en la naturaleza del mercado actual. Hubo un tiempo en el que los mercados no eran tan competitivos como ahora, ya que eran "vírgenes", y nunca faltaban nuevos clientes. En aquellos tiempos, sí que tenía sentido centrarse en la puerta entrada, sin que nos quitaran el sueño los que se iban por la de atrás.

Pero como estos mercados han madurado y se han vuelto más competitivos, la necesidad de incrementar la atención en la retención se ha convertido en urgente. Hoy, los nuevos clientes no son solamente difíciles de encontrar, sino también más caros de conseguir. Y mientras esta tendencia progresa, más y más clubes pondrán mayor énfasis en la retención, y por ende, en conservar los socios que ya tienen.

Respecto a la retención, no existe una solución universal. Cada gimnasio, dependiendo de sus circunstancias, necesita descubrir por sí mismo las iniciativas que producirán los mejores resultados. Sin embargo, hay ciertas características compartidas por los clubes con alta retención que

Collection  
07





deben tenerse en cuenta a la hora de planear la estrategia en este sentido. Entre ellas podemos destacar:

### 1. Los clubes con fuertes conexiones entre sus socios tienen una mayor retención que los clubes con débiles relaciones entre estos.

Los clubes multi-actividad tienen una retención más alta que los clubes de fitness (67,4% versus 64,4%, IHRSA). Aunque IHRSA no recoge datos sobre los clubes que se dedican sólo al tenis, tradicionalmente, sabemos que tienen mayor retención que los clubes multi-actividad. También se sabe que los clubes de campo tienen mayor tasa de retención que cualquier tipo de club privado del ámbito comercial.

A la hora de alcanzar mayores cifras de retención, una estrecha relación entre socios y un buen ambiente social es mucho más importante que una estrecha relación entre socios y personal del centro. Por lo tanto, la suposición de que el problema de la retención se puede resolver simple y llanamente potenciando la relación entre el personal y los socios carece de fundamento.

### 2. Un elevado uso va unido a una alta retención.

De acuerdo a un estudio llevado a cabo para IHRSA por American Sport Data, Inc., existe una relación inversa entre la media de días de asistencia al gimnasio y la continuidad en el mismo. Todos los antiguos socios que fueron encuestados acudían al club menos de dos veces por semana cuando se dieron de baja.

### 3. El factor edad: mejor cuanta más edad tenga.

Los clientes de más edad, por lo general, presentan menor porcentaje de abandono que los más jóvenes. Por eso, definir y captar correctamente el público objetivo, por ejemplo, aquellos que tienen mayor probabilidad de permanecer más tiempo en el centro, juega un enorme papel en la retención. En términos de valor económico, algunos socios valen más dinero que otros.

En general, los clientes más jóvenes valen menos, a veces muchísimo menos dinero, que los clientes de más edad. Sin embargo, los socios más jóvenes continúan siendo un mercado importante para el sector y representan verdaderamente "el futuro de la industria".

### 4. Los abonos para parejas presentan menores porcentajes de abandono que los abonos individuales; y los abonos para familias tienen menor porcentaje de abandono que los abonos para parejas.

Los socios de más edad, las parejas, y las familias tienen más estabilidad tanto geográfica como económica que los socios más jóvenes y sin pareja. Por tal motivo, en términos económicos, las parejas y las familias son más valiosas que los socios individuales. Esto nos sugiere que los clubes deberían hacer lo posible para que los socios incluyeran a sus parejas u otras personas cercanas en abonos de grupo.

### 5. Cuanto más gastan, más tiempo se quedan.

Los socios que gastan más dinero en el gimnasio (en productos o servicios marginales) tienen mayores cifras de retención que aquellos que gastan menos. Esto implica que conseguir que los clientes gasten más dinero en "marginales", nos llevará de forma automática a prolongar su vida media en el club. Cada pago extra que el cliente nos haga representa un símbolo que refuerza el compromiso de ese socio con el centro.

Como resultado, existe una correlación entre los clubes que tienen un elevado porcentaje de ingresos marginales y los que presentan mayores cifras de retención. Esto sugiere que los clubes deberían plantearse sistemas de reconocimiento y recompensa para proporcionar ventajas y beneficios especiales a los socios que más gastan. Todavía tenemos poco explotado en nuestra industria lo que en el sector de líneas aéreas se llaman "beneficios para clientes habituales".

### 6. Los clubes que invierten usualmente en mejoras tienen un nivel más elevado de retención que los que no reinvierten.

Los estudios de IHRSA han probado consistentemente la relación entre la reinversión en instalaciones y la retención de clientes. Muchos clubes continúan cometiendo el error de no publicitar lo suficiente las mejoras que están continuamente haciendo.

Los clientes de cualquier club, en todo el mundo, responden positivamente a las mejoras en las instalaciones. Por



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



eso, en cuanto se planean las mejoras, pensando en la retención, interesa promoverlas y darlas a conocer a los socios. En este negocio, como en muchos otros, los clientes están comprando el futuro al mismo tiempo que compran el presente.

### 7. Mejor cuanto más cerca

Los clientes que están geográficamente cerca de un club tienen un nivel de retención más elevado que aquellos que viven lejos. Sucede que al momento de la elección del cliente sobre el club, la cercanía generalmente se impone sobre cualquier otro factor (incluido, en un grado significativo, el precio). Los clientes que viven o trabajan cerca del club, como grupo, son los que más difícilmente se irán a la competencia.

No sólo supone una oportunidad el hecho de que los clientes vivan cerca del club, sino que también, la oportunidad de captación es mayor con este grupo. De hecho, algunos clubes han descubierto que su nivel de penetración de clientes entre la gente que vive en un radio de un kilómetro se acerca al 30 por ciento.

### 8. Los niveles de retención son mayores entre los clientes que vienen antes y más a menudo.

Los clientes que visitan su club cuatro o cinco veces en cada uno de los primeros meses tienen una tasa de retención mayor que aquellos que acuden menos de cuatro o cinco veces al mes en los primeros meses. Estos dos puntos resaltan la importancia de "la experiencia" que cada nuevo cliente atraviesa en el primer mes y en el primer año como socio del centro.

Este punto desafía a la industria a proporcionar a los nuevos clientes un continuo flujo de incentivos que al final les hagan llegar con total garantía a su segundo año como socios.

### 9. Los niveles de retención son mayores entre los clientes que firman acuerdos como socios.

Los clientes que firman un contrato de socios por un año tienen un nivel significativamente mayor de retención que aquellos que no firman esta clase de acuerdos. Los clientes que se comprometen por dos años tendrán, de media, una mayor retención que los que firman por un año.

Este factor no debe ser subestimado. Hay muchos clubes que en principio se oponen a lo que dentro de la industria se conoce como "cuotas largas". Se trata de acuerdos que obligan al nuevo socio a continuar pagando mensualmente cuotas durante uno o dos años. En términos de retención de clientes, un acuerdo anual siempre producirá un nivel de retención mayor que la ausencia del mismo.

Hay que ofrecer al nuevo cliente múltiples opciones al inscribirse: mes a mes, opción anual, y una de dos años. Estas alternativas se pueden presentar de forma que sean agradables para los clientes. En definitiva, a estos les gusta poder elegir. Cuando los clubes brindan varias opciones a los potenciales clientes, y cuando éstas les ofrecen diferentes pero definitivas ventajas, ambos, club y clientes, salen ganando.

### 10. Los socios que pagan mensualmente tienen mayor probabilidad de renovar que los que pagan un año por adelantado.

Un estudio realizado por dos economistas, Stefano DellaVigna y Ulrike Malmendier, en la Universidad de California en Berkeley, demuestra que aquellos que pagan mensualmente tienen una probabilidad de renovar 12,5 por ciento mayor que quienes pagan por adelantado doce meses.

Los que pagaban mensualmente presentaron una probabilidad mayor de seguir haciendo ejercicio durante los dos últimos meses anteriores a su renovación de abono que los que habían pagado por adelantado. Mientras los que pagan mensualmente equiparan valor con utilización, los pagadores anuales son más reacios a pagar una cuota larga de renovación por otro año.■



- ✓ *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)

Río Gallegos

# RESOCIALIZAR A TRAVÉS DEL DEPORTE



La subsecretaría de Deportes de la provincia de Santa Cruz, a cargo de **Mario Grillo**, está trabajando en el desarrollo de un programa de actividad física y recreación, dirigido por profesores de educación física, orientado exclusivamente a personas privadas de su libertad y a menores en proceso de resocialización.

En declaraciones radiales, Grillo informó que están programando varias actividades tanto en gimnasios como en playones de comisarías. Las mismas comienzan como una prueba piloto, para luego desarrollarlas en otras dependencias y en el mediano plazo ir incorporándolas en todos los

lugares de la provincia, incluidas las alcaldías.

Tras una serie de visitas y evaluaciones de las autoridades de la Subsecretaría de Interior, se consideró la posibilidad de generar un programa de este tipo en conjunto con la policía provincial. Por ello, además del Instituto del Menor, la prueba piloto se hará en las Seccionales Quinta y Sexta de Río Gallegos.

“La continuidad y mejoras del proyecto tienen que ver con la respuesta que tengamos por parte de los chicos, que hasta ahora están participando con mucho entusiasmo”, remarcó Grillo. ■

Fuente: La Opinión Austral

## En Venezuela, un gimnasio disminuyó el crimen

Desde que se inauguró en 2004, un gimnasio de Caracas se vio inundado de jóvenes locales a quienes se asocia gratuitamente. Como resultado, según las estadísticas municipales, los robos, los homicidios y otros delitos en el vecindario cayeron 30 por ciento.

A raíz de este exitoso primer caso, un segundo gimnasio abrirá sus puertas en una villa miseria de Caracas este año y hasta el alcalde de Nueva York, Michael Bloomberg, está considerando construir uno en Governors Island, en el extremo sur de Manhattan.

Se trata de un edificio de cuatro niveles y 2.500 metros cuadrados que se erige sobre las viviendas de techos de chapa en Barrio La Cruz, una villa miseria cerca del centro de Caracas. Una serie de rampas conectan canchas de básquet, un estudio de danza, una sala para levantar pesas, una pista de carrera, una palestra para escalar y una cancha de fútbol al aire libre.

El gimnasio está abierto hasta tarde los siete días de la semana y recibe aproximadamente 15.000 personas mensualmente.

Fuente: [www.claringlobal.com.ar](http://www.claringlobal.com.ar) (c) The Observer

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)  
Casafoúst 642 (1416) Cap. Fed.  
Tel. Fax: (011) 4777-7555

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

**SEMIESFERA AEROBICA**  
ENTRENAMIENTO CARDIOVASCULAR COMPLETO

- Complemento aeróbico ideal. Reemplaza al Step
- Entrenamiento completo y divertido
- Útil para tonificar y lograr equilibrio
- Curso y Manual de Capacitación
- Ventas a todo el país
- Se puede usar de ambos lados en forma segura

**Oferta lanzamiento \$200**

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

NOVEDAD EN FITNESS

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.

# EL EXPERIMENTO WII SPORTS

En Estados Unidos, un fanático de Nintendo se sometió a un test de seis semanas de duración tras el cual probó que, usando durante 30 minutos por día el último videojuego lanzado por esta compañía, *Wii Sports*, pudo bajar de peso y mejorar su condición atlética sustancialmente.

Tenis, boxeo, bowling, golf y béisbol. Estos cinco deportes se reúnen en el último lanzamiento de Nintendo, **Wii Sports**. Se trata de una consola de videojuegos, controlada por un sensor de movimiento, que permite al usuario simular en pantalla su participación en cinco deportes distintos. Con sólo usar el comando de Wii, el usuario puede conseguir sensaciones naturales, intuitivas y realistas.

Pero aparentemente jugar *Wii Sports* no sólo es divertido sino que también sería saludable. Estudios independientes de la Universidad Estatal de California, de la Universidad de West Virginia, y de la Universidad John Moores de Liverpool coincidieron al señalar que este videojuego es un método de entrenamiento efectivo.

“Los chicos gastan hasta 40 por ciento más de calorías”, señalan tales estudios. “Nuestras pruebas indican claramente que esta consola controlada por un sensor de movimiento tiene un impacto en la frecuencia cardiaca, en el gasto de energía, y en la cantidad de calorías quemadas”, aseguran.

A la luz de tales revelaciones, en diciembre de 2006, un joven norteamericano decidió comprobar él mismo los efectos de este videojuego. Entonces, dio inicio en su propio blog (espacio en Internet) a lo que él llamó “**El Experimento Wii Sports**”. El mismo consistía en un plan de juegos con la consola de Nintendo de seis semanas de duración.

A lo largo de ese mes y medio, este muchacho continuó con su actividad normal y hábitos de alimentación,



añadiéndole simplemente 30 minutos de *Wii Sports* a su rutina diaria. Durante el experimento, monitoreó las siguientes variables tres veces por día: peso, IMC, calorías quemadas por sesión, porcentaje de grasa corporal, y frecuencia cardiaca. Además, tomó fotografías de sí mismo una vez por semana.

Al parecer, los resultados fueron sorprendentes:

Tras seis semanas de *Wii Sports*, este joven perdió 4 kilos. Lo llamativo es que sus 81 kilogramos originales de peso no habían fluctuado en los últimos dos años. Además este experimento se llevó a cabo durante los fríos meses invierno, en los que entrenar al aire libre no es posible, y en épocas de Navidad y fin de año, cuando se come y bebe más de lo usual.

Su índice de masa corporal pasó de 25.2 a 24.0 al finalizar el experimento. Es decir que antes de comenzar tenía cierto sobrepeso y al terminar, seis semanas después, su IMC era normal. Asimismo el diámetro de su cintura pasó de 87.6 centímetros a 78.7 centímetros.



Para evaluar su gasto calórico, se enfocó en tres deportes. En promedio, *Wii Tennis* le produjo un consumo de 92 calorías en 15 minutos; *Wii Bowling*, su juego preferido, fue el que menor gasto de calorías le insumió: 77 en 15 minutos; y en el otro extremo *Wii Boxing* resultó ser el más exigente: quemó un promedio de 125 calorías en 15 minutos de juego.

En lo que respecta a su porcentaje de grasa corporal, la disminución fue significativa también: pasó de 19 por ciento a 17.2 por ciento. Es decir que, según parámetros del Consejo Americano de Ejercicios (CAE), habría pasado de la categoría “aceptable” de forma física a la categoría “fitness”. Por último, la frecuencia cardiaca media en reposo, pasó de 82, antes del experimento, a 68 al terminar el mismo.

En conclusión, está a la vista de todos que los videojuegos, como *Wii Sports*, siguen consolidándose en el mercado mundial como una alternativa válida y efectiva de combinar diversión con entrenamiento físico y deportes. ■



**mercado**  
**fitness**  
Viste tu gimnasio

A lo largo de 2007, Mercado Fitness premiará a **60 gimnasios** de todo el país con **10 chombas** para vestir a los integrantes de su staff.

¿El objetivo? Facilitar la identificación de los mismos por parte de los clientes, mejorar la imagen corporativa de cada gimnasio y reforzar el sentido de pertenencia de todos los miembros de su equipo.

**No te quedes afuera** y aprovechá esta oportunidad única de vestir tu gimnasio sin costo alguno.

Condiciones: Para participar de estos sorteos un responsable por cada gimnasio deberá completar el 100 por ciento de la encuesta que Mercado Fitness tiene publicada en Internet. Por más información ingresar a [www.mercadofitness.com.ar](http://www.mercadofitness.com.ar)

Importante: Esta campaña no contempla la incorporación del logotipo de los gimnasios ganadores en las prendas a entregar.

[info@mercadofitness.com](mailto:info@mercadofitness.com) / [www.mercadofitness.com.ar](http://www.mercadofitness.com.ar)

*Sin límites*  
INDUMENTARIA  
DEPORTIVA

Por Mariel Qu (\*)

# Ventas & Fidelización ASÍ LO HACEN LOS GRANDES

Te contamos cómo hacen las principales empresas de seguros, telefonía, correo, Internet, transporte, y medicina prepaga para captar nuevos clientes y fidelizar a los que ya tienen. Por extraño que pueda parecer, muchas de estas ideas son aplicables en tu gimnasio. Aprovechalas.

Desde antaño, las empresas proveedoras de servicios, cualquiera sea la industria, emplean un abanico de estrategias para atraer la atención de potenciales interesados y también para retener a quienes ya forman parte de su cartera de clientes. Como primera medida, la mayoría coincide en estudiar las necesidades del mercado y a partir de los resultados delinear las acciones a seguir.

Hoy en día la oferta de servicios es cada vez mayor y la demanda muchas veces es limitada. Esto obliga a las empresas a emplear toda su creatividad para disputar una porción de los ingresos del individuo, quien termina eligiendo dónde comprar en función del valor que atribuye a cada propuesta.

Por ello, desde la telefonía celular pasando por las prestadoras de Internet hasta las de medicina prepaga, todas las empresas articulan estrategias para posicionarse como la mejor elección para el consumidor a la hora de realizar una compra.

## Crear la necesidad

El común de las empresas suele usar promociones especiales para captar nuevos clientes. La forma de insertar los beneficios es variada, pero la mayoría apela a sumar servicios para transformarse en una oportunidad de compra única e irrepetible.

Por ejemplo, teniendo en cuenta el factor estacionalidad, las proveedoras de seguros para el automotor ofrecen promociones de verano que apuntan a quienes vacacionan con sus vehículos. Provincia Seguros beneficia a sus asociados con precios especiales, adecuando su póliza a las necesidades de este perfil de cliente.

Las empresas de telefonía celular también optan por ofrecer descuentos estacionales. Personal, de Telecom, brinda servicios bonificados como SMS gratis todas las noches durante el verano, comprando ciertos equipos de su línea. También ofrece paquetes con los cuales sus clientes acceden a materiales exclusivos para chicos como películas de Disney, Cds, etc.

Las compañías de Internet, por su parte, ofrecen contratos promocionales con precios escalonados durante un año, con la instalación y el módem bonificado. En este caso, el beneficio para la empresa llega a mediano y largo plazo, y depende de la calidad de su prestación para asegurar la permanencia del cliente.



**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 5to. C / Capital Federal / Argentina  
(54 11) 4524-3896 / info@identifycard.com.ar  
www.identifycard.com.ar



Arnet, la banda ancha de Telecom, tiene un costo inicial que resulta irresistible para los consumidores, pero al cuarto mes el valor se duplica y una vez cumplido el contrato, el abono llega al precio real del servicio. De la misma forma, Fibertel, de Cablevisión, ofrece sus servicios a un monto mensual bajo al comienzo, pero a partir del quinto mes, la factura pasa también a tener el precio sin descuento.

Los bancos y las tarjetas de crédito, por su parte, apelan a la reducción de los costos administrativos y gastos iniciales de afiliación. Por ejemplo, para lograr la apertura de una cuenta, Banco Río ofrece a sus nuevos clientes la emisión y renovación bonificada de las tarjetas Visa Gold y American Express Gold, un crédito personal instantáneo, descubierto autorizado y servicio de inversiones.

La Tarjeta Shopping también elimina gastos de adhesión y otorga adicionales sin cargo con mínimos requisitos. Si el asociado no realiza compras y no tiene cuotas por pagar, tampoco debe abonar gastos de mantenimiento. De igual forma, Garbarino brinda la opción de un crédito personal para poder comprar productos en 24 meses, pero pagando la primera cuota a los 90 días.

### Promociones personalizadas

Algunas empresas optan por personalizar sus promociones en forma de premiación a los consumidores que se ajusten a ciertas características especiales. HSBC La Buenos Aires, que ofrece seguro para el automotor, utiliza el Scoring para evaluar a cada conductor en forma particular. Así afirman poder ofrecer precios personalizados, gratificando a los clientes de bajo riesgo con un costo menor.

La Caja brinda descuentos sobre el seguro del automóvil y tres paquetes diferentes que se ajustan a las necesidades del interesado. Quien desea ahorrar cuenta con una cobertura que prioriza el precio; aquellos que valoran el servicio acceden a comodidades especiales a un monto mayor; y quienes buscan el equilibrio entre ambos, adquieren el seguro a un costo equivalente a la prestación contratada.

De igual forma, la empresa de medicina prepaga OSDE Binario ofrece planes que se ajustan a la edad de los beneficiarios, apuntando sus prestaciones según la etapa de la vida en que está el cliente. Swiss Medical Group cuenta con diferentes planes, que posibilitan al usuario elegir dónde, cuándo y de qué manera atenderse.

La empresa de telefonía Movistar ofrece promociones a quienes tengan tarjeta de crédito, con una financiación de 12 meses y hasta un 25 por ciento de descuento en la

compra del equipo dependiendo del banco al que pertenezca la tarjeta. Además el monto correspondiente a la conexión de la línea por única vez, es bonificado, otorgándole al cliente crédito adicional por el mismo valor y sin vencimiento.

### Comodidad y rapidez

Cada vez más empresas son conscientes de la importancia de la tecnología. Todas cuentan con una página web para darse a conocer y mantener una comunicación más fluida con sus clientes. Hoy los consumidores buscan practicidad y rapidez para evitar pérdidas de tiempo. Para lograrlo, la tecnología, y particularmente Internet, es la herramienta ideal.

