

mercado FITNESS

Ahora también en
Bolivia y en Paraguay

Empresas de Familia

Nacidas como realización de un sueño personal, se convierten en el principal sostén económico del núcleo familiar. ¿Cómo separar los afectos de los resultados económicos? ¿Qué lugar deben ocupar los hijos? Las relaciones de poder. Los conflictos de intereses. Los familiares políticos. La división de tareas. El desafío de delegar y de profesionalizar su gestión.

En Chile pág. 80

Reportaje a Pamela Olivares
Energy Fitness se expande
Lanzan Video Cycling

En Perú pág. 82

Lady's Gym: sólo para ellas
Seminario de Marketing Deportivo
Gold's Gym, campaña solidaria

En Uruguay pág. 84

Entrevista a Wilson Prezn
Certificación de Spinning
3ra Convención de Fitness

Pantalla de LCD 15" integrada al tablero.
 TermoRegulación®:
 Sistema de TermoRegulación Corporal.
 Pantalla de matriz de puntos
 Porta caramañola
 Porta objetos...



KIP Machines

KIP FITNESS + HEALTH S.R.L.

en la vanguardia tecnológica...



KIPRUN
KR 320 VT



KIPRUN
KR 320 RS

KIPRUN
KR 320



KIPRUN
KR 218

Línea completa de Equipamiento Electrónico Cardiovascular

Pantalla de matriz de puntos
 Porta caramañola
 Porta libros...

KIPCYCLE
KCR 110/2



KIPROT
KT 960/2



KIPCYCLE
KCR 410/2



KIPFLIP
KF-3



 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

 Ya estamos en PERÚ
peru@kipmachines.com

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

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.

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

Entre destellos

Si por las noches miramos al cielo detenidamente, habremos de notar que la vida tiene reservada al menos una estrella para cada uno de nosotros. Días más, días menos, el momento de tomarla en nuestras manos y apretarla contra el pecho llega, y con él una inocultable sensación de plenitud y de felicidad que nos inunda.

El amor de nuestras vidas, el casamiento soñado, el regreso de un amigo, el viaje tan esperado, un nuevo empleo, la primera casa propia, el nacimiento de un hijo y la familia que se agranda. La vida es un campo repleto de estrellas que iluminan nuestro camino rumbo a cualquier lado, mientras sin prisa buscamos un destino.

Sin duda alguna habremos de cosechar tantas estrellas como semillas hayamos plantado. Una flor, un beso, una sonrisa, un abrazo, una mano tendida, una oreja atenta, un hombro dispuesto, muchas horas de estudio, varias noches en vela trabajando. Nada es vano, todo tiene recompensa. La vida paga y paga bien.

No existen las noches sin estrellas, como no existe la vida sin amor. Por muchas que sean las nubes que tapen sus inagotables destellos en días para el olvido, ellas siempre están, acompañando nuestro andar, aún cuando no las veamos brillar.

¿Y usted, ya encontró su estrella? A mí no me alcanzan los dedos de mis manos para contar las mías y espero todavía encontrar muchas más.

Gracias por acompañarnos,

Guillermo Vélez

10 El gimnasio debe generar experiencias únicas

Cómo ir de un modelo de negocios basado en "commodities" hacia una nueva propuesta fundada en las experiencias de los clientes.

20 Alternativas para inversiones en marketing

Aprenda a generar acciones conjuntas con otras empresas, dentro de su área de influencia, para abaratar costos en marketing.

22 Body Tech se capitaliza

La cadena colombiana de gimnasios recibió un aporte millonario con objetivos de expansión. Aspira a cotizar en bolsa.

30 Ácumen, ciencia aplicada al deporte

Nuevo centro de entrenamiento físico y mental, único en Argentina, que desarrolla un método neurocientífico denominado Mentality.

44 Empresas de Familia:

Nacidas como realización de un sueño personal, se convierten en el principal sostén económico del núcleo familiar.

48 Actividad física: creencias y comportamientos

Los norteamericanos son concientes de los beneficios del ejercicio físico para sus vidas, pero no actúan en consecuencia.

56 Cámara de gimnasios de Bahía Blanca

Con dos años de vida, apunta a promocionar y revalorizar la actividad física, eliminar la competencia desleal y profesionalizar el sector.

66 Gold's Gym en Venezuela

Andrés Capriles, CEO de Gold's Gym Venezuela, habla sobre la llegada de esta franquicia norteamericana de gimnasios a Caracas.

80 En Chile:

Reportaje a Pamela Olivares, directora de Sport Gym en Valparaíso / Energy Fitness Clubs se expande / Lanzamiento de Video Cycling.

82 En Perú:

Lady's Gym: nueva propuesta femenina / Seminario de Marketing Deportivo / Gold's Gym y una campaña humanitaria.

84 En Uruguay:

Reportaje a Wilson Prenz, de los gimnasios Personal / Certificación de Spinning en Montevideo / 3ra Convención Fitness Uruguay 2007.



Director Ejecutivo: Ing. Leandro Deltrozzo
 Director Editorial: Guillermo Vélez
 Directora de Arte: DG. Silvina Maceratesi
 Impreso por: Casano Gráfica 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

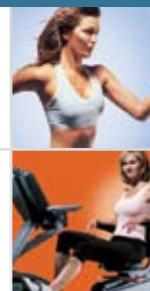
Registro de Propiedad Intelectual en trámite.

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.

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



Designed to inspire

✓ Spinner NXT

✓ Spinner Elite

✓ Spinner Pro

Únicas bicicletas oficiales de **SPINNING**



PARAMOUNT
INNOVATING FITNESS
Nueva línea dual de fuerza.



Poseemos una mirada integral del servicio que requieren los centros deportivos, gimnasios, Spa's, hoteles y edificios. Proveemos equipamiento, programas de funcionamiento y de entrenamiento, brindamos capacitación y certificación.

Representar de manera exclusiva, tanto en Argentina como en Uruguay, a las empresas STAR TRAC, PARAMOUNT, SPINNING, nos permite integrar el mejor servicio con el mejor equipamiento que existe en el mercado.

“No vendemos equipamiento, brindamos soluciones integrales”.



Prestigio internacional, precio nacional.

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

REPRESENTANTE EXCLUSIVO DE:





SPINNING®

The Ultimate Ride For Body And Mind

Producto y concepto: solución integral para su negocio.



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

En Argentina: Tel. (54 11) 4855-8574

En Uruguay: Tel. 708-3210 / Cel. 094-540563

Spin®, Spinner® y Spinning® son marcas registradas de Mad Dogg Athletics, Inc. y son utilizadas bajo licencia de Mad Dogg Athletics, Inc.

Inscripciones 2008, ya están abiertas. Próximo curso.

Marzo 21, 22 y 23 / abril 25, 26 y 27 / mayo 23, 24 y 25



CURSO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE GIMNASIOS

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

Realmente muy bueno. Una gran experiencia. Un antes y un después en lo laboral. Tan interesante como un buen libro. Muy enriquecedor, oportuno, aplicable. ¡Excelente! Inolvidable. Productivo. Abre caminos. Despierta la curiosidad. La mejor inversión que he realizado. No me pudo ocurrir algo mejor. Aprendí mucho. Muy reconfortante. No faltó ni un detalle. Exactamente lo que buscaba. Superó mis expectativas. Descubrimos un potencial altísimo. Me voy distinto y muy motivado.

Ellos ya lo hicieron. ¿Vos qué estás esperando?



www.fitbiz.com.ar

Duración 60 hs. / Cupo sólo para 20 personas.



4^{tas} CONFERENCIAS MERCADO FITNESS/08

El desafío de superarnos

Salguero Plaza Eventos / Buenos Aires
24 y 25 de abril de 2008
AGENDÁ ESTAS FECHAS, ELLOS YA LO HICIERON.



Valerie Foldvary - EEUU.

A lo largo de 6 años, fue Directora de Operaciones durante la expansión de los primeros 18 centros de la multinacional británica, Fitness First, líder en este sector. Anteriormente dirigía su propia empresa, Californian Fitness Consultants, dedicada a la formación de profesionales de esta industria y responsable del programa Reebok University desde sus inicios en España.



Stephen Tharrett - EEUU

Fue vicepresidente de atletismo, golf y tenis del grupo ClubCorp (empresa internacional de clubes y resorts), presidente del consejo de IHRSA y participante de los consejos consultivos del Colegio Americano de Medicina del Deporte, de Star Trac, de Stairmaster y de Intelligent Health. Editó los libros "Fitness Management" y "Standards and Guidelines for Health Fitness Facilities".

Dos de los consultores más reconocidos de la industria mundial de gimnasios ya confirmaron su participación en este evento. ¿Y vos, qué estás esperando?



SONNOS[®]

COMPAÑÍA DE SOLUCIONES DEPORTIVAS



Mancuerna con goma.

Mancuerna de fundición.



Discos de fundición y recubiertos en goma con y sin manijas.



Accesorios para salón de musculación / Accesorios para salón de aeróbica

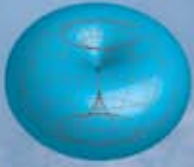
FABRICANTES E IMPORTADORES

Pagos con tarjetas



Visite nuestra página web www.sonnosweb.com

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



liquid
future

Spring Summer 07-08



fashionmagazine.ru.com

GLOBAL
CONSCIENCE



vitnik.com



Por Stephen Tharrett (*)

Crear experiencias únicas para los clientes

La industria del fitness debería fomentar un entorno en el cual los gimnasios puedan operar según un nuevo modelo de negocio que sea único, innovador y diferente al modelo actual basado en "commodities".

El modelo de negocios basado en "commodities" -término inglés para designar bienes tangibles o mercancías- tiene sustento en la idea de que produciendo bienes y servicios en masa a un bajo costo, y haciéndolos accesibles a la mayor cantidad posible de consumidores a un precio relativamente bajo, un negocio puede obtener una significativa porción del mercado y eventualmente ganancias considerables.

Sucede que a mayor eficiencia en la producción en masa de una compañía, menores serán sus costos de operación y más bajo el precio para el consumidor. No obstante, en éste u otro momento histórico, cualquiera ha experimentado las trampas de ese modelo, tales como guerras de precios, grandes descuentos, financiamiento gratis sin pagos por un año, y por supuesto el "todo parece igual".

En realidad, la comoditización ha existido por décadas, ya que se trata de un paso natural en una industria que está madurando. De hecho, este fenómeno ha sido el primer motor económico para el crecimiento de los negocios alrededor del mundo. Compañías como Wal-Mart, Home Depot, McDonald's y Toyota, entre otras, han prosperado gracias a la comoditización. Aunque al mismo tiempo muchas empresas enfrentaron problemas o cayeron en bancarrota también por la comoditización.

Con el paso del tiempo, las fuerzas competitivas inherentes a este fenómeno causaron que los commodities que están dentro de un segmento de mercado lucieran iguales, sien-

do el precio la única diferencia entre ellos. Típicamente, una industria comoditizada evoluciona hasta un punto en el que sólo quedan unos cuantos actores dominantes y bien consolidados. Esto desencadena una situación aún más preocupante, la falta de posibilidad de elección para los consumidores.

Consecuentemente, una industria de estas características no va a florecer a menos que una porción de la misma se mueva hacia otro modelo de negocios, uno **basado en las experiencias**, que establezca una nueva ecuación de valor para los consumidores, creando una diferenciación dentro del mercado que esté basada en variables distintas al precio.

Nuestra industria

Durante los últimos 30 años, el fitness, la salud y el deporte en los clubes y en los gimnasios han pasado de ser un negocio pequeño, principalmente en manos de emprendedores, a una industria impulsada por las fuerzas del modelo de negocios basado en commodities.

Unos 15 años atrás, existía tan sólo un puñado de gimnasios en Estados Unidos siguiendo ese modelo, como Bally's y 24 Horas Fitness. Hoy casi 50 por ciento de la industria compite sobre una plataforma de commodities, a la que se sumaron firmas como LA Fitness, Lifetime Fitness, Town Sports International, Gold's Gym, Curves, X-Sport Fitness, Spectrum Clubs, Planet Fitness, etc.

Collection

www.schnellsport.com.ar





Intrínsecamente, no hay nada malo en este enfoque de negocios, excepto por el escenario previamente descrito, el cual señala que la existencia de muchas compañías compitiendo bajo la misma plataforma generará guerra de precios, súper población, falta de alternativas para los consumidores, una industria estancada y numerosos dueños de gimnasios abandonando el mercado.

En realidad, producto de este enfoque comoditizado de la actividad, aparece la no exigencia del pago de matrícula, las cuotas de 19 a 39 dólares por mes, las promociones tipo "dos por uno", las superpoblación en los gimnasios y una competencia feroz por captar miembros. Esto causa problemas significativos que llevan a muchos gimnasios pequeños a su cierre o, en el mejor de los casos, a su venta a grandes cadenas a un valor menor del que desearían sus dueños.

Otra consecuencia visible de ese modelo de negocios es la consolidación de las grandes empresas en el mercado, dificultades financieras y descuentos en las ventas en aquellas compañías que fueron prósperas tiempo atrás. Y finalmente, una excesiva oferta de gimnasios en el mercado que ocasiona bajas en la cantidad de miembros, en los márgenes de ganancias y en los beneficios de todos.

La industria debería fomentar un entorno en el cual los gimnasios puedan ofrecer un nuevo modelo de negocio que sea único, innovador y diferente de la plataforma de commodities que no puede ni debe detenerse.

En la actualidad, la industria enfrenta un desafío que puede convertirse en una oportunidad increíble de crecimiento o, por el contrario, en una barrera para el mismo. Se debería fomentar un entorno en el cual los gimnasios puedan ofrecer un nuevo modelo de negocio que sea único, innovador y diferente de la plataforma de commodities que no puede ni debe detenerse.

Hacia un nuevo modelo

Los emprendedores independientes deben orientarse hacia un modelo de negocios basado en la experiencia, que les permitirá diferenciarse considerablemente en el mercado, abriendo la industria a un mayor número de consumidores.

De este modo, los gimnasios van a centrar la competencia no en el precio sino en su habilidad para crear experiencias únicas y personales para los consumidores, en las

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

Le Corp
Virrey del Pino 2237 (1426) Bs. As. / Tel: (54 11) 5786-0458 / 4780-1085
www.lecorpilates.com.ar / lecorpilates@yahoo.com.ar
Instituto de Capacitación, asesoramiento y práctica de Método Pilates
Envíos al Interior - exportación de equipamiento
Variedad de colores en tapizados
Garantía

Equipamiento para método Pilates

FITNESS LINE JBHEQUIP



+++

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

que el valor no sea sólo una cuestión del precio sino que dependa también de que el cliente reciba en el gimnasio una vivencia enriquecedora y personalizada. El resultado final serán más opciones para el consumidor y más clientes y beneficios para todos en la industria.

Afortunadamente, dueños y gerencadores de gimnasios disponen de alternativas si desean alejarse del altamente competitivo modelo de commodities y seguir adelante bajo uno basado en la experiencia, en el que encuentren la posibilidad de crear nichos rentables a largo plazo para sus gimnasios. Algunas acciones sugeridas para convertirse en un gimnasio con base en la experiencia son:

1- Establecer una temática

Un paso que posiblemente ayudará en la evolución hacia un gimnasio con base en la experiencia es establecer una temática dentro del mismo. Puede tratarse de un único tema o de una serie de servicios temáticos. Por ejemplo, se podrían implementar programas "cuerpo-mente" relacionados con la relajación, por medio de un ambiente sumamente tranquilo y agradable, desarrollando los recursos y las instalaciones necesarias para convertirse en un centro especializado en bienestar.

2- Producir y dirigir acciones relacionadas con la temática

Esta opción involucra plasmar en papel, como en un guión, las experiencias que el gimnasio desea que sus clientes reciban. En esencia, el gimnasio debería mirar a sus recursos como el escenario, a sus equipamientos y a sus programas como el soporte, y a su staff como los actores. Entonces, el gimnasio toma este guión y hace que sus profesionales actúen usando las herramientas que tienen a mano para crear el clima necesario para desencadenar vivencias inolvidables para cada socio.

3- Realice una transformación

De acuerdo a Joseph Pine II y James Gilmore en su libro "La experiencia económica", la transformación representa una experiencia muy personal. En esencia, uno de los principales objetivos del gimnasio será crear experiencias únicas para cada miembro, más que experiencias grupales.

Para lograrlo, el staff necesita conocer a sus clientes lo suficiente como para ser capaz de garantizar esas experiencias memorables, que sean percibidas como únicas por cada uno de los clientes. Tal conocimiento involucra saber más que sólo el nombre de cada persona. Deben conocer también sus intereses, gustos y motivaciones. Esto

requiere el compromiso bidireccional entre clientes y staff. La clave de este proceso es construir relaciones sólidas con cada socio.



4- Los recursos humanos como elemento diferenciador

Para generar experiencias positivas, el gimnasio debe enfocarse en su staff como el recurso más significativo, más allá de los honorarios, el tamaño de sus instalaciones o la cantidad de equipamiento que posee. La calidad de los recursos humanos que tiene un gimnasio es la que puede hacer la real diferencia. Las personas crean relaciones y éstas son la base de una plataforma económica sólida.

La calidad de los recursos humanos que posee un gimnasio es la que puede hacer la real diferencia.

Lord Burleigh dijo "conquiste corazones y tendrá manos y monederos". Lo que quiso expresar es que cuando un gimnasio tiene muy buenas relaciones con su personal, los clientes están dispuestos a brindar su apoyo y a gastar su dinero allí. Los gimnasios que cuidan a sus empleados e invierten en ellos, permiten tener un sentido de propiedad en la creación de esta "experiencia", que proporcionará

METODO PILATES

Capacitate con los mejores Profesionales



La Vida que buscas

WWW.PYPEQUIPAMIENTOS.COM
Nuevos Teléfonos
(54 011) 4544-6058 // 5365-0081

una ventaja competitiva y permitirá superar las fuerzas del modelo de commodities.



5- Comunidad involucrada

Uno de los reales secretos para la creación de experiencias relevantes para sus clientes es que el gimnasio establezca un clima donde estos vean al mismo no como un recurso más sino como un miembro real de la comunidad.

Conclusión

Existen numerosas acciones que un gimnasio podría realizar para dirigirse hacia al modelo basado en la experiencia. Las cinco mencionadas anteriormente representan tan sólo el comienzo de este proceso.

Aunque no todos los gimnasios pueden o deben moverse en esta dirección, aquellos que toman la decisión de cambiar encontrarán acceso a un modelo de negocios en el que el valor, como señalamos antes, no está basado en el precio sino en la experiencia.

Cuando esta situación ocurre, los gimnasios son capaces de programar su política de precios en relación a los servicios que ofrecen sin necesitar de promociones de descuento, lo cual mejora su posición en el mercado. ■

(*) Consultor norteamericano de la industria del fitness. Vicepresidente de ClubCorp. Fue presidente de IHRSA. Coautor de textos y DVD "Fitness Management". steve_tharrett@comcast.net / www.healthylearning.com



SOMOS EXPORTADORES



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



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

Siempre existe la posibilidad de innovar, en **FOX** lo hacemos permanentemente, hoy también tenés...



OLYMPIO



¿Aún pensás que no podés tener lo mejor a un excelente costo?

Agradecemos a nuestros clientes y amigos por posicionarnos **liderando** el mercado, dándoles nuevas alternativas en productos y servicios.

BY DISEÑO



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.



www.fenixmachines.com.ar

REPUESTOS & ACCESORIOS
PARA EQUIPAMIENTOS DE MUSCULACION E INDOOR CYCLE

LANZAMIENTO

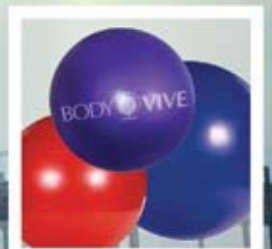


PRECIOS ESPECIALES PARA GIMNASIOS

- Discos Olímpicos y Standard con Agarre de: **1,250 - 2,500 - 5 - 10 - 15 y 20 Kg.**
- Mancuernas Fijas con terminaciones Cromadas y Agarre de Caucho:
 - Set de 12 Pares x 390 Kg. y de 11 Pares x 335 Kg.
 - Racks Porta Mancuernas ▪ Pinos Portadiscos
 - Porta Barras .
 - Barras Olimpicas y Standard – Agarres de Todo Tipo.

Felipe Amoedo 2515 | Quilmes | Buenos Aires | Argentina | C.P. 1878
Te: (54-11) 4200-1444 | Nextel: 301*1931 - 301*1932 | e-mail: info@fenixmachines.com.ar

Pienso llegar
Pienso **MIR**
FITNESS



Distribuidores oficiales



BODY VIVE

Fábrica:
Helguera 5245, Capital
Tel/Fax: 4574-4842/43
mir@mirfitness.com.ar
www.mirfitness.com.ar

Shops:
• J. Salguero 1923, Capital
• Humahuaca 3850, Capital
• Arenales 2052, Capital

¿Querés mejorar tu calidad de vida?
Mirá Our Time TV
www.ourtimefitness.com.ar





Peck Deck



Camilla Femoral



Polea doble Enfrentada



Maq. de Remo



Multicadera



Prensa 45°



Sillón de Cuádriceps



Polea Alta



Aductores Combinados

www.equipmillennium.com

Gral Vedia N° 221 (B1872 CXE) Sarandi | Bs.As. | Argentina
Te: (54-11)4265-1609 - Cel:15-6566-7777 - Fax: 4205-2331
info@equipmillennium.com | ventas@equipmillennium.com



Por Valerie Foldvary (*)

¿Harto de gastar en marketing para su

Si su respuesta al interrogante que plantea el título es afirmativa, una alternativa para desembolsar menos dinero, y en lo posible maximizando resultados, es considerar acciones conjuntas que puede encarar con otros negocios que están en su área de influencia, con los que comparte un target de público similar.

Hay tres pasos indicados para poder llevar adelante acciones de este tipo:

1. Identificar cuál es el público de su gimnasio.
2. Identificar a una o más empresas en la zona que tienen una clientela similar.
3. Identificar negocios y servicios complementarios al suyo.

Paso 1

¿Quiénes son sus socios? ¿Por qué concurren a su gimnasio? ¿De qué grupo demográfico forman parte? (edad, sexo, profesión, etc.) ¿En qué grupo económico están insertos? (alto, medio, bajo etc.) ¿Piensan ellos que un gimnasio es un lujo o una necesidad? ¿En qué códigos postales residen? ¿En cuáles trabajan?

Para diseñar un plan de marketing adecuado tiene que conocer cuál es el público para sus productos y servicios.

