

mercado FITNESS

Demostrar en forma permanente su compromiso con la comunidad y con el medioambiente, a través de acciones simples pero concretas, le permitirá a su empresa transmitir una imagen de responsabilidad social que, sin dudas, le agrega un valor diferencial frente a la competencia. Esto redunda en mejores niveles de venta y en mayor lealtad por parte de sus clientes.



Pequeñas acciones grandes beneficios

Dave Patchell-Evans

Es el fundador de Goodlife Fitness, la cadena líder de Canadá, con 400 mil miembros y más de 160 gimnasios.

A!Body Tech se expande

Al comprar los gimnasios Átrio y Fórmula, la red brasileña suma 18 unidades. En 2008 tendrá ventas por US\$ 56 millones.

Gimnasia en píldoras

Descubren en Estados Unidos dos fármacos que podrían generar músculos, aumentar el rendimiento y quemar grasas.

KIPRUN KR 320 VT

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



KIPFLIP KF-3

Convenio KIP - Indoor Cycle

INDOOR CYCLE

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



KIPROT KT 960/2

Línea completa de Equipamiento Electrónico Cardiovascular

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



En CHILE: EQUIPAMIENTOS FITNESS Ltda. • Coyancura 2270 Of. 801, Santiago de Chile • Tel: 09-335 8297 • Fax: 09-234 9783 • Celular: 09-822 8973 • vts@kipmachines.com
 En PERÚ: COMPAÑIA FITNESS • AV. Aviación 4867 Piso 2, Surco, Lima • Tel: 01-273-3168 • atletikaequipos@yahoo.es // En VENEZUELA: TECNOSPORTS DE VENEZUELA C.A.
 Av. Principal de Bello Campo, Edificio Raffaele, PB, Local 02, Chacao, Caracas • Tel./Fax: {++58 212} 793-20-55 • tecnosports@telcel.net.ve // En COLOMBIA: CAPF - CENTRO DE
 CAPACITACIÓN EN ACONDICIONAMIENTO Y PREPARACIÓN FÍSICA • Carrera 21 Nro 14-86 sur, Restrepo, Bogotá, COLOMBIA • FAX: (0057-1) 239-1042 • ccapf2007@yahoo.es

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

Con nombres propios

A comienzos de 2003, cuando todavía estaban tibias las cenizas de un país que había ardido durante meses, quemándonos a todos en mayor o menor medida, nos reunimos con Silvina y Leandro en un centro comercial, sin mucha idea de lo que haríamos pero con una necesidad y un deseo en común: laburar juntos, crecer.

Dimos algunos pasos en falso, probamos, nos equivocamos, discutimos, aprendimos y finalmente, gracias a la ayuda de muchos -y con una importante cuota de suerte y sudor- empezamos a desandar el camino de este emprendimiento que nos ha llenado de satisfacciones, experiencias, saber, emociones y muchos, muchos amigos.

Tardamos varios meses en tener una oficina propia, hasta que pudimos dejar nuestros empleos anteriores y alquilar un departamento de 28 m². Fernando fue el primero en sumarse al equipo y aún hoy nos acompaña. Pasaron Florencia, Mariano, Eugenia y Silvia. Todos dejaron sus huellas y marcaron el rumbo a seguir.

Rosana, Solana y Victoria forman parte del equipo hace un tiempo y, sin duda alguna, son vitales para el funcionamiento de la empresa. Noemí y Lucas realizaron, respectivamente, dos aportes invaluable para el presente y futuro de **Mercado Fitness**: nos regalaron a Florentina, primero, y ahora -en pocos días más- a Sofía.

Parece que fue ayer que empezó todo. En un día pasaron casi 6 años, más de 2000 páginas de información, 30 ediciones, 250 anunciantes e innumerable cantidad de amigos. Hoy, anticipamos el festejo de otro aniversario más y lo celebramos con el lanzamiento de nuestra *versión digital*, una nueva experiencia en materia de tecnología y comunicación que esperamos puedan disfrutar y aprovechar al máximo.

Gracias por acompañarnos,
Guillermo Vélez

8 Claves para mantener a sus socios:

Desarrollo de marca, servicio al cliente y programación para el éxito, son los tres componentes esenciales en la retención.

24 Reportaje a Dave Patchell-Evans:

Es el fundador de Goodlife Fitness, la cadena líder de Canadá, con 6000 empleados, 400 mil socios y más de 160 gimnasios.

34 Apto médico obligatorio:

Conozca qué responsabilidades le competen frente al incumplimiento de dicho requerimiento, según los diferentes escenarios.

36 Gimnasia en píldoras:

Descubren en Estados Unidos dos fármacos que tendrían la capacidad de generar músculos, aumentar el rendimiento físico y quemar grasas.