Answer Seguro On Line, el canal de venta directo de Royal & Sun Alliance Seguros, es un buen ejemplo. La firma inició sus operaciones en marzo de 1998 imponiendo una nueva forma de contratar seguros, en la que la comodidad y la rapidez son las características principales gracias a Internet.

De igual forma, Aerolíneas Argentinas ofrece mediante su programa de Aerolíneas Plus la posibilidad de realizar las reservas de sus vuelos y hoteles vía Internet, con sólo ingresar el número de Pasajero Frecuente. El cliente puede asociarse on-line apenas dejando sus datos y sumar puntos con sus consumos.

Por su parte, la empresa de correo postal Oca ofrece el programa Afiliados OCA On-Line mediante el cual los dueños de páginas web incrementan las ganancias de su negocio con sólo incluir un banner de los productos de mensajería. La afiliación es gratuita y por cada consumo realizado por los usuarios del sitio, el dueño recibirá una comisión.



Otro ejemplo de uso de tecnología, esta vez sin Internet, es el que hace Metrovías, la empresa concesionaria del subterráneo en Buenos Aires. Para agilizar el tráfico de pasajeros lanzó hace un tiempo la tarjeta Subtecard, con la cual el portador se asegura no tener demoras en las colas de las boleterías. La adhesión es gratuita, la emisión es bonificada y la carga puede realizarse mediante efectivo, por débito automático, o en los locales Subtexpress y Monedero Subtecard.

### Fidelización = Valor Agregado

A medida que los mercados se tornan más competitivos, captar clientes no es el único desafío, ya que retenerlos es igual de importante. Para ello, las empresas saben que no sólo deben cumplir con los servicios prometidos de la forma más eficaz y transparente posible, sino darles a sus clientes beneficios extras, sumando valor a sus propuestas. En una palabra: sorprenderlos.

La tecnología es un aliado importante también a la hora de fidelizar. Por ejemplo, La Caja, a través de su página

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

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

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

web, ofrece a los clientes de Seguro Automotor una suscripción por la cual reciben avisos de vencimiento y su comprobante de cobertura, en su casilla de correo electrónico. También pueden actualizar sus datos y realizar todos los trámites de su póliza sin moverse de su hogar.

De la misma manera, Swiss Medical Group, a través de su web, ofrece a sus asociados la posibilidad de consultar la cartilla médica completa y la red de farmacias adheridas. También pueden solicitar turnos on-line para estudios y consultas con los diferentes profesionales, hacer reservas de maternidad y ver una nursery virtual con las fotos de los recién nacidos.

Por su parte, Osde Binario, permite realizar todos los trámites de sus prestaciones en línea, incluido el pago de su cuota. Sumado a esto, el asociado cuenta con un departamento de turismo mediante el cual puede hacer reservas en una red de más de 300 hoteles en el país, comprar pasajes aéreos, alquilar autos y adquirir estadías en cruceros, entre otras cosas.

Movistar permite a sus clientes consultar y comprar entradas para los cines Villages a través del celular y recibir la confirmación que servirá de entrada en el complejo. Asimismo, se puede acceder a las cuentas del Banco Francés gracias a la banca móvil. La última novedad para los clientes es la opción de tener MSN y Hotmail en su Movistar, para chatear y chequear los e-mails donde sea. Para quienes eligen los servicios de Oca para el envío de cartas o paquetes, la empresa brinda la posibilidad de hacer un seguimiento on-line de sus encargos en tiempo real, más allá de consultar acerca de tarifas y servicios de la compañía.

### Identificación y premios

Una de las principales armas de fidelización en las empresas de servicios es ofrecer beneficios exclusivos y regalos. La gran mayoría cuenta con comunidades donde los asociados gozan de la experiencia de "pertenecer". En este sentido, los convenios con otras empresas y el canje de servicios son fundamentales para lograr la mayor cantidad de beneficios posibles, que se traducirán en premios para los clientes.

HSBC La Buenos Aires ofrece a sus asociados un reconocimiento por permanencia: medio mes de seguro bonificado por cada año asegurado, que se incrementa a partir del segundo año y hasta el 4º año; y Amigo por Amigo, por el cual por cada persona recomendada que se asegure, el socio recibe 5 por ciento de descuento en su seguro. Así, mediante referidos, la empresa fomenta el boca en boca.



## CONTROL GYM

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.

// Datos de Socios y Profesores.

// Control de Acceso al Gimnasio adaptable a cualquier esquema.

// **Vigencia de Múltiples Actividades por Socio.**

// Registro de deudores.

// **Control de Vigencia de Certificado Médico.**

// 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.



Gold Sponsors de las 3º Conferencias Mercado Fitness / Abril 2007

### SCE Sistemas

Seriedad, Compromiso y Experiencia en el desarrollo de software administrativo y de control orientado a gimnasios

Tel: (54 11) 4958-1711 / info@controlgym.com.ar

Visitenos en [www.controlgym.com.ar](http://www.controlgym.com.ar)



Combinando la idea de comunidad con la de referidos, Arnet ofrece a sus abonados, al igual que otras empresas de Internet, contenidos especiales como recitales exclusivos que pueden verse a través del portal. Además gracias al Programa Amigos, por cada amigo que contrata Arnet, el asociado recibe un mes gratis de servicio.

Por su parte, las empresas de telefonía celular ofrecen variados beneficios en restaurantes, spas, centros de estética y servicios de delivery, entre otros. También permiten disfrutar de descuentos o realizan sorteos de entradas para los mejores recitales, carreras de automovilismo, sorteos de camionetas y departamentos.

Pertenecer al Club Movistar permite al usuario acumular un punto por cada tres pesos facturados, que le servirán para obtener hasta 50 por ciento de descuento en el teléfono GSM que desee. De la misma manera, Personal, a través de su Club, permite a los asociados del Programa Recompensas, utilizar sus puntos para cambiar su equipo viejo o adquirir una nueva línea.

Aerolíneas Argentinas premia a sus Pasajeros Frecuentes con ascensos de categoría que los habilitan para disfrutar de más beneficios y descuentos en alquileres de autos y hotelería. Quienes acumulen más puntos, pueden ganar viajes gratis a distintos destinos. Con la categorización de los clientes, la empresa premia la antigüedad y la utilización de sus servicios.

Con la misma idea, las aseguradoras cuentan con un sistema de premiación por antigüedad, buen comportamiento crediticio y no siniestralidad. Los asociados de Answer Seguro On-line, por ejemplo, pueden disfrutar además de los servicios de Red Travel, empresa de viajes y turismo.

Por su parte, el Subte brinda beneficios a quienes utilizan este transporte. Cada Subtepass lleva impresas diferentes promociones y descuentos. Por su parte, Subtecard ofrece múltiples rebajas en diferentes establecimientos y espectáculos, además de poder utilizarla como efectivo en los locales Subtexpress con ofertas en diferentes productos.

El Banco Francés cuenta con más de veinte comercios que otorgan beneficios y descuentos a sus clientes, quienes reciben mensualmente su estado de cuenta junto con una cuponera. Además ofrece 10 por ciento de descuento en combustibles todos los domingos en cualquier estación del país y 15 por ciento en Supermercados Norte todos los viernes.

También tiene el VIP BBVA, con opciones exclusivas como una tarjeta de golfista que lo identifica a nivel mundial. De la misma forma, el SuperClub de Banco Río es el programa de premios en el que por cada compra realizada con sus tarjetas de crédito y débito, acumula puntos que podrá canjear por espectaculares obsequios.

Finalmente, los asociados a Fibertel, prestadora de servicios de Internet, siempre y cuando mantengan sus abonos al día, se pueden ahorrar 35 por ciento en el servicio de Cablevisión, empresa de televisión por cable. Y si contratan AutoScoring de HSBC tienen una reducción de 15 por ciento más en su servicio de cable. Así, todas las empresas del grupo fidelizan a los clientes dentro de sus prestaciones.

El mercado abunda en oportunidades pero no en consumidores. El éxito de una promoción para captar clientes, o para mantenerlos, es directamente proporcional a la creatividad que cada empresa emplee en su estrategia, en el conocimiento de las necesidades de los consumidores, y en el estudio de su competencia. ■

(\*) Periodista - Colaboradora.



## **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 / nextel 301\*1931**



**nuevo**

**Telefax: (54 11) 4200-1444 / nextel 301\*1931**

**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

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



Por Raúl Eduardo Zarza, Gustavo Sergio Guelman y Ernesto De Vuono (\*)

# DEFINIENDO UNA VISIÓN ESTRATÉGICA

Si hablamos de una organización de cualquier índole, el momento de definir su visión coincide con el acto fundacional de la misma, ya que éste constituye la materialización de la idea instalada con carácter previo en la mente de los fundadores. Así la visión pasa a ser la representación explícita de aquello que la organización se ha propuesto alcanzar.



La visión tiene una concepción filosófica, que incluso llega a incluir factores vinculados a la ética y los valores, pero sin excluir otros de orden pragmático. Es decir debe poseer, de manera ineludible, coherencia y materialidad en cuanto a sus posibilidades de concreción.

Así, por ejemplo, si nuestra aspiración es fundar un centro de perfeccionamiento físico y/o estético, nuestra visión podría ser: "Nuestra empresa será un modelo de organización destinado a impulsar el desarrollo integral de la cultura física y psíquica de sus asociados, con el compromiso de trabajar con honestidad, productividad, armonía, y ejerciendo los principios de mejoramiento continuo inherentes al ser humano".

Ahora bien, ¿qué requisito resulta imprescindible para que este pensamiento, que parte del máximo nivel de conducción de la institución (los fundadores o dueños) llegue a los estratos inferiores de la organización? Porque si de

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

**CODIGO 10091**  
CINTA ELECTRONICA PROFESIONAL

**CODIGO 10092**  
CINTA ELECTRONICA PROFESIONAL PRO LINE XP

**CODIGO 10097**  
INDOOR BIKE

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

**METODO PILATES**

**CODIGO 12000**  
REFORMER

**CODIGO 13003**  
COMBO CHAIR

**CODIGO 13002**  
CORRECTOR ESPINAL

**Fábrica y Ventas:**  
Las Heras 878  
(5800) Río Cuarto - Córdoba  
Teléx: (0358) 4848213  
Tel.: (0358) 4840414  
Celular: (0358) 154 203390

**Envíos a todo el país**

**WWW.MAQUINASSANMARTINO.COM**



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  
Planta Industrial: Villa Zagala - San Martín

Envíos al  
interior



algo no cabe duda, es que todos tienen que captar la idea central y alinearse en torno a ella, desde la recepcionista hasta los profesores.

Pues bien, ese factor fundamental lo constituye el carácter compartido de esa visión, es decir su cabal comprensión y aceptación por parte de todos. Al respecto **Peter Senge** sostiene: "Si una idea sobre el liderazgo ha inspirado a las organizaciones durante miles de años es la capacidad para compartir una imagen del futuro que se procura crear". (1)

De esta manera, el concepto de visión compartida pasa a ser la guía orientadora, el motor que nos proyecta al futuro, es decir, nuestra aspiración esencial. Una vez que tengamos en claro esta idea, entonces deberemos abocarnos a determinar los siguientes elementos que componen la cadena de planeamiento:

**Misión de la empresa:** definimos el mercado, o segmento/s de éste, en el cual desarrollaremos las actividades, tipo de servicios a realizar, etc.

**Objetivos:** es la cuantificación de los logros esperados (por ejemplo las utilidades proyectadas, el grado de participación en el mercado pretendido, nivel de productividad, etc.) en un determinado horizonte de tiempo (corto, mediano o largo plazo). Resulta fundamental que los objetivos sean precisos y congruentes con la misión y la visión.

**Estrategias:** son las diferentes vías alternativas de acción que la organización empleará para alcanzar los objetivos (formas de penetración en el mercado, desarrollo de productos, creación de ventajas competitivas, etc.).

**Planes de negocios:** generalmente aquí incluimos los planes comerciales, productivos, económico-financieros, de inversiones y de recursos humanos, unificados sobre una base homogénea (unidades, pesos, etc.) en el plan de acción medido en términos monetarios o presupuesto.

El grado de formalidad de estas definiciones dependerá, por supuesto, de la envergadura de la empresa. Una gran entidad deportiva seguramente departamentalizará las decisiones en diferentes áreas de responsabilidad o gerencias, mientras que un gimnasio o centro de fitness posiblemente tome las mismas decisiones, pero concentrándolas en unas pocas personas, generalmente los dueños, que suelen ser asistidos por un profesional contable.

Con este artículo pretendemos realizar una aproximación desde una perspectiva conceptual, dirigida a los responsables de la conducción y/o dirección de empresas dedicadas

al negocio del deporte o el esparcimiento, para que reconozcan la necesidad de teorizar sobre estos aspectos trascendentales, que están presentes de manera permanente en la gestión cotidiana, pero cuya visualización muchas veces no escapa de una mera apreciación práctica.

Para finalizar, creemos que a partir de la comprensión de estos principios, unida al desarrollo de fuertes corrientes de liderazgo en nuestras organizaciones deportivas, que resulten formadoras de opinión, promoviendo a la vez la creación de una visión compartida, se generará la indispensable adhesión, pertenencia y motivación que necesitan las mismas para sobrevivir y desarrollarse, en entornos de alta turbulencia y donde el cambio es la constante. ■

(\*) Los autores son Técnicos en Dirigencia Deportiva, egresados del Centro de Estudios Terciarios River Plate. Ante cualquier consulta dirigirse a [ernesto\\_devuono@yahoo.com.ar](mailto:ernesto_devuono@yahoo.com.ar)

(1) SENGE Peter, "La quinta disciplina. El arte de la organización abierta al aprendizaje". Editorial Granica. Barcelona. 1993.

**SÓLO SIRVE DAR LO MÁXIMO**

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

MervickLab® es licenciatario exclusivo en Argentina de CREATINE™, 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**

**M MERVICK LAB**

**MAXIMA PUREZA. MAXIMA RESPUESTA. ☎ 02320-401400**



Por Jorge Gonçalves (\*)

# LA DESCONSTRUCCIÓN RUMBO AL CRECIMIENTO



¿Qué estamos viviendo hoy en nuestro mercado? Cada día surgen nuevos y más gimnasios, mientras los ya existentes se preguntan si existe lugar para un competidor más. Piensan que los nuevos van a captar sus clientes y que éste negocio ya no anda. "¿Esta situación puede empeorar?", se preguntan.

En cada contacto con personas de nuestro mercado, enfatizo mi convicción de que estamos viviendo un momento de desconstrucción rumbo al crecimiento. Observe algunos números: aproximadamente 1,6 por ciento de la población brasileña asiste a un gimnasio; en Europa ese público supera el 8,3 por ciento y en Estados Unidos el 13,4 por ciento.

Estas cifras indican que apenas estamos comenzando y que todavía tenemos mucho espacio para crecer. Por lo tanto, usted emprendedor, motivado por entrar en este mercado, ENTRE. Usted que ya está en él, desconstruya su negocio, rompa sus paradigmas y repiense su línea de acción, teniendo en mente que éste es UN NEGOCIO DE GENTE.

El camino es creer en las personas que forman parte de su emprendimiento; no abandone el cuidado de sus instalaciones y de los equipamientos, pero busque insistentemente el desarrollo de las personas. Lo que quiero decir es que cada individuo en su empresa debe ser considerado todo el tiempo su bien mayor.

Sus estrategias para motivarlos deben seguir tres líneas: la del desarrollo educativo (cabeza), la pasión por el trabajo (corazón), y el dinero que se llevan a sus casas (bolsillo). A continuación comparto algunas acciones prácticas a ser colocadas en funcionamiento hoy, porque leer y no hacer resulta en "acción cero". Entonces ponga en práctica lo siguiente:

**Su equipo de recepción y ventas** no puede ser más visto como la chica o el muchacho que quiere un empleo temporario para pagar sus estudios universitarios. Hay que verlos como los únicos profesionales del gimnasio que tienen la posibilidad de tener un contacto con los futuros clientes y motivarlos para comprar nuestros servicios.

Necesitamos -amigos gerentes- entender que ese equipo debe estar bien pago y vislumbrar la posibilidad de crecer personal y profesionalmente en la empresa. Entrene a esos

## MTD Gym

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

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



Modelo Indoor Bike

### 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



colaboradores, muéstrelas la importancia de atraer a su negocio a personas que podrán tener una mejor calidad de vida y, en consecuencia, incrementar su facturación.

**Departamento de evaluación.** En el día a día no vemos a ningún cliente satisfecho con las evaluaciones físicas que ya se hicieron, y obviamente no quieren ni oír hablar de una reevaluación. Entregamos esta noble función de tener el primer contacto con un cliente altamente motivado (recuerde que no tiene dos oportunidades para causar una buena primera impresión) a un tercero -externo- que pocas veces sabe qué servicios ofrece el gimnasio, el nombre de los profesionales que trabajan allí y cómo funciona el lugar.

A esta persona le damos el derecho de –la mayoría de las veces- avergonzar al cliente haciéndolo pasar por exámenes y ejercicios que tienen poco de efectivos y no ayudan en la formulación de su programa de entrenamiento. Déle a sus profesores esta noble tarea; permita que ellos estén mejor remunerados y aumente su compromiso con sus actividades. Es importante que los profesionales de todas las áreas desarrollen este trabajo. Adopte modelos simples de evaluación y piense si tales exámenes son realmente necesarios en ese primer momento.

**El equipo técnico.** Promueva encuentros de perfeccionamiento; incentive a sus profesores a inscribirse en nuevos cursos; invite a profesionales de otras áreas a dar charlas en su gimnasio, fomente el conocimiento. Cuanto mayor sea el nivel de preparación de su equipo, mayor será el tiempo de permanencia de sus clientes en el gimnasio. En cada actitud, tenga como meta llevar a sus colaboradores rumbo al bien común.

Nuestro mercado se está reestructurando y profesionalizando. Cada día, nuevos y mayores desafíos nos esperan. Conocimientos que ni imaginábamos hace algún tiempo, hoy son muy necesarios. Créalo: cada uno de nosotros puede desconstruir y crecer. ■

(\*) Consultor brasileño y conferencista internacional. Sepa más sobre él en [www.jorgegoncalves.com.br](http://www.jorgegoncalves.com.br)

# 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](mailto:info@p-equipe.com.ar)  
[www.p-equipe.com](http://www.p-equipe.com)



En España

# LOS GIMNASIOS SE CLASIFICARÁN CON ESTRELLAS

Las características de las instalaciones de un gimnasio y las actividades que ofrece al usuario podrán conocerse sin cruzar siquiera el umbral del centro deportivo.

Una de las medidas que establecerá la nueva ley reguladora del ejercicio profesional del deporte, cuyo anteproyecto estudia el Gobierno de España, es establecer una clasificación de las características de los centros deportivos que aporte información suficiente al usuario sobre la calidad de las instalaciones que se dispone a utilizar. Será algo similar a las estrellas que develan la categoría de los hoteles.

“Convendría disponer de iguales certezas que en un hotel al entrar en una instalación deportiva”, explicaron fuentes oficiales, aunque no detallaron cuáles serán los parámetros por los que se examinará a los gimnasios. Sí se aclaró, no obstante, que la clasificación en categorías afectará tanto a centros públicos como a privados.

Eventualmente, cuando la norma se apruebe y pase el trámite parlamentario, los criterios de clasificación de los gimnasios los marcará cada comunidad autónoma con competencias. En España, 51 por ciento de los gimnasios son de titularidad pública y el otro 49 por ciento de gestión privada.

El anteproyecto de ley también actualizará las titulaciones que habilitan para trabajar como instructores de educación física y afectará a un amplio colectivo que incluye, entre otros, a licenciados en INEF, maestros y titulados en Formación Profesional y en enseñanzas deportivas de régimen especial.

El objetivo, según explicó la vicepresidenta primera y portavoz del Ejecutivo, **María Teresa Fernández de la Vega**, es “mejorar la seguridad y la calidad de la práctica deportiva de los ciudadanos, potenciar la protección de la salud y conceder a la ciudadanía la posibilidad de elegir el centro que más se adecue a sus preferencias y necesidades”.

El Gobierno español también impulsará su política de apoyo a deportistas de alta competencia en el plano académico, “y con el establecimiento de medidas que ayuden y faciliten su inserción en el mercado laboral una vez finalizada su carrera deportiva”. Entre dichas medidas se destaca el cupo de acceso a la universidad desde un mínimo de 3% con carácter general hasta 5% en Fisioterapia e INEF.

El Ejecutivo también incrementará el número de deportistas de alto rendimiento, que pasará de los 2.817 de la actualidad “a superar los 3.000”, ampliará el tiempo de prestación de beneficios de dos a cinco años, y de cinco a siete en el caso de medallistas olímpicos, y abrirá una línea de crédito sin interés, “con un periodo de carencia de tres años, para formación académica o para facilitar la inserción de los jóvenes en la vida laboral”. ■

Fuente: [www.elperiodicodearagon.com](http://www.elperiodicodearagon.com)

**FITNESS GYM**  
Equipamiento Integral para Gimnasios

Prensa 45° deluxe  
Linea Garga

Cintas Profesionales, 24 hs. de uso continuo.