Paso 2

Una vez definido el segmento de interés, debe buscar otros negocios cercanos que por sus características y composición apuntan al mismo grupo de personas. En este caso es indistinto el rubro, puede ser una tintorería, un supermercado, una peluquería etc. Es importante identificar estas empresas y conocer el volumen de clientes que manejan, porque de allí usted puede captar nuevos socios para su gimnasio.

Paso 3

Una vez que ha identificado los negocios complementarios al suyo, es momento de tomar contacto con ellos con la idea de llevar adelante acciones de marketing conjuntas, como una manera de bajar costos y tener acceso a posibles clientes que normalmente no hubieran conocido su gimnasio.

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

Pedro Ignacio Rivera 4732 8 B (1431) / Cap. Fed. / Argentina
Tels.: (54 11) 4524-3896 / 4522-8052
info@identifycard.com.ar / www.identifycard.com.ar

¿Quiénes son sus

socios

? ¿Por qué concurren a su gimnasio? ¿De qué grupo

dinero? gimnasio?

Algunas propuestas para acciones conjuntas son:

- Pases de invitados o folletos que se dejan en los negocios contactados con algún descuento o promoción especial. Cuando los clientes de ese negocio preguntan sobre su gimnasio, es importante que los empleados hablen con entusiasmo sobre él. Por lo que se deberá motivar a estos empleados con algún beneficio en su gimnasio. Tenga en cuenta que una recomendación por parte de una persona que tiene la confianza del cliente es la mejor manera de atraer nuevos socios.

Una recomendación por parte de una persona que tiene la confianza del cliente es la mejor manera de atraer nuevos socios.

- Compartir las bases de datos de clientes con los otros negocios para tener acceso a más personas.

- Organice jornadas de "puertas abiertas", con clases especiales, charlas, actividades, etc., con la colaboración de las empresas "amigas" que pueden donar sus productos para realizar sorteos. Todas las empresas participarán en la publicidad del evento con carteles y folletos en sus establecimientos.

Todos sabemos la fuerza que tienen las referencias de amigos que brindan los socios. Ofrecer productos de las empresas colaboradoras como recompensa por esas referencias deviene en beneficios para todos: al socio porque le da algo a cambio del nombre de su amigo, a la empresa asociada porque el cliente de su gimnasio probará su producto, y a usted porque tendrá un nuevo referido.

Recuerde: No limite el marketing sólo a sus socios, o al uso de la publicidad convencional. Piense en los clientes de otros negocios y hágalos miembros de su gimnasio. ■

No limite el marketing sólo a sus socios, o al uso de la publicidad convencional. Piense en los clientes de otros negocios y hágalos miembros de su gimnasio.

(*) Especialista en gestión deportiva. Fue Directora de Operaciones de la multinacional británica, Fitness First. Fue Master Trainer de Reebok y jefa del equipo nacional de Reebok University. Certificada por ACE (American Council on Exercise), ACSM (American College of Sports Medicine) y AFAA (Aerobics and Fitness Association of America).

SÓLO SIRVE DAR LO MÁXIMO

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

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

¡NUEVA! WHEY PROTEIN BAR

El más agradable sabor a fruta y una delicada cobertura de chocolate. Nada de lo que probaste hasta ahora se parece, ni tiene su valor proteico.

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

PURE NUTRITION

M MERVICK LAB

MAXIMA PUREZA. MAXIMA RESPUESTA. ☎ 02320-401400

Con objetivos de expansión Bodytech recibe una inyección de capital



La cadena colombiana de centros médicos deportivos **Bodytech** recibió una capitalización de 2.5 millones de dólares, por parte del Fondo de Capital Privado (FCP), SEAF Colombia. Suma que la firma destinará a su estrategia de expansión.

Nicolás Loaiza, presidente de Bodytech, celebró la nueva alianza. "La entrada de SEAF, como socio de la compañía, permite que nuestra estructura financiera y composición accionaria se diversifique, minimizando riesgos", dijo.

La red de gimnasios está lista para salir a conquistar otras latitudes. Perú, Chile y Brasil son los mercados en los que está explorando posibilidades, sea con sucursales propias o mediante la compra de pequeños negocios en esos países.

Además, este año, continuará abriéndose camino a nivel local en Cúcuta, Bucaramanga y Villavicencio.

"Es como ver un sueño hecho realidad. Una empresa dinámica que utiliza recursos del mercado de capitales para apuntalar su crecimiento", manifiesta Juan Pablo Córdoba, presidente de la Bolsa de Valores de Colombia (BVC).

Bodytech se convirtió en la primera compañía del género en Colombia en ingresar al mercado de capitales. En este proceso, tuvo un papel preponderante el programa **Colombia Capital**, creado por varias entidades para promover la incorporación de las empresas a este mercado.

"Hoy se podría decir que Bodytech es una de las cadenas de gimnasios más grandes de toda América Latina, pues la segunda, que puede estar en México, tiene 18 puntos, y la más grande de Brasil tiene 12", sostiene Loaiza.

A nivel nacional, la firma cuenta con 25 sucursales distribuidas bajo dos marcas: Bodytech con 16 locales y **Athletic** con 9; y emplea a 1.000 personas.

Además de internacionalizarse y de tener como objetivo convertirse en la cadena de gimnasios más importantes de toda América latina, la empresa quiere llegar a tener 60 puntos para el 2010. Para este año prevén terminar con 30 unidades.■

Fuentes: www.dinero.com y www.lafm.com.co

**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



Por Roxana Blanco (*)



f

Cómo vender fitness



¿Cómo se diferencia la gestión de ventas en el ámbito deportivo de la venta de cualquier producto o servicio que se ofrece en el mercado?

Mucho se habla hoy en día acerca de cómo vender cualquier tipo de producto o servicio, cómo promocionarlo, publicitarlo y comunicarlo. Pero pocas veces se habla acerca de cómo crear la necesidad en la gente para el consumo del fitness como si fuera un producto más.

Es por ello que en este tipo de mercado es importante desarrollar estrategias tendientes a activar el deseo en las personas por el bienestar físico, y que el mismo se traduzca finalmente en una compra. Entonces, para vender actividad física, fitness o deportes en general: ¿cuál sería el deseo a crear?

Hay dos grandes necesidades a cubrir cuando se vende actividad física:

1) Verse bien: todas las acciones comunicacionales deberían estar enfocadas

en la promoción de programas con resultados específicos, que generen cambios en la forma corporal a corto plazo.

2) Sentirse bien: las campañas deben apuntar a promover los beneficios fisiológicos que ofrece la actividad física.

De esta manera, para obtener un mejor resultado en las ventas tanto en centros deportivos, gimnasios o Health Clubs, es necesario desarrollar una comunicación que contemple la satisfacción de estos dos deseos. Y contar con gente especializada en el tema, que pueda planificar campañas promocionales enfocando estas necesidades específicas.

Algunas variantes a tener en cuenta para el diseño de campañas de promoción: estacionalidad, público objetivo según edades, profesiones, lu-

gar geográfico, etc. En lo que respecta a la ubicación, el factor comunidad y el sentido de pertenencia tienen mucho que ver, y ayudan a identificar con facilidad al público buscado.

No se puede vender de la misma forma un gimnasio o un club que está ubicado en un barrio residencial, que uno que se encuentra en pleno centro de la ciudad, o que uno instalado en un shopping o dentro de un gran complejo deportivo. Ya que cada zona o área presenta poblaciones con determinadas características: densidad demográfica, nivel socio económico, formación educativa, edades, composición edilicia (comercios, facultades, viviendas), entre otras variables a tener en cuenta. ■

(*) Profesora. Especialista en Estrategia y Gestión Deportiva. profroxanablanco@hotmail.com

Ahora podés llevar el Método Pilates a domicilio con el Nuevo Reformer Plegable

Accesorios

Estante

Cursos

Valija con rueditas

Solicitá una entrevista con Martín Guido, creador del revolucionario Delivery del Método Pilates al 15-5-904-1315 o a través de la página www.martinguidofitness.com



Por Paula Rey (*)

Tendencia mundial El sector crece y se diversifica

El boom de la estética y de la belleza ha disparado el número de negocios afines a esas áreas, propiciando en los últimos años la inauguración o la reapertura de grandes spa médicos, spa urbanos y hoteles con spa.

Los spa y centros termales, que antiguamente sólo se vinculaban con el segmento de gente mayor con problemas de salud, han pasado hoy de ser instalaciones marginales a estar presentes en las grandes ciudades en forma de spa urbanos, ideales para atenuar el estrés ciudadano.

El auge del turismo de salud y de belleza ha propiciado en los últimos años la inauguración o la reapertura de grandes centros: spa médicos, spa urbanos y hoteles con spa. Asimismo, muchos de los establecimientos hoteleros ya existentes, en particular los de categoría superior, han incorporado este tipo de instalaciones como parte de su oferta diferenciadora.

En 2006, todos estos establecimientos generaron en Europa negocios por 2.750 millones de euros, una cifra 20 por ciento superior a la registrada en 2005, que a su vez fue 32 por ciento mayor a la de 2004. El crecimiento continuará moderándose en 2007, con una tasa prevista de 15 por ciento.

Expectativas de crecimiento

Esta distinguida estrategia de captación de clientela está dando sus primeros frutos, como muestran los más de 920

mil usuarios españoles que visitaron durante el año pasado alguno de estos centros.

Sin embargo, todavía hay mucho camino por recorrer, especialmente si estos datos se comparan con las cifras de otros países europeos. Por ejemplo, en Italia el número anual de turistas y usuarios sobrepasa los dos millones, mientras que en Alemania alcanza los once millones.

Tampoco es nada despreciable el monto de dinero que mueven cada año estos establecimientos. Por ejemplo, los centros y spa españoles generaron un volumen de negocio cercano a los 200 millones de euros en 2004, 15 por ciento superior respecto al ejercicio anterior, mientras que los spa urbanos, integrados o no en hoteles, movieron 51 millones en el mismo período.

De cara al futuro, las expectativas de crecimiento para el mercado europeo (que marca tendencia a nivel mundial) son bastante optimistas. Se prevé que en los próximos cinco años los centros de estética o spa amplíen su planta hotelera en 70 por ciento, lo que supondría unas 10 mil unidades de alojamiento.

fitness+carthage = belleza y salud

GEL CRIÓGENO PARA TRATAMIENTOS REDUCTORES Y REAFIRMANTES con Fosfatidilcolina y Cofeína

GEL PARA TRATAMIENTOS REDUCTORES con Chrysotholium, Fosfatidilcolina y Cofeína

Tipoma Modelador con Cafeína e Extractos Vegetales

CARTHAGE

Venta exclusiva para profesionales, Gimnasios, Centros de Estética, Spa, Fitness Center.
Casa central: (5411) 4961-6942 / (5411) 4962-7473

www.carthagebeauty.com



Tendencias

La tendencia futura de los spa estará marcada por la apertura de centros urbanos, así como por el aumento de la oferta en otras ubicaciones, como centros comerciales, de ocio, y de entretenimiento. No nos olvidemos que la industria "del ocio" (tal como se denomina a la industria del entretenimiento, cuidado y bienestar) es la cuarta en facturación a nivel mundial.

También se prevé una progresiva incorporación de estos establecimientos en hoteles urbanos, y muchas de las ca-

denas hoteleras optan cada vez más por desarrollar sus propias unidades de negocio para este segmento.

En Argentina, cada vez son más los proyectos que quieren incorporarse al negocio, y siguen la tendencia tanto de Europa como de Estados Unidos. En nuestro país existen en este momento 500 spa (300 en Capital y Gran Buenos Aires) y está proyectado que para finales de 2008 habrá 1400, con una inversión estimada en 50 millones de dólares, distribuidos entre spa urbanos, centros de estética, hoteles y spa médicos.

A pesar del crecimiento en el volumen de negocio, la fidelización del cliente es la asignatura pendiente del sector. Aquellos que no logren esto, fracasarán. ¿Qué hacer entonces? ¿Qué estrategias desarrollar para mantener los clientes? Esos serán los interrogantes a responder en la próxima columna. ■

(*) Marketing & Project Planeer / prconsulting@yahoo.com.ar

MTD Gym

www.mtdgym.com.ar

Oferta Limitada
Con palanca de
acero super
reforzada \$870
Calidad garantizada



Modelo Indoor Bike

Ficha Técnica

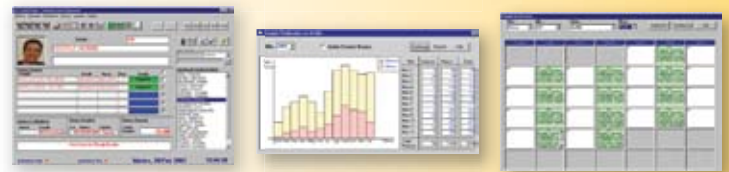
Cuadro pintado con poliuretano
Disco inercial de 20 kg.
Platos de acero y palancas de acero
Punteras de fácil colocación
Cadena de paso fino
Movimiento central con rulemanes
Asiento "Soft" súper cómodo de gel
Pedales de aluminio reforzados
Caños de 100 x 50

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



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 post-venta.

// Datos de Socios y Profesores.

// **Control de Acceso compatible con lectores de códigos de barras,**
lectores de huella, molinetes, etc.

// Vigencia de Múltiples Actividades por Socio.

// Caja Diaria, Impresión de Comprobantes.

// Ventas y Stock de Artículos.

// Asistencia de Profesores y Control de Clases.

// Planillas de Reserva de Turnos.

// **Socios Potenciales y Gestión de Marketing.**

Una poderosa herramienta a la hora de tomar decisiones en base a la elaboración de Informes, Gráficos y Estadísticas.

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

Visítenos en www.controlgym.com.ar

Sentral Fitness Sport participa en Second Life



Sentral Fitness Sport, cadena española de franquicias de gimnasios e instalaciones deportivas, apuesta a la comunidad virtual **Second Life** para consolidar, a través de Internet, el posicionamiento de su marca en la mente de los consumidores. Los usuarios de este juego virtual, traducido al español como "Segunda Vida", podrán conocer las instalaciones de estos gimnasios e interactuar en ellas.

Second Life es un mundo virtual 3D que da a sus habitantes la oportunidad de reinventarse a sí mismos a través de una figura tridimensional. Este programa proporciona a sus usuarios herramientas para modificar el mundo y participar en su economía virtual, que opera como un mercado

real. La información de prensa señala que la edad promedio de los residentes de Second Life es de 32 años.

La participación de Sentral Fitness Sport en este espacio virtual responde a la nueva forma de comunicación y de difusión de imagen que la firma lleva adelante. Y en esta línea, durante 2007, la compañía ha presentado su concepto de negocio en diferentes ferias españolas del sector, como Fitness 2007.

Sentral Fitness Sport cuenta con siete gimnasios en España, uno propio y seis franquiciados, y continúa su expansión con el fin de consolidarse en el sector fitness, desarrollando negocios en poblaciones de más de 15.000 habitantes.

Esta franquicia ofrece tres tipos diferentes de unidades: Sentral Fitness Sport, dedicado exclusivamente al fitness, terapias y clases colectivas; Sentral Fitness Spa, que incluye los mismos servicios pero cuenta también con una zona de spa; y Sentral Woman, que está dirigido exclusivamente a mujeres.

"La inversión necesaria para poner en marcha una unidad Sentral Fitness Sport de 600 m² es de 390 mil euros (IVA no incluido), llave en mano, y se estima una facturación, en el primer año, de 350 mil euros", sostienen desde la compañía. ■

Fuentes: www.tormo.com - www.100franquicias.com

Estados Unidos

Demanda contra Life Time Fitness

Por exponer información confidencial de sus clientes, la cadena norteamericana de gimnasios **Life Time Fitness Inc.** fue demandada por el Procurador General de Texas, Greg Abbott.

Se tomó esta medida al encontrarse que en varias instalaciones de la firma, en el área de Dallas y Fort Worth, se arrojaron a la basura más de 100 expedientes de socios que incluían nombres, direcciones, números de seguro social y de licencias de conducir, números de tarjetas de crédito y de débito.

"Life Time Fitness puso en sus basureros información que es personal, privada y que expone a sus clientes y empleados al robo de identidad", afirma Abbott.

Los demandados fueron denunciados por violar la ley Contra las Prácticas Empresariales Engañosas (DTPA) y la ley de Cumplimiento y Protección Contra el Robo de Identidad de 2005, que exige proteger y destruir la información confidencial de los clientes.

Esta normativa autoriza a la Procuraduría a pedir multas de hasta 25.000

dólares por cada violación a la DTPA, de hasta 50.000 dólares por cada violación a la ley de Cumplimiento y Protección Contra el Robo de Identidad, y hasta 500 dólares por cada expediente que no haya sido cuidado o destruido conforme a la ley.

"Esta pena monetaria es necesaria para hacer entender a Life Time Fitness y a otros negocios que el robo de identidad es un crimen que no toleraremos en Texas", concluye Abbott. ■

Fuente: www.aldiatx.com



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

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

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

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





PARA QUE NO PARES

NUEVA BOTELLA
↘ NON-STOP **600 ML.**



ALIMENTO LÍQUIDO A BASE DE SALES CON 45 MG% DE SODIO Y 12 MG% DE POTASIO.

Cambio de hábito La paternidad reduce la práctica de actividad física

Ser padres es un mundo nuevo y adaptarse a él implica cambiar hábitos, rutinas y redistribuir los tiempos y las actividades. Con la llegada de los hijos muchos hombres amantes del deporte y del gimnasio reducen considerablemente las horas destinadas a la actividad física.

Un estudio que llevó adelante la **Universidad de Pittsburg**, en Estados Unidos, reveló que la paternidad reduce de manera demostrable la cantidad de horas destinadas a la actividad física, mientras que el matrimonio sólo tiene efectos insignificantes. Y contra muchos pronósticos, esta quita de tiempo es más notable en los hombres que en las mujeres.

Alrededor de 525 participantes fueron estudiados durante dos años, como parte de un extenso trabajo de investigación denominado "Estudio de la Actividad Física". Los resultados determinaron que los hombres sin hijos habían mermado sólo media hora de actividad por semana, y aquellos con hijos habían reducido alrededor de tres horas y media.

Los varones fueron los más afectados al comparar estas cifras con lo sucedido en el caso de las mujeres, ya que

ellas, que se ejercitaban en promedio cuatro horas antes de tener hijos, perdieron 90 minutos por semana al convertirse en madres. En tanto que los nuevos padres, que acostumbraban realizar alrededor de ocho horas de actividad semanal, las recortaron en cuatro horas y media.

La paternidad reduce la cantidad de horas destinadas a la actividad física, mientras que el matrimonio sólo tiene efectos insignificantes.

Los terapeutas matrimoniales señalan que a veces hacer ejercicios puede alimentar discusiones y generar conflictos, y hay que negociar los tiempos, la división de tareas y los horarios. Y por otro lado, también influye el sentimiento de culpa que pesa en muchos padres por estar alejados de sus hijos.

En otro orden, algunos expertos señalan otras razones para explicar este fenómeno. "Demasiados son los que tienen una mentalidad de hacer todo o directamente nada, respecto del ejercicio físico", expresa el doctor **Harvey Simon**, profesor adjunto de la Escuela de Medicina de Harvard y autor del libro "Plan de ejercicios sin esfuerzo".

Muchos padres tienen la mentalidad de hacer todo o directamente nada, respecto del ejercicio físico.

En su opinión, "la ejercitación sana para el corazón puede adoptar muchas formas (realizar jardinería, lavar el auto, subir escaleras) y no necesita ser practicada en forma continua para ser beneficiosa". ■

Fuente: The New York Times

EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS PROLINE X

MAQUINAS SANMARTINO

COORDO 10000 SP
CONTA ELÉCTRICA
PROFESIONAL
PROLINE M

COORDO 10010
EJECUTOR ELÍPTICO
CON TRAZADO DE PUNTO

COORDO 10007
EJECUTOR ELÍPTICO

COORDO 2000A
PUNTA 45°
PROFESIONAL PESADA

METODO PILATES

COORDO 2000
REPOSICION

COORDO 2005
EJECUTOR CHAIR

COORDO 2002
CORRECTOR ESPINAL

COORDO 2001
BICIA

Maquinas Sanmartino
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

Fábrica y Ventas:
Las Heras 978
D5000 Río Cuarto - Córdoba
Teléfono: 03581 464213
Tel.: 03581 4645414
Celular: 03581 154 303393

Envíos a todo el país

WWW.MAQUINASSANMARTINO.COM

33
EQUIPAMIENTOS
MÉTODO PILATES

TE: (03488) 154 09189 / (03488) 469226 - info@33pilates.com.ar - www.33pilates.com.ar



Máquina trotadora

Podría rehabilitar a víctimas de infarto cerebral

Una cinta para trotar, semejante a las que se usan en los gimnasios, es la gran esperanza de personas que hoy no pueden caminar por haber sufrido daño cerebral.

Investigadores del **Instituto Kennedy Krieger**, en Estados Unidos, utilizan una máquina trotadora, que permite el deslizamiento hacia adelante y hacia atrás, para empujar las piernas de enfermos que sufrieron daño cerebral, con la esperanza de entrenarlos para que recuperen la capacidad de caminar normalmente.

La cinta andadora de estos equipos está construida especialmente para cada persona. Lleva oculto un cinturón que está dividido: una parte puede mover un pie hacia atrás y otra lo hace hacia adelante, a distintas velocidades. El cerebro tiene que ajustarse automáticamente a la forma de andar, de modo que el usuario del aparato no pierda la estabilidad.

Los científicos aprovechan esa adaptación inconsciente, empleando un entrenamiento breve, para hacer que los pacientes que renguean habitualmente vuelvan a tener una marcha normal. Por ahora conservan ese andar sólo por unos minutos después de que la cinta se detiene.

Hallazgo

El descubrimiento consiste en que redes nerviosas separadas controlan la forma en que se mueve cada pierna, y estos circuitos pueden recibir un nuevo entrenamiento para modificar la manera en que alguien ha aprendido a caminar, al menos temporalmente.

El desafío ahora es hacer que esa mejora en el andar se vuelva permanente. A finales de este año la doctora **Amy Bastian**, del instituto Kennedy, comenzará un estudio en el que someterá al menos a 40 sobrevivientes de infarto

cerebral a sesiones más largas sobre la banda andadora, para ver si la práctica hace más duradera la mejoría.

Los hallazgos ofrecen un vistazo hacia la siguiente frontera en las investigaciones sobre la rehabilitación: ¿Cómo motivar el cerebro y los circuitos de la médula espinal para reconectarse a fin de controlar un movimiento normal de las piernas, después de un derrame o de otra lesión cerebral?