46 Pequeñas acciones, grandes beneficios:

Conozca en este artículo los beneficios de integrar la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) a la gestión de su gimnasio.

56 Cadenas de gimnasios del interior:

En los últimos años, Euro Gym Red® y Flex Gym sumaron unidades e impusieron sus marcas en Rosario y en Mar del Plata.

70 Una nueva experiencia digital:

Desde octubre, nuestros lectores pueden acceder sin costo, vía Internet, al 100 por ciento del contenido de la publicación en papel.

LATINOAMÉRICA

80 Entrevista Enrique Vera del Castillo:

El director general de los clubes mexicanos Sportium asegura que en su país "hay grandes oportunidades de crecimiento".

82 Radiografía del mercado colombiano:

Conozca el estudio realizado en Colombia entre 1250 personas de 13 ciudades por el Observatorio de Bienestar BodyTech.

86 A!Body Tech crece en Brasil:

Con las compras de Átrio y las 4 sedes de Fórmula, la red carioca suma 18 unidades. En 2008 proyecta ventas por US\$ 56 millones.

87 1° Congreso Brasileño de Natación Infantil:

Será en San Pablo del 7 al 9 de noviembre. Cuenta con el apoyo de la World Aquatic Babies and Children (WABC).

Tus noticias

Para mantenernos informados, para conocer más, para aprender, para mejorar, para crecer, envíanos tus novedades y noticias con fotografías (si es posible) a noticias@mercadofitness.com o cargalas en www.mercadofitness.com.ar

Director Ejecutivo: Ing. Leandro Deltrozzo
 Director Editorial: Guillermo Vélez
 Directora de Arte: DG. Silvina Maceratesi
 Responsable de contenidos: Lic. Solana Trucco
 Impreso por: Casano Gráfica S.A.
 Administración y Redacción: Tel. (54 11) 4115-3524/25 Av. Paseo Colón 470 2°D (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.



IMPACT FITNESS

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:



Pensá en el futuro de tu gimnasio.



SPINNING®

SPINNER PRO **U\$D 1.070 + IVA***

Algunos de nuestros beneficios:
Marketing / Capacitación / Exclusividad
Uso del logo de SPINNING y sus marcas.

**CONVERTÍ TU GIMNASIO EN UN
CENTRO OFICIAL DE SPINNING**

* Precio correspondiente a la compra de 15 unidades.



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.

SOLUCIONES DEPORTIVAS



FABRICANTES E IMPORTADORES



LAS PALMAS 2329 SAN JUSTO (1754) BS. AS. ARGENTINA
TEL. (54 11)4651-4692 | FAX. 4484-4111 | ID. 609*286
WWW.SONNOSWEB.COM | INFO@SONNOSWEB.COM



SONNOS[®]

COMPAÑÍA DE SOLUCIONES DEPORTIVAS

SCHNELLELL

www.schnellsport.com

COLLECTION 08/09

HOCHHEU



Claves para mantener a sus socios

Desarrollo de marca, servicio al cliente y programación para el éxito son los tres componentes de la tríada, que propone este artículo, para la retención de clientes en su gimnasio. A través del mismo sabrá en qué situación está usted y qué puede hacer para mejorar en este sentido.

La **Sociedad Americana de Calidad** ha analizado por qué los clientes abandonan el gimnasio y determinó que las cuatro razones primordiales son:

- 9% por los competidores;
- 10% por razones como mudanza, fallecimiento, etc.;
- 14% por insatisfacción con el servicio; y
- 67% por actitudes negativas o indiferencia por parte de los empleados.

El propósito de este artículo es explicar los tres componentes interrelacionados de la tríada para la retención de miembros en su gimnasio: desarrollo de marca, servicio al cliente y programación para el éxito.

Según **Dennis Hahn**, especialista de nivel internacional, el desarrollo de una marca es el proceso mediante el cual una impresión perdurable de un negocio, producto o servicio se forma en las mentes de los consumidores. Esa impresión específica está diseñada para nunca terminarse. El desarrollo de una marca es un proceso continuo que tiene lugar en cada interacción entre una empresa y su público.

En nuestro negocio no hay una interacción sin importancia. Incluso en una breve conversación entre la recepcionista del gimnasio y una persona que accidentalmente marcó el número de teléfono equivocado, nuestro objetivo debe ser siempre dejar una impresión positiva y duradera.