RESISTENCIA CERO  
Cinta 3 HP

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

Av. Centenario N° 3539 • Quilmes • (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)



Por Guido H. Samelnik (\*)

## DESAFIAR A TUS EQUIPOS A IR POR MÁS...

Cuando te desempeñas dirigiendo, coordinando o liderando un equipo de gente, es necesario conocer y trabajar dentro de lo que llamamos el **Canal del Flujo Creativo**.

Debés comprender que ante cualquier objetivo, la persona lo interpretará desde su manera de ver el mundo, por lo tanto tendrá un "desafío percibido" que no será para todos el mismo.

Ese desafío percibido tendrá relación con el nivel de competencias desarrolladas por la persona hasta ese momento.

Si la persona siente que el desafío es muy grande y no está capacitada para hacerle frente en tiempo y forma, vivirá en una zona de stress, ansiedad y frustración.

Por el contrario, si la persona es tan competente haciendo lo que hace, y el nivel de desafío percibido es bajo, siente que hace siempre más de lo mismo. Puede ser que esa persona viva en una zona de aburrimiento, desgano e incluso apatía. Es posible que decida irse a otra empresa (aunque por menos plata) para buscar un desarrollo personal y profesional más desafiante.

Si querés desarrollar y potenciar a tus equipos, asegurate de crear los contextos, los espacios de aprendizaje para que por cada nuevo desafío, la persona disponga del tiempo, el apoyo y asistencia (coaching), los recursos (curso de capacitación o programa de formación) necesarios para hacerse cargo y poder llegar en definitiva a objetivos cada vez más grandes, más importantes y mantener la actitud constante de "ir cada vez por más...". ■

(\*) Life & Executive Coach. Director de GL Health & Coaching Consulting [guidosamelnik@glcoaching.com](mailto:guidosamelnik@glcoaching.com)

**bioma**  
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](mailto:holiday@citynet.net.ar) / [www.biomax.com.ar](http://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](http://www.sonnosweb.com) - [info@sonnosweb.com](mailto:info@sonnosweb.com)



Por Mike Chaet (\*)

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

# ADOPTAR LA MENTALIDAD DE

¿Su gimnasio está sobrevendido? ¿Hay demasiados clientes? ¿La sala está siempre repleta? ¿Hay lista de espera para inscribirse? Si la respuesta a estos interrogantes es "NO", entonces pregúntese "¿Por qué no?".

En términos del gran filósofo **Yogi Berra**: "Ya nadie quiere ir ahí, porque hay demasiada gente". ¿A usted no le gustaría que su gimnasio fuera uno de esos lugares a los que "nadie quiere ir"?

¿Cuál es el secreto de los negocios que están siempre llenos? Piense en los lugares que usted conoce y que son así. Quizá es un restaurante o una discoteca de su barrio; o tal vez sea un recital o un curso que está siempre completo.

¿Qué tienen estos ejemplos en común? Pero lo que es más importante aún, ¿qué tienen ellos que usted no tiene? Analicemos este fenómeno y veamos cómo funciona.

## Factores en común

Estos ejemplos de éxito comercial coinciden en que: la experiencia que atraviesa el consumidor es extraordinaria, por tratarse de algo extremadamente creativo o bien novedoso. En otros casos, la experiencia es única, como sucede con algunas bandas en el escenario o con ciertos profesores que son fantásticos en clase. Otras veces, la experiencia es creada por un muy alto nivel de servicios.

Desde donde sea que lo miren, el común denominador es que el cliente está pagando por algún tipo de experiencia que genera un lazo muy fuerte entre él y la empresa proveedora del servicio. En consecuencia, no sólo seguirá pagando para vivir nuevamente esa situación sino que se

sentirá obligado a compartirlo con sus amigos y familiares, a quienes les dirá que ellos también deberían vivenciarla.

Industrias como la cinematográfica o la de libros viven y mueren mediante este proceso. El costo inicial de lanzamiento de una película o de un libro puede ser astronómico. Pero una vez que el producto sale al mercado, el presupuesto de marketing disminuye a prácticamente cero.

Es decir que el éxito o el fracaso quedan en manos de los consumidores. Si les gustó el producto y lo disfrutaron, esparcirán la noticia por todos lados, pero sino no les agradó la experiencia, no hay presupuesto de marketing que alcance para incrementar las ventas lo suficiente como para hacer el proyecto rentable.

## ¿Cómo encaja su gimnasio en este proceso?

Piense en usar las 3R de CLUBDOC'S en el desarrollo de su negocio. Ellas son: **Reventas**; **Referidos**; y **Relaciones**.

La relación dinámica entre un consumidor y una empresa es un proceso en constante cambio. Lograr que ésta sea positiva requiere de tres aspectos:

1. La experiencia debe alcanzar o superar las **expectativas** del cliente casi todo el tiempo.
2. La experiencia debe ser **bilateral**, con información fluyendo en ambos sentidos.
3. La experiencia necesita ser **renovada** regularmente. Innovación, cambio y mejoras son una obligación.



# LOS EXITOSOS

Ahora, podemos clasificar la relación cliente-empresa en varias categorías:

- 1. Relación de conveniencia:** usted vende porque su negocio está en el lugar apropiado en el momento adecuado. Su negocio es conveniente.
- 2. Relación emocional:** esta compra es motivada usualmente por descuentos, premios, temor a una pérdida o al dolor.
- 3. Relación completa:** es la más profunda y se basa en atender por completo las necesidades y deseos del cliente.

Si la relación es una del tipo que el cliente prefiere olvidar, probablemente éste no compre su producto nuevamente. La mayoría de los negocios sobrevive gracias a la reventa



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

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)

por la simple razón de que el costo de la venta inicial es mucho más alto, porque conlleva la publicidad, los descuentos, las comisiones del vendedor, más los costos administrativos. Cuesta dinero atraer un cliente por primera vez.

Por otro lado, muchas veces, la primera compra es emocional y el consumidor está simplemente respondiendo a una promoción, a un descuento o a una buena publicidad. Puede ser incluso por el pedido de alguien para que pruebe el servicio. Por eso, es la reventa lo que mejor funciona en todos los negocios. Piense en cuánto lleva pagado por su producto su cliente más antiguo en los últimos cinco o diez años.

En un gimnasio, la venta inicial tiene un alto componente emocional. Pero aquellos clientes satisfechos, repetirán su compra porque perciben un fuerte valor en el servicio. Estos nos lleva a preguntarnos: ¿Cómo perciben ese valor? ¿En qué nos diferenciamos del gimnasio de la otra cuadra? Bien, todos los meses sus clientes se preguntan lo mismo y realizan un juicio de valor basado en sus experiencias.

Tal como los expertos en publicidad y venta han probado, es relativamente fácil realizar la primera venta de casi cualquier producto. Incluso, productos de calidad inferior pueden ser vendidos si son bien publicitados. El problema, claro, es que si la experiencia del consumidor con ese producto es pobre no habrá una nueva venta.

Por el mismo motivo, tampoco habrá ventas a referidos. De hecho, el cliente insatisfecho saldrá de su gimnasio a decirles a sus conocidos que no compren su producto. Y no se puede sobornar a los clientes –no importa qué tan grande sea el premio- para que nos recomienden si ellos no están felices con nuestro producto. Recuerde: para iniciar un programa de referidos los clientes deben estar contentos.

Usted posiblemente pueda dividir sus clientes en estas categorías:

1. **Compradores por única vez.** Estos probablemente no le digan a nadie sobre su producto por varias razones.
2. **Divulgadores ocasionales.** Estos esparcirán la noticia sólo cuando les pregunten o bien si reciben un pequeño incentivo de su parte.
3. **Voceros voluntarios.** Estos ya están por ahí contando nuestra historia.

¿Qué hace que cada cliente encaje dentro de una u otra categoría? La respuesta es simple: las vivencias que su gimnasio le provee, las relaciones. Por eso, su objetivo debe ser garantizar a sus clientes una experiencia fantástica, sobresaliente e inolvidable para que todos se conviertan en “voceros voluntarios” de su gimnasio.

Una vez logrado este objetivo, es preciso establecer el proceso para que la gente interesada divulgue también nuestros servicios. Si observamos el éxito del marketing multinivel, veremos que se trata de algo muy simple: gente hablando con gente.



Para **potenciar los referidos** debemos: enfocarnos en las experiencias de nuestros actuales clientes; entender que nuestro universo se extiende de 6 a 8 minutos desde la puerta del gimnasio; saber que las noticias se difunden a la velocidad de la luz, así que las experiencias de sus clientes, o sea su producto, se diseminarán por todo el mercado casi instantáneamente. Sea obsesivo al respecto y haga lo necesario.

Como podrá ver, los negocios sobrevendidos o llenos de clientes no son necesariamente los que invierten mucho dinero en marketing. Son aquellos que están obsesivamente enfocados en la siempre frágil relación (experiencia) con sus clientes y entienden que se trata de un proceso interminable y necesario. ■

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

BECOME SOMEBODY

BODY  VIVE.

**Body**  
Systems  
LatinAmerica

[www.bodysystems.net](http://www.bodysystems.net)

Teléfono: +54 - 11 - 4964 5557 | E-mail: [bodysystems@sion.com](mailto:bodysystems@sion.com)

La industria del cuidado personal -estética, spa, fitness, masajes, bronceado- es una de las siete que más crecerá mediante el franchising este año. Curves y Jazzercise, las dos franquicias top del fitness mundial, ya tienen presencia en Argentina. Gold 's Gym, la número tres del ranking, promete desembarcar en Buenos Aires en el segundo semestre de 2007.



## LA HORA DE LAS FRANQUICIAS

El sistema de franquicias (franchising) gana popularidad día a día en todo el mundo y no es para menos, los números hablan por sí solos. En Estados Unidos, las franquicias facturan más de 800 millones de dólares al año; representan 40 por ciento de los comercios minoristas; se abre 1 franquicia cada 8 minutos; y hay alrededor de 550 mil franquicias, que emplean 8 millones de personas.

Pero lo más significativo es que, mientras 62 por ciento de los nuevos emprendimientos fracasa durante los primeros 6 años, según el Departamento de Comercio de Estados Unidos y la Cámara de Comercio de ese país, 90 por ciento de las franquicias sigue funcionando tras 10 años de vida. Según un estudio privado de Gallup, 94 por ciento de los dueños de franquicias se considera empresarios exitosos.

Si bien en Argentina los números no son tan impactantes, sí son muy importantes. En 2005, el sistema de franquicias -locales propios y franquiciados- alcanzó los 7.872 millones de pesos de facturación, monto que equivale aproximadamente al 1,5 por ciento del PBI nacional. Así lo señala un estudio realizado Fernando Zerboni, profesor del IAE, publicado por la **Asociación Argentina de Franquicias**.

Según la misma investigación, en 2005 la facturación por local franquiciado fue 15,6 por ciento superior respecto del año anterior; entre los años 2000 y 2005 el número de

locales franquiciados casi se duplicó alcanzando las 14 mil unidades; se estima que el sistema de franquicias emplea al menos 133.725 personas en el país.

Dicho esto, cabe preguntarse por qué las franquicias son tan populares y se han extendido tanto. Sencillamente porque se trata de la reproducción en cadena de modelos comerciales exitosos, lo cual disminuye el margen de error y el riesgo de fracaso, dándole ciertas garantías tanto a inversores (franquiciados), con o sin experiencia, como a propietarios de las marcas y los sistemas (franquiciantes).

En consecuencia, más de 75 industrias diferentes apelan hoy a las franquicias para abrirse camino. En Argentina, los sectores "gastronomía" e "indumentaria" continúan siendo los principales participantes del sistema. Pero la industria del bienestar no es ajena a esta tendencia. La revista **Entrepreneur**, en su edición de enero, señala que los servicios de cuidado personal -estética, spa, fitness, masajes, bronceado- son uno de los siete segmentos que más crecerá mediante el franchising en 2007.

### En el mundo fitness

Sin dudas, **Curves**, la cadena de gimnasios femeninos, creada por **Gary Heavin** en 1992, es -por lejos- la franquicia número uno del mundo del fitness, con alrededor de 10 mil unidades en 44 países. Y está, según el **Ranking 2007**

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

Administre sus gimnasios EN LINEA ...

**Supergym**  
**On-Line**

desde cualquier lugar del mundo!!!

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

[info@entrenar.com.ar](mailto:info@entrenar.com.ar)

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

Tel. y Fax : 54.341.4932606

INFORMATICA & DEPORTES - Desarrollo Profesional de Software Deportivo

de las **Top 500** de la revista Entrepreneur, entre las 15 franquicias más importantes a nivel mundial, junto a Subway, Dunkin' Donuts, 7-Eleven Inc., y McDonald's, entre otras.

La número dos del ranking es **Jazzercise**, un programa de entrenamiento que combina movimientos de danza jazz con ejercicios aeróbicos. La franquicia se lanzó en 1983 y fue creada por **Judi Sheppard Misset**. Actualmente tiene más de 5500 franquiciados en más de 30 países. Llamativamente, tanto Curves como Jazzercise son las únicas franquicias internacionales de fitness con presencia en Argentina, con 10 y 2 unidades respectivamente.

Más curioso aún es que la franquicia número tres del ranking mundial, **Gold's Gym** -con casi 800 sedes en todo el mundo-, promete ser también la tercera marca internacional en arribar a la Argentina. Así lo revelaron ejecutivos de la firma en su paso por Buenos Aires en marzo último. (ver recuadro en esta página).

Pero habrá que esperar hasta ver dicho arribo concretarse, ya que en los últimos dos años sobraron amagues y demostraciones de interés hacia el mercado argentino por parte de firmas extranjeras, pero finalmente nada sucedió. Este es el caso, por ejemplo, de **Bally Total Fitness**, una red norteamericana que tiene más de 40 años en el mercado y 420 clubes ubicados en Estados Unidos, Canadá, Asia y el Caribe.

A fines de 2004, el entonces vicepresidente mundial de franquicias de la compañía, **Ben Amante**, aseguró a esta revista que Argentina estaba en sus planes y que buscarían un master franquiciado en el país. Su estrategia general para Sudamérica incluía también Brasil, Perú y Chile, pero hasta el momento sólo llegaron a México.

Algo similar, aunque no se trate de una franquicia, sucedió con el **Club Balthus**, un selecto centro de bienestar chileno de 6500 m2 de superficie y cerca de 3000 asociados. Su ahora ex gerente general, **Manel Martínez**, visitó en numerosas ocasiones Buenos Aires, en 2005 y 2006, en búsqueda de "terrenos y de socios locales", pero este desembarco tampoco ha podido concretarse hasta la fecha.

## Gold's Gym le pone fecha a su arribo

Tras el éxito alcanzado en Perú, donde esta franquicia es líder de mercado con 11 gimnasios en funcionamiento, y habiendo ya dado un paso en Brasil, con la apertura de su primera unidad en Morumbí (San Pablo), **Gold's Gym** promete desembarcar en Buenos Aires durante el segundo semestre de 2007.

"Tenemos la firme expectativa de contar con un gimnasio en Buenos Aires para el segundo semestre de este año", asegura **Javier Salinas**, gerente financiero de Arcadia, la empresa responsable de la franquicia Gold's Gym para Argentina, Brasil, Chile y Colombia.

Por su parte, **Rossana Ravines**, controler de Arcadia, reveló que el posible socio local es un gimnasio actualmente en funcionamiento. Un potencial interesado debe contar con un gimnasio de 1500 a 2500 m2, accesible, visible y, en lo posible, con estacionamiento. La inversión total necesaria ronda el millón de dólares. El plan maestro de Arcadia prevé la apertura de 14 gimnasios en Argentina.

Gold's Gym nació en 1965 en California de la mano de **Joe Gold**. En 1975 alcanzó gran popularidad gracias a la película "Pumping Iron" con Arnold Schwarzenegger y Lou Ferrigno. En 1980 lanzó su programa de franquicias y hoy cuenta con 778 gimnasios en 27 países, en los que tiene más de 3 millones de socios.

**Powerhouse Gyms**, fundada por los hermanos William, Norman y Krystal Dabish, en Detroit en 1976, es otra de las marcas fuertes del fitness en Estados Unidos. Cuenta con más de 300 locales en 36 estados y en otros seis países, entre los que se encontraba Chile, donde tenía ocho sedes. Pero desde enero pasado todos sus locales fueron rebautizados bajo el nombre **Energy Fitness Clubs**.

En este cambio influyó la llegada de **Mark Mastrov**, fundador de **24 Hour Fitness**, quien en marzo de 2004 compró 85 por ciento de **Chilefit SA**, empresa que comandaba por entonces el destino de Powerhouse en Chile. Mastrov, quien

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®**

vendió 24 Hour Fitness (345 clubes) a comienzos de 2005 en 1.6 mil millones de dólares a un fondo de inversiones, ha visitado la Argentina al menos dos veces en los últimos dos años y mantiene regularmente conversaciones con operadores locales.

Por último, **World Gym** es otra de las grandes redes norteamericanas que tiene presencia en América latina a través de franquicias. Sus unidades están en Brasil, Centroamérica, México y Perú. Ésta fue la segunda cadena de gimnasios que creó en los setenta en California el legendario **Joe Gold**, luego de abrir Gold's Gym. Pero en noviembre último, las franquicias de esta cadena fueron vendidas a **Planet Fitness**, una red de gimnasios de bajo costo, en más de 10 millones de dólares.

### Propuestas de nicho

Si los grandes gimnasios multiservicio siguen expandiéndose en todo el mundo, la mayoría lo hace con inversiones propias -locales corporativos- y son pocos los que logran desarrollarse a través del franchising. Esto puede atribuirse a los altos costos de inversión inicial que demandan, lo cual incrementa el riesgo y ahuyenta a posibles interesados, al menos en mercados poco desarrollados como los de América latina.

Montar un gimnasio de 2000 m<sup>2</sup> y equiparlo con primeras marcas internacionales cuesta alrededor del un millón de dólares. Cuando, justamente, uno de los atractivos del común de las franquicias, para los emprendedores, es el bajo de costo de la puesta en marcha del negocio. Una prueba más de esto es que en el **Ranking 2007 de las 500 Franquicias Top** de la revista Entrepreneur, sólo hay una cadena de grandes gimnasios multiservicios que franquicia su sistema, **Gold's Gym**.

Las otras 11 franquicias de fitness que figuran en el ranking, incluidas Curves y Jazzercise, demandan inversiones más baja (abrir un Curves cuesta poco más de 30 mil dólares) y requieren superficies menores para funcionar (en algunos casos con 150 m<sup>2</sup> alcanza). Esto facilita la búsqueda de locaciones -visibles y accesibles- sobre todo en las grandes ciudades, donde el factor inmobiliario suele ser una limitante.

Pero hay algo todavía más importante que diferencia la propuesta de este tipo de centros de fitness de los otros más grandes, multiservicio y multitarget. Éstas empresas, muchas de ellas muy novedosas, eligieron segmentar el mercado y enfocarse en tipos de público muy específicos. En marketing se llaman "nichos" a los sectores del mercado que no están agotados con los productos o servicios existentes.

Así, con ingenio y creatividad, lograron crear propuestas diferentes, observando lo que estaba a la vista de todo el mundo. Estas son algunas de las más destacadas:

**Express Fitness:** La falta de tiempo es una de las principales excusas de los sedentarios para no realizar actividad física. Para este público se desarrollaron entrenamientos rápidos en circuitos, de 20 a 30 minutos de duración, usando en la mayoría de los casos máquinas de fuerza con resistencia hidráulica, lo cual acelera el proceso ya que éstas permiten entrenar músculos opuestos sin cambiar de estación.

### Ranking de Franquicias

Son doce las franquicias de fitness que figuran dentro del ranking de **las 500 mejores franquicias** del mundo, que elabora año a año considerando todas las industrias, la reconocida revista de negocios **Entrepreneur**.

Ranking General	Ranking Fitness	Empresa	Total	Argentina
15	1	Curves	9882	12
35	2	Jazzercise Inc	6794	2
63	3	Gold's Gym Franchising LLC	778	0
77	4	Fitness Together	265	0
140	5	The Little Gym	254	0
141	6	Contours Express	455	0
206	7	Snap Fitness Inc	143	0
221	8	My Gym Children's Fitness Center	163	0
314	9	StrollerFit Inc.	90	0
353	10	Anytime Fitness	336	0
387	11	J.W. Tumbles, A Children's Gym	26	0
403	12	Jump Bunch Inc.	24	0

Fuente: Revista Entrepreneur - Año 2007

## 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



**Sólo para ellas:** A principios de los 90, Curves tomó el entrenamiento rápido en circuito y decidió segmentar aún más la propuesta al notar que muchas mujeres, principalmente las mayores de 40, preferían ejercitarse lejos de la crítica mirada de los hombres y sin espejos cerca. El éxito fue tal que surgieron al poco tiempo decenas de propuestas similares en el mercado, que también tuvieron éxito.