Cuando se trata de ajustar mecanismos de manera consciente para controlar la marcha, el sistema no funciona tan bien. "Los cinturones comienzan a moverse y si uno racionaliza hace todo al revés. Hay que permitir que el sistema se haga cargo, ahí están estas redes de control, inferiores y menos conscientes, que pueden realizar esto sin esfuerzo", explican los expertos. ■

Fuente: www.lasegunda.com



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 54*301*1932
ventas@fenixmachines.com.ar / www.fenixmachines.com.ar
Administración y Ventas
F. Amoedo 2515 (1878) Quilmes / Buenos Aires / Argentina

APLICACION EN SECO



MAT[®] PRO

PISOS DE PROTECCION ENCASTRABLES

RESISTE IMPACTOS Y ALTAS CARGAS

FACIL APLICACION

FACIL LIMPIEZA

- Gimnasios • Saunas
- Vestuarios • Zonas de tránsito



(5411) 4442-1796
info@mat-pro.com.ar
www.mat-pro.com.ar

ENVIOS AL INTERIOR Y EXTERIOR

ROBUSTAS Y FUERTES, COMO VOS NECESITÁS
EL MEJOR PRECIO DEL MERCADO



Av. Nazca 1932 (1416) Tel.: (54 11) 4581-306
Ricardo Gutierrez 3233 / Tel.: (54 11) 4504-3466
1932@arnet.com.ar / www.gerbosport.com.ar

30 :: Avances

Ciencia aplicada al deporte Nuevo centro de físico y

Buscar la excelencia en el rendimiento deportivo, potenciando la capacidad física y mental de los atletas, es una labor que requiere de la integración de diversas especialidades. Bajo esta premisa, un equipo de médicos deportólogos, neurólogos, oftalmólogos, preparadores físicos, nutricionistas, profesores de yoga, kinesiólogos y psicólogos deportivos unió sus conocimientos para crear **Ácumen**, un centro de entrenamiento físico y mental que abrió sus puertas, recientemente, en el barrio de Colegiales, en Capital Federal.

En **Ácumen** se practica "un revolucionario estudio visual-mental denominado **Mentality**, único en Argentina, que permite a los deportistas profesionales y amateurs que quieran superarse, mejorar la concentración, los niveles de atención, el campo visual periférico, la capacidad de relación y el manejo del stress", explica **Sandra Rossi**, médica deportóloga especializada en neurociencias aplicadas al deporte, y parte integrante de **Ácumen**.

Este método neurocientífico es aplicable a todas las disciplinas deportivas. "En aquellas donde hay interacción con elementos móviles y también en las que intervienen otros jugadores, por ejemplo: fútbol, tenis, voley, básquet, rugby, deportes de contacto, etc. Gracias a **Mentality** se obtienen beneficios con entrenamientos de optimización visual y tiempos de reacción", describe Rossi.



Y en cuanto a los deportes estáticos, por ejemplo, tiro o golf, o los cíclicos como la natación, ciclismo, maratón, triatlón, etc., Rossi señala que "los resultados son mejores con el entrenamiento mental, es decir, trabajando sobre la concentración, motivación, descanso mental, etc."

A nivel mundial este sistema comenzó a desarrollarse hace dos décadas y ya hay centros en los que se aplica la neurociencia al deporte, con excelentes resultados, por ejemplo en Australia, Inglaterra, España y Estados Unidos.

FITNESS GYM

Equipamiento Integral para Gimnasios

Delux
Carga Plus
Cardiovascular
ECONOLINE
Body & Exercise Plus



3 HP RC - 07
Resistencia **Cero**
"CINTA PROFESIONAL USO INTENSIVO"

Cintas mínimo anticipo y financiación.

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



Sillón de cuádriceps



Reformer

Av. Contador N° 3539 • Quiémes - (81878EKJ) • Bs. As. - Argentina.
Tel/Fax: (5411) 4278-2885 • e-mail: fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar
www.maquinasdegimnasios.com.ar

entrenamiento mental

En Argentina, los antecedentes son más recientes y se remiten al **Centro Nacional de Alto Rendimiento Deportivo (CeNARD)**, donde se utiliza la neurociencia desde hace cuatro años.

¿Cómo funciona?

Cuando se recibe a un atleta se le efectúa una historia clínica y se buscan antecedentes que puedan interferir en su práctica deportiva. Rossi explica que "se testea el aparato visuomotor, es decir, se mide agudeza visual estática y dinámica, visión de profundidad, acomodación de foco de cerca a lejos y de lejos a cerca, visión de colores, campo visual periférico, memoria visual, estrategia de búsqueda visual, tiempo de reacción ojo mano, ojo pie, capacidad de lograr voluntariamente relajación máxima y luego motivación máxima".

A partir de la evaluación inicial se diseña un plan a medida. Lo personalizado tiene que ver con el deporte que practica el atleta y el puesto que ocupa. "Por ejemplo, en el fútbol un arquero no necesita las mismas habilidades visuales que un delantero. O una persona que practica tiro o arquería no precisa entrenar su campo visual periférico", describe Rossi.

Los especialistas de la institución señalan que el tiempo mínimo de trabajo, luego de la evaluación, es de 10 a 15 sesiones de entrenamiento, de 30 a 40 minutos de duración cada una. En Ácumen aconsejan realizar este tipo de entrenamiento por lo menos dos veces al año para mantener activas las vías neuronales que se estimularon. ■

La experiencia de Los Pumas



Ácumen hizo su aporte en el proceso de preparación y entrenamiento de **Los Pumas**, la selección argentina de rugby, con vistas al Mundial de Francia 2007.

"Con Los Pumas se realizó un testeo de funcionamiento del aparato visuomotor, tiempos de reacción ojo-mano, efectividad en la respuesta frente a un estímulo y mediciones de tiempos, utilizados individualmente para lograr estados de relajación profunda voluntaria y de motivación", señala la deportóloga **Sandra Rossi**.

biomaX
HINETIC SYSTEM

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

Biomecánica y solidez que **Potencian tus músculos...**

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

FAGA S.R.L. incorpora un **NUEVO MODELO** de bicicleta para **GIMNASIOS** marca **GIAN ROBERT**, con transmisión a cadena. **Movimiento central, DISEÑO EXCLUSIVO.**
Peso volante: 18 Kg.



PRECIO VENTA:
\$ 860.-



*Potrá
La mejor*

Transmisión a correa multi V.
Movimiento central **DISEÑO EXCLUSIVO**,
Peso volante: 25 Kg.

PRECIO VENTA:
\$ 1.150.-

SERVICIO TECNICO ESPECIALIZADO
ESTOS PRECIOS "NO" INCLUYEN I.V.A



Paraguay 4676 - (2000) Rosario - Santa Fe - Argentina
TE: 0341- 4613562 / 4119089 / 4116231
fagasrl1@speedy.com.ar / fagasrl@cablenet.com.ar
www.fagasrl.com.ar

La obesidad sería “contagiosa socialmente”

Si los amigos y la familia de una persona engordan, existe la posibilidad de que ella también suba de peso. Así lo señala un estudio realizado por investigadores de la **Universidad de California**, en Estados Unidos, que sugiere que la obesidad es “contagiosa socialmente” y puede propagarse con facilidad de persona a persona.

“Nos quedamos perplejos al encontrar que los amigos que se encuentran a cientos de millas de distancia tienen el mismo impacto sobre el peso de una persona que el que tienen los amigos que viven en la casa de al lado”, expresa el **James Fowler**, de la Universidad de California.

La investigación determinó que las posibilidades de que una persona se volviera obesa se incrementaban en 57 por ciento si un amigo engordaba, 40

por ciento si un hermano aumentaba de peso, y 37 por ciento si el que subía era el cónyuge. En las amistades más cercanas, el riesgo casi se triplicaba.

Los investigadores creen que tener parientes y amigos que se vuelven obesos modifica la propia idea de lo que es aceptable en cuestiones de peso. ■

Fuentes: (AP) – Yahoo News

Diez minutos de ejercicios mejoran la salud

Un estudio realizado en **Pennington Biomedical Research Center** de Louisiana, Estados Unidos, reveló que las mujeres sedentarias con sobrepeso u obesidad, al realizar un promedio de 72 minutos de

ejercicio a la semana, aumentaron su consumo máximo de oxígeno 4,2 por ciento en comparación con mujeres que permanecieron inactivas.

“La idea de que entre 10 y 15 minutos de ejercicio al día pudieran ofrecer beneficios en cuanto a la buena forma nos sorprendió”, señala **Timothy Church** el autor principal del estudio.

La intensidad del ejercicio realizado por las participantes del estudio era el equivalente, aproximado, a caminar a una velocidad de 3 a 5 kilómetros por hora. Para elaborar este trabajo los investigadores reclutaron a 464 mujeres posmenopáusicas con sobrepeso u obesidad, que presentaban algún grado de hipertensión y ninguna hacía ejercicio al inicio del estudio. ■

Fuente: JAMA 2007



Modelo registrado
N° 71717

ITALYFORCE

BIOMECÁNICA Y FUERZA EN ACCIÓN

Bicicleta Alta Montaña

Patente N° 71717

Desarrollo Argentino

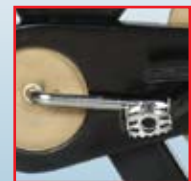
La sensación de lo real

Línea estándar \$1.250.-

Línea titanium \$1.580.-



Montada sobre rulemanes



Caminador circular
\$1.980.-

Bici Sport

Patente N° 71716

1 año de garantía.

\$840.- Mínimo 5 unidades.

US\$ 300.- Mínimo 10 unidades para exportación a países limítrofes.



Estos precios no incluyen I.V.A.

Showrooms: CENARED. Muñiz 1520. Itzaingo. (Prov. de Bs. As.) - Gimnasio Club Villa España. Calle 151 e/26 y 27 (Berazategui)

Punto de venta: Av. H. Yrigoyen N°314 (Quilmes) - Tel. (54 11) 4254-0337 / 4257-0454

info@xspinning.com.ar - www.xspinning.com.ar - www.italyforce.com.ar

“Cuerpo y mente
trabajan como una unidad
integrada”



.fabricación nacional
.asesoramiento integral
.exportamos



Marcos Paz 24 (B1609EEN) San Isidro
Tel.: (011) 4700-0393
info@p-equipe.com.ar

www.p-equipe.com



Por Ana Laura Castro (*)

El valor de la atención telefónica profesional

Las empresas conocen el enorme valor comercial que tiene el teléfono en la relación que ellas establecen con sus clientes, proveedores y público en general. Tanto la prospección como la mayoría de los contactos iniciales de venta se hacen por teléfono. ¿Cómo obtener el mejor resultado de este medio de comunicación para su gimnasio?

Brindar un servicio de atención telefónica profesional en su gimnasio implica:

Definir los objetivos. Debe tener en claro qué pretende de la atención telefónica: informar, derivar, resolver en el primer contacto, transferir a otros sectores, identificar a todos los que llaman, proveer información, vender, o una combinación de las finalidades anteriores.

Mantener al personal capaz y capacitado. Éste es uno de los objetivos más difíciles de lograr. Si sus empleados no fueron seleccionados especialmente para la atención telefónica usted deberá dedicar recursos para su capacitación y entrenamiento.

Las personas que atienden el teléfono son las más expuestas de su empresa, mucho más que los directivos y vendedores. Deben recibir capacitación sobre los productos, los servicios y las técnicas de atención telefónica. No sólo una vez, sino permanentemente.

Las personas que atienden el teléfono son las más expuestas de su empresa.

Habilite a su personal para tomar decisiones. Si las personas que atienden los llamados no tienen capacidad de acción, resultarán en meros "transferidores" de llamadas. Los clientes quieren respuestas y soluciones; no ser transferidos de una persona a otra.

La herramienta sobre la que trabaja el empleado es fundamentalmente la información. A diario se producen novedades en su gimnasio: cambios de profesores, modificaciones en las grillas de clases, precios y promociones, entre otros. En la comunicación de las novedades muchos obvian a las personas de atención telefónica. Este es un grave error. Los primeros en ser contactados son quienes atienden los teléfonos y la imagen que transmiten cuando ignoran una novedad relacionada con la empresa es sumamente negativa.

Es clave permitir que los encargados del teléfono "prueben" las clases y conozcan los servicios del gimnasio. Algunas

veces quienes atienden el teléfono tienen poco contacto con los productos o servicios que brindan. Es muy difícil entonces que estas mismas personas sean convincentes en el momento de tener que informar. Trate de que, de tanto en tanto, salgan de la atención y tomen contacto directo, por ejemplo, con las clases de fitness nuevas.

Llevar registros de llamadas / clientes. Esto es fundamental. Si cuenta con un software de registro de los contactos con el cliente, tiene el problema resuelto. Los que no tengan esta herramienta, difícilmente puedan llevar a cabo una labor efectiva. ¿Cómo es posible imaginar que es factible buscar la fidelización de los clientes sin siquiera tener una historia de los contactos que se tuvieron con ellos?

Responder en tiempo y en forma. Dimensionar correctamente las necesidades que tiene respecto de la atención telefónica, y si destinará una o más personas a esa función.

Quien llama comenzará a juzgar la calidad de su gimnasio aún antes de escuchar una voz, por la cantidad de

efónica onal

timbrazos que transcurran antes de que alguien conteste. Es muy distinto escuchar un alegre: "Buenos días, habla Ana, ¿en qué lo puedo ayudar?", a un seco: "Hola". Los pasos para contestar cortésmente son: saludar al que llama, identificar a la empresa, presentarse y ofrecer ayuda. Estos simples pasos, cuando se realizan en todos los niveles de la empresa, muestran coherencia y calidad.

Los pasos para contestar cortésmente son: saludar al que llama, identificar a la empresa, presentarse y ofrecer ayuda.

Crear una buena impresión. Para transmitir la sensación de un profesional digno de confianza sólo se dispone de la voz y de las palabras que se pronuncian. La imposibilidad de ver el lenguaje corporal del cliente, sus gestos y expresiones faciales, se considera una limitación. Sin embargo, el teléfono puede hacer que el contacto inicial resulte más fácil y eficaz. ¿Por qué? Porque permite la concentración en un solo canal sensorial y dominarlo sin que lo distraigan los demás.



RESORTES MG

PILATES & FITNESS
DISEÑO + IDEAS + ESTÉTICA

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

Ruedas para Reformer
La llanta de nylon y la cubierta de poliuretano.
El rulemán que lleva es el 608, estándar para roller y patines, verticales anchas, horizontales crónicas.

Disco de rotación
Flex Ring (Círculo Mágico)
tres resistencias, azul + negro + rojo
sistema antioval + excelente terminación.

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

FITNESS MARKET

www.fitnessmarket.com.ar

Inauguramos Centro de Distribución

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



Ventas por Mayor y Menor
Suplementos Nutricionales / Indumentaria Deportiva
Equipamientos y Accesorios para Fitness



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

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

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

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

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

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

SPORT NUTRITION

ENERGÍA - POTENCIA - RENDIMIENTO

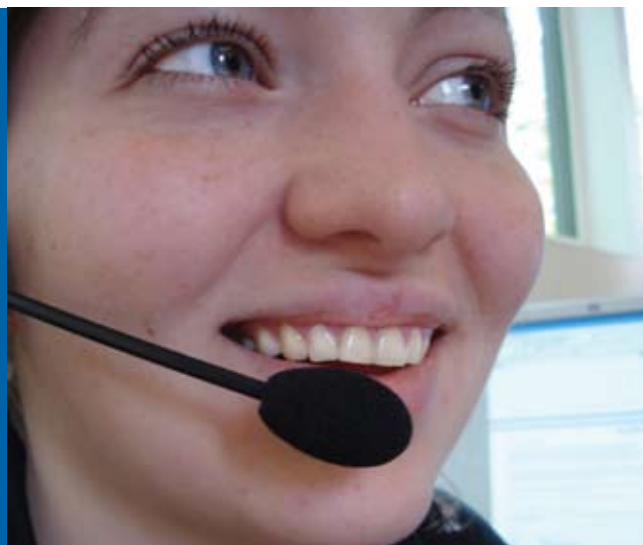
THIS IS MY SPORT
THIS IS MY
SPORTNUTRITION

Conseguí los productos en Fitness Market y en desuplementos.com.ar

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

Tel.: (011) 4384 5756
nutriciencia@velocom.com.ar www.sport-nutrition.com.ar

Muchos gimnasios confunden atender el teléfono -tarea que gran cantidad hace cotidianamente- con atender "profesionalmente" el teléfono. Construya esa diferencia con su gente y se sorprenderá de los resultados.



Esto implica ganarse la confianza, crear una relación en la que cada uno se muestra abierto al otro, escuchar su punto de vista y tenerlo en cuenta. Para ello hay dos caminos: lo "qué" se dice y el "cómo" se lo dice.

Cuando queremos influir en una persona con la que hablamos por teléfono y deseamos establecer una relación positiva con ella, modificamos automáticamente las cualidades de nuestra voz. Comenzamos igualando la velocidad y el volumen, porque, además de ser importantes, son las cualidades más sencillas de equiparar. Una persona habla a la misma velocidad que le resulta cómodo escuchar. A medida que se adquiere práctica y seguridad, se puede ir igualando ciertas cualidades como las pausas, el timbre y el ritmo.

Al hacerse una imagen mental del cliente, oír que la voz de la otra persona expresa interés, diversión, aburrimiento o irritación, y llegará a imaginarse esas emociones reflejadas en su rostro. Cuando se hacen preguntas, es importante igualar las palabras y expresiones con las del cliente. Comprobar que se ha entendido bien permite co-

nocer si precisamente esas palabras transmiten lo que él quiere decir. Si las utiliza a su vez, no sólo le hace saber que escucha lo que él dice, sino que también respeta su significado y no parafrasea ni lo distorsiona.

Lograr capacidad de respuesta, disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno es tarea de la atención telefónica. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos ser atendidos para que sus dificultades o problemas sean solucionados. Debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso delante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones que realizan los socios.

Muchos gimnasios confunden atender el teléfono -tarea que gran cantidad hace cotidianamente- con atender "profesionalmente" el teléfono. Construya esa diferencia con su gente y se sorprenderá de los resultados. ■

(*) Licenciada. Directora de Fitmental y Escuelas NEF. Especialista en Marketing y Gestión de Recursos Humanos.
www.fitmental.com / info@fitmental.com

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

\$2.780 \$1.780

- + 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 - www.realpilates.com.ar



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



FortSport

OMAR

Barra de Proteínas High Protein Bar

BORRELLI

"Las barras de proteínas OMAR BORRELLI son el reemplazo perfecto de una comida, ideal en el deporte y en el trabajo. Puedes consumirlas antes o después de la actividad física"

0 Grasas
%Trans

Omar Borrelli

IFBB PRO

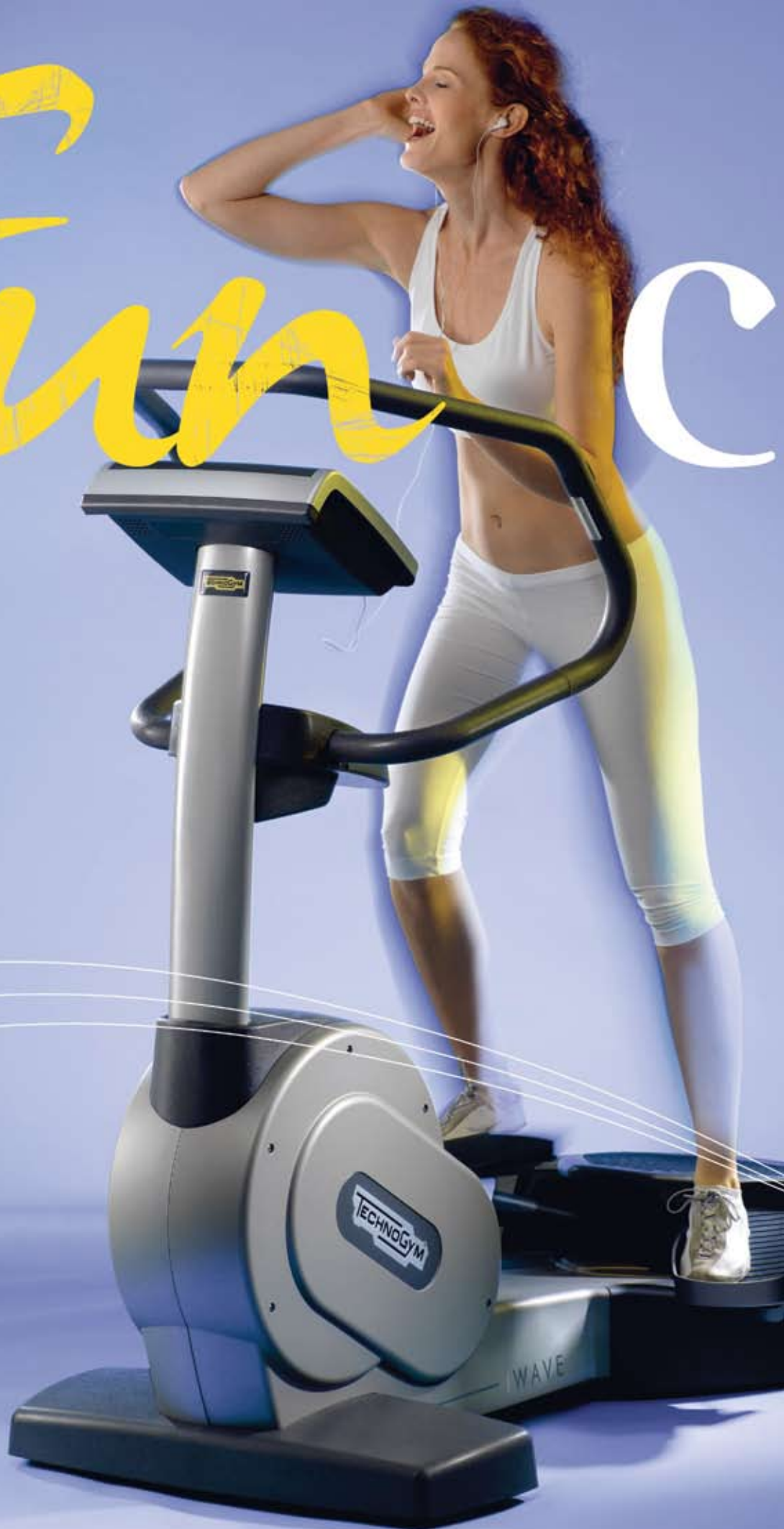
30g de
Proteínas



"Campeón De Campeones"
"Campeonato Ibero Sudamericano.
categoría hasta 80 kg".
"NPC southeastern USA.
categoría hasta 80 kg".
"NPC southeastern USA overall".
"NPC Jan Tana USA.
categoría hasta 80 kg".
"NPC Jan Tana USA overall".



Fun C



Made for
iPod

ditional.