Hágase ahora las siguientes preguntas:

- ¿Por qué una persona se anotaría en mi gimnasio?
- ¿Por qué los clientes permanecerían en mi gimnasio?
- Y, lo más importante, ¿por qué los miembros me brindarían referidos para que se sumen al gimnasio?



frecuencia
cardíaca
controlada

columna
vertebral
sin desgaste

articulaciones
cuidadas

resistencia
al impacto



CONTROL DE CALIDAD

MEJOR RESULTADO EN MENOS TIEMPO Y SIN RIESGO DE LESIÓN

cybexintl.com

ARGENTINA
Pablo raffinetti – (5411) 4777-9239 – praffinetti@cybexintl.com.ar

CHILE
Andres Ortiz S.(562) 220-4469 (569) 8-9026751 aortiz@fitnessoptions.cl

DIRECTOR REGIONAL DE VENTAS PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE
Jaime Fairfoot – jfairfoot@cybexintl.com

A medida que reflexiona sobre estas preguntas, ¿puede describir el tipo de experiencia que sus miembros esperan recibir de usted?; ¿puede definir el tipo de experiencia que su gimnasio ofrece hoy a sus miembros? Y lo que es más importante aún, ¿está usted agregándole valor a su membresía?

Si examina lo que hacen algunos gimnasios para ser exitosos, encontrará sistemáticamente tres palabras en sus fórmulas de éxito: programación, programación y programación.

La programación no se desarrolla de la nada. Se basa en el valor de la organización del gimnasio, en las impresiones que él mismo está tratando de generar en su público y en el valor de su marca. Ésta se fundamenta en los principios del gimnasio y en el tipo de experiencia que éste pretende que sus miembros tengan.

Para evaluar la forma en que usted lo está realizando, complete debajo la **Tarjeta de Resultados de Programación**, desarrollada por **Jennifer Mayer**, directora regional de programación de Mercy Healthplex en Cincinnati, Estados Unidos.

CUADRO "A"

Programación / Tarjeta de Resultados en el Desarrollo de Marca

1. ¿Su gimnasio tiene un programa de retención de miembros? Si No
2. ¿El staff del gimnasio participa activamente en el programa de retención de miembros? Si No
3. ¿Existe una sinergia entre el programa de entrenamiento personal del gimnasio y los programas de ejercicios grupales? Si No
4. ¿La tasa de deserción del gimnasio es menor al 34,5%? Si No
5. ¿Su gimnasio cuenta con un diferencial claro y competitivo en el mercado? Si No
6. ¿Su gimnasio posee un programa de incentivos de socios que premie su participación? Si No
7. ¿Los empleados del gimnasio llevan adelante un exhaustivo programa de entrenamiento en materia de servicio de atención al cliente? Si No
8. ¿Su gimnasio ofrece una promesa de marca en su programa de marketing? (Vea el párrafo siguiente)
 Si No

¿Qué es una promesa de marca?

Es aquello que aseguramos al cliente que recibirá, y el valor emocional y práctico que él mismo puede esperar disfrutar como resultado. Esto puede ilustrarse con una secuencia de causa-efecto que comienza con los mensajes clave del negocio y acaba con las ventajas únicas o beneficios que el cliente disfruta como resultado.

Si tiene más de cuatro respuestas negativas en el listado anterior de preguntas, su gimnasio está sufriendo una o varias de las siguientes situaciones:

- Escasa programación exhaustiva;
- Un producto o servicio inconsistente;
- Una marca que es superficial, sin sustancia;
- No hay un "cliente" en su programa de servicio al cliente;
- Usted probablemente tiene una tasa de deserción de 30% o superior, y
- Posiblemente tiene una marca de gimnasio "débil".

Una mala actuación también significa que su gimnasio carece de potencial para lograr los beneficios financieros resumidos en el CUADRO "B".



CUADRO "B"

Beneficios potenciales de la tríada

1. Aumento en los ingresos por miembro.
2. Aumento en los ingresos de miembros por metro cuadrado.
3. Aumento en los ingresos adicionales (no por mensualidades).
4. Aumento en referencias de los miembros actuales que desean que los demás disfruten de su experiencia con "valor agregado".
5. Mayor tasa de utilización de las salas de fitness grupal.
6. Apoyo al proceso de relación entre el gimnasio y los miembros de bajo uso y no uso.
7. Refuerza el proceso de relación entre el gimnasio y los usuarios habituales.
8. Tasa de retención del 70%.
9. Mejora de la satisfacción de los clientes con menores costos en el servicio.
10. Habilidad para vender una "experiencia con valor agregado" sin basarla únicamente en precios bajos.

FITNESS LINE JBHEQUIP

Equipamiento integral para tu gimnasio.



+++

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

Programación para el éxito

Investigaciones de IHRSA han concluido sistemáticamente que los gimnasios con inaceptablemente altos índices de deserción suelen tener un débil proceso de relación con sus clientes. Esto significa que carecen de un plan de retención de socios, con foco en sus miembros, que sea rentable.

A fin de seducir a sus visitantes para cerrar las ventas y convertirlos en nuevos clientes, estos gimnasios tienden a exagerar en sus promesas y a entregar servicios por debajo de las expectativas de sus miembros.