**Cosa de hombres:** En 2003 John Gennaro fue el primero en darse cuenta que los fundamentos de Curves para las mujeres también eran válidos entre los hombres. Entonces fundó Cut Fitness en Estados Unidos, el primer gimnasio de entrenamiento express sólo para hombres. Sólo el primer año facturó 3 millones de dólares. Hoy ya tiene más de 200 franquicias vendidas y muchos competidores en el mercado.

**Para los chicos:** En Estados Unidos 22 por ciento de los niños tiene problemas de sobrepeso. Algunos empresarios no tardaron en detectar la oportunidad: The Little Gym, My Gym Children's Fitness Center, J.W. Tumbles, y Jump Bunch son algunos de los ejemplos más exitosos. Ofrecen programas de gimnasia para chicos en ámbitos y con equipos especialmente diseñados para el público infantil.

**Cosa de grandes:** El segmento de mayores de 50, conocido como seniors, es el de más rápido crecimiento y el que mejores índices de consumo tiene en Estados Unidos (controla 70 por ciento de los ingresos de la población). En respuesta a este fenómeno surgieron iniciativas como Club 50 Fitness Center, que se basa también en circuitos de 30 minutos con máquinas hidráulicas pero sólo para adultos activos.

**Aletas a entrenar:** Los deportistas de alto rendimiento tienen objetivos muy diferentes a los de una persona común cuando se disponen a entrenar. Para ellos nada mejor que Velocity Sports Performance, The HIT Center, o Catz Sports, por citar algunos de los gimnasios que franquician sus sistemas con gran éxito, y están especializados en entrenamiento y rehabilitación de atletas.

**Personal Training:** "Un cliente, un entrenador, un objetivo". El slogan de Fitness Together resume su propuesta: sólo entrenamiento personalizado. La empresa nació en 1983

en Arizona, Estados Unidos. Se lanzó al franchising en 1996 y hoy cuenta con 500 locales en ese país, Canadá, Irlanda e Israel. Su primer pie en América latina lo puso en Costa Rica en enero pasado. En 2007, espera abrir 120 locales más.

**24 Horas:** Los gimnasios abiertos todo el día son moneda corriente en Estados Unidos, pero uno se destaca en el mundo de las franquicias por el rápido crecimiento que ha tenido. Anytime Fitness surgió en 2002 y ya tiene 336 unidades. La idea de sus fundadores, Jeff Klinger y Chuck Runyon, era ofrecer gimnasios pequeños con bajos costos operativos, con todos los servicios y que estuvieran abiertos 24 horas.

### Made in Argentina

En el orden local, sin duda, el caso de mayo éxito en el mundo del franchising ha sido **Tamara Di Tella** y sus estudios de pilates. Cuenta con más de 40 franquicias en seis países: Argentina, Paraguay, Colombia, Ecuador, Guatemala y México, además de una fuerte presencia de marca en Francia, España y Estados Unidos.

Por otro lado, **Balanced Pilates** cuenta con 4 estudios propios en la provincia de Córdoba -Capital, Carlos Paz, San Francisco, Río Tercero- y también tiene desarrollado un modelo de franquicia para comercializar. En Santa Fe, **Pilates Park** de Stefan Fouine, una franquicia española, tiene locales en la ciudad capital, en Santo Tomé, en Esperanza y en Resistencia (Chaco).

Entre los grandes gimnasios multiservicio, sólo la red de clubes **Megatlon**, con 17 unidades propias en funcionamiento en Capital Federal y Gran Buenos Aires, ha manifestado intenciones de expandirse al resto del país a través del sistema de franquicias, aunque por el momento no ha concretado ninguna venta.

También surgieron en los últimos dos años en Buenos Aires versiones locales de centros de express fitness para el público femenino, que aspiraban a crecer a través de franquicias, pero lamentablemente no prosperaron. Dentro de esta misma categoría, acaba de anunciarse el lanzamiento en la ciudad de Neuquén de **Studio 30, Circuit Express**, el cual también planea expandirse mediante franquicias. ■

**VIDEOS • DVD**

**CD • 32 COUNTS**

**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 incluidos y sigate
- Medidas de altura de 2 con compatibilidad con los Step Company

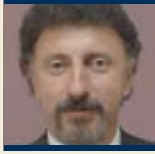
**Mini Tramp Power Jump**

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

**fitness Beat**  
music for fitness

Juramento 1420 / C1428DMR  
Capital Federal / Bs. As. / Argentina  
Tel.: (54 11) 4704 1074 / 4767 6588  
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



Por Jorge Bliman (\*)

## CRECER A TRAVÉS DE FRANQUICIAS

El mercado argentino se va tornando cada vez más competitivo. Esto significa que van entrando nuevos actores cuya capacidad de acción es dispar. Grandes cadenas locales y lentamente, internacionales, van tratando de ganar posiciones.

Sin embargo, ese mismo mercado también está ocupado por miles de empresarios independientes, generalmente pequeños, que ven y sienten la "amenaza" que representan las grandes cadenas, con mayor poder de inversión.

¿Cómo competir frente a estos operadores? ¿Cómo superar la barrera de la indiferenciación y salir del círculo vicioso de tratar de atraer al cliente ofreciendo cada vez menores precios, como herramienta competitiva casi excluyente?

La **asociatividad** es un camino posible, y, muy frecuentemente, recomendable para remover los obstáculos que las limitaciones económicas o hasta humanas, imponen a los pequeños y medianos empresarios.

Una de esas formas asociativas, la **franquicia comercial**, constituye una formidable herramienta para reducir los costos de explotación, aumentar las ventas, alcanzar u optimizar la rentabilidad y, en última instancia, mejorar la calidad de vida empresarial.

Las franquicias comerciales ("franchising") constituyen un sistema de reproducción en cadena de un modelo comercial exitoso. Una de las partes (franquiciante), titular o usufructuario de una marca, y poseedor de conocimientos sustanciales sobre un negocio, autoriza a otro (franquiciado) a explotar comercialmente, por su propia cuenta y riesgo, aquella marca y a recibir de parte de aquel asistencia técnica constante, por un plazo determinado y, generalmente, en un territorio limitado.

Normalmente, las prestaciones económicas a favor del franquiciante consisten en el pago de:

- Una suma fija en concepto de Derecho de Otorgamiento de Franquicia.
- Regalías (un pequeño porcentual calculado sobre las ventas).
- Una contribución a un Fondo de Publicidad y Promociones (normalmente un porcentaje menor al de las regalías, calculado sobre igual base).
- En muchos casos, el franquiciante actúa también como distribuidor de productos, insumos y servicios, que el franquiciado debe adquirir.

Como contrapartida, el franquiciado recibe:

- Asistencia técnica constante (capacitación, apoyo técnico y supervisión).
- Participación en programas de publicidad corporativa.
- Se beneficia con economías de escala.
- Sistemas comerciales probados, que mejoran sus procedimientos internos.

Ahora bien, el **franchising** presupone una marca comercialmente exitosa. Esto no es sinónimo de "famosa", dado que el mayor conocimiento del nombre comercial en el mercado, no necesariamente implica que con su utilización hagamos un mejor negocio.

Sí se requiere que exista en esa marca y sistema, la aptitud para generar rentabilidad siendo explotado por una empresa distinta de la titular marcaria y del "know how" (o conocimientos del negocio) transmitidos.

De manera que el camino está abierto para quienes quieran lanzar su propia red de franquicias o unirse a una ya existente, especialmente considerando las condiciones actuales del mercado argentino, altamente favorables para la instalación y operación de negocios que ofrezcan valor agregado.■

(\*) Director General de Franchising Advisors y Presidente de la Unión Argentina de Franquicias. [bliman@franquiciaweb.com](mailto:bliman@franquiciaweb.com)

**Consulte por Zonas Disponibles para Distribución**

Buenos Aires  
(+54) 011 4555-0770  
[info@htn-nutrition.com](mailto:info@htn-nutrition.com)  
[www.htn-nutrition.com](http://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.



Por Lic. Martín Iglesias (\*)

## MITOS Y REALIDADES DE LAS FRANQUICIAS

Mucho se ha escrito sobre el Sistema de Franquicias (Franchising), en general mostrándolo como una panacea de negocios. Pero es necesario tomar ciertos recaudos para que ese remedio "infalible" no se transforme en una pesadilla totalmente contraproducente para el negocio tradicional de la empresa.

Ha quedado demostrado que es mucho más sencillo franquiciar productos tangibles que servicios, ya que estos últimos (los servicios) tienen una alta incidencia subjetiva (son brindados por personas), lo que puede llegar a transformar el concepto original en otro totalmente distinto.

Como se sabe, en un Sistema de Franquicias se pone en juego fundamentalmente, una **MARCA**, el mayor patrimonio que, paradójicamente, es un intangible que no suele valorizarse

económicamente en los balances contables de ninguna empresa.

Es por ello que me gustaría dejarles algunos datos para tener en cuenta:

a) Si se va a lanzar un Sistema de Franquicias, un buen comienzo es hacer la experiencia de manera propia, dándole la operación de franquiciado a un tercero allegado con el que pueda "equivocarse" y solucionar rápidamente los errores. Dicha experiencia permite documentar el paso a paso del negocio y replantear cambios.

b) Corrobore que sus productos o servicios estén lo debidamente solidificados y probados, de manera de no aplicar demasiados recursos a la atención de reclamos o medidas correctivas.

c) Centralice la comunicación (publicidad y marketing), desarrolle los avisos, comunicados de prensa, e-mails de contacto con el mercado, etc., para que

los mismos sean utilizados por los franquiciados. Solicite copia de la comunicación realizada por dichos franquiciados en su zona, de manera de controlar y administrar el uso de su marca.

d) Capacite constantemente a sus franquiciados, ya sea en forma presencial y/o a distancia (para no cargarlos con costos de viáticos y estadías). Actualmente existen diversas soluciones tecnológicas, sobre todo utilizando Internet, para estar más cerca de quienes realizan sus operaciones alejados de la Casa Central.

e) Evite que, por su afán de abrir más franquicias, uno o más franquiciados dispongan de una gran cantidad de las mismas, ya que a futuro podrían ocasionarle un conflicto (por la incidencia económica que tendrían en el negocio global de la empresa, o bien por la posibilidad de que se conviertan en nuevos competidores suyos). ■

(\*) Director de la Consultora ZeroDistance.  
martin-iglesias@zerodistance.com.ar

**KROMAX** die Maschine

KX-R9000

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

Por Matías Mondschein (\*)

## Lucha contra la obesidad

# “CUANDO NO RESPONDEN A NECESIDADES POLÍTICAS, LOS CAMBIOS LEGISLATIVOS SON LENTOS”



Asegura Alberto Cormillot, quien espera la aprobación en el Congreso de la Nación de una Ley que declare a la obesidad como enfermedad para que ésta sea incorporada en el Plan Médico Obligatorio, y así las obras sociales cubran el tratamiento de los pacientes con este mal.

**Alberto Cormillot** nació el 31 de agosto de 1938 en Buenos Aires y se recibió en la Facultad de Ciencias Médicas de la UBA en 1961. Como médico referente en temas vinculados a la obesidad en Argentina, Cormillot lleva adelante hace años una dura lucha contra esta problemática social producto de los malos hábitos nutricionales, que hoy afectan a la mitad de la población de Argentina.

Cormillot define a la obesidad como una **epidemia global** al tiempo que asegura que si en Argentina no hay cambios “la gente va a seguir engordando”. En su opinión es necesario capacitar a los docentes, como una de las formas de combate contra este mal, y beneficiar impositivamente a aquellos alimentos más saludables.

El máximo objetivo de Cormillot es lograr la aprobación de una **Ley Nacional** que declare a la obesidad como enfermedad para que ésta sea incorporada en el Plan Médico Obligatorio. En este reportaje con **Mercado Fitness**, este profesional explica su postura respecto a esta problemática y revela algunos datos muy inquietantes.

**MF: ¿A cuánta gente afecta la obesidad en Argentina y en el mundo?**

AC: A nivel local, 45 por ciento de la gente de 19 a 49 años es obesa. Entre los chicos, la cifra va aumentando entre 15 y 20 por ciento. A nivel internacional, entre los chicos, de 10 a 20 por ciento la padecen, y entre los adultos 40 por ciento en aquellos países con índices más bajos o 65 por ciento en lugares como Estados Unidos, que es uno de los que más gente obesa tiene.

**MF: ¿Cuáles serían las medidas más efectivas para combatirla?**

AC: Hay que trabajar en las escuelas en el área de alimentación, para que los chicos puedan comer más sano, y también en el área de educación con los padres. También hay que promover la actividad física en las escuelas y combatir la discriminación en todos los niveles. A los primeros que hay que capacitar es a los docentes, que en su mayoría no conoce la temática.

**MF: ¿Y fuera de las escuelas qué se puede hacer?**

AC: Por un lado, es necesario regular el marketing de alimentos y bebidas destinadas a niños menores de doce años. Además, tiene que haber colaboración para atacar este mal por parte de las industrias de alimentos, bebidas, ropa y entretenimiento.

Por otro lado, el desarrollo urbano debe facilitar áreas con lugares habilitados para que la gente pueda andar tranquilamente en bicicleta o caminar. Y desde lo económico, sería bueno beneficiar impositivamente a los alimentos más saludables, para que sean más baratos, y hacer lo contrario con la comida no saludable.

**MF: ¿Por qué sus proyectos presentados al Congreso no son ley aún?**

AC: En general, cuando no responden a necesi-



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

dades políticas, los cambios legislativos son lentos. Y, por otro lado, pienso que debe haber presión de las obras sociales para que la obesidad no adquiera el status de enfermedad. Y esto es producto del desconocimiento, porque no saben que hay tratamientos modernos en grupo, hasta por Internet, con auxiliares médicos, que son menos costosos.

Con pequeños descensos (en calorías), una persona mejora mucho su salud y no gasta en medicamentos. Pero como esto no se conoce, las obras sociales tienen renuencia a tratar la obesidad porque piensan que les acarrearán grandes gastos. Es básicamente un error conceptual el que cometen.

**MF: ¿Existe relación entre la obesidad y el nivel socioeconómico?**

AC: Hay más obesos entre los más pobres y más desnutrición en forma oculta. Porque están más gordos porque le faltan vitaminas y están más complicados...

**MF: ¿Hacia dónde vamos con esta problemática?**

AC: Si no se hace un cambio, la gente va a seguir engordando. En Estados Unidos se estima que van a ser todos gordos para el año 2040 y acá -en Argentina- para el año 2050 o 2060, si no encaramos los cambios necesarios.

**MF: ¿El Estado entiende la amenaza real que representa este mal?**

AC: El ministro (Gines González García) ha manifestado su preocupación al respecto. Ahora lanzó un programa que incentiva a caminar, pero se necesitaría un poco más. Necesitamos que en el Plan Médico Obligatorio (PMO) esté contemplada la obesidad, y unas campañas un poco más agresivas en esta materia.

**MF: En Brasil y en Inglaterra, los líderes políticos como Lula y Tony Blair están al frente de las campañas contra la obesidad. ¿En Argentina cree que se necesita un cambio coherente del Ministro en este sentido?**

AC: El doctor González García está saliendo a caminar en estos momentos. Y está dando mensajes de que hay que adelgazar y cuidarse. Él permanentemente pregunta si estando gordo, puede ocupar el cargo. La respuesta es que sí puede, no veo impedimentos. Está haciendo todo lo posible, pero falta que se apruebe la ley. Sin ella, todas las demás son medidas tibias.



Gines González García - Alberto Cormillot

**MF: ¿Qué opina de su gestión en general?**

AC: Está haciendo una buena gestión. Se está metiendo con el tema de los medicamentos y del SIDA. Se ha enfrentado mucho con la campaña contra el cigarrillo, a la que él como responsable ha salido a defender. Hay muchas cosas que son progresistas. Ahora están haciendo campañas por las lesiones y ha manifestado su intención de ocuparse del tema de la alimentación. Creo que está haciendo una buena gestión, pero como en toda gestión faltan cosas...

**MF: Si tuviera que hacer un diagnóstico de la Argentina como país y como paciente, ¿qué tipo de dieta sería más efectiva para estar más saludable?**

AC: Los argentinos deberían comer más frutas y verduras, más lácteos descremados, menos carnes, más pescado de mar, y menos fritos. Aunque sea en pequeña cantidad, hay que bajar el consumo de aceite, o bien usar un poco de aceite de oliva. Hay que comer granos integrales, como el arroz integral y el pan integral, pasar de lo blanco al integral en lo posible; y bajar la cantidad de alcohol, porque a muchos se les va la mano.

**MF: ¿Qué rol deberían asumir los gimnasios en esta lucha?**

AC: Pueden dar mucha orientación para que la gente haga la mejor actividad física. También tendrían que desaconsejar las pastillas de crecimiento, que en muchos gimnasios se proveen, porque no son buenas. Deberían emplear a gente profesional, a educadores o a nutricionistas. En conclusión, deberían ser lugares donde se transmita salud seriamente. ■

(\* Periodista - Colaborador.

 **Pilarte**

Equipos y accesorios para Método Pilates



Reformer  
\$ 1650

Combo Chair  
\$ 800



Barrel  
\$ 700

**PROMOCIÓN**  
**Box + Jumping \$200**

Informes: Hernán G. Recalde (54 11) 4222-9743 • 15-5839-1625  
www.pilarte.com.ar • correopilarte@hotmail.com

# 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

**FÁBRICA Y VENTAS**      **EXPOVENTAS EN CÓRDOBA CAPITAL**      **VENTAS EN CAPITAL**

SANTA ROSA 205 / X5602BVA      VÉLEZ SARRIÉLD 520      TEL.: (011) 4545-6268  
RÍO CUARTO, CÓRDOBA      TEL.: (0351) 4263750      154 172 2184  
TEL.: (0358) 462-8009 - 155 072357/58      155 944931

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, Elíptico, 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.

## ¡A comer sano, vivir bien y a moverse América!

Se trata de una campaña contra la obesidad lanzada por la **Organización Panamericana de la Salud (OPS)**, que durará hasta junio de 2008. Datos de la OPS y estudios estadísticos revelan que entre 50 y 60 por ciento de los adultos en América latina y el Caribe tiene un peso excesivo o es obeso. Entre los niños menores de 5 años, los índices de obesidad oscilan entre 7 y 12 por ciento.



“¡A comer sano, a vivir bien y a moverse América!” es un mensaje y una invitación para que familias, padres y jóvenes actúen. Líderes nacionales, intelectuales, instituciones científicas e industrias deben prestar atención a este llamado y sumarse a los esfuerzos existentes para que ayuden al público en general a comer sano y a llevar una vida activa.

## La mitad de los argentinos no hace ejercicios

Según cifras oficiales, casi la mitad de los argentinos está en el límite del sobrepeso y la mitad de ellos no realiza actividad física alguna. Se difundió que cuatro de cada diez jóvenes de 18 a 24 años se encuentran “inactivos”. El porcentaje asciende a 41,50 en la franja 25 a 34 años, 44,50 de 35 a 49 años, 48,50 de 50 a 64 años y 60 por ciento entre quienes superan los 65 años.

## Estudian un chicle para bajar de peso

Según anunciaron científicos británicos, la obesidad podría tratarse en el futuro con un chicle elaborado a partir de una hormona intestinal, conocida como polipéptido pancreático, que reproduce la sensación de saciedad. Los investigadores del Imperial College de Londres están desarrollando un fármaco con la mencionada hormona.

Calculan que en unos cinco años podría estar disponible en la forma de un tratamiento inyectable. Sin embargo, su objetivo es elaborar un medicamento que pueda absorberse por boca para poder introducirlo en un chicle. También estudian la posibilidad de que sea administrado a través de un inhalador nasal.

Fuente: EFE

## Ranking de países obesos

El más reciente estudio de la **Organización Mundial de la Salud (OMS)** publicó la lista de los países más gordos del planeta. Nauru (Oceanía) encabeza el conteo con el porcentaje más alto de gente gorda, al registrar 94.5 por ciento respecto a la población mayor de 15 años, seguida por los Estados Federados de Micronesia con 91.1 por ciento, y en tercer lugar las Islas de Cook con 90.9 por ciento.

Por su parte, Estados Unidos se coloca en la novena posición del ranking, con 74.1 por ciento de habitantes considerados con sobrepeso, siendo China y la India las naciones con cifras relativamente bajas de adultos gordos, 28.9 por ciento y 16.0 por ciento, respectivamente.

Fuente: Forbes

**Universal Fitness**

**Remo**  
sentado  
con apoyo

UNEA AXIAL

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



## El baile se muda a las escuelas

Las autoridades educativas de Virginia Occidental (Estados Unidos) evalúan colocar videojuegos de baile en los colegios para que los alumnos se ejerciten y, de esta manera, eviten aumentar de peso. La idea es instalar el **Konami Dance Dance Revolution** y formar grupos para la práctica del mismo después de clases.

Los resultados preliminares de un estudio de 6 meses sobre 50 niños obesos o con sobrepeso, de entre 7 y 12 años, mostraron que aquellos que usaron el juego durante al menos 30 minutos, cinco días por semana, mantuvieron su peso y redujeron algunos factores de riesgo de enfermedades cardiovasculares o diabetes.