CARDIO WAVE™

Think Lateral. Move Lateral. Enjoy Wave.

Wave, la primer máquina en ofrecer movimiento lateral multiplano, te ofrece la mejor combinación de diversión y funcionalidad en un solo equipamiento.

Divertite con Wave:

- Funcional y efectiva.
- Fácil de usar e ideal para todos los grupos de usuarios.
- Divertida y motivante.
- La nueva era cardio.

Pensá de forma lateral, movete de forma lateral y ampliá el alcance de tu negocio.

BARD INTERNATIONAL S.A.

Galván 3450 [C1431FVU] Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Tel.: 4545.7700 / E-mail: info@bard-international.com

www.bard-international.com

Technogym®, The Wellness Company™ y Cardio Wave™, son marcas registradas propiedad de Technogym® S.p.a. en Italia y otros países. Cardio Wave está pendiente de patente.

TECHNOGYM
The Wellness Company™

www.technogym.com



**Te llevamos
 a tu casa
 las mejores
 capacitaciones.**

**Más de 52 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).

- ⌘ 3ras Conferencias Mercado Fitness 2007 (6 DVDs - 8 horas) \$380 pesos (125 dólares).
 DVD de cada charla de los disertantes \$110 pesos (35 dólares).
- ⌘ Seminario FitBiz "Arquitectura Estratégica" (4 hs. de videos) \$260 (85 dólares).
- ⌘ Seminario FitBiz "Marketing para Gimnasios" (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

Los adultos llegan a tu gimnasio...

Están alejados de la actividad física... Forman parte del segmento que más crece a nivel mundial...

Buscan comenzar con una alternativa segura, amigable, divertida...

Qué actividad grupal tenés para ofrecerles?

BODY  VIVE™

Tu gimnasio... Todavía no lo tiene?

Body
Systems
LatinAmerica

www.bodysystems.net



Teléfono: (5411)4964-5557

E-mail: info@BodySystems.org

Bally Total Fitness quebrado

Una de las mayores redes de clubes deportivos en Estados Unidos, Bally Total Fitness Holding Corp, ha solicitado protección ante la quiebra, luego de haber estado luchando durante los últimos años frente a la disminución de socios y a la acumulación de deuda.

La compañía solicitó la protección del Capítulo 11 del Código de Quiebras de los Estados Unidos, que le permite mantener la posesión y, según dictamine un juez, el control de las operaciones mientras reorganiza sus finanzas para pagarle a los acreedores.

Al cierre de 2006, Bally presentó activos por 396 millones de dólares y deudas por 761 millones de dólares, según señala la información de prensa. Desde la compañía expresan que el proceso de reorganización no afectará a los miembros ni a las operaciones de los más de 375 clubes que posee. ■

Fuente: Reuters

Videojuegos Wii en los gimnasios

El gimnasio Studeo 55 de Canadá ha incluido ya a la consola Wii de Nintendo como parte del entrenamiento que ofrece a sus clientes, ya que "éstos se aburrían de las bicicletas estáticas, cintas de caminar y demás elementos típicos del gimnasio", según dicen los responsables del lugar.

El propietario del gimnasio, Nathan Mellalieu, asegura que una sesión de boxeo o tenis en Wii equivale a caminar a paso ligero, quemando entre 75 y 125 calorías. La consola se encuentra en una habitación de 37 m², con una gran pantalla donde son proyectadas las imágenes que emite el aparato. ■

Fuente: www.gameprotv.com

Sport City y Pfizer lanzan "Círculo Vital"

La firma mexicana de clubes deportivos Sport City y el laboratorio farmacéutico Pfizer firmaron una alianza para promover la salud física integral en México, bajo el nombre de "Círculo Vital".

Esta iniciativa busca la cooperación conjunta de los médicos, que sugerirán a sus pacientes asistir a los centros de acondicionamiento físico como una medida preventiva, más el apoyo de los profesionales del deporte, quienes a su vez recomendarán a sus socios buscar asesoría médica para mejorar su calidad de vida.

Los padecimientos cardiovasculares ligados a los altos niveles de colesterol y a la presión arterial elevada son la primera causa de mortalidad en México. ■

Fuente: www.topmanagement.com.mx

Un nuevo concepto de marketing

La cadena de gimnasios Virgin Active se convirtió en la primera compañía del Reino Unido en adoptar un nuevo concepto de marketing, desarrollado a través de una publicación en miniatura que se adosará a las botellas de agua mineral Buxton.

La pequeña revista, desmontable del envase, se llama "Move" y contiene información sobre competencias, tendencias del fitness en celebridades y consejos sobre actividad física y nutrición.

"Estamos muy entusiasmados por ser la primera compañía del Reino Unido que realiza acciones de marketing de este tipo, ofreciendo algo divertido, que se puede leer en los ratos de ocio", dice Mark Taylor, gerente de Marketing de la firma. ■

nBequipamiento Exportamos

Fábrica de equipos y accesorios para la técnica de Joseph Pilates

Cursos de capacitación en todos los niveles.

Reparación y Service.

"La mejor calidad y la más moderna tecnología"

www.nbequipamiento.com

Show room. Arcos 2447. Belgrano. Tel. (54 11) 4896-2359

Mail: contacto@nbequipamiento.com cel.: 011-15-4435-5169

POOL

TECHNIC

CONSTRUCCIÓN DE PISCINAS, CLIMATIZACIÓN TOTAL, ELECTRÓLISIS SALINA Y SPA DESIGN.

Somos especialistas en el diseño y construcción de natatorios para clubes, gimnasios y hoteles.

Alberti 664, Gral. Pacheco - Gran Buenos Aires

Tel/fax: (54 11) 4736-0579 / 155 002-9935 / mittarditi@yahoo.com.ar

VOS TAMBIÉN ELEGÍ

KROMAX *die Maschine*



SERVICIO

CONFIABILIDAD

CALIDAD

DURABILIDAD

GARANTÍA

RESPALDO



LAS PRODUCCIONES
DE CUESTIÓN DE PESO,
GRAN HERMANO,
Y SUSANA GIMÉNEZ

ELIGEN



KROMAX die Maschine Una empresa dedicada a la fabricación, comercialización y reparación de máquinas para entrenamiento cardiovascular. Descubra más sobre nuestra empresa y conozca un proveedor confiable para su Fitness Center en www.kromax.com.ar



INDUSTRIA ARGENTINA



Dir: Santa Rosalía 1976 :: San Andrés :: Buenos Aires :: B1651ERJ :: Argentina Tel: (+54 +11) 4755-3179 Telfax: (+54 +11) 4115-9566 (Rotativas) E-mail: info@kromax.com.ar

Por Solana Trucco (*)

Empresas de Familia



Nacidas como realización de un sueño personal, se convierten en el principal sostén económico del núcleo familiar. ¿Cómo separar los afectos de los resultados económicos? ¿Qué lugar deben ocupar los hijos? Las relaciones de poder. Los conflictos de intereses. Los familiares políticos. La división de tareas. El desafío de delegar y de profesionalizar su gestión.

Las empresas familiares son las unidades económicas más antiguas del mundo y están presentes en todos los sectores de la economía. En el país existen alrededor de 1.200.000 empresas de este tipo, de las cuales 90 por ciento son firmas de pequeña y mediana envergadura. En conjunto, éstas generan 70 por ciento de los puestos de trabajo en Argentina.

Reconocidas marcas nacionales son o fueron empresas de origen familiar. Éste es el caso, por ejemplo, de Tchint, La Serenísima, Arcor, Quilmes, Quickfood, Paladini, Cabrales y AGD, entre otras. En el plano internacional figuran Cargill, Wal Mart, Toyota, Ford, Volkswagen, Samsung y muchas más.

Dentro de la joven industria del fitness tanto proveedores como gimnasios son emprendimientos que, en su mayoría, tienen origen familiar. En el caso de los segundos 80 por ciento está aún en manos de la primera generación, es decir, son conducidos por sus fundadores originales. Para muchos de ellos el gimnasio representa la expresión de un sueño de vida.

Según el consultor brasileño **Luis Amoro** "es común ver personas que

construyen su gimnasio buscando la realización de un sueño, pero no están pensando en el mismo como un negocio". En su opinión, "este tipo de aproximación genera una serie de vicios y errores que hay que corregir".

Éste es el caso, por ejemplo, de **Ricardo Auada**, un kinesiólogo de Cinco Saltos (Río Negro) que abrió su gimnasio **Crear** persiguiendo un sueño. "Nunca pensé que algún día iba a ser empresario. Veía mi gimnasio como un anhelo, pero luego me di cuenta que debía capacitarme para gerenciarlo como un negocio", comenta Auada, quien trabaja junto a su pareja y su hijo en el gimnasio.

No caben dudas de que encarar un emprendimiento familiar y sostenerlo es una ardua tarea. "De hecho, a medida que se avanza en las generaciones es más difícil la sobrevivencia de la empresa", asegura **Santiago Antognolli**, director de Pymes de Familia.

Intereses

Según Antognolli, en una empresa familiar conviven tres subsistemas con intereses y razón de ser distintos: la familia, la empresa y la propiedad de la empresa (los accionistas). La fa-

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

www.supergympro.com.ar

Supergym FingerPrint

Un **NUEVO** Control de Acceso
que está dejando **HUELLAS...**

info@entrenar.com.ar

www.entrenar.com.ar

INFORMATICA & DEPORTES - Desarrollo Profesional de Software Deportivo

Tel. y Fax : 54.341.4932606

amilia

milia prioriza las relaciones afectivas, su objetivo es el bienestar de todos; la empresa debería tender hacia la eficiencia, el conocimiento, la eficacia y la meta económica a largo plazo; y los accionistas apuntan a la rentabilidad.

Cada uno de estos tres sistemas cambia y evoluciona de manera distinta. La familia crece (nacen nuevos integrantes), se incorporan miembros (por casamiento), mueren otros (ley natural), surgen cambios por herencia y por transferencia. Por eso, los propietarios y la empresa deben ir evolucionando a medida que crecen. Esto es así para todos los sectores y la industria de los gimnasios no está exenta.

Marta Donda, propietaria del gimnasio **Génesis** en Río Cuarto (Córdoba) sabe bien de qué se trata trabajar en familia. Su hija Gisela ocupa el cargo de gerente en el gimnasio y en breve también se sumará su hija Julia. "Aunque es difícil separar familia y gimnasio, y a veces resulta inevitable, en nuestro caso tratamos de no mezclar. Además, ayuda el hecho de que no vivimos juntas", asegura.

Los conflictos

"La empresa familiar es como un ser

vivo, que al ir madurando enfrenta diferentes problemáticas", explica el consultor **Carlos Kaplun**. No es lo mismo lidiar con problemas de niños que hacerlo con cuestiones de adolescentes o de adultos.

Al respecto, **Jorge Hembra**, director de **Club Argentino de Negocios de Familia**, dice que "cuando la empresa ha superado su período de infancia, donde el principal problema es sobrevivir y lograr un lugar en el mercado, comienza un tiempo de éxito que es difícil de administrar".

Los conflictos se magnifican "a medida que aumenta la cantidad de integrantes de la familia y los lazos entre estos son cada vez más lejanos", explica Antognolli. En esta línea agrega: "Los síntomas de crisis son como un iceberg, porque sólo es visible una parte de ellos, que no representa para nada la dimensión total del conflicto. Los síntomas se pueden manifestar como stress constante, falta de rentabilidad, dificultades financieras, conflictos familiares, caída de ventas, etc."

"Si estos problemas son recurrentes -prosigue- hay que realizar acciones de cambio o pedir ayuda. Porque si estas crisis no son bien piloteadas, se transforman en conflictos personales de difícil solución". De hecho, para Kaplun "en la gran mayoría de los casos, los malos resultados son causados por temas endógenos y potenciados

por conflictos externos y no al revés como muchas veces se cree".

En la opinión de **Vicente Gallo**, fundador de **Trai Gym**, empresa de Avellaneda que fabrica máquinas cardiovasculares y accesorios para gimnasios, "trabajar con la familia es muy problemático y difícil". Este empresario trabaja junto a su hijo Nicolás, y antes de iniciar este emprendimiento estuvo en una empresa de capital. "Cuando no hay vínculo familiar de por medio, las cosas son más claras", dice.

Aunar criterios para lograr acuerdos no es tarea sencilla y la situación se torna más difícil a medida que la empresa crece. En el **Gimnasio Maldonado** de Tucumán trabaja toda la familia: matrimonio y tres hijos. **Rodrigo Maldonado**, uno de los hijos, encargado de administrar la segunda y nueva sede del gimnasio, confiesa que la toma de decisiones siempre es difícil. "Cuando hay opiniones muy diversas y no logra-

Familia política
Definir cuál será la participación que tendrá la familia política dentro de la empresa es fundamental. Los especialistas opinan que no hay que dar nada por sentado y que es necesario establecer claramente los límites. Para Antognolli, los familiares políticos son, normalmente, fuente segura de conflictos profundos. Y merced a su experiencia aconseja "no dejar que trabajen en la empresa".

VIDEOS • DVD

CD • 32 COUNTS

NUEVAS PROMOCIONES

CDS DOBLES & DVDS
1 X \$ 30 • 2 X \$ 55
3 X \$ 80 • 4 X \$ 100

CDS SIMPLÉS & VIDEOS VHS
1 X \$ 25 • 2 X \$ 45
3 X \$ 60 • 4 X \$ 75

CDS TRIPLES & PACKS (DVD+CD)
1 X \$ 40 • 2 X \$ 70
3 X \$ 100 • 4 X \$ 120

NUEVO Mini Quuz
Medidas 9,75 x 9,75 x 1,50

SERVICIOS Musicalización e Iluminación / Edición digital de música y vídeo / Multicopiado de cds, dvds, videos

Step Quuz

- Diseño compacto de alta performance
- Con soporte de aire y goma antideslizante
- Incluye control para digitalizar con tarjetas educativas a seguir
- Módulo de audio por 5 cm compatible con los Step Quuzers

Mini Tramp Power Jump

- 1 mt de diámetro
- Plegable
- Soporta 150 kg
- Recomendado para programas de entre

Fitnes Beat
music for fitness

Juramento 1420 / C1420DMR
Capital Federal / Bs. As. / Argentina
Tel.: (54 11) 4784 1074 / 4787 6588
Fax: (54 11) 4785 3896
info@fitnessbeat.com.ar
www.fitnessbeat.com

REPRESENTANTE EXCLUSIVO FITNESS BEAT
CONSULTE POR ZONAS PARA DISTRIBUCION

mos un acuerdo, se termina haciendo lo que decide la mayoría”, explica.

El lugar de los hijos

Los hijos, por ley, heredan naturalmente a sus padres. Aunque no todos eligen trabajar en la empresa familiar, aquellos que sí lo hacen deberían, según Kaplun, ingresar como empleados y hacer carrera dentro, en lugar de ocupar cargos directivos. “Pero antes es recomendable que trabajen extramuros (fuera de la empresa) dos o tres años para conocer otras metodologías de trabajo y así se sientan seguros de sus méritos y de que valen por lo que hacen”, explica.

Para Antognolli, “lo ideal es que los hijos, más que saber del negocio en sí, sepan sobre dirección de empresas y administración. Porque en la etapa en que ellos entran a la empresa, éstas son las principales necesidades, ya que normalmente ya hay varias personas dentro de la organización que tienen conocimiento técnico y saben sobre los servicios y productos que ofrece el gimnasio en este caso”.

Gabriela Torrano es un buen ejemplo en este sentido. Es licenciada en Administración de Empresas y trabaja en la empresa que lleva el nombre de su madre, **Mirta de Fussi**, un instituto dedicado a la capacitación en yoga y en pilates. “Comencé mi carrera en Cargill y trabajé también en Banco Bisel. Más tarde, me acerqué al negocio de

mi mamá, donde ya trabajaba uno de mis hermanos, y me hice cargo del marketing y de la administración”, dice.

Pero si no hay gente con formación profesional suficiente para conducir empresas dentro de la familia, habrá que buscarla afuera. Lamentablemente, es muy difícil que los empresarios entiendan que pueden dejar de estar en el día a día al frente de la empresa y delegar esa función en alguien capacitado a tal fin. Sin embargo, aquellos que sí lo hacen, logran crecer más rápidamente.

Recursos humanos

Uno de los aspectos clave a la hora de anticipar conflictos a futuro en una empresa de familia es entender que ésta no tiene por qué ser la fuente de trabajo de toda la familia, sino que debe haber lugar en ella sólo para quienes prueben su capacidad.

“Sucede -advierte Hembra- que en la familia las personas son fines en sí mismos, pero en la empresa son recursos humanos. La pertenencia en una familia no se discute. En la empresa la pertenencia es condicional: depende de las aptitudes”.

Jorge Parlagreco fundó junto a sus hermanos **Fitness Beat**, una firma especializada en brindar soluciones de audio y video para gimnasios. Desde su punto de vista “si los integrantes familiares no están debidamente capacitados

para cumplir con éxito una función, hay que suplirlos con personal acorde”.

Sin embargo, en muchas ocasiones, la naturaleza confusa de pactos implícitos y la ocupación de puestos por parte de personas “de confianza” que no tienen las competencias adecuadas genera roces y conflictos. “Hay quienes lo advierten a tiempo y trabajan para lograr profesionalizar la empresa y hacerla eficiente. Esos normalmente tienen éxito”, señala Hembra.

En Resistencia (Chaco), el gimnasio **New Life Gym** está en manos de **Nito Vieyra**, quien trabaja con su esposa,

Acuerdos familiares

Para convivir en armonía los sistemas “familia” y “empresa” necesitan predefinirse y alinear criterios. Para Antognolli, la única manera de evitar conflictos es anticiparse a los mismos, sabiendo que es inevitable que se generen y haciendo participar a los involucrados en forma consensuada.

Hembra, por su parte, aconseja que se legisle dentro de la empresa y que las leyes se cumplan. “La capacidad de hacer acuerdos explícitos es, definitivamente, uno de los factores clave de éxito en las empresas de familia. Además es recomendable conversar temas ríspidos, sin esconderlos, negarlos, ni romper relaciones. Y, sobre todo, hay que sostener el amor, el respeto y la mutua solidaridad”, destaca.

14 años transformando
necesidades en resultados objetivos

Roan Service



Departamento de Ingeniería Electrónica y Mecánica

. Está capacitado para el cuidado y la solución de los problemas de
Cintas // Bicicletas // Escaladores // Elípticos // entre otros

Servicio

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

Venta

. Accesorios // Repuestos

MES DE SEPTIEMBRE TOMAMOS TU BANDA EN PARTE DE PAGO POR UNA NUEVA



su madre, su hermano y familiares políticos. Él se vio obligado desde el inicio a establecer pautas claras y precisas para poder trabajar junto al grupo familiar. "Lo dejé claro de entrada, en el gimnasio somos un equipo de trabajo y no hay que mezclar lo afectivo. Es la única manera de crecer", dice.

Sucesión generacional

Según Kaplun, "en Argentina, tres de cada cuatro empresas pertenecen a una familia. Y siete de cada diez no logran sobrevivir al tránsito de una generación a otra".

El momento en que la empresa pasa de manos del padre a sus hijos es difícil. "Es la etapa más crítica porque enfrenta a todos los involucrados a crisis personales. El que debe irse siente que envejece, que deja su creación. Y la nueva generación siente que debe crecer y enfrentar responsabilidades nuevas", explica Antognolli.

Kaplun cree que "el proceso debe ser planificado por el matrimonio junto a los hijos por anticipado y luego perfeccionado cuando estos últimos se casen". El sucesor debe ser el más capaz y preparado para conducir las riendas. La dirección de la empresa no es un puesto vitalicio y en tal sentido Kaplun remarca: "Quien presenta las mejores condiciones hoy tiene que seguir demostrándolo mañana".

Según los especialistas, normalmente,

si el fundador es uno sólo, el traspaso de la primera a la segunda generación (padres a hijos) no genera tantos conflictos, ya que la relación de poder de la familia se traslada a la empresa y todo el mundo lo acepta.

Éste fue el caso del gimnasio **Gabrielli** en Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires, que hoy está en manos de la segunda generación. Su actual administrador **Martín Gabrielli**, es el sucesor de su padre. "El gimnasio abrió en 1982, yo empecé como instructor en 1989 y desde hace unos años estoy cada vez abocado al negocio", dice. En su caso, el traspaso se fue dando naturalmente y su padre fue delegando el mando de manera paulatina. "Mi papá empezó a venir cada vez menos horas y a tener menos responsabilidades, y de a poco las fui absorbiendo yo", explica.

Según Antognolli, "cuando entran las segundas generaciones, si es que entienden la necesidad de profesionalizar la gestión, las empresas logran crecer mucho más".

Delegar, una necesidad

Como en toda empresa, delegar se torna imprescindible. Los especialistas coinciden en que delegar no significa abdicar, ya que se delegan las tareas y las responsabilidades pero no el control. Según Antognolli, "hay un momento de la etapa de crecimiento de la empresa cuando es imprescindible aprender a delegar".

"De lo contrario -prosigue- la empresa crece hasta que el dueño o director puede manejar todo. Luego su necesidad de control actúa de freno al crecimiento. Ahí es cuando hay que dejar de trabajar y comenzar a dirigir. El directivo tiene que salir del día a día y tener sobre su gimnasio una visión más estratégica".

Al respecto Gabrielli dice: "Todavía hago de todo un poco y por falta de tiempo no puedo capacitarme. Si salgo, tengo que cerrar el gimnasio. No obstante, el año que viene la idea es poner gente y dedicarme más a la administración. Siento que nos confiamos en nuestra antigüedad en el mercado y nos dejamos estar".

Por eso Parlagreco destaca que "la división de roles y funciones es vital en toda empresa, pero sobre todo en una familiar en la que es necesario delegar funciones todo el tiempo". La dificultad radica, tal como señala Gallo, en que "por ser el fundador, uno se siente Dios y cree que nadie puede hacer las cosas mejor. Y aunque los que vienen abajo estén más capacitados, cuesta muchísimo delegar".

En coincidencia, **Eduardo Atkinson**, quien maneja hace 15 años el **Club Montego** de La Plata junto a su hermano Gustavo, dice: "Cuando se tiene un manejo tan profundo de la empresa en todo sentido, delegar es casi imposible y muchas veces uno se siente incapaz de poder hacerlo". ■

(*) Periodista



Insumos, repuestos y leasing de equipos de bronceado

13 años de experiencia en la venta y leasing de camas solares.
Obtenga el mejor rendimiento con repuestos originales Dr. Müller.
El mayor importador y distribuidor de tubos, lámparas y acrílicos del mercado le ofrece el asesoramiento para el reacondicionamiento de sus equipos.