Entonces, una vez que los nuevos clientes atraviesan la puerta de entrada, el gimnasio carece de mecanismo formal para evitar que estos salgan por la puerta de atrás. En todo caso, estos gimnasios tienden a reaccionar recién después de recibir la notificación de cancelación de una membresía.

La programación enfocada en el cliente puede darle apoyo a sus procesos de relación con sus miembros. Esto incluye opciones tanto pagas como gratuitas. La razón principal por la que algunos gimnasios han tenido programas más exitosos, de acuerdo con **Jennifer Mayer** y **Chuck Barnard**, director nacional de Fitness para TCA, es que han cuantificado el "valor" de esos programas.

Incluidos en la programación de valor propuesta están los siguientes aspectos:

- Experiencias únicas;
- Acceso al conocimiento y la sabiduría de profesionales del fitness;
- Acceso a profesionales de gimnasios que tienen buenas habilidades para relacionarse con la gente;
- Programación conveniente;
- Opciones diversas de horarios; y
- Reconocimiento a los miembros por sus logros y resultados obtenidos.



En la medida que su gimnasio brinde este tipo de valor, usted podrá seguir rompiendo las barreras de integración con sus miembros, que se resumen en el CUADRO "C".

CUADRO "C"

Barreras para la integración de los miembros

1. Falta de confianza.
2. Auto-conciencia.
3. Falta de conocimiento sobre qué hacer.
4. Intimidación.
5. Pobres hábitos alimenticios.
6. Percepción de ser demasiado viejo.
7. Falta de motivación.

En conclusión, considere las siguientes preguntas:

- Sus empleados -independientemente de su puesto-, ¿han sido capacitados para comprender la marca de su gimnasio?
- ¿Sus empleados participan activamente en reforzar el valor de su marca?
- ¿Sus opciones de programación en curso sostienen el valor de su marca?
- ¿Su gimnasio tiene una metodología formal para facilitar el proceso de integración de sus miembros?
- ¿Ha desarrollado su gimnasio una estructura formal de un programa de servicio al cliente que incluya la capacitación obligatoria para todos los empleados? ■

(*) Especialista en plan de negocios, en desarrollo de marca con énfasis en gestión de relaciones con clientes y retención de miembros. Además es orador, autor y entrenador personal. www.esquerrefitnessgroup.com

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

PRODUCTOS PARA USO PROFESIONAL EN SPA, GIMNASIOS, HOTELES Y CENTROS DE ESTÉTICA.



D'Alitane
ESSENCIALES

Venta de aceites esenciales puros y perfumes naturales.

Oficina de ventas: Estomba 2361. Capital Federal / www.dalitane.com
Tel.: (54 11) 4547-1455 / 15 5424-1358 / dalitane@yahoo.com.ar



Mucho más que un equipo de Pilates



Disenador: continualfitness.com.ar

La Vida que buscas

Tel: (+54)(11) 4544-9994/6058
E-mail: info@pypeequipamientos.com
Web: www.pypeequipamientos.com



NUTRICIÓN Y ESTILO DE VIDA

Conozca el STAX SYSTEM

El entrenador personal **Chris Powell** desarrolló en Estados Unidos un sistema de nutrición denominado **STAX**, que permitiría a sus usuarios seguir una dieta exitosa sin esfuerzos. Según su creador, no se trata de un producto sino de "un estilo de vida que ayuda a las personas a bajar de peso de una manera simple y divertida, sin ningún régimen". El secreto es racionar los alimentos y programar las comidas.

"En los tiempos actuales, las personas viven muy aceleradas y están más propensas a ingerir comidas rápidas en cualquier horario del día. A veces suelen saltar algunas comidas y luego ingieren alimentos en cantidades equivalentes a las raciones que no consumieron antes", explica Powell.

En la opinión de este especialista, para tener una dieta equilibrada "es necesario ser constante, y el sistema STAX es la solución a este problema ya que permite tener los alimentos correctos, disponibles en el momento indicado", afirma.

El sistema consta de un bolso con función de conservadora, que posee compartimentos para almacenar los alimentos dentro de recipientes especiales que indican medidas y colores según el tipo de producto. Tiene capacidad para trasladar 4 comidas diarias y mantenerlas refrigeradas hasta su ingesta. Además, el kit posee un temporizador para recordar los horarios de cada comida y no saltarlas.

El set STAX incluye:

- Bolso refrigerante.
- Pack enfriador con geles de frío.
- Correa para cargar.
- Reloj temporizador para programar los horarios de las comidas.
- Recipientes con codificación según el tipo de alimento y el tamaño de la porción: 5 unidades para proteínas (rojo), 5 para carbohidratos (amarillo anaranjado), 5 para vegetales (verde), y 5 para lípidos (son los más pequeños que equivalen a 2 cucharadas).