## Estudio antropológico sobre obesidad

Por primera vez en México, empresas privadas agrupadas en la "Alianza por una Vida Saludable", preocupadas por una población sana, realizaron un estudio antropológico para detectar las principales causas del sobrepeso y la obesidad, que representan un grave problema de salud pública en el país.

En abril se darán a conocer los resultados de dicho estudio. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006, en México 40 por ciento de los adultos padece sobrepeso y 30 por ciento obesidad, y sólo la tercera parte de los jóvenes en el azteca país practica actividad física de forma cotidiana.

Fuente: Notimex

## Un problema para la procreación

Investigadores del Hospital Universitario Aarhus de Dinamarca y de la Universidad de California estudiaron a 48.000 parejas danesas entre 1996 y 2002, incluyendo 7.600 en que ambos miembros de la pareja excedían de peso, o llegaban a la categoría de obesos.

Los científicos determinaron que las parejas obesas debieron esperar más de un año para conseguir un embarazo, es decir, tres veces más de tiempo que una pareja de peso normal. Cuando se trataba de sobrepeso, no de obesidad, la espera era 1,4 veces mayor, indicaron los científicos.



## Píldora contra la obesidad sin receta

La Agencia Estadounidense del Medicamento (FDA) dio luz verde a una versión sin receta de la píldora para perder peso orlistat. La decisión estuvo acompañada de críticas y dudas sobre si los usuarios utilizarán adecuadamente el fármaco.

Los laboratorios **GlaxoSmithKline** comercializarán una versión sin receta de orlistat bajo el nombre de Alli, pues pretenden que el medicamento sea un "aliado" de la dieta y el ejercicio como método para adelgazar. De hecho, el producto se distribuirá con un manual con consejos para emplear el fármaco y perder peso.

## Hacer dieta sin ejercicios es nocivo para los huesos

Un estudio dirigido por Dennis Villareal, de la Facultad de Medicina de la Universidad de Washington, que fue publicado en la revista "Archives of Internal Medicine", señala que las pérdidas de peso asociadas a una menor ingesta de calorías podrían estar directamente relacionadas con una reducción de la densidad ósea.

Estudios y estadísticas sobre este problema demuestran que el daño en los huesos es uno de los principales factores de riesgo de osteoporosis y fracturas de cadera en ancianos. Por el contrario, señala el grupo de científicos, adelgazar a través de la práctica de ejercicios no produce el mismo efecto en los huesos.

# ¿CONOCES CARDIOLATES®?

Se trata de un sistema creado en Estados Unidos por las hermanas Katherine y Kimberly Corp's. Combina ejercicios cardiovasculares sobre un trampolín con los fundamentos del Método Pilates. No hay aún instructores certificados en esta técnica en Sudamérica.



Katherine y Kimberly Corp's



**CARDIOLATES®** es un divertido y novedoso sistema de entrenamiento que combina los beneficios de saltar en un trampolín con el fortalecimiento de la zona central que ofrece el Método Pilates. Esta técnica es buena tanto para bajar de peso como para mejorar la postura y el balance corporal, ya que fortalece la zona abdominal.

Este sistema nació en marzo de 2004 en Nueva York, Estados Unidos, de la mano de **Katherine y Kimberly Corp's**, dos gemelas que además son propietarias de uno de los estudios de pilates más populares en la ciudad "Pilates on 5th". "Queríamos encontrar una técnica divertida que permitiera a nuestros clientes mejorar y reforzar su postura, disminuyendo el impacto en las articulaciones", explican las hermanas.

"Pilates se enfoca en la alineación y el fortalecimiento del centro -señalan- pero por su naturaleza cuerpo-mente, no permite elevar la frecuencia cardiaca a los niveles necesarios para mantener el corazón saludable. Del mismo modo, los típicos entrenamientos cardiovasculares ponen el foco en las repeticiones de movimientos de grupos musculares aislados, pero no prestan atención al centro y a la alineación".

Para estar habilitados a dar clases de **CARDIOLATES®**, tanto instructores de fitness como de pilates deben aprobar una certificación de dos días, en la que aprenden los principios fundamentales del sistema como alineación, coreografía, y estiramiento. Asimismo adquieren conocimientos sobre las ventajas fisiológicas

de **CARDIOLATES®** para los sistemas cardiovascular, nervioso, linfático, inmunológico y digestivo.

"Los instructores aprenden con nosotras a enseñar **CARDIOLATES®** tanto a poblaciones saludables como a individuos con necesidades especiales, como embarazadas, personas con osteoporosis, diabetes o hipertensión", explican las creadoras del sistema.

Actualmente, se dictan clases de **CARDIOLATES®** en varios gimnasios y estudios de Pilates de Estados Unidos. "La técnica tuvo muy buena aceptación. Sólo algunos gimnasios tuvieron cierta resistencia para comprar los trampolines y el programa fundamentalmente por falta de espacio físico. Pero fuera de eso, los que probaron la técnica, decidieron sumarla a sus grillas de clases", comentan Katherine y Kimberly.

De cara al futuro, las hermanas Corp's desean difundir la técnica en gimnasios de todo el mundo. "Aunque no conocemos mucho sobre el mercado en Sudamérica, nos encantaría aprender sobre el mismo y comenzar a desarrollar relaciones de negocios con empresarios de la región", aseguran.

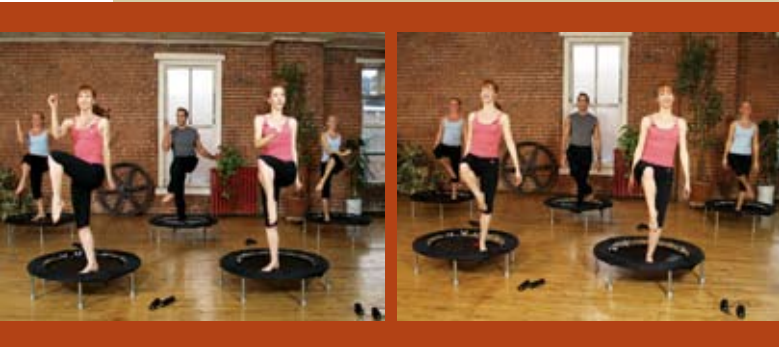
**CARDIOLATES®** no tiene aún instructores certificados en Sudamérica, "pero estamos siempre buscando nuevos profesionales para formar parte de nuestro equipo de trabajo, gente que pueda entrenarse y certificarse para empezar a compartir sus conocimientos sobre nuestro sistema en otros países", concluyen. ■

Por más información sobre este sistema visitar [www.cardiolates.com](http://www.cardiolates.com)

## Los beneficios

Los beneficios de esta técnica, según sus creadoras, son numerosos:

**Sistema cardiovascular:** estudios de la NASA señala que rebotar es 68 por ciento más efectivo que correr, ya que el cuerpo recibe los beneficios cardiovasculares de la actividad aeróbica con menos esfuerzo.



**Sistema musculoesquelético:** como el trampolín absorbe 87 por ciento del impacto, el rebote no afecta las articulaciones como otras actividades cardiovasculares, pero la resistencia fortalece los huesos.

**Sistema linfático:** el rebote incrementa la circulación linfática.

**Sistema inmunológico:** el rebote fortalece cada célula del cuerpo y esto, junto a la mejora en el sistema linfático, ayuda a eliminar desperdicios, toxinas y bacterias del sistema inmunológico.

**Sistema nervioso-vestibular:** como la superficie de trabajo es inestable, el rebote entrena en forma natural y efectiva el balance.

# ORION

Nueva línea



www.mitsub-davepart.com.ar

Innovación  
Tecnología Diseño



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

md Equipamento Pilates

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

# 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 // 18.30

## 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



## LOS GIMNASIOS DE NUEVA YORK SE REINVENTAN

Ante el feroz crecimiento de la competencia, diferenciarse es cada vez más difícil para los gimnasios neoyorquinos. Por eso no tienen otra alternativa más que reinventar sus propuestas en forma permanente y agregar valor a sus servicios para captar más clientes y retener los que ya tienen.

Esta necesidad de reinención los lleva principalmente a fusionar estilos de entrenamiento, o bien, a buscar variantes que aseguren a los socios no sólo bajar de peso y estar en forma sino también divertirse y desestresarse. En este sentido el listado de novedosas alternativas que ofrecen parece interminable:

**Bicicletas:** Una de las opciones preferidas del ciclismo indoor es el cycle karaoke, en el que los participantes cantan mientras pedalean. También se ofrece indoor y cine, que combina bicicleta con películas. En la variante con poesía se suda mientras se escuchan poemas, y en la clase de viajes se pasan proyecciones que transportan a los asistentes a exóticas islas lejos de la ciudad.

**Body Mind:** Técnicas orientales como el yoga, la meditación y el tai-chi derivaron en el Buff Girl Workout, que fusiona pilates, ballet y entrenamiento militar; el disco yoga, con música disco; el figure 8 pilates, con patinaje artístico, y el pilates con juguetes.

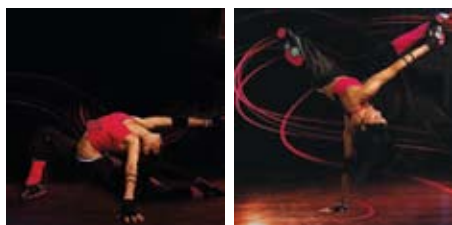
**Mujeres:** Para las más osadas hay Pole Dancing (bailar sensualmente alrededor de un tubo); cardio striptease (basado en los movimientos del estriptís, pero sin quitarse la ropa); y stiletto strength (las mujeres fortalecen sus piernas sobre tacones de aguja). Y la más llamativa: el factor-ex, golpear una bolsa de boxeo con una foto de la expareja pegada.

**Circo:** La modalidad circense también está de moda, con una clase en la que se usa una tira elástica colgada del techo para escalar. También ofrecen Circus Sport, con trapecios y hamacas que ayudan a desarrollar agilidad y fuerza.

**Hollywood:** Stunts es una mezcla de acrobacias y cine: los alumnos reciben entrenamiento cardiovascular mediante técnicas de películas de acción. Hasta filman peleas, caídas y saltos que luego se reúnen para ver juntos.

**Infancia:** Y si algún cliente busca volver a la infancia, puede anotarse en Play, una clase para quemar calorías con juegos como las escondidas, saltar el elástico, etc. ■

Fuente: El Universal



## UNA NOVEDOSA FORMA DE ENTRENAR

Según sus creadores, equivale a tres horas de cualquier entrenamiento, permite que las personas dosifiquen su cuerpo a través de un lenguaje muy particular, tonificando los músculos y gastando hasta 400 calorías.

Nike sorprende al mundo una vez más develando la innovadora **Nike Rockstar Workout**, una nueva disciplina de fitness, creada en colaboración con el reconocido coreógrafo de las estrellas, **Jamie King**.

El Nike Rockstar Workout mezcla y funde Hip – Hop, Reggae, ritmos caribeños, dance y fitness, revolucionando las rutinas de danzas con las mejores performances de las estrellas internacionales del pop como Madonna y Shakira. El objetivo es que la mujer pueda ejercitarse de una manera entretenida.

A la presentación de esta nueva disciplina, Nike sumó una completa colección de indumentaria y calzado inspirada en el baile y diseñada para los movimientos rápidos y enérgicos de este tipo de ejercicio. Las prendas son cómodas, con estilo y permiten una óptima performance en estas rutinas.

“El Nike Rockstar Workout equivale a tres horas de cualquier entrenamiento, permite que las personas dosifiquen su cuerpo a través de un lenguaje muy particular, tonificando los músculos y gastando hasta 400 calorías”, comentan sus creadores.

Esta nueva disciplina llegó para quedarse y promete revolucionar la forma de hacer ejercicio entretenido. “Si tienes un cuerpo, puedes bailar”, aseguró Jamie King.■

Fuente: La Segunda Internet



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)

## Registro de gimnasios en Mar del Plata

El concejal de Acción Marplatense, **Héctor Rosso**, presentó un proyecto de ordenanza que propone la creación del Registro Municipal de Gimnasios del Partido de General Pueyrredón con el objetivo de tener un control de los establecimientos donde se desarrollan actividades físicas.

El autor de la iniciativa dijo que "es importante regular el funcionamiento de los gimnasios (...) a fin de procurar la seguridad física y la prevención de lesiones de sus usuarios". En este sentido, señaló que "se hace necesario atender especialmente a las condiciones clínicas y físicas de los asistentes previo a la práctica deportiva, así como la participación de profesores idóneos en la supervisión de tales actividades".

Fuente: [www.abierta.tv](http://www.abierta.tv)

## Regulan a los gimnasios en Bariloche

Desde enero pasado está vigente en Bariloche la **ordenanza N°1659-CM-06** que regula la actividad comercial de los gimnasios en esta ciudad de Río Negro. Según la misma, estos deberán contar con una póliza de seguro de accidentes, un servicio de emergencias médicas y capacitar a sus encargados en técnicas de reanimación cardiopulmonar y primeros auxilios.

La norma también estipula que la práctica de actividades físico-recreativas no competitivas, que se realizan en gimnasios, deberá ser supervisada por un profesor de educación física, con título reconocido por la provincia de Río Negro. Además, se exigirá a los usuarios un certificado de aptitud física extendido por médico, los gimnasios deberán contar con un botiquín de primeros auxilios, y prohibir en sus locales la venta de todo tipo de medicamentos, drogas y otras sustancias prohibidas.

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

## "Encaminando la Vida" en Viedma

El objetivo de este programa, desarrollado por el **Ministerio de Salud** de Río Negro, es prevenir enfermedades vinculadas al sedentarismo como la obesidad, la hipertensión, las dolencias cardiovasculares y la diabetes, a través del impulso de la actividad física. Para llevar adelante el programa, se están desarrollando una serie de actividades en los centros turísticos más importantes de la provincia, como caminatas diarias de 30 minutos de duración y bailes aeróbicos.

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

## En Córdoba mandan a policías al gimnasio

La **Policía de Córdoba** enviará a unos 500 agentes al nutricionista y al gimnasio. Se buscan cuerpos atléticos en la vía pública para combatir de manera eficiente el delito. La idea, según trascendió, es elaborar planes alimentarios para los efectivos apostados en las calles de la capital cordobesa. A este equipo se suman profesores de educación física, cuyo rol será el de lograr una mayor predisposición hacia las actividades con el cuerpo.

Fuente: La Voz del Interior.



**TENEMOS UNA SOLUCIÓN EN SISTEMAS A LA MEDIDA DE CADA UNA DE LAS NECESIDADES DE TU EMPRESA.**

La tecnología y la información pueden ser tu principal aliado a la hora de competir.

**MARCÁ HOY LA DIFERENCIA, INVERTÍ EN DIGITAL SOFTWARE.**

[www.digitalsoftware.com.ar](http://www.digitalsoftware.com.ar) - Solicite una demostración en [contacto@digitalsoftware.com.ar](mailto:contacto@digitalsoftware.com.ar)  
Catamarca 4031 - Vte. Lopez - Buenos Aires - Argentina. Tel. (54 11) 4711-6168 / 4790-8270

## Poca actividad física en Río Gallegos

Una encuesta de la **Subsecretaría de Recreación y Deportes** de Santa Cruz revela escasos niveles de actividad física en la mayoría de la población de Río Gallegos. El estudio señala que sólo una de cada 10 personas camina una hora por día, y que uno de cada 100 adultos practica deportes con regularidad e intensidad. Los argumentos para no realizar actividad física son: falta de tiempo libre, cansancio y frío.

## Construyen parque deportivo en Neuquén

El proyecto, en pleno desarrollo, apunta a contener a 3.000 personas por día. Habrá escenarios para todas las disciplinas deportivas. El complejo ocupará la mitad de las 107 hectáreas del **Parque de la Ciudad**, del barrio La Sirena (Neuquén). La consigna es que toda la comunidad cuente con la posibilidad de acceder a escenarios para las prácticas deportivas y recreativas en forma gratuita.

## La cámara de Santa Fe suma adeptos

La entidad surgió a mediados del año 2006 y nuclea a los principales gimnasios de la ciudad de Santa Fe y de localidades cercanas. Ahora busca sumar nuevos socios en toda la provincia con el objetivo de "seguir creciendo en la búsqueda de soluciones a las problemáticas que afectan a la actividad de los gimnasios santafecinos". Aquellos interesados en saber cómo ser parte de la cámara pueden escribir a [camaradegimnasiossantafe@yahoo.com.ar](mailto:camaradegimnasiossantafe@yahoo.com.ar)

## La CGA crece en adhesiones

La **Cámara de Gimnasios de Argentina (CGA)** informó que las firmas Admit One, Intrawebs, Fitness Machine y Mercado Fitness se sumaron a la entidad en carácter de socios adherentes "con el fin de darles a los asociados lo mejor en asesoramiento integral sobre la actividad del fitness y el wellness". Al respecto, un vocero de la CGA dijo: "La idea es trabajar juntos para el beneficio de todos los que forman parte de este gran grupo". Más información en [www.camaradegimnasios.org.ar](http://www.camaradegimnasios.org.ar)

» **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**

## Certificación de Spinning en Buenos Aires



Se llevará a cabo el 28 de abril de 8.00 a 22.00 en la sede Almagro de la red de clubes Megatlon, en Capital Federal. El costo de esta certificación es de U\$S 240 dólares. Entre otros temas se abordará: historia del programa, ajuste de la bicicleta, movimientos básicos, fisiología, biomecánica, movimientos contraindicados, selección de música, manejo de monitores de frecuencia cardiaca, diseño y armado de clases, y filosofía del programa. Por informes llamar al (54 11) 4855 -8574 / 4855-8574.

## I & D presenta SuperGym On Line



**Informática & Deportes** lanzó una herramienta tecnológica que permite al propietario de un gimnasio "tener el control absoluto de su negocio donde quiera que se encuentre" a través de Internet. Según **Horacio Palomeque**, titular de la firma, "SuperGym On Line posibilita la administración conjunta de una o varias sucursales en tiempo real, agilizando la gestión administrativa y optimizando los controles para que nada quede librado al azar". Por más información visitar [www.entrenar.com.ar](http://www.entrenar.com.ar)

## Cursos de Esferodinamia



**Esféricos Estudio**, de María del Huerto Segura, organiza en Buenos Aires, durante el corriente año, una serie de cursos de entrenamiento con pelotas, en diferentes modalidades de cursada y de distinta duración. Uno de los más importantes será el **Workshop Internacional "Advance Pilates on the ball"** que dictará Collen Craig, de Stott

Canadá, el 7, 8 y 9 de septiembre. Por informes visitar [www.esfericos.com.ar](http://www.esfericos.com.ar) ó al teléfono 011-4941-2836

## LMI alcanza los 10 mil gimnasios licenciados



Los 19 gimnasios recién licenciados en España, hicieron que **Les Mills** alcanzara la marca de 10.011 clientes que hacen uso de sus clases precoreografiadas de fitness grupal. Brasil lidera todavía el ranking de las agencias internacionales con 2000 gimnasios clientes, seguido por Inglaterra (1400 gimnasios) y Estados Unidos (876). El fundador y director de LMI, **Philip Mills**, afirma que la empresa tiene ahora una nueva meta: licenciar 25.000 gimnasios y clubes para el 2015.

## Test de Sudoración a Deportistas



En febrero pasado, científicos del **Gatorade Sport Science Institute (GSSI)** realizaron una prueba de sudoración a reconocidas

figuras del deporte y del periodismo para ayudarlos a mejorar su hidratación personal. Luciana Aymar, Magdalena Aicega (Hockey), Juan Mónaco (Tenis), Diego Albanese (Rugby), Santiago Figueroa y Daniel Simbrón (Running) fueron algunos de los deportistas que realizaron el test.

Esta prueba proporciona información sobre los factores que pueden ayudar a mantener una mejor hidratación bajo diferentes condiciones, mejorar el rendimiento físico y mental. El GSSI ha implementado anteriormente esta misma prueba a equipos de fútbol como el Real Madrid, Juventus y Manchester United. En 2005, Boca también realizó este test para elevar el rendimiento del equipo.

## Nueva bici de Holley Fitness



Esta empresa, dedicada a la fabricación y venta de todo tipo de máquinas de fuerza para gimnasios, presentó su nueva bicicleta fija de interior, con un diseño único y sólida estructura. "Seguimos el camino de la innovación permanente, acercándole a los usuarios un producto de máxima calidad en una estructura novedosa, para que puedan disfrutar de una bicicleta 100 por ciento argentina", destaca **Daniel Aranda**, titular de la firma.

Por más información visitar [www.holleyfitness.com.ar](http://www.holleyfitness.com.ar)

# 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



# CONTROLOGY

auténtico pilates

Reformer Chair Cadillac Ladder Barrel Wall Unit



el mejor equipamiento - la mejor capacitación

www.contrology.com.ar Info@contrology.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

## Muros de escalada

Una alternativa especial para los socios de tu gimnasio...