Proveedor de la cadena

SILVER SOLARIUM
express

Representante en Argentina de



SunExpress

Tucumán 1577 - Buenos Aires - (5411) 4372-4975 - www.silverexpress.com.ar

Estados Unidos

Creencias y comportamientos

actividad

Un estudio realizado por la **American Sports Data** para **IHRSA**, la entidad que agrupa a los gimnasios en Estados Unidos, revela que los norteamericanos ubican a la salud en tercer lugar de importancia en sus vidas después de la familia y del cónyuge. **El fitness aparece en la séptima posición**, luego de los amigos, la carrera profesional y la dieta, pero antes del dinero que se ubica en el octavo lugar.

En lo que respecta a la actividad física se establecen diferencias de prioridades y motivaciones según género, nivel educativo y nivel socioeconómico. Variables a considerar por los operadores de gimnasios a la hora de planificar sus próximas acciones de mercadeo para conquistar su público objetivo.



Según la American Sports Data, **80 por ciento de los norteamericanos opina que el ejercicio físico es importante** para:

- Mantener un óptimo estado de salud (97 por ciento)
- Conservar una buena apariencia física (91 por ciento)
- Estar en buena forma física (81 por ciento)

Sin embargo, **no se ejercitan lo suficiente para lograr los resultados que dicen valorar**, porque en general se sienten conformes con su salud y con su apariencia, por lo que no ven la necesidad de hacer actividad física. De hecho, 74 por ciento de la población estadounidense está satisfecha con su salud, 61 por ciento con su apariencia y 49 por ciento con la cantidad de actividad física que realiza.

Según esta investigación, **más mujeres que hombres señalan que el fitness es importante para la salud y la apariencia física**. En tanto que los jóvenes masculinos se encuentran más a gusto con su apariencia que sus pares femeninas, aunque a medida que estos envejecen la relación se invierte.

Aparentemente, las razones para ejercitarse son diferentes según el género. Los hombres buscan principalmente diversión, disfrute, desafíos, competencias, etc. Las mujeres, en cambio, quieren bajar de peso, estar en forma y prevenir enfermedades.

Asimismo, la American Sports Data clasificó a la población estudiada según sus niveles de conciencia respecto del fitness. Los resultados fueron los siguientes:

- **No creyentes:** sedentarios, usualmente hombres con baja educación (2 por ciento).
- **Indiferentes:** actitud negativa, no son saludables, con bajos ingresos y escasa educación (16 por ciento).
- **Creyentes inactivos:** mayoría de mujeres jóvenes con estudios, y sobrepeso. Es el principal segmento de interés para los gimnasios (63 por ciento).
- **Participantes:** apóstoles de la gimnasia, en su mayoría hombres con estudios universitarios e ingresos anuales de 75 mil dólares (17 por ciento).

El número de participantes activos en fitness (que realiza actividad física al menos 100 veces en el período anual)



Consulte por Zonas Disponibles para Distribución

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

www.htn-nutrition.com



100% Power

HTN

HIGH TECH NUTRITION

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.

sobre la física



ha crecido en los últimos 15 años, pero sobre el total de la población representa prácticamente el mismo porcentaje. Eran 42 millones en 1987 y 51 millones en 2002.

La **American Sports Data** (2002) divide la actividad física en tres categorías:

- 1) **Fitness:** aeróbica, pesas, pilates, yoga, aquagym, etc.
- 2) **Recreación:** deportes como tenis, fútbol, vóley, básquet, etc.
- 3) **Aire libre:** escalada, esquí, corridas, ciclismo, etc.

Según esta entidad:

- El número de participantes en fitness creció, pero disminuyó en deportes y en actividades al aire libre.
- El segmento de personas que superan los 55 años de edad se consolida como el grupo más activo.
- Las mujeres tienden a ser mayoría como participantes activas.
- El 34 por ciento de quienes tienen educación universitaria son activos, y sólo 13 por sin formación universitaria son activos.
- Los hombres tienden a participar más que las mujeres en las actividades al aire libre.

Asimismo, los trabajos de investigación aseguran que en la última década, en los gimnasios se registró una disminución de las clases de alto impacto como aeróbica, step, escaladores y bicicletas estacionarias. En tanto que las clases con menor impacto cobraron más trascendencia: spinning, elípticos, pesos libre, yoga y pilates.

Sucede -concluye este estudio- que **el fitness se está tornando un dominio de los adultos, educados y con mejores ingresos**. Y al mismo tiempo, la salud y la vida balanceada están superando a la apariencia como factores motivacionales para hacer actividad física en forma regular, ya sea dentro o fuera de un gimnasio. ■

Fuente: Libro Fitness Management, de Stephen J. Tharrett y James Paterson.

ENIG 2007

ENCUESTA NACIONAL DE LA
INDUSTRIA DE GIMNASIOS 2007



Nuestro crecimiento y consolidación como industria depende en gran medida de la información sobre la cual basemos las decisiones que tomamos.

Con el propósito de contar con la información necesaria para mejorar el nivel de conocimiento y entendimiento de la industria de gimnasios de Argentina, solicitamos tu contribución como dueño, administrador, director o responsable de un gimnasio respondiendo la encuesta publicada en www.mercadofitness.com

SE SORTEARÁN IMPORTANTES PREMIOS ENTRE QUIENES COLABOREN CON ESTA ENCUESTA.

Mercado Fitness garantiza que tus respuestas serán analizadas en forma global y de manera confidencial.

Con el auspicio de



Avda. Paseo Colón 470 2º D - Buenos Aires - Argentina
TE: +54 11 4115-3525/4 - info@mercadofitness.com
www.mercadofitness.com.ar/ENIG2007

Expo Wellness Argentina 2007

Se realizó la cuarta edición de la exposición más importante de Argentina orientada al wellness, el fitness, la salud y la aventura.

El evento, que convoca a los proveedores líderes del sector, se desarrolló los días 3 y 4 de agosto en el centro

de Exposiciones de Costa Salguero, en la Ciudad de Buenos Aires. El mismo fue organizado por Axis Group y DeportiSalud.com.

El programa de conferencias contó con la participación de destacados panelistas del sector. Estuvieron presentes

el consultor brasileño Ricardo Cruz, de FitBiz Institute, Gabriela Retamar y Marcelo Terré, de Body Systems Latin América, y Jorge Franchella, director de la Diplomatura Universitaria en Fitness de la Universidad Nacional de San Martín.



LÍNEA

Atenas



ATENAS 380



ATENAS 580



ATENAS 370

Garantía 1 año
Motores 5 años
1/5

!!!LA 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

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

FullMak en la Web

La empresa de tapicería para máquinas de gimnasios **Fullmark** acaba de sumarse al mundo virtual a través de www.fullmak.com.ar Con este espacio la firma pone en la vidriera de Internet toda su oferta de productos y servicios.

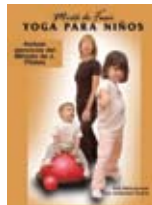
FullMak se dedica a la refacción y mantenimiento de máquinas de fuerza y bicicletas de indoor cycling para gimnasios. "Realizamos servicio técnico en Capital Federal y Gran Buenos Aires y somos la única firma especializada del mercado del fitness en tapicería para gimnasios", comenta **Marcelo Cristo**, titular de la empresa.

Aires y somos la única firma especializada del mercado del fitness en tapicería para gimnasios", comenta **Marcelo Cristo**, titular de la empresa.



Llegó "Yoga para Niños"

El libro escrito por **Mirta de Fussi**, donde la autora plasma parte de sus experiencias tanto en el Yoga como en el Método de J. Pilates, y sus aplicaciones en niños. Esta publicación "ofrece una guía completa y práctica especialmente dirigida a padres, maestros, educadores y abuelos", comenta De Fussi.



"Yoga para niños" contiene seis ejes temáticos diferentes que combinan juegos, posturas de Yoga, ejercicios de Pilates, cuentos, ilustraciones y otros elementos para aplicar a una clase infantil. Además, se incluyen capítulos específicos sobre respiración, Yoga en la escuela, y otros. Más información en www.mirtadefussi.com.ar

P&P estrena Showroom



P&P Equipamientos, fabricante de equipos y accesorios para el Método Pilates, se mudó recientemente a **Cramer 2830**, en el barrio porteño de **Belgrano**. Este cambio "tiene como objetivo brindar un mejor servicio y ofrecer mayor comodidad a nuestros clientes", comenta **Enrique Prieto**, de P&P Equipamientos.

El nuevo espacio cuenta con un salón de exhibiciones donde están presentes todos los modelos de equipamientos que fabrica la empresa, y que comercializa en forma directa.

Nuevo teléfono: (011) 4544-6058
www.pypequipamientos.com

Espacios equilibrados y armónicos para descubrir las mejores sensaciones.

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

HidroSpa®

ventas: av. mitre y 51a - hudson
buenos aires - argentina
54.11.4254.9009 / 4224.2747
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.



WWW.BIOFITNESS.COM.AR

Tel: (5411) 4696-0122 • Cel: (54911)6095-1972 ID: 572*599
❖ biofitnessequipamientos@yahoo.com.ar ❖

Stride lanza Sakin



Stride Equipamientos presentó la nueva línea de equipos Sakin, en la reciente edición de la ExpoWellness 2007.

“Con este lanzamiento buscamos sumarle detalles estéticos a nuestras máquinas, con mayor delicadeza en las terminaciones”, asegura Claudio Quintana, titular de la firma.

Los aparatos de la línea Sakin tienen entre otros detalles: clavija con imán, porta rutina, porta celular, soporte para toalla personal y porta botella, acrílico cubre lingotes y perrillas de regulación de aluminio.

Más información en www.stride.com.ar

FOX apunta al Pilates

El 11 y 12 de agosto se llevó a cabo, en los estudios Umana Pilates de Buenos Aires, la primera convención internacional de pilates “Pilates World Masters 2007”, encabezada por Michael King, de Pilates Institute.

Equipamientos Fox, sponsor del evento, proveyó los equipos y los elementos necesarios para dictar las clases y las capacitaciones. “Esta convención es el puntapié inicial de un proyecto muy importante en Argentina y en Sudamérica, que nos da la posibilidad de encarar un nuevo desafío junto a Umana Pilates y a Michael King, y de difundir nuestra línea completa de aparatos para pilates”, dice Walter Asian, socio gerente de la firma.

Pesas DOB virtual

Pesas DOB, empresa dedicada a la producción y venta de accesorios para gimnasios, acaba de lanzar su sitio en Internet www.pesasdob.com.ar. Allí, los navegantes podrán conocer en detalle los productos que esta firma comercializa.

Pesas DOB cuenta con fundición propia y planta de producción en Villa Lynch (Gran Buenos Aires). Fabrica discos estándar y olímpicos, discos con agarre, barras olímpicas, sets de mancuernas armadas, lingotes, entre muchos otros elementos.



100% GENUINE MADE IN U.S.A

SATURN SUPPLEMENTS

EXCELENCIA EN NUTRICIÓN

JOSÉ BONIFACIO 3101 CP. 1406 BUENOS AIRES ARGENTINA
 TEL/FAX: (54 011) 4613-0025
 NEXTEL: 190*669 saturn-arg@sinectis.com.ar
<http://www.saturnargentina.com.ar>

Distribuidor Oficial **SAU SPORT** Bebida Isotónica

JFC FITNESS EQUIPMENT

PROMOCION GYM BALLS

BOMBEO PRESS cód 015

RETRINER cód 103

PISTOLA DE BOMBEO cód 079

CINTA CORREO PROFESIONAL TROTTER 2200 cód 041

FABRICA Y VENTAS
 SANTA ROSA 205 • X5802EVA • RÍO CUARTO, CORDOBA
 TEL: (0358) 462 8008 / 155 072357 / 58

EXPOVENTAS EN CORDOBA CAPITAL
 VELEZ SARFIELD 520
 TEL: (0351) 155 844831 / 4263750

ENVÍOS A TODO EL PAÍS
fitnessequipments@arnet.com.ar • jfc@opos.com.ar
www.jfcargentina.com.ar

Entrenamiento Express Nace Hydragym en Buenos Aires

Cuando el tiempo es el bien más preciado, y su carencia obliga a resignar o a desistir de la práctica de actividad física frecuente, los gimnasios express cobran cada vez mayor notoriedad. Esta modalidad de circuitos cortos de entrenamiento es una opción que crece tanto en el exterior como en el mercado nacional.

A partir de este concepto, en julio de 2007 nació **Hydragym**, una empresa argentina que cuenta con el respaldo de **Hydracise**, firma norteamericana de gran trayectoria en la fabricación de máquinas hidráulicas para gimnasios.

"Me encantó el sistema ya que siempre me costó engancharme en los gimnasios, y me di cuenta que este método, que era ideal para mí porque me permitía pasar media hora entretenida y ágil, iba a serlo también para el 70 por ciento de la población que es físicamente inactiva", afirma **Silvana Muñoz**, una de las propietarias de Hydragym.

El primer gimnasio de la marca abrió sus puertas en el barrio porteño de Belgrano, con una superficie de 250 m², y próximamente está proyectada la apertura del segundo local, a través de la modalidad de franquicias, en la ciudad de Corrientes.

La propuesta consiste en un programa especial de ejercicios grupales de resistencia, intercalados con movimientos de calistenia, en un circuito hidráulico de 30 minutos, destinado a mujeres y a hombres que son asesorados y controlados por instructores especializados.



Elsa Marcus - Silvana Muñoz

Desde el punto de vista comercial, Hydragym pone el foco en la venta de sistemas de entrenamiento, y cuenta con la representación de Hydracise para proveer máquinas hidráulicas en Argentina, Chile y Uruguay. "El circuito, puesto en Argentina, cuesta 21 mil dólares más impuestos", comenta Muñoz, quien además explica que "para instalar un gimnasio de este tipo es necesario contar con un mínimo de 120 m²".

Lo novedoso de este sistema, además de ser mixto en vez de focalizarse sólo en el público femenino, como es el caso de **Curves**, es que utiliza máquinas que permiten graduar las intensidades de 0 a 10. Si bien todos los aparatos de este tipo poseen una resistencia según la velocidad del movimiento, "éstos se diferencian porque permiten regular la resistencia a través de una perilla, lo que posibilita ejercicios más efectivos evitando el acostumbamiento del usuario", explica Muñoz.

"El gasto energético en cada sesión oscila entre 200 y 300 kilocalorías, pero según la frecuencia, tiempo e intensidad del programa, se puede duplicar o triplicar el consumo de calorías", manifiesta.

Este "primer circuito hidráulico de fitness en 30 minutos para hombres y mujeres no compite con los gimnasios tradicionales porque apunta a otro perfil de público. Aquí la gente hace los mismos ejercicios con diferentes intensidades y nadie se siente en condiciones inferiores", opinan las propietarias.

Con una cuota de 100 pesos, "el número de socios de la primera unidad de Hydragym está creciendo según las expectativas proyectadas", aseguran desde la firma. ■

Pilarte

Equipos y accesorios para Método Pilates



Reformer

Combo Chair



Barrel

Accesorios: Jumping, Box, Tabla de extensión, etc.

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

FULL MAK

RETAPIZAMOS LAS MÁQUINAS DE TU GIMNASIO

Servicio de mantenimiento preventivo.
Venta por mayor y menor de repuestos y accesorios.

SOMOS FABRICANTES

SOMOS ESPECIALISTAS

Tel. (54 11) 4441-3228 - Cel. 155 700 0213 - Nextel ID 568*3378
www.fullmak.com.ar - info@fullmak.com.ar

El remo: una actividad versátil



En el agua o en la tierra, de manera individual o por equipos, el remo es un deporte que convoca a personas de todas las edades, adaptándose a diferentes intensidades de trabajo. Es aplicable a niveles recreativos, competitivos o para rehabilitación de lesiones.

"Es el ejercicio que más músculos ocupa, ya que involucra el movimiento de brazos, piernas, espalda, abdomen y glúteos. Provee acondicionamiento aeróbico y de fuerza, y es una herramienta de complemento para otros deportes como el surf, el mountain bike, la natación, el atletismo, el ciclismo, el golf y otros", comenta **Rubén Favaro** de **Good-Will Rowing Club**, representante en Argentina de los remos de interior **Concept2**.

En este sentido, señala que "los remoergómetros que fabrica Concept2, en sus modelos D y E, permiten a todas las personas remar tan duro o tan fácil como deseen, llevando el control de la distancia, el tiempo, las calorías consumidas y la frecuencia cardíaca, entre otras prestaciones".

La precisión y exactitud de estos equipos se pone a prueba en los campeonatos mundiales de remo de interior denominados "Crash B", que se celebran todos los años en Boston, Estados Unidos. Y a nivel nacional, se realizan regatas indoor con la idea de "promover esta actividad y sus múltiples beneficios", cuenta **Martín Sosa**, ex remero federado y profesor de la especialidad.

"Los remos Concept2, presentes en el mercado desde 1976, son los que utilizan para entrenar la mayoría de las selecciones de remo del mundo. La sede de la firma está ubicada en Vermont (Estados Unidos), y ya ha comercializado más de 10.000 equipos en todo el planeta", según informan desde la empresa. ■



diseño: m. piza • 0221-4693320

Húsares 2232 Quilmes Oeste - Bs. As.
 Tel: 5411-4200-1078 Cel: 15-55060813
www.stride.com.ar info@stride.com.ar



Hay un viejo refrán que expresa “la unión hace la fuerza”, frase aplicable a diversidad de situaciones y de sectores, y que en el caso de los gimnasios, a pesar de su escasa implementación, ha dado muestras de su veracidad.

En Bahía Blanca -al sur de la provincia de Buenos Aires- funciona, desde hace dos años, la **Cámara de Actividades Físicas y Deportivas** (CAFIDE), que nació por iniciativa de cuatro propietarios de gimnasios de esa ciudad, y hoy está conformada por 17 socios.

Lo que motivó esta unión fue “la necesidad de hacernos escuchar frente a las autoridades ante la gran proliferación de establecimientos que funcionan sin ningún tipo de control, para así enfrentar juntos esta competencia desleal”, comenta **Oscar Julián**, presidente CAFIDE y titular del gimnasio La Roca.

Desde la entidad bahiense destacan que las principales problemáticas que enfrentan los gimnasios de la ciudad son:

1. La impunidad con la que se abren nuevos gimnasios, salas de aeróbica, estudios de pilates, etc., sin habilitación ni control municipal.
2. La necesidad de jerarquizar la actividad, debido a que el valor de las cuotas no se ha incrementado acorde al

índice de inflación del país, sumado esto al aumento en el precio del equipamiento para los gimnasios (que se maneja muchas veces a valor dólar), lo que hace imposible renovar el mismo periódicamente.

3. Tener una institución con representación ante la sociedad y los organismos oficiales.

Frente a este panorama, CAFIDE se plantea como objetivos primordiales: promocionar y revalorizar la actividad física, elevar el precio de la cuota en función de los servicios prestados, eliminar la competencia desleal y profesionalizar la actividad.

Desde la institución abogan por la modificación de la Ordenanza N° 12538 que regula la actividad, e hicieron una presentación ante el organismo municipal para ampliar la misma. Proponen reformar, fundamentalmente, el artículo 5 que establece que la función de Director o Coordinador de un centro deportivo o gimnasio debe recaer en un Profesor o Licenciado en Educación Física.

“Pedimos una ampliación de los alcances del cargo, que incluya a Instructores debidamente certificados por institutos habilitados, ya sean de carácter provincial, nacional o internacional. Asimismo, proponemos crear a nivel municipal un Registro de Títulos habilitados para esto”, sostienen fuentes del organismo.

ia rupados

Hay mucho por hacer y son diversos los temas pendientes. Por ejemplo, la falta de un sistema de contratación de profesores que trabajan pocas horas. A lo que se agrega la carencia de un régimen de jubilación para los instructores de aeróbica, o de fitness grupal, por lo que a determinada edad (45/50 años) éstos ya no pueden continuar trabajando y tampoco se pueden jubilar.

"A pesar de estos aspectos, que creo son comunes a todos los gimnasios del país, el sector tiene una oportunidad inmejorable para continuar creciendo, pero para eso debemos profesionalizarnos cada vez más y entender que los gimnasios son empresas", concluye Julián. ■

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

solución ARG
sarGym Manager[®]



Software de administración

Management de planes

Débitos automáticos

Control de acceso

Servicio Premium

¡Descubra!
FitBiz Manager
Soft de Gestión Estratégica

Lanzamiento
Julio 2007

www.solucionARG.com



Por Osvaldo Valentini (*)

La clave es la calidad

"En los años 80 tener mejores instalaciones y el predio más bonito y más grande era fundamental para el negocio, en la década del 90 los equipamientos pasaron a tener mayor trascendencia, pero en el siglo XXI, aunque los diferenciales anteriores conservan su importancia, lo fundamental es contar con profesionales con destreza, conocimientos y actitud, porque el foco está puesto en la retención del cliente". Este análisis que esboza **Edgar Corona**, fundador y presidente de la cadena **Bio Ritmo** de Brasil, resume de manera clara hacia dónde se encamina la industria.

A raíz de mi columna en la edición anterior, "Una etapa de definiciones", recibí numerosas opiniones y sugerencias por parte de gerencadores y dueños de gimnasios que reflejan este sentir respecto del valor que se asigna a los profesionales del fitness.

Entre los comentarios, además, surgió otra coincidencia en la visión de esta etapa de transformación que vive el fitness en los últimos años: la necesidad de satisfacer una demanda mucho más grande y variada en algunos aspectos, teniendo en cuenta que:

1) Se amplió la brecha entre los límites de edad de quienes asisten a los gimnasios, creando así la necesidad de diversificar aún más las actividades.

2) La salud fue ganando terreno frente a lo estrictamente estético, con la incorporación de tratamientos físicos preventivos o de recuperación.

Estos parámetros nos exigen hacer hincapié en las necesidades de los socios, con una atención que esté a la altura de las circunstancias. Por lo que la situación generó en instructores y entrenadores la búsqueda de más y mejor capacitación, con una inmensa amplitud de variantes, que deben estar siempre íntimamente ligadas al conocimiento y alejadas de la improvisación.

El eje pasa por conocer y fundamentar todo lo que se le asigna al socio en la actividad que realiza: desde la opción de la misma, la organización de la clase grupal o rutina ideal, y la corrección en la ejecución de ejercicios y movimientos.

Tender hacia la calidad de los profesionales redundará en beneficio de todos los sectores de nuestra Industria del Fitness, y fundamentalmente en la captación de nuevos socios a la vista de la atención y los resultados obtenidos por quienes ya están en el circuito.

Valedero es pensar que el conocimiento está relacionado con beneficiosos factores como:

- Poder detectar determinadas patologías y la posibilidad de derivar al socio hacia el profesional idóneo en el tema.