El costo del sistema STAX en Estados Unidos es de 55 dólares, más gastos de envío. Para más información visitar www.staxsystem.com ■

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

**Calderas
santero**

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

MODELO
ADN
NUEVO



una vez más en Ewpo Wellness,
una vez más nuestros productos
se destacan

circuito
Dinámico



líder en equipamientos para gimnasios

KOKO SMARTRAINER ®

Entrenamiento inteligente



"Intuitivo y con pantalla a color, este equipo guía y motiva a los miembros de su gimnasio, mientras estos entrenan", aseguran los fabricantes del **Koko Smartrainer**®, un multigimnasio, visualmente llamativo y muy fácil de usar, que orienta mediante diferentes herramientas tecnológicas a sus usuarios.



Gracias a su software interactivo, esta máquina permite a una persona combinar 70 tipos de ejercicios con la secuencia correcta, indicándole mediante una pantalla táctil a color la manera acertada de hacer cada movimiento. Además, la máquina cuenta las repeticiones y le da consejos al usuario para mejorar su rendimiento.

Asimismo permite personalizar el entrenamiento de cada individuo según su condición física y los objetivos que tenga: descenso de peso, desarrollo de áreas musculares específicas, mejorar su desempeño deportivo, etc. El equipo además agrega peso en forma automática a medida que el usuario desarrolla su fuerza.

Finalmente, Koko Smartrainer provee un sumario de las rutinas de ejercicios detallando lo realizado: cantidad de repeticiones, peso levantado, calorías perdidas, etc. Este sumario puede guardarse en un pendrive que el usuario podrá trasladar y usar en otros gimnasios que posean el mismo sistema, sin necesidad de papeles.

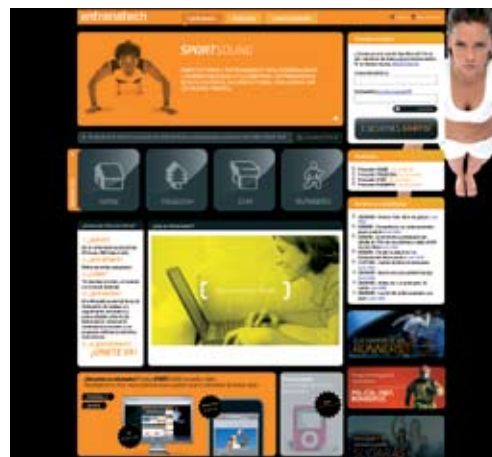
Koko significa "uno a uno" en japonés. Este equipo fue diseñado para aquellos miembros que quieren un programa de entrenamiento de fuerza, pero que no tienen el dinero para contratar a un entrenador personal. "Para ese tipo de personas, Koko es una completa solución de 30 minutos", aseguran.

Este producto está presente actualmente en gimnasios, hoteles, centros médicos y escuelas. "Estas instituciones ven al Koko Smartrainer como una herramienta competitiva para distinguir sus instalaciones y aumentar la satisfacción de sus socios", explican desde Koko Fitness, una empresa fundada en 2004 por un grupo de expertos en tecnología e ingenieros provenientes de Nautilus y de Cybex.

Más información en www.kokofitness.com

INTERNET

Entrenador personal virtual



La empresa **Entrenatech SL**, derivada de la **Universidad de Granada (UGR)**, en España, ha puesto en marcha recientemente un "sistema pionero", mediante el cual los usuarios de Internet podrán utilizar los nuevos avances en tecnologías de la información y comunicación para realizar actividad física personalizada.

El grupo de universitarios que trabaja en esta empresa pone a disposición de cualquiera un entrenador personal las 24 horas del día. Ejercicios a medida y a bajo costo. Tres sesiones a la semana cuestan 25 euros (40 dólares) al mes.

Esa es la tarifa básica y a la que puede acogerse cualquier persona después de inscribirse en la página web de la empresa. Los interesados deben completar una ficha con datos de peso, altura, frecuencia cardiaca, etc. Después se adaptan los ejercicios a cada uno, según si los hacen en casa o fuera.

En la empresa trabajan unas 15 personas: fisioterapeutas y licenciados en actividad física, que atenderán todas las dudas de los futuros usuarios. Por el momento, se ofrece el servicio a través de la página web, pero en no mucho tiempo quieren extenderlo a los teléfonos celulares y también agregarlo al MP3.

Álvaro García, responsable de marketing de Entrenatech, asegura que gracias a este innovador programa "cualquier persona puede practicar deporte seguro y guiado por profesionales, sin tener que contar con un horario, adaptándose a cualquier tipo de entorno: hogar, gimnasio, parques, instalaciones deportivas".