**Construcción y asesoramiento**

**Equipos, materiales e insumos**

**Capacitación**

TEL: (0221) 423-1623 // 15-501-9378  
INFO@ROCODROMO.COM.AR  
**WWW.ROCODROMO.COM.AR**



## Esféricos Estudio

María del Huerto Segura

Esferodinamia - Pilates on the Ball

**Capacitación**  
**Venta de Balones**  
**Flex Ring/Rolos/Mats**  
**Accesorios**

Exclusivos en Argentina  
Gymnic Italy

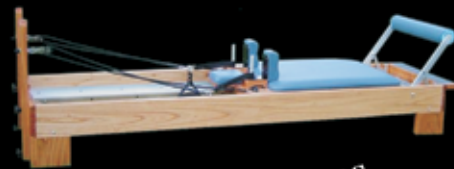
Collen Craig  
el 8 y 9 de Septiembre  
Nuevo Workshop.

www.esfericos.com.ar / info@esfericos.com.ar

Tel: (5411) 4941-2836

## 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



## 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:



## Feria Fitness 2007 en España



Se realizará del 26 al 29 de abril próximo en Madrid. Se trata de la undécima edición de esta exposición comercial donde se presentan los últimos avances y novedades de la industria del gimnasio y del deporte indoor, con exhibiciones y clínicas para todas las edades. En un área de 12.000 m<sup>2</sup>, se darán a conocer las últimas tendencias del mercado, de la mano de 200 firmas líderes proveedoras de aparatos y equipamientos para instalaciones deportivas, tanto fabricantes como distribuidoras.

Más información en [www.fitness.ifema.es](http://www.fitness.ifema.es)

## Cuts Fitness crece en México



Desde agosto de 2005, cuando se abrió la primera franquicia en el país azteca, esta firma lleva vendidos 240 mil dólares con puntos de venta en las ciudades de Monterrey, México y Chihuahua. Planea atraer hasta ocho millones de dólares para el año 2010.

**Cuts Fitness for Men** es una franquicia de centros de acondicionamiento físico sólo para hombres, originaria de Estados Unidos. Su circuito de entrenamiento se completa en media hora, y los miembros deben asistir sólo tres veces por semana, de modo que cualquiera puede darse el tiempo suficiente para entrenar.

El costo de la franquicia en México es de aproximadamente 80 mil dólares con un retorno de inversión promedio de 65 por ciento en un año y sólo se requieren 250 clientes al año para que sea una franquicia rentable. La empresa prevé la apertura en México de entre 80 y 100 unidades más dentro de los próximos tres años.

Fuente: [www.milenio.com](http://www.milenio.com)

## Citrus Gym, a paso firme en Brasil



Se trata de la primera franquicia latinoamericana de entrenamiento express tanto para hombres como para mujeres. Vendió doce unidades en Brasil durante su primer año completo de operación, el 2006.

“Espero que Citrus Gym sea la marca de fitness más grande de Brasil para fines de 2007, en términos de cantidad de unidades en los principales mercados del país”, señala **John Kersh**, fundador y presidente de la compañía. “Nuestras dos más reciente franquicias vendidas, en Río de Janeiro, impulsan nuestro desarrollo en una de las ciudades más orientadas a la actividad física en Brasil”.

La primera unidad de Citrus Gym se abrió en San Pablo en septiembre de 2005. La empresa posee actualmente cinco gimnasios en funcionamiento en San Pablo, Florianópolis, Curitiba y Brasilia. Entre febrero y abril de 2007 van a inaugurar nuevas sedes en Londrina y Río de Janeiro.

Más información sobre Citrus Gym en [www.citrusgym.com.br](http://www.citrusgym.com.br)

## Los gimnasios entran en la canasta familiar



Así lo señala en Colombia la **Gran Encuesta Integrada de Hogares (Geih)** del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane). Según este estudio, los nuevos productos tecnológicos y los destinados a la estética, a la salud y a la planificación familiar ganan peso en la nueva canasta. En este sentido señala que hombres y mujeres, en proporción creciente, por salud o por estética, han impulsado la aparición de gimnasios en los cuales dejan una porción de sus ingresos. Estos gastos ya ameritaron su presencia en las estadísticas del Dane y no se descarta que aumenten su peso en el gasto total.

Fuente: [www.eltiempo.com](http://www.eltiempo.com)



**CINTAS DE TROTE PROFESIONALES**

DISEÑADAS PARA USO CONTINUO



**E-501**

- Motor de C.A. libre mantenimiento
- Elevación electrónica
- Lubricación automática
- Tablero de mando digital
- Display alfanumérico y de matriz de puntos
- Programas personalizables
- Superficie para trotar 1450x480mm

Consulte planes de pagos



**E-500**

- Motor de C.A. libre mantenimiento
- Tablero de mando digital
- Programas preestablecidos
- Lubricación semiautomática
- Superficie para trotar 1450x480mm

Proximamente:  
elíptico electromagnético  
y bicicleta electromagnética  
con tablero digital

Mar del Plata - Argentina  
**0223-155223204**  
[electro\\_machine@yahoo.com.ar](mailto:electro_machine@yahoo.com.ar)





- Bicicleta de indoor con correa poly V
- Volante de inercia de 30 kilos
- Silenciosa



-Bicicleta de calentamiento a cadena.

**OFERTA LANZAMIENTO  
CON LA COMPRA DE 10  
TE REGALAMOS LA NÚMERO 11**



- Bicicleta con cadena para indoor
- Caja pedalera a rulemanes y volante de inercia montado sobre rulemanes.

**Keytton**  
Fortunato de la Plaza 6865  
Tele/Fax:(0223) 4817789  
Mar del Plata

## Fitness Together (FT) llega a Costa Rica



La cadena de gimnasios **Fitness Together (FT)** abrió su primer local en el país centroamericano en enero pasado en Curridabat. Este gimnasio cuenta con dos salones privados, brinda servicios de guía nutricional y atención de profesionales en ciencias de la salud.

FT fue fundado en 1996 en Estados Unidos y cuenta con 500 locales en ese país, Canadá, Irlanda e Israel. Ofrece exclusivamente entrenamiento personalizado bajo el slogan "Un cliente, un entrenador, una meta". En abril próximo abrirán el segundo local en Rohmoser y a final de 2007 tendrán dos más en Escazú y Santa Ana. Por más información sobre esta franquicia visitar [www.fitnessstogether.com](http://www.fitnessstogether.com)

Fuente: Capital Financiero

## Gimnasio matricula 4200 clientes en un día



Sucedió en Dinamarca el sábado 6 de enero pasado, con la apertura de la última unidad de **Fitness DK**, la mayor red de gimnasios de ese país. La promoción consistía en otorgar un descuento en las inscripciones proporcional al peso de la persona. Cuanto más pesado el cliente, mayor el descuento que le correspondía. Para comunicar la promoción se utilizó la televisión, con un spot televisivo humorístico. Fitness DK tiene más de 85 mil socios en 36 unidades.

Fuente: Blog Fitness Management (Brasil)

## China quiere potenciar la actividad deportiva



De cara a los **Juegos Olímpicos de Pekín 2008**, el gobierno chino pondrá en marcha un plan para potenciar en todo su territorio nacional la práctica de actividad deportiva. El mismo prevé la construcción en cada pequeño pueblo de una cancha de baloncesto y la instalación de dos mesas de tenis de mesa. La construcción de cada "área de ejercicio físico" costará entre 5.000 y 6.250 dólares (4.000-5.000 euros), según el plan anunciado en rueda de prensa por responsables del Ministerio de Educación.

El baloncesto y el tenis de mesa son, junto al bádminton, los deportes más practicados por los jóvenes de este país. El ministerio contará con la colaboración de la Administración Estatal de Deporte para llevar a cabo el plan. También se anunció que las escuelas obligarán a todos los estudiantes chinos a realizar una hora de deporte cada día, para intentar hacer frente al creciente deterioro de la salud de los niños chinos (especialmente el aumento de los casos de obesidad).

Fuente: EFE



**Suplementos Importados y Nacionales para deportistas y gente activa**

Twinlab - Universal - Optimun Nutrition - Victory  
MuscleTech - Prolab - Xenadrine - BSN - EAS  
Labrada - Axzo - Top Gun - "Ofertas"

**Cursos Personal Trainer de la IFBB - NASM**

YA ESTAN A LA VENTA PRODUCTOS ESPAÑOLES ELABORADOS EN LA CIUDAD DE CORDOBA:

Elite - Hardcore - All Sport - American Fitness - "Ofertas"  
[www.laboratorio-techlab.com.ar](http://www.laboratorio-techlab.com.ar)

Franquicias y Zonas de Distribución disponibles

Librería Santonja en español de Musculación,  
Nutrición y Fitness  
Envíos al Interior y al exterior

**Accesorios para Boxeo y Artes Marciales**

Catamarca 37 - Tel. Fax: (0351) 426-3845 y  
9 de julio 150 - local 18 - Gal. del Sol - Córdoba - Cp.: 5000  
Tel. Fax: (0351) 425-4256 - Tel.: (0351) 411-5614  
Celular: (0351) 156-509645 / 156-779751  
E-mail: [ricardochivilo@hotmail.com](mailto:ricardochivilo@hotmail.com)  
[www.santonjafitness.com.-ar](http://www.santonjafitness.com.-ar)

Solicite gratuitamente listas de precios y folletos de los suplementos, mándenos su dirección de correo, no de mail, para enviárselos por carta. Asesoramiento via mail.



# Fábrica de Equipamiento Profesional para Gimnasios

Envíos a todo el País



REFORMER METÁLICO



TOBILLERAS



BANDAS ELÁSTICAS



PELOTAS

OFERTA ESPECIAL \$169\*



MINITRAMP super reforzado



ESCALADOR



BICICLETAS FIJAS

OFERTA ESPECIAL \$949\*\*



COLCHONETAS



STEP



GUANTES



Solicite nuevo catálogo de productos

www.evolutioncenter.com.ar

\* OFERTA ESPECIAL VALIDA POR COMPRA MINIMA DE 10 UNIDADES.  
\*\* OFERTA ESPECIAL VALIDA POR COMPRA MINIMA DE 8 UNIDADES  
OFERTA VALIDA HASTA AGOTAR STOCK.

Show Room: Av. E. Olmos 431 - Local "B" - Córdoba.  
Tel.: (0351) 4118866 / Móvil: (0351) 155099115  
Fábrica: Los Alemanes 5872 - Los Boulevares - Cba. Tel: (03543) 423732  
Contacto: ventas@evolutioncenter.com.ar

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




**Ficha Técnica**

- Tablero digital
- Funciones: Tiempo, Velocidad, Distancia, calorías, ventilación, Temp. Ambiente, Receteo individual de las funciones y Km /Ac
- Motor de 3 hp de corriente alterna
- Velocidad de 1.5 a 16 km/ha
- 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](http://www.centaurofitness.com.ar)  
[consultas@centaurofitness.com.ar](mailto:consultas@centaurofitness.com.ar)



Por Claudio Olmos (\*)

Vivimos inmersos en un mercado muy competitivo, con productos que cada vez se asemejan más, en medio de una guerra de diferenciación basada en el precio. No obstante, existe un camino diferente para dar un salto estratégico cualitativo. Para ello daremos ahora un vistazo a algunos nuevos conceptos de gerenciamiento.

# CREANDO

Cuando nos tomamos el tiempo de pensar en nuestro negocio, analizar su desarrollo, y planificar los pasos a dar según la época del año y el flujo de clientes, pero sobre todo cuando observamos a nuestro alrededor y vemos a la competencia como un referente, o bien, como un condicionante de algunas de las decisiones que tomamos, estamos en el momento justo de redefinir la estrategia de nuestra empresa, el gimnasio.

En su libro **Blue Ocean Strategy**, editado por Harvard Business School Press en febrero de 2005, **Chan Kim** y **Reneé Mauborgne** argumentan que el mercado actual tiene una magnitud semejante a la de un gran océano. En este contexto, señalan los autores, la búsqueda de valor a través de la **innovación** y la **creatividad** deja en un segundo plano la mirada de la competencia destructiva entre empresas.

Para Kim y Mauborgne, los **océanos rojos** representan todas las industrias existentes, mientras que los **océanos azules** simbolizan las ideas de negocios que hoy por hoy son desconocidas, porque no existen. Cuando aparecen estos últimos, la competencia se torna irrelevante, pues las reglas del juego están esperando a ser fijadas.

Un ejemplo es el **Cirque du Soleil**, creado en 1984, que consiguió romper las fronteras de la industria. Le dio a los espectadores los elementos tradicionales de un circo (carpa, payasos, malabaristas, etc.) pero adicionándoles el concepto de lo teatral. Así crearon un espectáculo innovador, nítidamente diferenciado de lo preexistente, un océano azul. Lograron bajar costos y ampliaron sus fronteras, mediante la diversificación de su público.



## fibrahumana



### Ropa deportiva y de tiempo libre.

Buen diseño y calidad, con telas que se adaptan a la vida activa de mujeres que buscan verse y sentirse bien. Colores especialmente seleccionados, cuidando al máximo los detalles de confección.

[www.fibrahumana.com](http://www.fibrahumana.com) / [info@fibrahumana.com](mailto:info@fibrahumana.com)



# OCÉANOS AZULES

## 1) Claves para el desarrollo

Es necesario crear nuevos espacios de consumo. No se trata de adivinar el futuro, sino de sistematizar un proceso para el desarrollo planificado del mercado. Para esto se necesita:

### a) Una mirada a los competidores:

No sólo se compete con las empresas de la misma industria; debemos ver a nuestros competidores alternativos. Por ejemplo, los cines y los restaurantes compiten entre sí por brindar al consumidor una salida placentera. Este análisis nos permite ver el porqué de las elecciones de nuestros clientes, es decir, corrernos de nuestro punto de vista diario y ampliar los límites de nuestra visión.

### b) Expandir las fronteras de nuestro mercado:

Para crear océanos azules, debemos estudiar los distintos segmentos estratégicos que forman parte del mercado. Quizás no sea suficiente con hacer del nombre del gimnasio una marca bien posicionada en nuestra región, sino que una vez logrado esto, debemos también desarrollar diversas líneas de productos como indumentaria, estética, alimentos, etc.

### c) Sustituir o abarcar a otros tipos de clientes:

Nuestro socio/cliente activo no es al único al cual podemos venderle. Por ejemplo, los que hasta hoy son nuestros proveedores, y vemos como tales, pueden llegar a convertirse mañana en socios de nuestro gimnasio.

### d) Precio y utilidad:

Mientras la mayoría de los gimnasios basa su valor en el precio de la cuota, otros se diferencian y logran nuevos espacios en el mercado apelando a los sentimientos y a las emociones de los consumidores. Debemos recordar siempre que somos parte de la industria del entretenimiento, o sea que vendemos momentos y experiencias.

## 2) Concentrarse en lo global, no en los números.

A diario pensamos la mejor manera de competir en los mercados actuales (océanos rojos), buscando saber, por ejemplo, cómo incrementar el precio de la cuota sin perder clientes o cómo reducir los gastos del gimnasio. En definitiva, pasamos más tiempo haciendo números que corriéndonos del lugar en donde estamos desde hace rato.

Entonces, llegamos a conclusiones y hacemos cambios que en forma aislada tienen sentido, pero no nos enfocamos en lo global. Por esta razón nos cuesta definir una dirección clara, y todavía más una innovadora y creativa. Esto no significa un “no” a los números en la planificación, sino aceptar que podemos romper con las estructuras de pensamiento.

Es momento de empezar a dibujar en una gran hoja lo que Chan Kim y René Mauborgne llaman el “lienzo estratégico” y delinear el perfil de lo que queremos SER – HACER para poder TENER lo que ideamos como el sueño de nuestro negocio.

Tengamos presente que las tres cuartas partes de la superficie de la tierra está conformada por agua, entonces por qué no creer que podemos visualizar un océano azul en tan basto planeta. Busquémoslo, seguramente será tan claro, tan fuerte y tan poderoso como lo es nuestro negocio. ■

(\*) Asesor Comercial de Body Systems.  
claudio\_olmos@bodysystems.net

# SILLONES DE CUÁDRICEPS

Si está pensando en comprar un nuevo sillón de cuádriceps para la sala de musculación de su gimnasio, Mercado Fitness le brinda en este informe fotográfico la posibilidad de conocer los productos que ofrecen algunos de los proveedores más importantes del mercado. Lea, compare, piense, elija y compre.



Empresa: Biomax  
Precio: \$2.469 + IVA.  
holiday@citynet.net.ar



Empresa: Evolution Center  
Precio: \$1.694 + IVA.  
ventas@evolutioncenter.com.ar



Empresa: Fitness Gym  
Precio: \$3.300 + IVA.  
fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar



Empresa: Fox  
Precio: \$4.200 + IVA.  
ventas@equipamientosfox.com



Empresa: Gerbo Group  
Precio: \$2.822 + IVA.  
1932@arnet.com.ar



Empresa: Holley Fitness  
Precio: \$2.840 + IVA.  
holleyfitness@yahoo.com.ar



Empresa: Impact  
Precio: U\$S 2.100 + IVA.  
adillen@systemfit.com.ar



Empresa: JBH  
Precio: consultar  
info@jbhequip.com.ar



Empresa: JC  
Precio: \$1.540 + IVA.  
jcmaquinas@infovia.com.ar



Empresa: Life Fitness  
Precio: consultar  
info@fitness-company.com.ar



Empresa: Millennium  
Precio: \$2.650 + IVA.  
ventas@equipmillennium.com



Empresa: Paramount  
Precio: U\$S 2.450 + IVA.  
adillen@systemfit.com.ar



Empresa: San Martino  
Precio: \$ 1.740 + IVA.  
maquissanmartino@arnet.com.ar



Empresa: Star Trac  
Precio: U\$S 2.990 + IVA.  
adillen@systemfit.com.ar



Empresa: Stride  
Precio: \$ 3.204 + IVA.  
info@stride.com.ar



Empresa: Uranium  
Precio: consultar  
info@fitness-company.com.ar

# EQUIPAMIENTO PROFESIONAL PARA LA ACTIVIDAD MAS EXIGENTE

CINTAS MOTORIZADAS - ESCALADORES - BICICLETAS - ACCESORIOS



**RT 300 PROFESIONAL**  
Cinta Motorizada



**RT 150 PROFESIONAL**  
Cinta Motorizada



**LX 160 PROFESIONAL**  
Cinta Motorizada  
Plegable



**BM 2700**  
Bicicleta Magnética  
Profesional



**BM 2600**  
Bicicleta Magnética  
Profesional



**BM 4000**  
Bicicleta Magnética  
Profesional



**BM 4500**  
Bicicleta Magnética  
Profesional



Surex Argentina s.a.  
Av. Hipólito Yrigoyen 2175/81  
B1870 - Avellaneda  
Pcia de Buenos Aires  
Tel: 011 4208 1285  
Fax: 011 4218 2727  
E-mail: [ventas@semikon.com.ar](mailto:ventas@semikon.com.ar)  
[www.semikon.com.ar](http://www.semikon.com.ar)

Bicimundo  
Rivadavia 301 esquina Lima  
X5000 - Córdoba  
Pcia. de Córdoba  
Tel: 0351 422 1665  
Fax: 0351 428 3910  
E-mail: [bicimundo@arnet.com.ar](mailto:bicimundo@arnet.com.ar)

Bike Machine  
Tucumán 1304  
S2000 - Rosario  
Pcia de Santa Fe  
Tel: 0341 447 6228  
Fax: 0341 440 0931  
E-mail: [bikemachine@bikemachine.com.ar](mailto:bikemachine@bikemachine.com.ar)  
[www.bikemachine.com.ar](http://www.bikemachine.com.ar)

## La obsesión por el gimnasio es posible signo de depresión



Recientes investigaciones en Estados Unidos dan cuenta de un sostenido aumento de la obsesión por el cuerpo entre los hombres: en 2001, **Katharine Phillips**, directora del Programa de Dismorfia Corporal de la Escuela de Medicina de la Brown University (EE.UU.), señalaba en un estudio publicado en *British Medical Journal* que las cifras de varones insatisfechos con su cuerpo se habían triplicado en los últimos 25 años.

En tanto, la **American Psychological Association** dio a conocer una investigación hecha en la Universidad de Harvard, que sugiere que quienes están menos satisfechos con su cuerpo suelen sentirse y verse a sí mismos menos musculosos de lo que son, presentando una mayor tendencia a la depresión y trastornos alimentarios como bulimia y anorexia, así como un mayor consumo de sustancias para aumentar la masa muscular.

## Sedentarios, en riesgo de hipertensión



Los adolescentes sedentarios que pasan mucho tiempo sentados en frente de la televisión tienen un riesgo aumentado de hipertensión, más allá de que tengan o no sobrepeso. "Esta es la primera investigación que revela una conexión directa e independiente entre mirar televisión y la hipertensión", dijo el director del estudio, **Nicolas Stettler**, nutricionista pediátrico del Hospital de Niños de Filadelfia, Estados Unidos.

Los investigadores publicaron su trabajo en el número de febrero del **Journal of Adolescent Health**. Ellos encontraron que las actividades sedentarias y un índice de masa corporal alto estaban asociados con presión sistólica elevada.