- Crear un contexto de mayor autoestima en los alumnos a partir de prescribir la tarea adecuada, visualizar las necesidades personales y de los grupos existentes en el gimnasio.

- Contener a partir de elementos de variabilidad, dar respuestas fundamentadas sobre los trabajos que se realizan.

Premisas que pueden sintetizarse en seguridad para todos los actores que rodean el trabajo de instructores y entrenadores.

Por todos estos motivos, la intención de este espacio es promover el intercambio de ideas, experiencias y criterios, para lograr definir un marco regulatorio de la actividad y el reconocimiento profesional de instructores y entrenadores del fitness, a partir de su capacidad y sus conocimientos.■

(*) Director del Instituto San Fernando Centro - osvaldosfcentro@yahoo.com.ar

› Inteligente
› Amigable
› Silencioso

Concept 2 Remo bajo techo

Good Will R.C.

Colón 593 - Ciudad - Mendoza

Tel. (0261) 155566176 - www.concept2.cl - goodwillrc@gmail.com





SEMIESFERA AEROBICA
ENTRENAMIENTO CARDIOVASCULAR COMPLETO

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

www.gabrielmarti.com.ar
Tel.: (0341) 156-903022
ventas@gabrielmarti.com.ar



CONTROLOGY
auténtico pilates

Reformer Chair Cadillac Lader 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, 11º B (1011) - Ciudad de Buenos Aires, Argentina.
TE/FAX: (54 11) 4812-9257 / info@allsquashcourt.com.ar / www.allsquashcourt.com.ar

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

EL HIPERMERCADO DEL FITNESS
Hogar-Gimnasios-Clubes-Hoteles-Consorcios-Clínicas

COMPRA · VENTA · CANJE



Máquinas usadas con garantía.
Envíos a todo el país.

Elípticos - Bicicletas - Indoor Bike - Cintas - Minigyms - Maq. de musculación - Accesorios

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

Importación, Fabricación y Distribución
Martínez Rosas 1055 (C1414ADC)
Cap. Fed. - Bs. As. - Tel/Fax (54 11) 4854-1693
info@unicomfitness.com.ar - www.unicomfitness.com.ar



Sunbright
equipamiento pilates



LINEA COMPLETA
REFORMER
TRAPECIO
COMBO
CHAIR
LADDER BARREL
UNIDAD DE PARED
BABY ARC

EXPORTAMOS

La mejor máquina del mercado a precio normal
3 años de garantía total. Capacitación incluida.
011-15-52473531 gotace@speedy.com.ar

ARQUITECTURA CREATIVA
PROYECTO Y CONSTRUCCIÓN DE OBRAS NUEVAS Y RECICLAJES PARA SU GIMNASIO, CLUB, SPA, CENTRO DE SALUD Y HOTEL



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

MACERATESI / PARODI ARQUITECTOS

Gral. E. Martínez 1297 7ºD (1426) Cap. Fed. / Tel.: (011) 4554-7458
arquitectura_creativa@yahoo.com.ar

lonasur
Oscar Pagani e Hijos S.R.L.




Cno. Gral. Belgrano km. 10,5 [1876] Bernal Oeste
Buenos Aires Tel. 011-4270-3700 ventas@lonasur.com.ar



Reino Unido Los riesgos de descartar pagos en efectivo

Rechazar esta modalidad de pago estaría generando pérdidas millonarias en gimnasios y en clubes del Reino Unido que sólo aceptan débito automático.

Por no ofrecer la opción de abono con dinero en efectivo, los dueños de clubes de salud y fitness del Reino Unido estarían perdiendo alrededor de 405 millones de libras por mes (cerca de 816 millones de dólares), según señala la **Oficina de Correos** de esa región.

Alrededor de 6 millones de familias en el Reino Unido sólo utilizan efectivo o cheques para pagar sus facturas, ya sea por opción o por falta de acceso a servicios bancarios.

"Muchos gimnasios están excluyendo a estas personas limitando el pago sólo al débito automático", afirma **Gary Jockey**, director de marketing de las Oficinas de Correos.

En este sentido agrega: "Evitar el efectivo como medio de pago significa que los negocios están restringiendo el tamaño de su mercado potencial".



Una industria al servicio del gimnasio

traigym WEIGHT
AERO WEIGHT
AEROBIC GYM

Nueva computadora nacional,
sin problemas de reparación y repuestos,
perfecta visualización de funciones.

OFERTA
Consulte planes
hasta 6 pagos.



Cinta Profesional PK-675 by TRAI-GYM

- : Motor de 3 hp de corriente alterna.
- : Tiempo de uso ilimitado.
- : Velocidad de 0 a 18 km/h.
- : Tiempo de entrenamiento.
- : Distancia recorrida.
- : Calorías.
- : corte electrónico de emergencia.

Lingotes plasticos 5 Kg.

Silencioso, Irrompible,
Calce perfecto



Bicicleta Indoor



Barras y mancuernas con discos

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

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

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

Existen 2.8 millones de ingleses adultos (1.8 millones cabezas de familia) sin una cuenta bancaria pero que confían en el efectivo para cancelar sus deudas. Un poco más de 6 millones de personas con cuentas abiertas en los bancos (4 millones cabezas de familia) prefieren el efectivo por sobre el debito para pagar sus facturas. Combinados, todos ellos representan el 14.6 por ciento de la población del Reino Unido.

Una suscripción promedio a un gimnasio es de 46 libras por mes (alrededor de 92 dólares), que equivaldría a un potencial de 404.8 millones de libras en ventas perdidas por mes para los gimnasios y clubes que no aceptan cheques o efectivo. ■

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

Fuente: www.leisureopportunities.co.uk

Fábrica de Equipamiento Profesional para Gimnasios

EVOLUTION
CENTER

Envíos a todo el País



ESCALADOR



TOBILLERAS



COLCHONETAS



BANDAS ELÁSTICAS



PELOTAS



BICICLETAS FIJAS



REFORMER METÁLICO



MINITRAMP super reforzado



GUANTES

Solicite nuevo catálogo de productos



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

www.evolutioncenter.com.ar

Por Miryam Bloch (*)

Natatorios

La necesidad de unificar cri

Las ordenanzas que regulan la actividad de los natatorios, en todo el país, provocan más de un dolor de cabeza a propietarios y concesionarios, además de poner trabas a aquellos emprendedores que se encaminan a llevar adelante un proyecto en este sector.

Diversos representantes de la industria de natatorios a nivel nacional concuerdan en el diagnóstico: el marco regulatorio presenta serias falencias, principalmente por la diversidad de criterios existentes, que varían según cada provincia y municipio, así como por la falta de claridad y por la obsolescencia de muchas ordenanzas, a veces tan alejadas de la realidad que se tornan impracticables.

Al respecto, **Guillermo Leiva**, propietario del natatorio **Waterlash**, en el partido bonaerense de Tres De Febrero, asegura que "esto históricamente fue así". En su opinión "éste es un tema muy complejo", ya que en materia de reglamentaciones "cada municipio y cada provincia son como un país dentro de otro país".

Para **Fernando Terrilli**, presidente de la **Cámara Argentina de Natatorios (CADEN)**, es necesario y prioritario un rediseño de la normativa vigente. En este sentido dice: "La idea es barajar y repartir de nuevo. Hay que establecer una reglamentación general que involucre a especialistas en el tema y que ésta se haga ley".

Cuatro de cada cinco llamados que reciben en esa entidad son por temas de ordenanza. "Por ejemplo, no es lo mismo lo que rige para Olivos que para Quilmes, y la CADEN no puede ayudar a todos porque tiene que estudiar las ordenanzas de cada municipio, lo cual es imposible", sostiene Terrilli.

Lo que siempre quedó pendiente es conformar una mesa de trabajo que involucre a diferentes sectores: políticos, empresariales y laborales. "La unificación es difícil porque son muchos organismos y hay que tener en cuenta una multiplicidad de factores, porque no es lo mismo construir una piscina con fines comerciales en Jujuy, que hacerlo en Salta o en La Pampa, principalmente por diferencias climáticas, de suelo y en el aspecto edilicio", explican desde la Cámara de Natatorios.

Ciudad de Buenos Aires

Aunque hubo avances en las tratativas de la Ordenanza n° 41.718, que regula la actividad de los natatorios en la Ciudad de Buenos Aires, actualmente las negociaciones

NUEVO MODELO
CINTA DE CORRER PROFESIONAL

- ✓ Tablero digital
- ✓ Motor 3HP C/A
- ✓ Industria Argentina

SHOWROOM: Bonpland 2168 Palermo TEL: (54 11) 4899-2255

www.centaurofitness.com.ar
info@centaurofitness.com.ar



con las autoridades se encuentran en "stand by", ya que "hay muchas cuestiones políticas en el medio y es difícil progresar en este sentido".

"No es un tema sencillo, estamos tratando de luchar con asesoramiento profesional. Es una ordenanza vieja, del año 70, plagada de criterios ambiguos. Tal es así que si un inspector se rige y ajusta a la letra específica de la misma, no se podría habilitar un natatorio", asegura Terrilli.

En la Ciudad de Buenos Aires, la ordenanza en cuestión establece los requisitos para la habilitación y el normal funcionamiento de un natatorio. El artículo 43, por ejemplo, se refiere específicamente al servicio médico y detalla los elementos necesarios para la aprobación. Algunos de ellos, como el caso del torno dental o del espéculo ginecológico, resultan disonantes con las funciones de un natatorio.

Qué pasa con las inspecciones

"Las ordenanzas no están reglamentadas, la mayoría son viejas y muchas veces injustificadas. Además, en general, los inspectores no son especialistas en el tema, llegan con la ordenanza y piden el espéculo ginecológico, pero no controlan si el médico que está en la pileta tiene matrícula", explica **Gerardo Díaz**, director Deportivo de **Sport Club Almagro**.

Edgardo Castañón, propietario del natatorio **Caracola** de Villa Crespo, en Capital Federal, manifiesta que al no existir reglas claras se plantean serios inconvenientes, en las inspecciones, por una reglamentación que los inspectores aducen "de público conocimiento", pero que sin embargo genera controversias por su falta de difusión desde el municipio.

ENA SPORT NUTRITION PRESENTA SU NUEVA LINEA PREMIUM



**POWER
GROUP**
HIGH NUTRITION

www.powernutrition.com.ar

PUSH
ENERGY

www.pushenergy.com

ENA
SPORT NUTRITION

www.enasport.com

» Distribuidor para Capital Federal y GBA

ENA Distribuciones de Alberto Ingutto
Triunvirato 5491 · (1431) Capital Federal · Tel. (011) 4544-9306 / 4545-6722

» Distribuidor para Rosario

Hernán Quiroga · Tel. (0341) 156 96-6218

» Para el resto del País

Empresa de Nutrición Argentina SRL · Tel./Fax: (0291) 488-8207 / 488-8235
Florida 1595 · B8003JSY Bahía Blanca · Bs. As. · info@enasport.com.ar



En Catamarca, por citar un ejemplo del interior, también hay inconvenientes en esta materia. "La reglamentación es nula. A mi nadie me dijo nada sobre regulaciones respecto a la pileta. Sólo se hacen controles de bromatología, salvavidas, guardavidas. Y después piden cosas irrisorias",

cuenta **Mauro Negro**, de **Huaitana Natatorio & Gym**, en la provincia de Catamarca.

Entonces, ¿qué hacer ante esta situación? ¿Cómo proceder?

Desde el sector coinciden en que unificar la reglamentación permitirá clarificar el panorama y otorgará a la actividad parámetros serios que brinden mayor certeza y principalmente seguridad, que es lo fundamental para todos, tanto empresarios, consumidores y para el Estado que es el encargado de realizar los controles.

Una actividad tan beneficiosa para la salud de toda la población, a la que se le debe prestar mayor atención, debe manejarse con responsabilidad y criterio por parte de todos los involucrados. "Para ello es necesario contar con una ordenanza real y aplicable a las demandas actuales, que se exija con todo el rigor", afirman desde la CADEN. ■

(*) Periodista colaboradora

WHIRLY CYCLE

**La mejor bicicleta importada del mercado.
Al mejor precio.**



Más de 1.500 bicicletas entregadas y funcionando desde 1998.

Consultar por cantidad / Financiamos hasta 12 pagos sin interés

San Martín 645 Cap. Fed.
Contáctenos por mail: a_olivera@fibertel.com.ar
ó al 15 5578 1001 Sr. Alfredo Olivera



Equipamiento Pilates



Catálogo en línea
www.activapilates.com

Tecnología y seguridad al servicio del rendimiento.



RT400

- Cinta profesional para personas hasta 180 kg.
- Inclinación y declinación.
- 20 programas de entrenamiento.
- Opcional: monitor LCD.
- Velocidad de 0 a 25 km/h.



E-710

- Cinta profesional para personas hasta 150 kg.
- Computadora programable.
- Velocidad de 0 a 18 km/h.



Bike Machine

Tucumán 1304
S2000 - Rosario
Pcia. de Santa Fe
Te.: 0341 477 6228
Fax: 0341 440 0931
bikemachine@bikemachine.com.ar
www.bikemachine.com.ar

Bicimundo

Rivadavia 301 esquina Lima
X5000 - Córdoba
Pcia. de Córdoba
Te.: 0351 422 1665
Fax: 0351 428 3910
bicimundo@arnet.com.ar
www.bicimundocordoba.com.ar

Surex Argentina S.A.

Av. Hipólito Yrigoyen 2175/81
B1870 - Avellaneda
Pcia. de Buenos Aires
Te.: 011 4208 1285
Fax: 011 4218 2727
ventas@semikon.com.ar
www.semikon.com.ar



Gold's llega a

La cadena norteamericana **Gold's Gym** desembarcó en Caracas, Venezuela, con la apertura de su primer gimnasio en julio pasado. La firma arriba con el objetivo de "desarrollar la primera red de gimnasios de gran formato en ese país, mediante la instalación de locales de entre 1.500 y 5000 m² en zonas de gran concentración poblacional y fácil acceso", según detalla su comunicado de lanzamiento.

Con un desafío a gran escala en el mercado venezolano, esta compañía propone una oferta abarcativa en servicios y en equipamientos, siguiendo los estándares de calidad que exige la cadena a nivel internacional.

Gold's Gym nació en Estados Unidos, en 1965. A lo largo de estas cuatro décadas fue consolidando una gran estructura que se extendió a decenas de latitudes. Esta cadena de gimnasios está compuesta por 650 unidades distribuidas en 30 países, y cuenta con 3 millones de miembros.

Andrés Capriles, CEO de Gold's Gym Venezuela, revela a **Mercado Fitness** de qué manera se gestó este proyecto y cuáles son las perspectivas que auguran en el mercado venezolano.

MF: ¿Quién fue el impulsor de la llegada de Gold's Gym a Caracas?

AC: Esta iniciativa la impulsé yo junto a **Manuel (Manolo) Vega**, que es oriundo de Perú. Nos conocimos estudiando en Harvard, en donde teníamos acceso a un gimnasio (Shad) de primera categoría y siempre nos preguntamos por qué no existía este tipo de instalaciones comerciales en mi país.

Gold's Gym en el mundo

- 650 gimnasios
- 30 países
- 3 millones de miembros

SANTONJA
NUTRICION



FITNESS POINT
DEPORTIVA

**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

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
www.santonjafitness.com.-ar

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

PILATESLAND®
Fábrica y Venta de Equipos



Línea Completa de Equipamiento
PILATESLAND FABRICANTE DE EQUIPOS 

Buenos Aires - Argentina: (54) 11 43815918

Córdoba - Argentina: (54) 3541 436645

info@pilatesland.com

www.pilatesland.com

Gym Venezuela

Habiendo formado una gran amistad, nos hicimos socios co-fundando DeRemate.com y otras empresas. Al regresar a Lima, Manolo fue testigo presencial del éxito Gold's Gym en Perú y del crecimiento de la industria en ese país.

Por mi parte, en Venezuela vengo liderando el proyecto **Valle Arriba Athletic Club (VAAC)**, el cual me permitió conocer la industria del fitness y calibrar la experiencia que tiene el sector.

Si bien el interés por impulsar Gold's Gym estaba dando vueltas desde 2003, no queríamos empezar a ejecutarlo hasta que el VAAC fuese un club privado por completo y no compitiese (percepción o realidad) con gimnasios de gran formato.

MF: ¿Qué tipo de análisis se hizo antes de decidir lanzar este proyecto?

AC: Analizamos la industria del fitness a nivel mundial. Algunos de los factores que nos interesaron del proyecto fueron las atractivas valoraciones de las empresas del sector, y la impresión favorable de la comunidad de negocios.

Por otra parte, evaluamos la situación en otros países de la región y en el mercado venezolano: penetración de la industria, valor de las marcas, competidores, características de los principales gimnasios, capacidad gerencial, etc.

MF: ¿Cuál fue la inversión para montar este primer Gold's Gym?

AC: La inversión superó el millón de dólares y se realizó con financiamiento privado. Prevemos recuperar ese capital en el mediano plazo: entre 28 a 36 meses.

MF: ¿Cómo describirías la estrategia para Venezuela?

AC: Desembarcamos con una estrategia corporativa clara: brindar un servicio de calidad mundial. Esto incluye ofrecer lo último, lo mejor y la mayor variedad en todos los aspectos: servicios, recursos humanos, instalaciones, ambiente, equipos.

Nuestro objetivo es crear una demanda ofreciendo bienestar a nuestros miembros y a nuestra comunidad.

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

Athletic

TE PREPARA

MF: ¿Con qué servicios cuenta esta primera unidad en Venezuela?

AC: Gold's Gym Venezuela ofrece clases grupales, entrenamiento personalizado, áreas de equipamiento cardiovascular, de musculación y de indoor cycle, asesoría en nutrición, evaluación física, sauna, guardería, proshop, cafetería y estacionamiento.

MF: ¿Cuánta gente emplean y cuántos miembros aspiran tener?

AC: Pensamos emplear unas 35 personas. Y buscamos tener poco más de 2.000 miembros.

MF: ¿Cómo resultó el proceso de preventa?

AC: Muy bien, superamos los ingresos que teníamos proyectados en esa fase.



MF: Tras la apertura, ¿cuál fue la recepción del mercado?

AC: El gimnasio abrió en horario normal el lunes 23 de julio, y la fiesta de inauguración se realizó tres días después, el 26. Por la cobertura de los medios creemos que la respuesta fue excelente.

MF: ¿Cuál fue la reacción de la competencia?

AC: No sabemos cuál fue la reacción de los competidores. Sin embargo, hemos recibido amenazas. Nos hackearon la página web y respondieron emails dando precios falsos, etc. Esperamos que estas acciones no estén vinculadas con nuestros competidores. Son comportamientos poco éticos a los cuales no podemos adherirnos.

MF: ¿Qué evaluación haces de la industria de gimnasios en tu país?

AC: La industria en Venezuela es muy incipiente: no hay marcas reconocidas o cadenas de gimnasios; hay falta de capital institucional; y operaciones "Mom and Pops", o sea, no manejadas con gerencia profesional.

MF: ¿Qué dificultades crees que van a enfrentar para el desarrollo de Gold's Gym en Venezuela?

AC: El mercado presenta dificultades para conseguir buenos locales, equipos importados, y además observamos la falta de algunos recursos humanos.

Gold's Gym Venezuela

- **Objetivo:** gimnasios de gran formato entre 1.500 y 5000 m²
- **Apertura 1er gimnasio:** julio 2007
- **Inversión:** Más de u\$s 1.000.000
- **Miembros:** 2000 (proyección)

MF: ¿Qué tan conciente es la población acerca de la importancia de la actividad física para su salud?

AC: Los venezolanos son muy concientes de que hacer ejercicio es bueno; sin embargo no se tiene conciencia de que no hacerlo es malo.

MF: ¿Qué perspectivas de expansión tienen? ¿Tiempos y locaciones?

AC: Nuestras expectativas de crecimiento son al menos replicar el éxito de Gold's Gym en Perú, 12 locales en menos de 10 años. (Desde 1998 hasta la fecha, la cadena cuenta con 11 sucursales en funcionamiento, y está por abrir la número 12). Es decir, esperamos tener al menos el mismo número de unidades en menos tiempo. Nos interesa desarrollar la marca en todo el país en forma directa o con socios locales. ■

BALDOSA CIEGA INDOOR

BALDOSA CALADA OUTDOOR

BIGTILE
PISOS DEPORTIVOS

**DESARROLLADOS PARA CLUBES Y GIMNASIOS
IDEAL AREA DE PESO LIBRE Y VESTUARIOS**

Fabrica y Distribuye:

 Av. Mosconi 3166 (C1419EQX) Bs. As. - Argentina
 Tel: (54 11) 4574-4545 / Fax: (54 11) 4573-0270
 www.bigtile.com.ar / www.atoplast.com.ar
 ventas@atoplast.com.ar

GO

Disenños para
Gente Activa

compra en nuestra
tienda virtual
visitando www.planetago.com
y llevate un regalo mencionando
este aviso.

Locales Exclusivos
Rosario: Corrientes 966 | San Lorenzo y Mitre | Córdoba 1482 | Mendoza 3838 | San Martín 5069 | Mitre 830 L29 | Córdoba: 9 de Julio 40 - L13
Ventas por Mayor:
9 de Julio 1050 | +54 341 4452062 | Rosario | ventas@planetago.com
Franquicias:
franquicias@planetago.com

MUSKLEMAN®

DESDE 1961 FABRICANDO MÁQUINAS PARA GIMNASIOS



PRENSA OSCILANTE
PESADA



MULTIFUERZA



MULTICADERA



SILLÓN DE CUADRICEPS
REGULABLE

CON EL RESPALDO DE APOLO SRL.

Música. Televisión. Películas. Y Actividad Física.
Casi me olvido de la actividad física.

Ofrézcale a sus socios una experiencia única de entretenimiento
mientras hacen ejercicios.

CARDIO  THEATER®



Para más información:
www.cardiotheater.com

Por Claudio Deluca (*)

Camas Solares

Claves para mantenerlas en buen estado

De acuerdo a la experiencia, los propietarios de gimnasios asignan escasa atención al mantenimiento de los equipos de bronceado, ya que su aporte representa una mínima parte de la facturación. Pero si los mismos estuvieran en buenas condiciones, seguramente aumentaría el flujo de clientes.

El correcto mantenimiento de una cama solar, en un gimnasio, en un spa o en un centro de estética, requiere prestar especial atención a cuatro aspectos vitales:

1) Limpieza interna del equipo

Normalmente el equipo trabaja con gran cantidad de aire para refrigerar los tubos. Dicho flujo de aire acarrea polvo del ambiente, depositándolo como una fina capa, imperceptible a la vista, sobre lámparas, tubos, paletas de ventiladores, etc.