Más información en www.entrenatech.com

5^{tas} CONFERENCIAS MERCADO FITNESS/09

23/24 de abril 2009

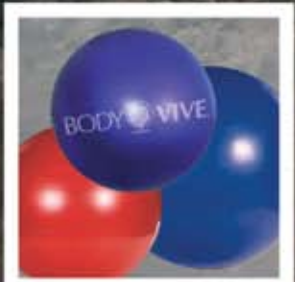
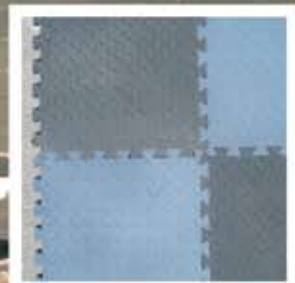
Buenos Aires/Argentina

www.mercadofitness.com



Pienso llegar
Pienso MIR
 FITNESS

0212 4574 4842 / WWW.OURTIMEFITNESS.COM.AR



Distribuidores oficiales



PISOS DE PROTECCION ENCASTRABLES



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

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



Línea HAMER



Hamer de Pecho



Hamer de Biceps



Hamer de Hombros



Dorsalera Hamer Alta



Prensa



Por Ricardo Cruz (*)



Conquiste a sus clientes



Entender por qué los clientes van al gimnasio, saber qué es lo que esperan de sus servicios, descubrir por qué lo abandonan y planificar qué hacer para retenerlos por más tiempo deberían ser los objetivos centrales de cualquier gerente que desee afianzar y consolidar su empresa en el mercado.

La competencia que enfrentan los gimnasios es cada vez mayor, pero no sólo por la proliferación de nuevos gimnasios sino porque otras empresas de servicios, de diferentes industrias como gastronomía y hotelería, incrementan las expectativas del consumidor fijando estándares de calidad más altos.

Entonces, el cliente que se acerca al gimnasio espera recibir allí un nivel de atención igual o mejor que el que obtuvo, por ejemplo, la noche anterior cuando fue a cenar al restaurante de la otra cuadra. Pero además de ocuparse de garantizar determinado nivel de servicios, el gimnasio debe vender.

Como cada vez es mayor la oferta, el número de visitas espontáneas a los gimnasios se reduce porque, a diferencia

de años anteriores, el consumidor tiene ahora la posibilidad de elegir entre más opciones. Entonces, **atraer visitantes demanda inversiones cada vez mayores** en marketing.

Por consiguiente, vender es más caro y más difícil. Frente a este escenario, los gimnasios comienzan a **prestarle cada vez más atención a la retención** de sus socios. La mayoría ya sabe que adquirir un nuevo cliente es entre 5 y 8 veces más costoso que conservar a sus actuales miembros.

Para obtener buenos resultados, tanto en ventas como en retención, el gimnasio debe necesariamente contar con una infraestructura de un nivel al menos aceptable. Entre otras cosas necesita buenos equipamientos, atractivos estéticamente y correctos funcionalmente.

Sin embargo, hasta el mejor equipamiento puede convertirse en el peor si el gimnasio no cuenta también con un eficiente grupo de profesionales para atender a sus clientes. La mayoría entiende hoy que a los aparatos los puede adquirir cualquiera que tenga el dinero suficiente, pero **su personal es único**.

¿Por qué vienen?

No están a gusto con sus cuerpos, se sienten fuera de forma, gordos, flacos, con poca masa muscular, buscan amigos... Existen una serie de factores que acercan a una persona hasta un gimnasio a pedir ayuda. **Todos los clientes tienen una necesidad y buscan soluciones** en nuestras empresas.

El **primer contacto** que el cliente tiene con el gimnasio es muy **especial**. Ése es el momento en el que **hay que sorprenderlo**, para que al irse del lugar sienta ganas de regresar al día siguiente a buscar lo que le fue prometido en el mismo instante en que concretó su inscripción: una solución a sus problemas.

Satisfacer a este cliente usualmente no resulta fácil. En general, tiene **muchas expectativas puestas en el gimnasio**, motivo por el cual si recibe menos de lo que espera, se sentirá defraudado y cancelará su membresía. Por el contrario, si está feliz y satisfecho con el servicio, su permanencia está casi garantizada.

Si el gimnasio cumple con las expectativas del cliente y logra su lealtad, inmediatamente se transforma en referencia de buena atención para la persona. Éste es el mayor desafío para cualquier empresa del rubro y serán sus empleados quienes inclinen la balanza en uno u otro sentido.

Los aparatos de gimnasia son objetos inanimados que no tienen la capacidad de transmitir emociones. Por el contrario, los empleados son los que pueden **contagiar diversión y alegría a sus clientes**. Ellos son la cara y la fuerza de su negocio y como tales usted debería cuidarlos y respetarlos.

¿Por qué se van?