"Ya se sabía que la actividad física hace descender la presión sanguínea tanto en adultos como en chicos, pero la actividad sedentaria no sólo es lo opuesto -dijo Stettler-. Por ejemplo, otros estudios hallaron que disminuir la actividad sedentaria en personas jóvenes ayuda a prevenir o tratar la obesidad mejor que algunas intervenciones para aumentar la actividad física".

Fuente: La Nación

## La TV no influiría en la falta de ejercicio



Lo determinó un estudio de la **Universidad de Harvard** (Estados Unidos) que analizó durante cuatro años a más 10.000 chicos de entre 10 y 15 años de edad. El mismo apareció en la edición de febrero de *Pediatrics* y contradice la popular teoría que señala que mientras más tiempo dedican los niños a la televisión o a los videojuegos, menos tiempo destinan a los deportes o al ejercicio.

"Los cambios en los patrones de ver televisión no predicen necesariamente modificaciones en los niveles de actividad física, así que no podemos suponer simplemente que si reducimos el tiempo de los niños frente al televisor, esta medida se traducirá de manera automática en un mayor nivel de actividad física", señaló **Elsie Taveras**, autora del trabajo y profesora la Facultad de Medicina de Harvard.



**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**





## Seis de cada 10 hombres que hacen deporte, juegan al fútbol

Así lo indica una encuesta de consumos culturales cuyos resultados fueron publicados por el diario Clarín. "Los hombres tienden más hacia lo recreativo. Si van al gimnasio, también juegan al voleibol -señaló a este medio **Roberto Bacman**-. Hacen deporte pero jugando, divirtiéndose entre amigos, y después se van todos juntos a tomar algo o a comer".

Los autores de la encuesta destacan también la preocupación de las mujeres por la vida sana. Entre las que realizan actividad física programada, más de la mitad corre o camina y 34,4% va al gimnasio. Las mujeres también son mayoría en las canchas de voleibol y handbol, y en las prácticas de natación.

Los de mayor poder adquisitivo hacen deportes que implican alquiler de cancha, pago de gimnasio -sobre todo las mujeres- o cuota de club: natación, tenis, pádel, artes marciales. La clase baja recurre a los gratuitos (correr o caminar, fútbol) y a los que ofrece el polideportivo público (voleibol, básquetbol). También usan más la bicicleta pero como medio de transporte, sobre todo en el noroeste y en Cuyo.

Fuente: Diario Clarín

# Athletic

## EL ADN DEL FUTURO

### Línea Profesional



Extreme 3000EP

Extreme 3000BHP

Professional PRO 2



Entrega inmediata, financiación exclusiva  
 Show Room: Alvarez Thomas 1899  
 Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
 Tel./Fax: (011) 4553-8961/74  
[www.athletic.com.ar](http://www.athletic.com.ar)

## REAL PILATES PREMIUM

Máquinas, equipos y accesorios para el Método Joseph Pilates

Venta/Alquiler/Leasing/Franquicias/Corners/Cursos y Capacitación



- + Accesorios
- + Tabla de salto
- + Espinal
- + Flex rings
- + Pelotas
- + Box

- + Envíos a todo el país.
- + Directo de fábrica.
- + Créditos personales.
- + Reparaciones con garantía.

Todos los equipos cuentan con 3 años de garantía.

Paso 417 1º piso (1031) Bs. As. - Argentina - Tel/fax +(54 11) 4953-7989  
[info@realpilates.com.ar](mailto:info@realpilates.com.ar) - [www.realpilates.com.ar](http://www.realpilates.com.ar)

# Athletic

TE PREPARA

## VENTA

**Javier Otero**

Vendo fondo de comercio de gimnasio en Capital Federal, funcionando, con habilitación, 1000 mts2, equipamientos, 650 socios activos reales, excelente rentabilidad. Precio: US\$ 50.000. TE: (011) 155 656-9110 javipope2006@hotmail.com

**Enrique Hansen**

Vendo facial Ergoline 6000, excelente estado. Ciudadela (GBA). TE: (011) 155 023-8692 kikehansen@arnet.com.ar

**Franco Petillo**

Vendo cinta Pro-form \$ 300 sin motor, banco plano caño 50x100 \$ 200, apoya barra regulable \$ 150, barra olímpica \$ 100, soporte con barra fija \$ 90 y soporte bolsa box \$ 50. San Isidro (GBA). TE: (011) 155 114-3771 francopetillo@hotmail.com

**Carlos Alberto Núñez**

Vendo 4 cintas rodantes en muy buen estado y a muy buen precio. Manuel B. Gonnet (Pcia. de Buenos Aires). TE: (0221) 484-5483 gimnasiocrear@way.com.ar

**Andrés Camino**

Vendo equipamiento de gimnasio completo, 47 máquinas y aparatos, 4 bicis fijas, 600 Kg libres, 300 Kg de mancuernas fijas, 12 colchonetas, 1 escritorio, 1 computadora, 1 televisor de 20", 2 bolsas de boxeo, 3 soportes para puchimball. Paraná (Pcia. de Entre Ríos). TE: (0343) 424-9471 andrescamino@yahoo.com.ar

**Alejandro Secchiano**

Vendo por viaje máquinas Fox Gold y línea Full, Magnum Forces, 2 barras olímpicas con 140 Kg cada una, discos de fundición, mancuernas tipo americanas con su mancuernero, tubos, espejos. Solicitar detalle por mail y precios. Capital Federal. TE: (011) 4503-5514 alexgym@datafull.com

**Adrián Stoll**

Vendo cintas de trote Precor, todas usadas y en funcionamiento. Capital Federal. TE: (011) 4826-5937 / 4826-5937 adrianstoll@wellclub.org

**Daniela Cavallaro**

Vendo kit de 8 barras usadas: 2 largas, 1 mediana, 1 corta, 2 W, y una romana a \$ 300. Vendo máquinas Magnum Forces en muy buen estado. Capital Federal. TE: (011) 4797-7774 gymvlt@hotmail.com

**Federico Benetti**

Vendo, por cerrar gimnasio, bancos, aparatos, cintas, bicicletas electromagnéticas, escaladores, 11 bicicletas, discos; acepto vehículo. Rosario (Pcia. de Santa Fe). TE: (0341) 646-6076 gitanasc@yahoo.com.ar

**Alejandro Markarian**

Vendo cama solar Silver Solarium, 28 tubos nuevos y dos faciales de 400w, excelente estado a \$ 9300. Capital Federal. TE: (011) 4866-2939 info@multiespacioelgarage.com

**Oscar Enciso**

Vendo cintas Life Fitness HR9100, bicicletas y escalador Life Fitness. Caseros (GBA). TE: (011) 156 052-1436 oscar03043@hotmail.com

**Marcos Libardoni**

Vendo equipamiento de gimnasio completo: 22 aparatos, 400 Kg en discos, 250 kg en mancuernas, 10 barras (cortas, largas, rectas, W, romana). Concordia (Entre Ríos). TE: (0345) 154 057-594 marcoslibardoni@hotmail.com

**Gustavo Pérez**

Vendo cinta usada Proform 2/3HP a \$ 1500, funcionando. Capital Federal. TE: (011) 5265-6348 gymatp@hotmail.com

**Andrés Dillenberger**

Vendo 2 cintas Precor 962 y dos 964 a U\$S 2500 c/u, 2 cintas Star Trac 4000 a U\$S 2500 c/u y una Star Trac3000 a U\$S 1800, una cinta Cybex a U\$S 2200, dos bicicletas Star Trac4300 verticales a U\$S 1000 c/u, dos bicicletas Star Trac 4400 horizontales a U\$S 1300 c/u, 1 bici Life Fitness 9100 vertical a U\$S 1000, un escalador Life Fitness 9100 vertical a U\$S 1000, un escalador Life Fitness a U\$S 1200. Capital Federal. TE: (011) 4855-8574 / 4855-6722 ventas@systemfit.com.ar

## FONDO DE COMERCIO

**Daniel Massota**

Vendo gimnasio totalmente equipado, excelente trayectoria, clientela y ubicación. Bariloche (Pcia. de Río Negro). TE: (02944) 155 333-86 dimgimnasio@speedy.com.ar

**Andrés Camino**

Vendo gimnasio completo: 46 máquinas y aparatos, 600 Kg libres, 300 Kg mancuernas, 4 bicicletas fijas, un TV 20", una PC, un escritorio, un bebedero, 12 colchonetas, un equipo de música de 800 wats, valor total \$ 50000. Paraná (Pcia. de Entre Ríos). TE: (0343) 424-9471 andrescamino@yahoo.com.ar

**Juan Pablo Del Curto**

Venta fondo de comercio de gimnasio con entrada sobre Avda. Cabildo en el barrio de Nuñez y distribuido en 3 pisos, precio \$ 70000. Capital Federal. TE: (011) 4701-9692 / 154 081-3505 licjpdelcurto@hotmail.com

**Roxana Raguzzi**

Vendo fondo de comercio de instituto de pilates y estética (400 Mts2) funcionando en excelente zona de caballito con muy buena cartera de clientes. Capital Federal. TE: (011) 155 889-4721 gypilatespa@yahoo.com.ar

## ALQUILER

**Jorge Fernández**

Concesiono espacio en gimnasio, aprox. 120 mts2 para diversas actividades, horario propuesto: de lunes a viernes por la mañana o de 14 a 17 hs. Capital Federal. TE: (011) 155 513-2170 gimnasioextreme@yahoo.com.ar

## COMPRA

**Germán Miskoff**

Compro waterbike para actividad aeróbica y de rehabilitación. Santa Rosa (Pcia. de La Pampa). TE: (02954) 156 939-89 germanmiskoff@cpenet.com.ar

**Sergio Audisio**

Compro: set de colchonetas alta densidad para local, steps, máquinas de hombros, cuádriceps, bíceps, lumbares, elíptico en buen estado. Oliva (Pcia. de Córdoba).

TE: (03532) 156 781-93

sergio\_audisio@hotmail.com

**Claudio Blanco**

Compro cintas de correr de 2 1/2 a 3 Hp. en muy buen estado y elípticos, pago contado. Rincón de los Sauces (Pcia. de Neuquén). TE: (0299) 488-7576 / 155 554-129 energym\_09@hotmail.com

**Danny Ale**

Compro barra larga con discos marca Mir nueva generación y mancuernas. Capital Federal. TE: (011) 4584-4462 danny\_1968@hotmail.com

**Walter Marcolin**

Compro cama de pilates en buen estado preferentemente de marca conocida. Capital Federal. TE: (011) 4634-1080 acuarelagym@hotmail.com

**Hugo Alberto**

Compro material nuevo o usado para gimnasio: 1 cinta para correr, 4 pares de mancuernas, 100 kg. de peso de disco olímpicos de goma, tobilleras y soporte para barra de sentadillas. Capital Federal. TE: (011) 4503-9195 hugoceballos@fibertel.com.ar

## PERMUTA

**Juan Gómez**

Permuto o vendo por kilos de discos, 1 Peck deck, 1 aparato multicadera, 2 aparatos para hombros y una polea doble. Capital Federal. TE: (011) 154 888-7732 mechanix@ubbi.com

## BUSQUEDA

**Paula Bellone**

Busco espacio en gimnasio en Capital para la instalación de centro de pilates. Capital Federal. TE: (011) 4631-5133 rocavirgo@hotmail.com

**Andrea Di Carlo**

Busco espacio en gimnasio, spa, hotel, club, centro de estética, etc. para la instalación de centro de camas de pilates y/o bicis de indoor cycle, ubicado en Capital o GBA. Capital Federal. TE: (011) 156 054-5072 andydicarlo@hotmail.com

**Graciela Hernández**

Busco alquilar espacio físico en gimnasios para masajes y tratamientos estéticos. Capital Federal. TE: (011) 4823-9894 gracielh@hotmail.com



<Accesorios  
<Capacitación  
<Asesoramiento  
<Variedad de colores  
<Garantía

**wull**  
EQUIPOS

show Room: Av. Andrés Rolón 100, Local 11. San Isidro. Buenos Aires. Argentina.  
Tel. (5411) 4723-5556 Cel: 15 5182-0129 Nextel: 54\*554\*692- wull@wull.com.ar - www.wull.com.ar

somos exportadores

*En franquicias,  
Todo y Mejor*



**Desarrollo, Comercialización y  
Difusión de franquicias**

*Certificada bajo el Sistema de Gestión de la Calidad  
Normas ISO 9001: 2000*



---

**[www.franquiciaweb.com](http://www.franquiciaweb.com)**

Uruguay 667 8° piso - (C1015ABM) - Buenos Aires - ARGENTINA

Tel.: (0054-11) 4374-3502 / Fax: (0054-11) 4373-8325

[informes@franquiciaweb.com](mailto:informes@franquiciaweb.com)

## DVD de fitness adaptado para personas sordas

“**Start Fitness**” es el nombre de un DVD que sirve para que las personas sordas en Inglaterra se puedan poner en forma desde casa y sin problemas. Los instructores a cargo, Diana y Feras, saben lengua de signos y pueden explicar cómo realizar los ejercicios de manera más clara, así como los beneficios de los mismos.

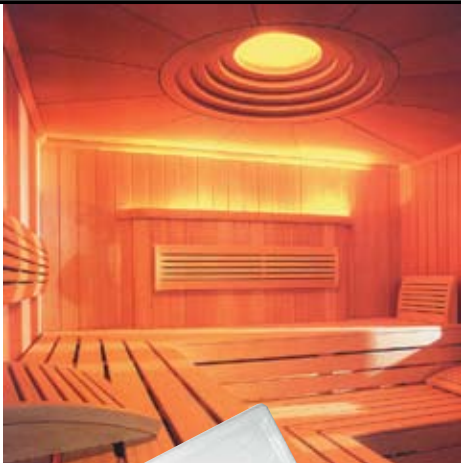
El entrenamiento que presenta el DVD es muy sencillo. Está diseñado para ayudar a las personas a ponerse en forma desde sus hogares. La idea es simple, sólo hay que repetir los ejercicios que se explican en el video, que se centran en la parte baja, media y alta del cuerpo. Personas de todas las edades pueden seguir el ritmo, porque tiene versiones básicas y avanzadas.


El precio del DVD es de 25 dólares. El dinero que se recaude con la venta de este video se usará para apoyar al proyecto “Salud Sordos”, que en Inglaterra tiene como objetivo proporcionar información sobre la salud en lengua de signos británica gratuitamente a la comunidad sorda. ■

Fuente: [www.diariosigno.com](http://www.diariosigno.com)

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.

## Lanzan primeras zapatillas con GPS

Salieron a la venta en marzo en Estados Unidos. El calzado fue creado por **Isaac Daniel** y promete localizar a cualquier persona en el mundo con sólo presionar un botón. Cuestan entre 325 y 350 dólares, más un adicional de 19,95 dólares por mes por el servicio de localización.

Las zapatillas con Sistema de Posicionamiento Global (GPS, por su nombre en inglés) se activan mediante un botón que envía una alerta inalámbrica a un servicio de vigilancia de 24 horas para que detecte su ubicación. “Es un segundo ojo que nos vigila”, entiende el inventor, para quien el sistema del calzado es “una tranquilidad”.



Daniel, que comenzó a trabajar en el desarrollo del invento cuando su hijo estuvo perdido durante algunos días, dijo que las zapatillas fueron pensadas para casos de emergencia, y quien le de otro tipo de uso deberá pagar un costo adicional. ■

Daniel, que comenzó a trabajar en el desarrollo del invento cuando su hijo estuvo perdido durante algunos días, dijo que las zapatillas fueron pensadas para casos de emergencia, y quien le de otro tipo de uso deberá pagar un costo adicional. ■

Fuente: AP

## Reproductor resistente al agua, para nadar con música



Si escuchas música mientras corres, mientras estás en el gimnasio, mientras estás trabajando, o cuando estás en tu automóvil, ¿por qué no mientras nadas? Para los japoneses el agua no es un elemento que ofrezca resistencia a la hora de crear accesorios para vender.

Por eso lanzaron un reproductor para el que quiera escuchar música mientras nada. El mismo se compone de unas antiparras, un MP3 y unos auriculares especiales que resisten al agua. El reproductor está encapsulado y puede reproducir archivos MP3 y WMA. Sólo hay un modelo de 1GB, con batería de unas 8 horas en reproducción. El precio supera apenas los 100 dólares. ■



## Nokia presenta su modelo 5500 Sport

Con un diseño deportivo, el **Nokia 5500 Sport** ofrece todas las prestaciones que necesitan los consumidores más activos que, además de sus tareas diarias, disfrutan con el ejercicio físico.

Entrenador personal, reproductor multimedia, cámara de fotos de 2 megapíxeles y, por supuesto teléfono, el Nokia 5500 Sport constituye una importante apuesta más de esta compañía para enriquecer su catálogo de productos móviles y responder a las nuevas necesidades de los consumidores actuales.

“El Nokia 5500 Sport combina la pasión y el espíritu de los deportes con las tecnologías más recientes en comunicaciones móviles, lo que lo convierte en un compañero ideal para las personas con estilos de vida activos”, afirman desde la empresa. ■



**Ionasur**

**Cubiertas de piletas**

AV. HIPOLITO IRIGOYEN 1852 AYELLANEDA Tel. (011) 4209-3135  
 ventas@ionasur.com.ar www.ionasur.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 / 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



# “MEZQUINOS, CORTOPLACISTAS Y MIOPESES”

Así califica Víctor Olivares Ibarra, director deportivo del Club Balthus y Secretario General de la Sociedad Chilena de Medicina del Deporte, a los operadores de gimnasios de Chile por no haber sabido aún resignar sus intereses particulares en beneficio del desarrollo de la industria en su conjunto para el bienestar general de la población.

**Víctor Olivares Ibarra** es profesor de educación física y kinesiólogo. Trabaja como coordinador del Área de Salud y como director deportivo del **Club Balthus**, además de desempeñarse como Secretario General de la Sociedad Chilena de Medicina del Deporte.

Junto a su amigo y colega **Leopoldo Bianco Merino** fundaron en 2005 **KPT - Kinesiología y Personal Training-**, una firma que ofrece servicios en medicina y kinesología del deporte con orientación hacia el fitness, con presencia en gimnasios como Balthus y Sport Life.

Además, ambos preparan la apertura en breve de su propio gimnasio de entrenamiento personalizado en Ñuñoa. “El tema está bastante avanzado, simplemente hay que firmar. Esperábamos estar funcionando en marzo pero por motivos ajenos a nuestra voluntad se ha retrasado y estimo que abriremos en abril o en mayo”, asegura Olivares Ibarra.

En este reportaje con **Mercado Fitness**, este profesional habla sobre la situación actual de la industria chilena de gimnasios y los principales desafíos que tiene por delante.

**MF: ¿Cuál es la situación hoy del mercado del fitness en Chile?**

**VOI:** Hay una tendencia a tratar de mejorar de forma importante la calidad del servicio, algo que antes no despertaba mucho interés. Sin embargo, el manejo a nivel comercial sigue siendo deficiente. O sea, están las ganas de mejorar pero no los conocimientos para poder hacerlo. Aún así el número de gimnasios que hay en la capital se ha ido multiplicando, dando una potente señal de que la industria puede crecer.

**MF: ¿Cuáles serían las principales críticas que harías a los gimnasios?**

**VOI:** Trabajan por separado, no existe unión ni punto de convergencia de políticas a nivel de gimnasios. Se hizo un intento hace un tiempo y hubo algunas reuniones entre propietarios de grandes clubes, pero no se llegó a nada. En este sentido, creo que los operadores han sido muy mezquinos, muy cortoplacistas y miopes, porque se preocuparon sólo de mirarse a sí mismos, cuando seguramente todos tienen muchos conocimientos que se podrían compartir.

**MF: ¿Es conciente la población de la importancia de la actividad física para su salud?**

**VOI:** La gente está tendiendo a hacer más actividad física porque conoce los beneficios que ésta le trae. Pero lamentablemente el diseño de nuestra ciudad no es tendiente a la creación de espacios públicos abiertos que incentiven a la población a moverse. Por el contrario, todo se circunscribe a centros deportivos o a multicanchas, que son subutilizadas o mal utilizadas y por lo tanto no cumplen con sus objetivos. Es verdaderamente ridículo que no haya una política que fomente la actividad física conociendo los beneficios que ésta acarrea a la población.

**MF: ¿El acceso a la actividad física es igual en todos los niveles socioeconómicos?**

**VOI:** Las posibilidades de realizar actividad física en forma regular están dadas para la población de estratos sociales medios y altos, que han visto multiplicarse los gimnasios privados y sus posibilidades de acceder a ellos. El ingreso promedio de la población de Chile ha aumentado, pero la distribución de ese ingreso es absolutamente absurda. Y nadie se ha ocupado de que los estratos bajos de la ciudadanía tengan acceso a hacer actividad física en forma adecuada. Hay pocos gimnasios buenos en la periferia.