Esta suciedad tapa las fuentes emisoras de luz ultravioleta (Uv), haciendo que los tubos irradien hasta 30 por ciento menos, disminuyendo el rendimiento del equipo. Ante esta situación, es conveniente limpiar tubos y lámparas, al menos una vez por mes.

2) Reemplazo de tubos y características de los mismos

Los tubos Uv poseen una duración determinada: desde 300 hasta 1000 horas de uso, por lo que es necesario reemplazarlos cumplido su período. Sin embargo, es recurrente que el cambio se realice sólo cuando éstos dejan de funcionar y se queman, sin tener en cuenta su vida útil. ¡Error!

Según el equipo que posea, tendrá que prestar atención al tipo de tubo que utilizará. Por ejemplo, si tiene un aparato que está fabricado para usar tubos de 100 watt (W), puede potenciar el mismo utilizando modelos de 100 W con mayor emisión de Uv tipo B (la que permite un bronceado más profundo).

3) Cambio periódico de lámparas faciales

Las lámparas faciales son diferentes a los tubos porque son denominadas de alta presión, es decir, poseen un filtro de vidrio azul indispensable para que su funcionamiento no dañe el rostro, que debe ser reemplazado en el término de las 800 horas aproximadamente.

Una vez cada 15 días, es importante limpiar este filtro y la parte reflectora de chapa del conjunto facial, dado que es el sector del equipo que más polvo recibe y que menos broncea cuando se acumula suciedad. Además, se debe tener la precaución de no tocar el bulbo de la lámpara cuando se efectúa tal procedimiento.

4) Verificación de ventiladores

La máquina utiliza varios ventiladores, cuya función es mantener la temperatura estable de los tubos y de las lám-

Australia

Equipamientos Pilates

Únicos en zona oeste del Gran Bs. As.

REFORMER - CADILLAC - CHAIR - LADDEL BARREL
WALL UNIT - ACCESORIOS - CAPACITACIÓN

Fabricación propia

Exposición

Estudio

australia_mb@yahoo.com.ar

<p style="font-size: x-small;">Exposición y Ventas: Gdor. I. Arias 3007 - Castelar ☎ (+54-11) 4661-8794</p>	<p style="font-size: x-small;">Fábrica: Cmte. Peredo 806 - Ituzaingó Cel: 15 6163-2542</p>
---	--

dob

PESAS

- DISCOS STANDARD Y OLÍMPICOS
- DISCOS CON AGARRE
- SET DE MANCUERNAS ARMADAS
- LINGOTES
- LADRILLOS GUÍA
- PLATOS INERCIALES PARA INDOOR BIKES
- BARRAS Y MANCUERNAS
- MANUBRIOS PINTADOS, CROMADOS Y PLASTIFICADOS

AZCUENAGA 3535
Villa Lynch (1672)
Tel.: (54 11) 4755-1885/1835
www.pesasdob.com.ar
info@pesasdob.com.ar

FUNDICIÓN PROPIA

Para tener en cuenta:

- No desperdicie su equipo teniéndolo como algo más en su gimnasio.
- Un buen mantenimiento y el uso de los insumos adecuados pueden aumentar el rendimiento de su inversión, aún cuando usted la haya descartado.
- Es posible mejorar la potencia de su equipo con sólo reemplazar los tubos.
- Con limpiezas regulares obtendrá mejores rendimientos.

paras. Una correcta ventilación permite que los primeros trabajen con la temperatura adecuada y emitan la máxima cantidad de luz ultravioleta. Una mínima variación en la ventilación (producto del exceso de tierra o del desgaste) reduce el rendimiento entre 20 y 30 por ciento.

Otros factores a considerar son la limpieza de las paletas y la verificación de las revoluciones del motor.

En el caso de los ventiladores de los equipos faciales lo primordial es el mantenimiento del filtro de vidrio azul. Su rotura o mal funcionamiento puede provocar daños a los



clientes; y la reposición de esta pieza afecta su bolsillo. Se trata del repuesto más caro del equipo, su valor ronda los 250 dólares.■

(* Titular de Sun Express S.R.L, integrante del grupo Silver Solarium Express.

COMO EMPRESA DE SERVICIO CON UNA TRAYECTORIA EN EL MERCADO DEL FITNESS, SEGUIMOS BRINDANDO SURTIDO, CALIDAD Y EL PRECIO QUE USTED NECESITA.

Marcelo T. de Alvear 1230 (C1058AAT) Bs. As. / Tel.Fax: (54 11) 4816-5660 / Centro de distribución: Landines 3840 (C1419EZD) Bs. As. Tel. (5411) 4501-1278 / Tel.Fax: (54 11) 4503-6518 / gymhome@fibertel.com.ar / www.gymhomearg.com.ar

 **DIGITALsoftware**



 **DIGITALfitness**

 **DIGITALpilates**

 **DIGITALspa**

 **DIGITALclub**

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

¿Buscabas bicis de indoor?

Mercado Fitness te muestra a través de un informe fotográfico las diferentes opciones de bicicletas de indoor cycling que hay actualmente en plaza, consignando precios y direcciones de e-mail de cada proveedor.



Empresa: Star Trac
Precio: U\$S 1100 + IVA
info@spinning-ar.com.ar



Empresa: Kip Machines
Precio: \$ 1.550 + IVA
hmoavro@kipmachines.com



Empresa: JC Máquinas
Precio: \$ 1281 + IVA
jcmaquinas@infovia.com.ar



Empresa: Kromax
Precio: \$1325 + IVA
info@kromax.com.ar



Empresa: SanMartino
Precio: \$ 1470 + IVA
maquinassanmartino@arnet.com.ar



Empresa: Evolution Center
Precio: \$1150 + IVA
ventas@evolutioncenter.com.ar



Empresa: Uranium
Precio: consultar
www.uraniumfitness.com



Empresa: Trai Gym
Precio: \$ 1025 + IVA
traigym@hotmail.com



Empresa: MTD Gym
Precio: \$870 + IVA
07newedal@infovia.com.ar



Empresa: Fox
Precio: \$ 1890 + IVA
ventas@equipamientosfox.com



Empresa: Faga
Precio: \$1150 + IVA
fagasr1@speedy.com.ar



Empresa: Faga
Precio: \$860 + IVA
fagasr1@speedy.com.ar



Empresa: Fitness Gym
Precio: \$ 1650 + IVA.
fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar



Empresa: JBH Equip
Precio: \$1200 + IVA
info@jbhequip.com.ar



Empresa: Stride
Precio: \$ 1650 + IVA
info@stride.com.ar



Empresa: Stride
Precio: \$ 1350 + IVA
info@stride.com.ar

Nota: Todos los precios, salvo el de Star Trac, están expresados en pesos argentinos (tipo de cambio hoy U\$S1 dólar = \$3,2 pesos)



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

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

Ellos ya ganaron. ¿Vos qué estás esperando?



Arabesque - Valentín Alsina (GBA)



In Club - Córdoba Capital



info@mercadofitness.com / www.mercadofitness.com.ar

Sin límites
INDUMENTARIA
DEPORTIVA

FONDO DE COMERCIO

Hugo Minutella

Vendo fondo de comercio de gimnasio en Villa del Parque: 400 m2 en dos plantas; 450 socios activos, máquinas Magnum Forces, Megaline y Kromax. Tiene aire acondicionado y calefacción central, termostato, ventiladores y espejos. Soy propietario del inmueble. TE: (011) 4326-1289 E-mail: marcela_donaire@hotmail.com

Andrés DellaViola

Vendo fondo de comercio, importante gimnasio en pleno centro comercial. Amplio salón de musculación con importantes máquinas, gabinete de estética, vestuarios y posibilidad de ampliar el lugar para armar nuevos salones. Santos Lugares (GBA). TE: (011) 155 815-4566 unikusgym@ciudad.com.ar

Fabiana Herlein

Se vende gimnasio en barrio norte. Capital Federal. TE: (011) 4813-2707 puntovital@argentina.com

Fernando Luque

Dueño vende fondo de comercio gimnasio. Capital Federal. TE: (011) 4813-0707 fhnastacuando@gmail.com

Horacio Dakar

Vendo gimnasio funcionando. Capital Federal. TE: (011) 4552-4565 diego.paiella.estilistas@hotmail.com

Roxana Tabó

Vendo fondo de comercio de gimnasio de pilates, danzas varias y centro de estética. Excelente ubicación en Caballito. Capital Federal. TE: (011) 4333-5960 gypilates@yahoo.com.ar

Oscar Núñez

Fondo de comercio, excelente gimnasio en Zona Norte de Bs. As. con gran valor agregado a \$ 45000. Boulogne (GBA). TE: (011) 4710-0549 nunezbox@yahoo.com.ar

VENTA

Raúl Ursino

Vendo cama solar Ergoline de 38 tubos, 3 faciales con reloj fichero funcionando. Gral. Pico (Pcia. de La Pampa). TE: (02302) 430-404 lyonnet@ciudad.com.ar

Gabriela Otero

Vendo bicicleta recostada marca Kip Machines en excelente estado. La Plata (Pcia. de Buenos Aires). TE: (0221) 472-0427 gabbyotero8@hotmail.com

Fabián Mansilla

Vendo máquinas de musculación, peck deck, cuádriceps, femorales Magnum Forces, banco abdominal, scott, hack, bancos planos e inclinados, dorsales, doble polea, prensa, smith y mucho más en perfectas condiciones por renovación de máquinas. Capital Federal. TE: (011) 155 656-0658 gymloft@yahoo.com.ar

Juan Sánchez

Vendo bancos Fitness Machine, plano inclinado, hombros, scott, ruck y máquinas Magnum, todo en excelentes condiciones. Ituzaingó (GBA). TE: (011) 156 633-2323 juanignaciopf@yahoo.com.ar

Alejandro Secchiano

Vendo por cierre de gimnasio combo de prensa 45°, pantorrillera parado, tres estaciones de polea alta, remo sentado, remo a caballo, banco de abdominal y plano, barra olímpica, banco scott a 45° y 90°, fondera de tríceps, press plano, discos de 15 y 5 kg. Capital Federal. TE: (011) 156 116-1741 alegym@datafull.com

Hugo Alberico

Vendo 3 elípticos Fox en excelente estado, 2 años de uso, no los vendo por separado, \$ 2600. Santa Teresita (Pcia. de Buenos Aires). TE: (02257) 156 389-66 afullgym@hotmail.com

Romina Vacsmán

Vendo marca Pilatesland con accesorios, en perfecto estado, muy poco uso: 1 reformer, 1 box, 1 tabla de pique con hombreras y barra de pie nuevas, recién colocadas, muy poco uso a \$ 2100. Capital Federal. TE: (011) 4381-5918 inshape@inshapebuenosaires.com

Rodrigo Escalante

Vendo urgente excelentes cintas Kip Machine KR217 y una cinta Athletic por cierre de gimnasio, muy buen estado. Capital Federal. TE: (011) 156 395-1076 yoyo-20475@hotmail.com

Roberto Barros

Vendemos usado en muy buen estado: 5 colchonetas de alta densidad (90Kg.) a \$ 160 y 3 a \$ 120; paralelas para varones regulables en alto y en ancho a \$ 2300. Pergamino (Pcia. de Buenos Aires). TE: (02477) 425-431 atenas@yahoo.com.ar

Juan Ignacio Sánchez

Vendo lote de 13 bicis indoor marca Fitness Machine con un año de uso en incomparable estado a \$ 1300 cada una. Ituzaingó (GBA). TE: (011) 4458-0929 juanni78@hotmail.com

Christian Ruiz Díaz

Vendo lockers, más de 20 puertas, separados en 4 cuerpos, llamar y mandar mail por precio. Capital Federal. TE: (011) 4926-1192 christianruizdiaz@hotmail.com

ALQUILER

Pablo Fidalme

Ofrezco espacio libre más salas/gabinetes en centro de pilates y gimnasia (150mts2 aprox.) para actividades de Spa, estética o salud, clases, talleres, grupos, ritmos, fitness, artes marciales, cursos. Consultar por alquiler. Capital Federal. TE: (011) 5038-7815 prof_pablof@hotmail.com

Carlos Fernández

Dispongo espacio para stand o venta ropa en el mejor lugar del gym. Es un health club con aparatos, fitness y pilates, instalado nuevo, primer nivel estilo cadena de gimnasios, pisos de madera, zona Caballito. Capital Federal. TE: (011) 155 098-5710 info@gymcity.com.ar

COMPRA

Marcelo Rago

Compro máquinas: aductor-abductor, press de hombros, press de pecho, sillón de cuádriceps, camilla de femorales del tipo Fox con caño 100/50 redondeado, pago al contado; discos de la marca Todosport 20, 15 y 10 kg. Capital Federal. TE: (011) 4604-2157 marcelo.rago@argentina.com

Fernando Otero

Compro cintas para gimnasio en buen estado en zona Capital o cercana. Capital Federal. TE: (011) 4464-6525 fernandootero_000@hotmail.com

Juan Carlos Serrallonga

Compro urgente 4 cintas Kip kr320, 320 max o 217 en excelente estado y también necesito bicis recostadas (recumber) en buen estado. La Plata (Pcia. de Buenos Aires). TE: (0221) 154 200-652 / 421-2032 serrallongajc@yahoo.com.ar

BUSQUEDA

Aida Tedesco

Busco socio para pilates o escucho propuestas, poseo salón de 160 mts. con vestuarios en la zona de Villa Urquiza. Capital Federal. TE: (011) 4521-1304 aidadedesco2002@yahoo.com.ar

Roberto Feler

Busco espacio en gimnasio para dictar profesorado de personal trainer y ciclo 2008. Capital Federal. TE: (011) 4644-4972 robertofeler@hotmail.com

Gustavo León

Busco socio para poner un gimnasio, poseo una dotación de 13 máquinas nuevas, soy profesor de musculación. Capital Federal. TE: (011) 155 318-0760 gustavoleon12@yahoo.com

PERMUTA

Carmen Ormachea

Permuta equipo de aire acondicionado central Feders de 45000 frigorías por 15 bicicletas de indoor. Berisso (Pcia. de Buenos Aires). TE: (0221) 461-2610 jcn1789@hotmail.com

Anahí Gerosa

Permuta prensa de 90° por barrel pilates, bicicleta o escalador. Capital Federal. TE: (011) 156 101-0601 centerfitness_2006@yahoo.com.ar



Un espacio 100% virtual destinado a facilitar intercambios comerciales entre empresarios y profesionales de la industria de clubes y gimnasios, así como a promover oportunidades de negocios dentro del mercado del fitness.

Alquileres

Compras

Donaciones

Empleos

Fondos de Comercio

Permutas

Proyectos

Servicios

Ventas

WWW.FITNESSBROKER.COM.AR

Eventos

Wellness Paraguay 2007

El pasado 24, 25 y 26 de agosto, en las instalaciones del Hotel Crowne Plaza, en Asunción, se desarrolló con gran éxito la primera edición de Wellness Paraguay. Este evento internacional contó con la participación de destacados representantes de la actividad del ámbito nacional y extranjero.

"Tuvimos el placer de recibir a Waldyr Soarez, presidente de Fitness Brasil, Liz Cramer, ministra de Turismo de Paraguay, Guillermo Vélez, director de Mercado Fitness, y un destacado plantel de profesionales que nos honraron con su presencia", señala Javier Correa, organizador del evento. ■



Estuvieron presentes:

De Brasil: Cida Conti, Alice Becker, Tati Sanchis, Inelia Gracia. De Argentina: Jorge Gavilán de Body Systems y Zabrina Herterich. De Paraguay: María Aurelia Codas, Charles Núñez y Guiliano Melgarejo.

Los mejores 100 artículos publicados en la revista Mercado Fitness.

TOP 100 no es un libro para ser leído y coleccionado solamente, es ante todo UN LIBRO PARA SER USADO.



350 páginas

COMPRALO HOY MISMO.

Precio: \$99 pesos (US\$ 35 dólares) (*)

TOP 100

mercado fitness

(*) No incluye costo de envío.

Tel. (54 11) 4115-3524/5
info@mercadofitness.com - www.mercadofitness.com

René Claire

“La industria de gimnasios es prácticamente virgen”



Opina René Claire, quien lleva una década en Santa Cruz de la Sierra con su gimnasio Body Master. El empresario aboga por profesionalizar la gestión del fitness y apuesta a la innovación permanente.

El gimnasio **Body Master** nació en 1996 de la mano de **René Claire**, un ex fisiculturista y reconocido entrenador personal, que trabajó varios años en gimnasios de Estados Unidos. “Fuimos pioneros en Bolivia incorporando equipos cardiovasculares, luego con Spinning y también con Pilates”, señala Claire.

Tras dos mudanzas previas dentro de la misma ciudad de Santa Cruz de la Sierra, Body Master se instaló hace un año en una zona residencial de la ciudad, sobre la calle Fortín Corrales. El gimnasio cuenta con 600 m² que pronto se convertirán en 1000 m², según sus proyectos de ampliación. Tiene 500 clientes activos que pagan un abono básico mensual de 35 dólares.

Mercado Fitness estuvo en Santa Cruz de la Sierra y entrevistó a este empresario boliviano:

MF: ¿En qué se basó su estrategia de posicionamiento?

RC: En la innovación y en el trabajo personalizado. Constantemente controlo que mis instructores se ocupen de la gente. Quiero que las personas que vienen a Body Master vean resultados y obtengan los beneficios que desean.

Por otra parte, contribuyó también a nuestro posicionamiento e imagen convocar, desde los inicios, a modelos reconocidas del medio local, como el caso Carla Morón y muchas otras.

MF: ¿Cómo ve a la industria de gimnasios en Bolivia?

RC: Es prácticamente virgen, con lo cual hay mucho por hacer. Lo importante es que la gente está abierta a las novedades. En este sentido, todo lo que he traído en equipamientos y técnicas ha sido bien aceptado.

MF: ¿Qué es lo más difícil de manejar en este negocio?

RC: Sin duda alguna, el personal. Necesitamos de gente capacitada que pueda dar todas las respuestas, o por lo menos la mayoría. Lo que falta es profesionalizar esta carrera.

MF: ¿Cómo es la relación entre los dueños de gimnasios en Santa Cruz?

RC: Conozco a la mayoría de los propietarios, pero acá la gente es muy celosa del éxito del otro. Entonces, no se habla el mismo idioma con la competencia.

MF: ¿Qué desafíos tiene por delante la industria?

RC: Necesitaríamos una entidad que certifique a los profesionales y que los controle, porque hay muchísima gente empírica, que no tiene noción sobre biomecánica trabajando y lastimando clientes en gimnasios.

MF: ¿Cuáles son los planes que tiene a futuro?

RC: Apuntamos a seguir creciendo en Santa Cruz y también tenemos proyectado expandirnos a La Paz, con un gimnasio de más envergadura. Queremos desarrollar emprendimientos de mayor nivel y manejanos como una red. ■

POLAR[®]
LISTEN TO YOUR BODY

Argentina
www.infopolar.com.ar

Bolivia
www.polarbolivia.com





STAR TRAC EN CHILE ES GLOBAL FITNESS SERVICE

La mejor alternativa
para equipar su
gimnasio

- Máquinas Cardiovasculares
- Fuerza
- Bicicleta oficial del programa SPINNING



contacto | **CAROLINA PINCHEIRA** · cpincheira@gfs.cl · (56-2) 219-4748

online www.gfs.cl · www.startrac.com · www.spinning.cl

“La mejor publicidad es el cliente contento”

Que la gente salga feliz del gimnasio y que pueda encontrar allí lo que busca es el desafío más grande que enfrenta Pamela Olivares en su gimnasio Sport Gym de Valparaíso.



Pamela Olivares

Ubicado en la nueva ciudad de Curauma, a 20 kilómetros de Valparaíso, **Sport Gym Valparaíso** va a cumplir en noviembre próximo dos años de vida y su propietaria, **Pamela Olivares**, proyecta festejarlos mudándose en unos meses a un local nuevo en el área comercial de la ciudad.

Sport Gym Valparaíso “es un gimnasio familiar, donde siempre estamos innovando. Me preocupo porque los profesores estén capacitados. Si no pueden ir a Santiago, yo traigo capacitadores al gimnasio. Y eso la gente lo percibe bien”, señala Olivares.

Ella comenzó introduciéndose en el tema de los gimnasios, “primero como alumna, después como profesora de un grupo, y de allí nació la idea de tener algo más independiente”, relata Olivares. A continuación la empresaria analiza el mercado de gimnasios y esboza cuál es la filosofía de su proyecto.

MF: ¿Como evalúas la situación actual de los gimnasios en tu país?

PO: El fitness en Chile se está profesionalizando de a poco. La cultura deportiva no ayuda porque la gente todavía no tiene la mentalidad de ir al gimnasio. Y en un mercado poco explotado el incentivo es poder innovar.

MF: ¿Qué errores suelen cometer los operadores de gimnasios?

PO: Yo creo que el error más grande que cometen los propietarios de gimnasios es no conocer el mercado. Porque si estás involucrado en el tema sabes, por ejemplo, que la capacitación es una inversión y no un gasto.

MF: Entonces, ¿cómo es el nivel de profesionales que hay?

PO: Todavía falta mucho en Chile. De repente profesores de Educación Física que ponen su gimnasio se quedan sólo con el título, y no se capacitan en lo que es el manejo del negocio.

En nuestro caso, vamos a capacitarnos a la Argentina. Yo he tratado siempre de ir más allá, de tener una visión más innovadora. Y trabajamos mucho para que la gente salga contenta del gimnasio y pueda encontrar lo que busca, porque sabemos que la mejor publicidad es el cliente contento.

MF: ¿Cuáles son los servicios que brinda Sport Gym Valparaíso?

PO: El gimnasio tiene 250 m² y ofrece clases grupales, acondicionamiento físico, trabajo con máquinas, taller de karate para niños, de danzas árabes y talleres de nutrición.

MF: ¿Cuáles son las principales problemáticas en tu gimnasio?

PO: Lo que más cuesta es mantener la cantidad de miembros y que no haya tanta rotación. Por ese motivo tratamos de enfocarnos en la venta de planes de clases trimestrales y semestrales, un poco copiando el modelo de las grandes cadenas.

MF: ¿Qué autocríticas podrías hacerte como propietaria?

PO: La verdad que las encuestas de satisfacción que hemos hecho en el gimnasio nos dicen que estamos bien encaminados, porque la gente está conforme. Pero hasta ahora lo que me ha limitado mucho es el asunto del espacio. Por eso en unos meses estamos cambiándonos a un lugar más grande en el área comercial de Curauma.

MF: ¿Cuáles son las perspectivas a futuro?