También son varias las causas que pueden llevar a una persona a dejar la actividad física. *"Problemas económicos"* es una de las más comunes. Si una persona se quedó sin

empleo, es muy probable que abandone el gimnasio fundamentalmente porque lo considera un gasto superfluo.

Un *"cambio de domicilio"* del socio también puede significar su alejamiento, ya que la mayoría no está dispuesta a trasladarse más de 10 minutos para llegar al gimnasio. Pero uno de los motivos de abandono más comunes es el *"cambio de prioridades"* en el cliente. **El gimnasio deja de ser importante.**

Cuando esto ocurre **el cliente ha perdido motivación** respecto al tipo de actividad que hacía y muchas veces también respecto al profesor. Habrá que crear entonces nuevas actividades y buscar un enfoque distinto para recuperar la atención de este cliente antes de perderlo definitivamente.

La *"inaccessibilidad de los propietarios y gerentes"* también es motivo de abandono (en 5% de los casos) ya que estas figuras son las encargadas de generar relaciones y crear empatía con los clientes. El *"equipamiento fuera de servicio"* y la *"falta de limpieza"* son otros causales de alejamiento de socios.

"Primera Fábrica de Equipamientos Pilates de Argentina"

 **P-equipe**
Técnica de J. Pilates



*Capacitación con
Certificación Universitaria*



Asesoramiento integral para tu emprendimiento

Juan Segundo Fernandez 1318
Local 15. Lomas de San Isidro
CP (1642) Bs. As. Argentina

Tel.: (54 11) 4892-0490
info@p-equipe.com.ar
www.p-equipe.com

Hidro World

FÁBRICA DE SAUNAS



Asesoramiento sin cargo.



Service de todas las marcas.

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



"La superpoblación" también es un gran problema, que no está solamente relacionado con un exceso en el número de clientes, sino también con una mala distribución de los mismos en las distintas franjas horarias del día, así como entre las actividades que ofrece el gimnasio.

Lo más importante a decir en este punto es que dos tercios de los causales de abandono son reversibles y dependen del equipo de profesionales del gimnasio. Sólo un tercio son situaciones que su gente no podrá modificar. Y recuerde: **65% de sus clientes se va por ser tratado en forma indiferente.**

Pero no espere recibir quejas para actuar. Clientes cayados no quiere decir clientes contentos. Las estadísticas señalan que 90% de los miembros cree siempre que el servicio podría mejorarse. Si usted no tiene esto en cuenta a tiempo, sus clientes pueden no darle una oportunidad para mejorar.

Conquistar al cliente

Lograr el objetivo de mejorar su nivel de atención no es fácil y demanda un alto grado de perseverancia así como trabajo duro. Pero quien lo consiga tendrá clientes por mucho tiempo y un brillante porvenir. Para alcanzar esta meta, las siguientes recomendaciones le serán de utilidad:

- **Garantíeles un buen inicio.** Ofrezca un servicio especial de acompañamiento para los primeros días en el gimnasio. Un profesor que informe y despeje las dudas de los recién llegados es garantía de un buen comienzo. El cliente se sentirá respaldado y cuidado.

- **Facilite las cosas.** Haga que la actividad parezca fácil sobre todo al comienzo. Programe para sus clientes nuevos entrenamientos cortos, de no más de 30 minutos cada uno.

- **Programas de integración.** También son para los nuevos clientes y sirven para producir encuentros en los que cada profesor explica cómo funciona su clase o modalidad de trabajo.

- **Controle la asistencia.** Si el cliente no concurre, es preciso llamarlo por teléfono, preguntarle la razón de su ausencia e invitarlo a volver.

- **Premie a sus buenos clientes.** Reconozca con algún presente a quienes son constantes en sus entrenamientos. Pero no les haga ningún descuento. La idea es sumarle valor a su propuesta sin alterar el precio.

- **Controle la frecuencia.** Si el cliente disminuye a la mitad la frecuencia con que asiste al gimnasio, indague qué acontece. Ofrezcale una clase sin costo con un *personal trainer* o una sesión de masajes para motivarlo. No deje que siga disminuyendo su frecuencia de uso.

El primer mes, 40% de los socios **frecuenta** el gimnasio **menos de una vez a la semana**. Se sugiere establecer un **contacto muy intenso** con ellos durante ese periodo inicial. Asegúrese tres o cuatro encuentros en los primeros catorce días. La tercera semana será **crítica** porque es cuando **un tercio de los clientes abandona**.

- **Estimule una mayor participación.** Si el cliente sólo usa el área de aparatos, las chances de que abandone son mayores a que si realiza alguna otra actividad más en el gimnasio. "El cambio" es el mejor ingrediente para estimular a una persona y motivarla.