Víctor Olivares Ibarra

**MF: ¿Sigue siendo la mejoría estética el principal fundamento para captar clientes?**

**VOI:** No, creo que eso ha cambiado. Sin duda, la estética sigue siendo una parte importante, pero hay mucha gente que viene al gimnasio ahora a buscar salud, a mejorar su condición física, a bajar de peso.

**MF: ¿Hay una relación más estrecha entre los gimnasios y la comunidad médica hoy?**

**VOI:** Afortunadamente tengo un contacto fluido con las grandes clínicas de Santiago, como La Alemana y Las Condes. Tenemos mucha derivación de pacientes ya que nos hemos preocupado de mantener una relación cercana con ambos centros. Los médicos, en general, no tienen problemas de derivar sus pacientes cuando conocen al profesional de la actividad física y tienen referencias de él, pero siguen teniendo desconfianza de la actividad en sí misma y son bastante ambiguos en sus recomendaciones al respecto. Creo que esto también es responsabilidad de los profesionales de gimnasios, que no han sabido presentarse y ganarse la confianza de ellos.

**MF: ¿Cuáles son los desafíos más importantes para la industria a nivel local?**

**VOI:** Primero, lograr una convergencia entre los administradores o dueños de clubes y gimnasios para acordar políticas en conjunto. Y, segundo, por medio de esa entidad que debería crearse habría que tomar contacto con los ministerios de Salud y de Deportes, para planificar políticas lógicas de desarrollo en favor del bienestar de la población. ■

## Breves

## Lanzan plan Nutrirse

La Ministra de Salud, **Soledad Barría**, junto al gerente general de Acción RSE, León Guzmán, el presidente del Colegio Médico, Juan Luis Castro, y los máximos ejecutivos de las empresas CCU, Coca Cola, Líder, INP, Nestlé, Sodexo Pass y Tresmontes Lucchetti, lanzaron un proyecto asociativo para combatir la obesidad y el sedentarismo en Chile llamado "Nutrirse".

Mediante el mismo estas compañías invertirán US\$ 1,4 millones para combatir la obesidad y el sedentarismo en Chile. Las iniciativas se centran tanto en promover la actividad física y la buena nutrición, como en reducir directamente la obesidad en la comunidad y en sus propios trabajadores. Para 2007, el proyecto espera alcanzar 25 por ciento de las comunas del país (87 localidades).

Fuente: La Segunda Internet

## Corrida atlética en Iquique

Con una nutrida asistencia, se realizó el pasado 4 de marzo la corrida atlética "No al sedentarismo y la obesidad" en Iquique. El evento tuvo lugar en el sector del Parque Las Banderas de Playa Brava. La actividad, organizada por la Dirección Provincial del PPD – Iquique, buscó difundir buenas prácticas deportivas y crear conciencia sobre los altos índices de obesidad y sedentarismo que afectan a la ciudad.

Fuente: www.elrancahuaso.cl

## Avanza trámite de ley del mono

"El objetivo es regularizar el funcionamiento de edificaciones deportivas y de salud que funcionan irregularmente, para que obtengan una adecuada fiscalización por parte de los organismos competentes", explicó el diputado **Gonzalo Duarte** (DC), uno de los autores de la iniciativa.

"Con ello se garantiza que las instalaciones que se encuentran hoy en funcionamiento, cumplan con las condiciones mínimas de evacuación, seguridad contra incendio y estabilidad estructural, aspectos técnicos que, al no contar con los respectivos permisos y recepciones por parte de la autoridad competente, no existe certeza que se estén cumpliendo en la actualidad", sostuvo.

La iniciativa establece un plazo de tres años para que las construcciones destinadas a equipamiento deportivo (estadios, clubes, gimnasios, multicanchas, entre otros) y de salud (clínicas, policlínicos, consultorios, etc.) que no cuenten con recepción definitiva, o que hayan cambiado de hecho el destino de uso de suelo, puedan regularizar su situación.

Fuente: www.elmostrador.cl

## El gran costo de la obesidad

La obesidad y las patologías originadas por este mal, como hipertensión, diabetes e infartos cardíacos o cerebrales, le generan gastos a Chile que se estiman entre los US\$ 200 millones y US\$ 300 millones; o sea, 6 por ciento del total del presupuesto de salud para 2007. En el país, 25 por ciento de la población adulta es obesa y 37,8 por ciento tiene sobrepeso, y se estima que para 2010, un total de 4,3 millones de chilenos serán obesos y otros 4,5 millones tendrán sobrepeso.

Fuente: El Mercurio

## Nuevo Diplomado en MEDS

Tras el éxito alcanzado en la cuarta versión del **Diplomado en Ciencias de la Actividad Física**, post título impartido por la Universidad de Chile, MEDS y CEAFL, el 5 de abril se dará inicio a la Quinta versión del citado curso, que culminará en su primer semestre el 24 de julio. El segundo semestre comenzará el 2 de agosto. Por más información escribir a [marketing@meds.cl](mailto:marketing@meds.cl)

**FULLGYM**  
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

pulse total fitness solutions BodySolid SteelFlex PRO SPEED HAMPTON

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

## Personal Training

"SI EL ENFOQUE ES ACERTADO,  
EL POTENCIAL ES GRANDE"

Asegura César Zorrilla, gerente general de Personal Training. En su opinión, aunque los indicadores macroeconómicos son positivos es importante, para asegurar el desarrollo de la industria, concienciar a la gente sobre la importancia de la actividad física y enfocar el fitness desde la salud.



César Zorrilla

**Personal Training** nació en mayo de 2003 por iniciativa de **Luis Alberto Roy Gagliuffi**, y en agosto de ese año se sumó como socio **César Zorrilla**, actual gerente general de la firma. El primer local, de 600 m<sup>2</sup>, se abrió en Miraflores. El segundo se ubicó en San Isidro, y tiene 1680 m<sup>2</sup>. Actualmente, la empresa prepara la apertura de su tercera unidad, esta vez en San Borja, que tendrá 1800 m<sup>2</sup>.

Personal Training ofrece a sus clientes la posibilidad de realizar actividad física dirigida bajo un soporte médico y nutricional con estándares como: grupos reducidos de hasta 35 participantes, seguimiento constante a través de un software, citas nutricionales, y exámenes clínicos y cardiológicos.

Además, cuenta con servicios de peluquería, estética facial y corporal, cafetería, y un local de venta de artículos deportivos y de suplementos dietarios de su propia marca. Por otro lado, se prepara para recibir en abril la certificación ISO 9001, a la vez que desarrolla su manual de franquicias para internacionalizar su propuesta en breve.

En este reportaje con **Mercado Fitness**, César Zorrilla, comparte su visión sobre la realidad del mercado peruano de gimnasios.

**MF: ¿Cómo describiría el mercado peruano de fitness?**

**CZ:** Hoy la mayoría de la gente quiere

ser parte de la tendencia "light", que está recién llegada, se multiplica con fuerza, y va a quedarse por lo menos 15 años más. Los estudios arrojan que Perú crecerá 25 por ciento más en los próximos 5 años. La industria está en pleno auge y la tendencia al crecimiento es alentadora.

No obstante, a mi parecer, el mercado fitness peruano está mal orientado ya que todo se enfoca desde la estética, cuando el real argumento debería ser la salud. Justamente ahí encontramos nuestra oportunidad de negocio y creo que si el mercado lo hiciera también, el panorama sería todavía más alentador para todos.

**MF: ¿Cuáles son los errores más comunes entre los gimnasios?**

**CZ:** No son innovadores ni creativos. Están siempre listos para copiarse cualquier cosa que haga la competencia. Asimismo, tienen la mala costumbre de maltratar al personal a su cargo y lo único que generan así es tener gente desmotivada que traslada su malestar a los clientes, que terminan siendo los más perjudicados.

**MF: ¿Qué dificultades enfrenta la industria en Perú?**

**CZ:** Los procesos burocráticos de los gobiernos municipales y la falta de visión de los empresarios en invertir en este rubro a escalas más grandes.

**MF: ¿Qué desafíos tiene el mercado por delante?**

**CZ:** Concienciar a la gente sobre la importancia y los beneficios de realizar actividad física y de recibir un buen soporte nutricional y médico. Según informes de la Organización Mundial de la Salud, en el año 2000 se produjeron sólo en América latina 119 mil muertes vinculadas con estilos de vida sedentarios. La gente no conoce esta información, y esto es lo que debemos difundir para que esta industria pueda seguir desarrollándose y no quede sólo en una moda temporal.

**MF: ¿El mercado peruano de fitness tiene potencial de crecimiento?**

**CZ:** Si la difusión y el enfoque es acertado, tiene mucho potencial de seguir creciendo ya que no sólo los indicadores de sedentarismo son altos sino que los indicadores macroeconómicos de Perú son favorables: crecimiento del PBI en forma sostenida durante los últimos 4 años (5% promedio anual); baja inflación (2.18% promedio anual); y alto nivel de reservas (US\$ 15,843 millones).

O sea que las perspectivas para el crecimiento económico son buenas y debido al dinamismo de la economía nacional ha habido un incremento en el consumo que ha impulsado al desarrollo comercial. Esto se traduce en más tiendas por departamentos, locales de comida rápida, bancos, multicines, supermercados, farmacias, tiendas de electrodomésticos y también, claro, gimnasios. ■

# Coca-Cola lanza el Movimiento Bienestar

**Coca-Cola** anunció la puesta en marcha del **Movimiento Bienestar**, una invitación para hallar el equilibrio entre mente, cuerpo y espíritu. De este modo, la compañía realizará una serie de acciones que renuevan el compromiso de Coca-Cola con el bienestar de las personas, entendido como el equilibrio entre una hidratación adecuada, una alimentación balanceada, una cantidad suficiente de ejercicio físico y momentos de gratificación, que forman parte esencial del estar bien.

“El compromiso de Coca-Cola con el bienestar tiene una larga trayectoria y se ha visto reflejado en infinidad de actividades en el mundo. Con el Movimiento Bienestar, la compañía trabajará no sólo para seguir ofreciendo más opciones de hidratación a la gente sino que se compromete a contribuir de manera activa a su bienestar. La filosofía de este movimiento consiste en acercar a las personas experiencias que motiven sensaciones que las hagan sentir bien física y emocionalmente”, aseguró **Hernán Lanzara**, Gerente de Comunicaciones de Coca-Cola Servicios de Perú.



Como elemento gráfico que distingue al Movimiento Bienestar, Coca-Cola eligió una gota, la cual representa cada paso que dará en esta plataforma, pero también cada gota que el consumidor desgasta en esfuerzo, trabajo y entrega, y que Coca-Cola quiere ayudar a recuperar con energía, vitalidad, disfrute y relajación cada día de su vida. Consistentemente, el lema que acompaña esta plataforma es “Comprometidos Gota a Gota”. ■

Fuente: PRESSPERU

**fitness**  
**Revolution**

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

Contáctenos ahora  
info@fitnessrevolution.com.pe

www.fitnessrevolution.com.pe



# "EL MERCADO NO ABSORBE LA CANTIDAD DE GENTE QUE SE GRADÚA"



Asegura Carlos Magallanes, uno de los creadores del Curso de Instructor en Fitness que se dicta en la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ). "Es imposible que todos consigan trabajo en gimnasios, y a veces se ven obligados a hacer otras cosas para sobrevivir", remarca.

**Carlos Magallanes y Daniel Macías** son profesores de educación física además de docentes y coordinadores del **Curso de Instructor en Fitness**, de dos años de duración, que se dicta en la **Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ)**.

En esta charla con **Mercado Fitness** comparten sus puntos de vista sobre la formación que reciben los profesionales en fitness dentro de un mercado en el que proliferan año tras año los centros de capacitación con carreras rápidas.

**MF: ¿Cómo nació el curso que ustedes ofrecen?**

CM: Fue un poco accidental, porque en ese momento estábamos preparando un postgrado, pero fue justo en 2002 cuando el dólar se fue a las nubes. Teníamos todo pensado para traer gente del exterior a dar el contenido, pero los números ya no daban. Así que en forma alternativa decidimos lanzar esta propuesta.

Además, en ese momento teníamos el aval de quien era el Ministro del Deporte, que quería trabajar en la reglamentación de la actividad. Y la verdad que desde su lanzamiento nos fue muy

bien. En materia de inscriptos ha sido un éxito. Los cupos se llenaron siempre y hasta ha quedado gente afuera.

**MF: ¿Eso sucede en Uruguay con todas las carreras cortas?**

CM: Sí, es una realidad. Analista en marketing, auxiliar de enfermería, o lo que sea, son salidas laborales más limitadas pero muchos más rápidas. Esto lleva a que proliferen un sinnúmero de institutos terciarios que forman gente que después el mercado no puede absorber.

Nosotros lo tenemos bien en claro y nos lo cuestionamos a veces, porque sabemos que es imposible que todos los alumnos que salen de aquí encuentren trabajo, o si encuentran darán una o dos clases por semana, lo que los obligará a hacer alguna otra cosa para sobrevivir. Eso es una realidad.

**MF: ¿Existen aquí recelos entre instructores y profesores?**

DM: Antes se decía que docente era sólo el Licenciado en Educación Física, pero nosotros desde el instituto hemos jerarquizado al instructor y demostramos que el técnico también puede y debe ser docente, porque trabaja con gente. No obstante, nadie niega que

los instructores tienen un campo de acción mucho más limitado.

El licenciado sale con un perfil más formativo pero tiene un montón falencias en áreas del fitness que el instructor domina perfectamente. Entonces, es como que ambos profesionales se complementan bien. De hecho, tenemos muchos licenciados que vienen a especializarse con nosotros.

**MF: ¿Hay una relación entre el éxito profesional y el nivel de preparación?**

CM: No, para nada. Muchas veces basta con tener una persona carismática, que sepa contar hasta ocho para dar lindas clases. Son muy motivadoras y les alcanza para que la gente los siga independientemente de su nivel de preparación.

**MF: ¿A la hora de contratar un instructor, los gimnasios tienen en cuenta el lugar donde éste se formó?**

DM: Al no existir una Ley del Deporte que regule la actividad en Uruguay, el mercado se rige exclusivamente por oferta y demanda. Entonces, si un gimnasio puede contratar a alguien que le cobre 45 pesos la hora, aunque no tenga formación alguna, lo hace porque así reduce costos. ■



**FITBIZ**  
EL LADO BUSINESS DEL MUNDO FITNESS

**20 de abril de 2007 / Inicio: 19.30hs.**  
**Holliday Inn Montevideo / Colonia 823**

## Conquiste a sus clientes

Entienda por qué los clientes van al gimnasio, qué esperan de sus servicios, por qué abandonan, y qué hacer para retenerlos más tiempo.

**RICARDO CRUZ**  
de la consultora FitBiz.

Entrada sin cargo / Cupos Limitados / Reserve hoy su lugar

Invita

Media Sponsor

Organiza

Informes e inscripciones: [info@fitbiz.com.ar](mailto:info@fitbiz.com.ar) / 708.32.10 / 094.540.563



## Breves

## Spinning desembarca en Uruguay

**Impact Fitness**, representante exclusivo para Uruguay y Argentina de **Spinning**, el programa de ciclismo estacionario más popular del mundo, selló en febrero pasado un acuerdo con **Antonio Carvalho**, para el desarrollo conjunto de Spinning en Uruguay. "Trabajaremos en el posicionamiento de la marca, en la certificación de instructores y en los programas de educación continua", adelanta **Andrés Dillenberger**, titular de Impact Fitness. Por más información sobre este programa de entrenamiento en Uruguay escribir a [antuanca@adinet.com.uy](mailto:antuanca@adinet.com.uy) o llamar al 094-540-563.

## Estudio de riesgo cardiovascular



Las enfermedades cardiovasculares son en Uruguay, como en la mayoría de los países, la primera causa de muerte y están entre las de mayor prevalencia. Por ello la investigación para la caracterización y cuantificación de los principales

factores de riesgo y las conductas preventivas en la población, resulta fundamental para la prevención y el control de estas afecciones.

Estudios previos determinaron una elevada prevalencia de obesidad o sobrepeso (51%) y de hipertensión arterial (entre 21% y 46%).

En un trabajo realizado por el Área de Epidemiología de la Comisión Honoraria para la Salud Cardiovascular con la colaboración de los clubes de Leones (Distrito Múltiple J - Uruguay), se encuestaron 1.959 personas en una muestra aleatoria representativa de la población del país.

Se investigaron las características de los principales factores de riesgo relacionados con las enfermedades del aparato circulatorio y se encontraron las siguientes cifras globales: tabaquismo (45%), sedentarismo (28%), obesidad y sobrepeso (53%) e hipertensión arterial (22%).

El estudio mostró una elevada proporción de fumadores y un importante número de personas que dejan de fumar. Datos de hipertensión compatibles con estudios anteriores, un alto porcentaje de obesidad y sobrepeso en ambos sexos, así como una proporción relevante de personas sedentarias.

Se concluye en la necesidad de difusión de información adecuada para la prevención de los factores de riesgo y en particular para que el ejercicio físico se realice dentro de los parámetros mínimos y con los controles adecuados, ya que muchas personas realizan actividad física en forma insuficiente o incorrecta.

Fuente: Ministerio de Salud Pública

## FitBiz nuevamente en Montevideo

El consultor brasileño **Ricardo Cruz**, de **FitBiz**, se presentará por segunda vez en Montevideo el próximo viernes 20 de abril para dar una conferencia sobre retención de clientes en gimnasios. La presentación, patrocinada por **Spinning**, dará comienzo a las 20.00, tendrá una hora y media de duración, y está dirigida a propietarios y administradores de gimnasios y clubes. La entrada es libre pero los cupos son limitados. Reserva hoy tu lugar escribiendo a [info@fitbiz.com.ar](mailto:info@fitbiz.com.ar)

**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: **Evolution Center**  
Tel/Fax: (0351) 411-8866  
ventas@evolutioncenter.com.ar

Empresa: **Fitness Company**  
Tel/Fax: (011) 4713-5090  
E-Mail: info@fitness-company.com.ar

Empresa: **Fitness Gym**  
Tel/Fax: (011) 4278-2885  
fitnessgym@maquinasdegimnasios.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: jmaquinas@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: **Bicimundo**  
Tel/Fax: (0351) 422-1665/428-3910  
bicimundo@arnet.com.ar

Empresa: **Bike Machine**  
Tel/Fax: (0341) 447-6228/440-0931  
bikemachine@bikemachine.com.ar

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

Empresa: **Electro Machine**  
Tel.: (0223) 155223204  
electro\_machine@yahoo.com.ar

Empresa: **Keyton**  
Tel.: (0223) 4817789

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: **Surex Argentina S.A.**  
Tel/Fax: (011) 4208-1285/4218-2727  
ventas@semikon.com.ar

## 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: **Santonja**  
Tel/Fax: (0351) 426-3845  
E-Mail: ricardochivilo@hotmail.com

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

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

## 6 Software

Empresa: **Control Gym**  
Tel/Fax: (011) 4958-1711  
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) 4786-6406  
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: **Pilarte**  
Tel.: (011) 4222-9743/15 5839-1625  
E-Mail: correopilarte@hotmail.com

Empresa: **Real Pilates**  
Tel/Fax: (011) 4953-7989  
E-Mail: info@realpilates.com.ar

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

Empresa: **Wull Equipos**  
Tel/Fax: (011) 4723-5556  
E-Mail: wull@wull.com.ar

## 8 Lockers

Empresa: **Cia. Argentina de Lockers**  
Tel/Fax: (011) 4777-7555  
lockers@argentinelockers.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: **Body Systems**  
Tel/Fax: (011) 4964-5557  
E-Mail: bodysystems@sion.com

Empresa: **Esféricos Estudio**  
Tel/Fax: (011) 4941-2836  
E-Mail: info@esfericos.com.ar

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 Construcción

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

## 14 Remos

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

Empresa: **Universal Fitness**  
www.universalfitness.com.ar

## 15 Indumentaria

Empresa: **Fibrahumana**  
E-Mail: info@fibrahumana

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

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

## 16 Arquitectura

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

## 17 Saunas

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

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

## 18 Natatorios

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

## 19 Hidratación

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

## 20 Arquitectura Textil

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

## 21 Muros de Escalada

Empresa: **Rocodromo**  
Tel/Fax: (0221) 423-1623  
E-Mail: info@rocodromo.com.ar

# 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.



Megafon 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

→ conquista  
la cima



## PRESENTAMOS EL NUEVO SUMMIT TRAINER

Versátil. Natural. Fluido.

El nuevo Summit Trainer de Life Fitness combina lo mejor del entrenamiento elíptico con el escalado en un solo producto que desafiará a cualquier usuario.

- Longitud de la zancada ajustable para el usuario para máxima versatilidad
- Movimiento natural, intuitivo incluso para principiantes
- Transición fluida de zancadas rápidas a flexiones de pierna profundas
- Cinco posiciones de entrenamiento diferentes para un óptimo trabajo de glúteos, cuádriceps y femorales

Life Fitness es la marca número uno en el mundo en equipamiento de clubes y gimnasios. Para más información por favor comuníquese con nosotros.



Distribuidor Exclusivo



➤ 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 Lucila

Av. del Libertador 3501

*Life Fitness*

LIFEFITNESS.COM