PO: Yo creo que el desafío, más que nada, es no temerle a las grandes cadenas. Porque en esos gimnasios el servicio es muy impersonal y hay gente que no quiere eso. Entonces, nuestra meta, como gimnasio chico, es poder dar un buen servicio al cliente para que éste nos vuelva a elegir siempre que quiera hacer actividad física. ■

Índices de sedentarismo en Chile

Un estudio encargado al Observatorio Social de la Universidad Alberto Hurtado reveló que 87,2 por ciento de los chilenos de 18 años y más, no realizan actividades físicas. En este rango están, principalmente, tres tipos de personas: las mujeres, aquellos con menores ingresos y los mayores de edad.

Dentro de ese 87,2 por ciento de sedentarios, 73,7 por ciento de la población declara que es totalmente inactiva. Entre las regiones con mayores niveles de sedentarismo están la IX (96,4%), la III (89,8%) y la XI (88,5%); mientras que las que marcan los menores niveles son la I (81,6%); la XII (84,3%) y la V (84,8%).

Quienes presentan una mayor predisposición a hacer deporte son los hombres, los más jóvenes y las personas de mejor condición socioeconómica. Los varones y los sectores de menores ingresos lo ven como una actividad ligada a la sociabilidad, mientras que las mujeres y los grupos de mayores recursos lo relacionan con la salud.

Fuente: www.cooperativa.cl

Lanzan Video Cycling

Este producto, creado específicamente para clases de ciclismo indoor en gimnasios, combina filmaciones de recorridos por caminos de todo el mundo con las indicaciones de un profesor al inicio de cada circuito. Su objetivo es hacer más entretenidas las clases para los clientes.

Video Cycling se ofrece en DVD y tiene una duración de 63 minutos que incluyen imágenes de recorridos divididos en tres etapas de 21 minutos, cada una de las cuales presenta un esquema similar: 7 fases de 3 minutos por diferentes rutas.



Cuenta con un cronograma secuencial lógico compuesto por: plano de calentamiento, plano de trabajo, subida, carrera, plano de recuperación, subida intensa y carrera. Es ideal para aumentar en forma diferenciada y económica la asistencia a las clases de indoor cycling.

Por más información visite www.videocycling.net

Energy Fitness Clubs se expande

Esta cadena de gimnasios invertirá 20 millones de dólares en los próximos 4 años para alcanzar la meta de 25 locales propios hasta 2011.

Energy Fitness Clubs, ex Powerhouse, está en manos de Alex Weisner, uno de los antiguos socios, y Mark Matsrow, dueño de 24 Hours Fitness, que cuenta con 350 locales en Estados Unidos y 20 años de experiencia en el rubro.

Actualmente la firma está invirtiendo 3 millones de dólares en la construcción de dos gimnasios en la comuna de La Reina, en Santiago. La idea es cerrar 2007 con ventas del orden de los 8 millones de dólares y comenzar 2008 con nueve locales.

Fuente: www.diariofinanciero.cl

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

Daniel Gómez García



“Los gimnasios grandes descuidan lo que los chicos mejor hacemos: *la atención al cliente*”

Asegura Daniel Gómez García, quien se lanzó recientemente en Lima a la conquista del mercado femenino a través de su gimnasio Lady's Gym.

Lady's Gym está ubicado en el distrito de San Borja, en la provincia de Lima. Cuenta con 350 m², distribuidos en dos plantas, y -como su nombre en inglés lo indica- atiende sólo a público femenino. Su propietario, **Daniel Gómez García**, lo define como “un punto de encuentro para mujeres que buscan nuevas amistades mientras mejoran su condición física”.

Este gimnasio tiene un circuito de entrenamiento de 30 minutos, una sala de aeróbica y una de indoor cycle. En breve, contará también con un sauna, una peluquería y una cafetería. “Estimamos que en tres meses más nuestro producto estará 100 por ciento terminado”, asegura Gómez García.

Lady's Gym cobra una mensualidad de 59 dólares, aunque su plan más vendido es el trimestral a 149 dólares. En un reportaje con **Mercado Fitness**, su propietario explica cómo surgió su emprendimiento.

MF: ¿De cuánto fue la inversión inicial?

DGG: En un comienzo proyectamos invertir 20 mil dólares, pero terminamos triplicando esa inversión. Aún nos resta un poco más para finalizar todo el proyecto y lograr que Lady's Gym sea totalmente diferente de sus competidores más directos.

MF: ¿Qué tipo de análisis de la competencia se hizo?

DGG: Estudié mucho el modelo de negocios de Curves, principalmente, y observé que su tasa de renovación era

muy baja. Me puse a recabar información y las opiniones que recogí me indicaban que a muchas mujeres les resultaba aburrido estar siempre en un circuito sin hacer otras actividades como step o indoor cycling.

MF: ¿Y respecto a los gimnasios comerciales más grandes?

DGG: Detecté que muchas señoras, en las clases de baile por ejemplo, se sentían incómodas y muy observadas. En tanto los entrenadores estaban más preocupados por estar con las chicas jóvenes y bonitas, que con ellas. Eso en nuestro gimnasio no sucede porque les brindamos a todas nuestras socias la misma atención.

MF: ¿Qué críticas harías a la industria local de gimnasios?

DGG: Los gimnasios grandes han descuidado lo que nosotros, los gimnasios pequeños, ahora estamos atendiendo: la calidad del servicio a nuestros clientes. Sucede que la gente hoy ya no busca en los gimnasios grandes espacios y máquinas modernas. El público quiere calor humano, atención personalizada.

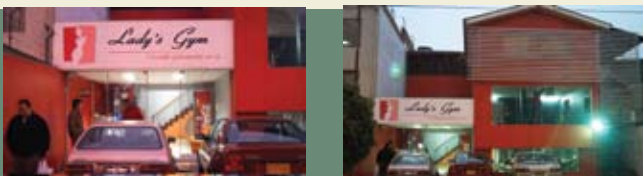
Ello hace necesario que los gimnasios grandes se preocupen más por entregar un mejor servicio, o sea, dejar de invertir en marketing y apostar más a la calidad del personal que tienen.

MF: ¿Qué tan profesional es la gestión de los gimnasios en Lima?

DGG: El nivel de formación de los gerentes ha aumentado, ya que se están preocupando mucho más por adquirir nuevas herramientas. Cada año más personas viajan a Brasil a capacitarse. Los peruanos estamos atentos a cómo se desenvuelve el mundo en el campo del fitness para poder traer los últimos avances a nuestro país.

MF: En tu opinión, ¿cuál es el mayor desafío para los gimnasios hoy?

DGG: Definitivamente, entender que el cliente es lo más importante en este negocio. ■



Novedades

Obesidad y calidad de vida



Un informe de la revista británica **The Economist** revela que Perú ocupa el puesto 25 entre los países con más proporción de hombres obesos en su población, con el 16 por ciento. Líbano ocupó el primer puesto (36,3), seguido por Qatar (34,6), Kuwait (32,8), Panamá (27,9), Estados Unidos (27,7), Chipre (26,6), Arabia Saudita (26,4).

En lo que respecta a calidad de vida y estándares de salud, según la revista especializada, Argentina aparece como el mejor país de América latina, aunque ocupa el puesto 36 a nivel mundial en una clasificación que es encabezada por Noruega. Los demás países latinoamericanos que figuran en este ranking son Chile (39), Uruguay (43), Costa Rica (47), Cuba (49), México (51) y Panamá (54). Fuente: Agencia ANSA.

Seminario de marketing deportivo

Gerardo Molina, asesor de Fox Sport Internacional, dictará el 3 y 4 de octubre en el Hotel Miraflores Park Hotel, un seminario bajo el título "El deporte como una herramienta de marketing empresarial". Entre otros, se abordarán los siguientes temas: captación de consumidores, patrocinio deportivo, imagen de marca, competencia, negocio y rentabilidad. Molina es licenciado en Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas y autor del libro "El Marketing Deportivo". Por informes llamar al 628-0002, 417*7998, y 625-0003.

Gold's Gym solidario

Tras el sismo que sacudió al sur del país a mediados de agosto pasado, la cadena de gimnasios **Gold's Gym** lanzó -bajo el lema "Hagámoslo juntos, ellos nos necesitan"- una campaña humanitaria a nivel nacional cuyo fin es recolectar carpas, camas plegables, calaminas de acero corrugadas, prendas de vestir livianas, frazadas, alimentos no perecibles, y agua para beber, entre otras cosas. Aquellos que deseen colaborar pueden acercar sus donaciones a cualquiera de los 11 locales con que cuenta Gold's Gym. Por más información visitar www.goldsgymperu.com

fitness Revolution

www.fitnessrevolution.com.pe

Cambios comprobados
Socios Fidelizados
Mayor Rentabilidad
 ... y

Ud. ya nos contacto?

[511] 9791 - 2585 / Nextel: [511] 408 * 9763

info@fitnessrevolution.com.pe



mercado Fitness
Representante exclusivo

Wilson Prenz



Concientizar a los consumidores y mejorar la retención

Esos son algunos de los desafíos que enfrenta la industria del fitness en Uruguay, según la visión de Wilson Prenz, director de los gimnasios Personal.

Los gimnasios **Personal**, del empresario **Wilson Prenz**, cuentan con dos unidades en Uruguay. La primera se instaló hace cuatro años en Ciudad de la Costa. "Empezamos muy chiquititos con una superficie de 200 m² y al año y medio crecimos a unos 500 m², que es lo que tenemos hoy", cuenta Prenz.

Luego tomaron la decisión de expandirse. En 2007 vio la luz la segunda sede de Personal, con iguales dimensiones a la primera (500 m²), aunque esta vez ubicada en pleno centro de Montevideo. En diálogo con **Mercado Fitness**, Prenz habla sobre su empresa y comparte su visión de la industria en Uruguay.

MF: ¿Cómo fue la evolución en estos años?

WP: Empezamos trabajando muy fuerte el área de musculación. Después, comenzamos a apostar mucho al sector de gimnasia grupal. Conformamos un equipo de profesores y nos centramos en la capacitación para armar una plataforma de trabajo en la parte de fitness grupal. Y de la mano de ese crecimiento vino una compañía como Body Systems que nos ayudó mucho a desarrollar esa área.

MF: ¿Cuál es el perfil de público que concurre a sus gimnasios?

WP: Apuntamos a un segmento medio-alto, que paga una cuota promedio de 25 dólares mensuales. En cuanto a las edades, en Ciudad de la Costa manejamos, más que nada, adolescentes y adultos jóvenes. En tanto, en la sede del centro hay mayoría de adultos, que son personas que trabajan en las oficinas y comercios de la zona.

MF: ¿Qué desafíos les plantea por delante el mercado?

WP: El principal desafío es que las personas acepten la actividad física como una herramienta fundamental para cuidar su salud y su estética. La población de Uruguay está conformada, más que nada, por gente mayor, que es el segmento que menos concurre al gimnasio. Otro problema tiene que ver con la retención. Aquí se trabaja con temporadas muy marcadas de altas y bajas de público.

MF: ¿Qué dificultades enfrentan los operadores de gimnasios?

WP: Una de ellas es la falta de proveedores de equipamientos. No hay fábricas grandes que se dediquen a la producción de equipos para musculación. En Uruguay existen pequeños talleres, pero muy artesanales. Y en cuanto a las máquinas cardiovasculares son todas importadas, lo cual las encarece demasiado.

MF: ¿Qué tan profesional es la gestión de los gimnasios?

WP: Hay algunos que están muy en pañales y hay otros que son líderes, y como tales están muy empapados, porque participan de conferencias y consiguen buenos profesionales que los asesoren. No obstante, todavía hay gente manejando gimnasios que trabaja a nivel de entrecasa.

En nuestro caso, siempre buscamos oportunidades para viajar a Argentina, a Brasil y hemos visitado Estados Unidos y Europa, donde estuvimos en las mejores cadenas de gimnasios, con la idea de traer lo mejor a nuestro pequeño mercado en Uruguay.

MF: ¿Qué críticas harías al mercado?

WP: La falta de actualización, de modernización. Muchos gimnasios de la competencia de pronto se estancan porque el público consumidor no es muy exigente en Uruguay, por lo menos en lo que respecta a la actividad física. Hay lugares que todavía siguen utilizando estructuras de gimnasios y programas de entrenamiento anticuados.

MF: ¿Cuáles son las perspectivas a futuro?

WP: Buscamos, día a día, conseguir cada vez más socios y mejorar la retención. Estamos trabajando muy bien, mucho, y estamos creciendo pero lentamente. ■

Breves

3ra Convención Fitness Uruguay 2007

Fue organizada por **GRH Deporte** y tuvo lugar los días 22 y 23 de septiembre en la Asociación Cristiana de Jóvenes, ubicada en Colonia 1870, Montevideo.

Durante la **3ra Convención Fitness Uruguay 2007** se realizaron clases prácticas, workshops teóricos, actividades acuáticas, gala de gimnasios y además se organizó una Expo-Feria con los principales exponentes del sector.

Certificación de Spinning en Montevideo

Tendrá lugar el 30 de septiembre en la sede del gimnasio Aerobic Mix, 26 de Marzo 1069, de 8:00 a 18:00 horas, y estará a cargo de Marcelo Alexandre, entrenador de la selección argentina de ciclismo y master trainer de Spinning.

Los temas de estudio incluyen: historia del programa, los movimientos básicos, fisiología, biomecánica, movimientos contraindicados, selección de música, diseño y armado de clases, entre otros tópicos.

El costo de la certificación oficial internacional es de 250 dólares. Asimismo, el día anterior a la capacitación se realizará un lanzamiento abierto al público, con la participación de Alexandre. Tal evento será a las 18 horas en Aerobic Mix.

Para más información contactarse con **Hi Fitness** al (598-2) 7083210 / 094540563

Crédito millonario para programa de salud

El Banco Mundial (BM) anunció un crédito para Uruguay por 25,3 millones de dólares, que serán destinados a fortalecer la prestación de las políticas y los servicios de salud en materia de enfermedades no transmisibles.

"Tenemos el firme compromiso de apoyar la iniciativa del Gobierno, que se concentra en mejorar la prevención de enfermedades tales como la hipertensión, la diabetes, la obesidad y el cáncer", afirma Pedro Alba, director del BM para Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay.

Fuente: AFP

Uruguay impulsa ley nacional de deportes



El Ministerio de Turismo y Deportes junto a la Comisión Honoraria para la Salud Cardiovascular apoyan propuestas deportivas a temprana edad y la creación de una Ley Nacional de Deportes, con el propósito de erradicar el sedentarismo y estimular el hábito del ejercicio físico en el país

Héctor Lescano, ministro de Turismo y Deportes, destacó la importancia de apoyar el campeonato nacional de fútbol infantil, que es una manera de estimular el deporte desde una temprana edad.

Fuente: www.uruguayaldia.com

HF
HI-FITNESS
SOLUCIONES EN LO ALTO

STAR TRAC

PARAMOUNT

SPINNING

mercado Fitness

FITBIZ
EL MUNDO EN TU PUNTO FITNESS

CONTROL GYM
CENTRO DE FITNESS

Tel: 7083210 Cel: 094.540.563

1 Musculación

Empresa: **Biofitness**
Tel/Fax: (5411) 4696-0122
E-Mail: biofitnessequipamientos@yahoo.com.ar

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

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

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

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

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

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

Empresa: **Muskleman**
Tel/Fax: (011) 4832-6844
E-Mail: apolo@arnet.com.ar

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: ariel.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: **Faga S.R.L.**
Tel/Fax: (0341) 4613562
E-Mail: fagasrl1@speedy.com.ar

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

Empresa: **Trai Gym**
Tel/Fax: (011) 4201-2042
E-Mail: traigym@hotmail.com

Empresa: **Whirly Cycle**
Tel/Fax: (011) 15 5578-1001
E-Mail: a_olivera@fibertel.com.ar

3 Accesorios & Peso Libre

Empresa: **DOB Pesas**
Tel/Fax: (011) 4755-1885
E-Mail: info@pesasdob.com.ar

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

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

Empresa: **SportNutrition**
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: **33 Pilates**
Tel/Fax: (03488) 154 09189
info@33pilates.com.ar

Empresa: **Activa BodySciences**
www.activapilates.com

Empresa: **Australia Pilates**
Tel/Fax: (011) 4661-8794
australia_mb@yahoo.com.ar

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: **Martín Guido**
Tel/Fax: 155 904 1315
www.martinguidofitness.com

Empresa: **NB Equipamiento**
Tel/Fax: (5411) 4896 2359
E-Mail: rushvicente@hotmail.com

Empresa: **P & P**
Tel.: (011) 4704-5729/15 4994-0227
E-Mail: info@pypeequipamientos.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.: (011) 4784-1074/4787-6588
E-Mail: info@fitnessbeat.com.ar

11 Capacitación

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

12 Servicio técnico

Empresa: **Full Mak**
Tel/Fax: (011) 4441-3228
E-Mail: info@fullmak.com.ar

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: **Concept 2**
Tel/Fax: (0261) 155566176
E-Mail: goodwillrc@gmail.com

15 Indumentaria

Empresa: **Go**
Tel/Fax: (0341) 4452062
E-Mail: ventas@planetago.com

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 Hidratación

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

19 Arquitectura Textil

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

20 Nataorios

Empresa: **Pool Technic**
Tel/Fax: (011) 4736-0579
mittarditi@yahoo.com.ar

21 Pisos

Empresa: **BigTile**
Tel/Fax: (011) 4574-4545
E-Mail: ventas@atomplast.com.ar

Empresa: **Mat Pro**
Tel/Fax: (011) 4442-1796
E-Mail: info@matpro.com.ar

22 Belleza & Salud

Empresa: **Cartaghe**
Tel/Fax: (011) 4961-6942
www.carthagebeauty.com

23 Nutrición

Empresa: **Felfort**
Tel/Fax: (011) 4618-0000
consumidor@felfort.com.ar

24 Bronceado

Empresa: **Silver Solarium**
Tel/Fax: (011) 4371-4975
www.silverexpress.com.ar

25 Refacción de máquinas

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

Fé de Erratas: En la edición pasada, publicamos en el informe fotográfico sobre reformers de Pilates una dirección de correo electrónico equivocada de la firma Equipamientos Fox. La correcta es: ventas@equipamientosfox.com

Calidad global, costos locales.

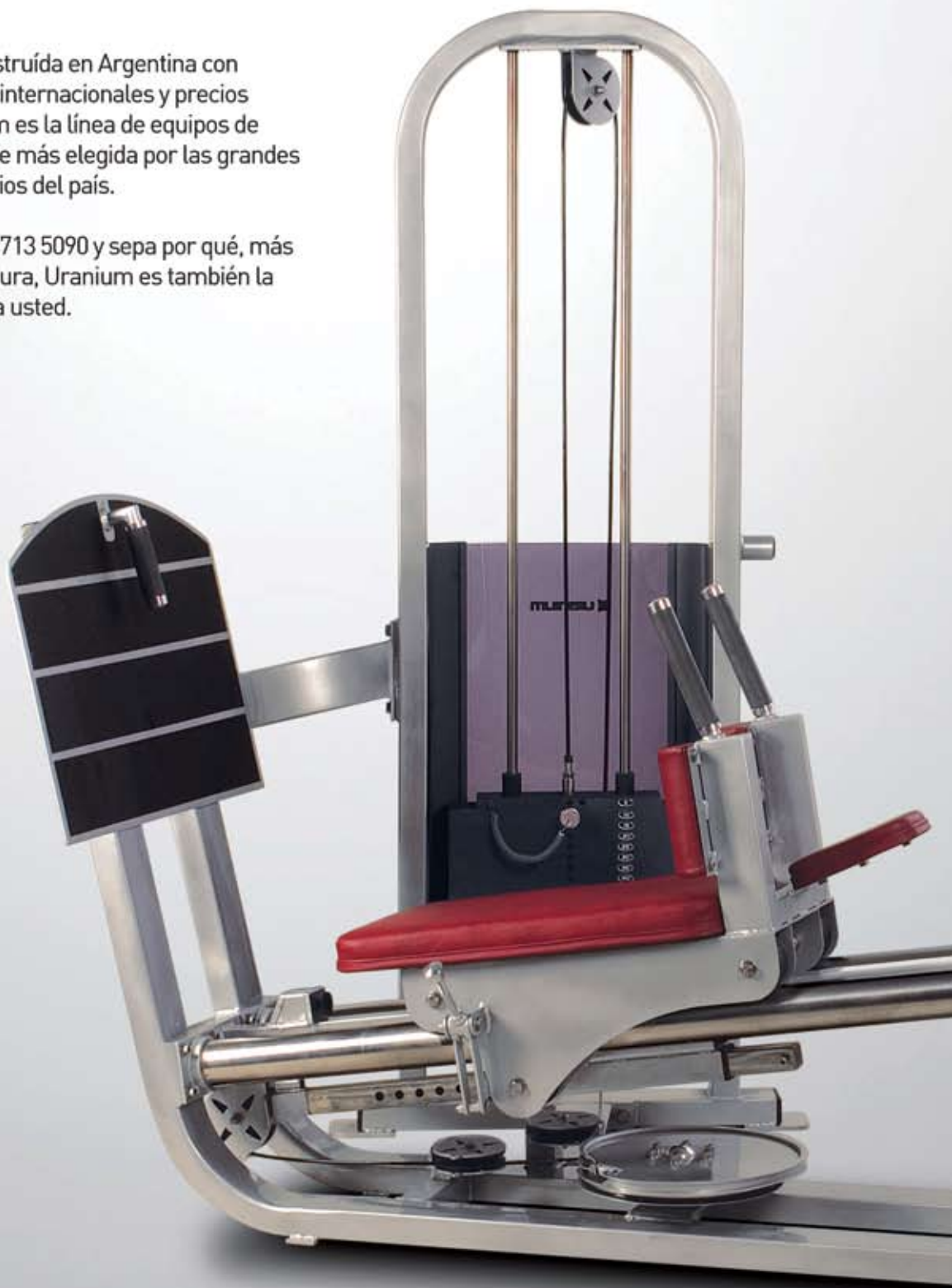


Desarrollada y construída en Argentina con criterios de calidad internacionales y precios accesibles, Uranium es la línea de equipos de fuerza e indoor cycle más elegida por las grandes cadenas de gimnasios del país.

Llámenos al (011) 4713 5090 y sepa por qué, más allá de su envergadura, Uranium es también la mejor solución para usted.



Megafit Barrío Norte
La Imprenta
Sportclub Almagro
Sportclub Flores



Con el respaldo de



 **URANIUM**

(011) 4713 5090

www.uraniumfitness.com

→ 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

➤ Sucursal La Lucila

Av. del Libertador 3501

Life Fitness

LIFEFITNESS.COM