- **Apueste a la socialización.** Facilite la interacción entre sus clientes. Estos deben hacer amigos dentro del gimnasio para tener con éste algún tipo de vinculación emocional y



www.mtdgym.com.ar

Con palanca de acero super reforzada \$1.060
Calidad garantizada

Ficha Técnica

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



Moderno Indoor Bike



Caminador elíptico profesional

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

afectiva. Si sus socios no conocen a nadie en el lugar, se sentirán perdidos e incómodos.

Organice desayunos, fiestas, competencias, caminatas, etc. para promover la formación de amistades. Cree espacios que estimulen el contacto entre socios: una mesa de metegol, unos sillones, etc. Si el cliente se divierte con amigos, le será más difícil abandonar el gym.

- **Genere referidos.** Cada vez que alguien se inscriba, obséquiele una invitación -con fecha de vencimiento- para que un amigo vaya a conocer el lugar. Haga lo mismo con aquellos socios que frecuentan hace tiempo el gimnasio. Llame a esos invitados y programe sus visitas.

- **Establezca contactos pro activos.** Que el cliente sepa que puede recurrir al personal cuando quiera y que siempre obtendrá una solución.

En resumen, si puede, asegúrese de poner en marcha el siguiente proceso en su empresa:

- En primer lugar, todo comienza con **la relación entre el cliente y el gimnasio**. Asegúrese de obtener 4 visitas suyas en los primeros 14 días. Organice esos encuentros con antelación.

- **Después del primer mes**, asegure un contacto por semana con este cliente para luego reducirlo a un contacto por mes. Los empleados tienen que estar consustanciados con ese procedimiento.

- **Su gerente debe ser accesible.** La persona a cargo tiene que estar disponible para los clientes, una o dos horas al día.

- **Ambientes agradables y atractivos.** El objetivo es que los usuarios desarrollen una relación de tipo emocional con el gimnasio para que sientan deseos de volver al día siguiente.

- **Atienda las sugerencias de clientes y responda sus consultas rápidamente.** No hace falta hacer todo lo que ellos piden, pero sí es importante darles una respuesta tan rápido como sea posible.

- **Fortalezca la imagen del gimnasio.** Consolide la relación empresa-personal-clientes, mediante campañas de marketing interno y externo.

La satisfacción de las necesidades de sus clientes es un proceso continuo, que se inicia en su primera visita y se perpetúa mientras dura la relación con estos. Si su staff trabaja con ganas, entusiasmo y alegría, **creando momentos mágicos para los clientes todos los días**, estos permanecerán en el gimnasio.

Un cliente satisfecho será el **principal vendedor de su empresa** y quien lo recomiende con mayor fervor y convicción. El 65% de los consumidores consulta a sus amigos antes de adquirir un producto o de contratar un servicio. La comunicación boca en boca reemplaza la experiencia directa del producto.

Sus clientes llegarán a su gimnasio por diversos motivos, pero se van a quedar allí fundamentalmente por dos razones: **diversión y amistades**. Cualquier competidor puede imitar su arquitectura, comprar sus mismos equipamientos y hasta ofrecer servicios parecidos a los suyos. Pero **ninguno logrará copiar la relación que usted haya logrado establecer con sus clientes.** ■

(*) Profesor de Educación Física con posgrado en Administración de Empresas, consultor de FitBiz y coach de Impact Training, firma especializada en ventas para gimnasios.

Este artículo forma parte del libro G2, un compilado de los conceptos más importantes desarrollados por especialistas nacionales e internacionales durante las Conferencias Mercado Fitness desde 2005 hasta 2007.



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

“Educación, pasión y ganas de ayudar a la gente”

Estos son los atributos necesarios para ser un gerente exitoso en esta industria, según David Patchell-Evans, presidente y fundador de Goodlife Fitness Clubs, la cadena de gimnasios líder de Canadá. Su compañía emplea hoy 6000 colaboradores, tiene 400 mil socios y más de 160 unidades.

David Patchell-Evans no es un ejecutivo común y corriente. No le gustan los títulos formales y prefiere que lo llamen “Patch”, como lo hacen sus amigos y familiares. Nació el 26 de octubre de 1953, mide 1,95 mts de altura y pesa 93 kilos. Se graduó en Educación Física en la **Universidad de Western Ontario** (Canadá).

Patch construyó su carrera y su empresa haciendo las cosas de una manera diferente de la mayoría. “En este negocio, la gente no desea ver un típico gerente, quieren ver un líder”, asegura. Este empresario lidera hoy un equipo de **6000 colaboradores, que atienden 400 mil clientes en más de 160 gimnasios** en todo Canadá.

Descubrió su pasión por la actividad física a los 19 años de edad cuando tuvo que encarar un programa de rehabilitación para recuperarse de un accidente en motocicleta. Pero su interés se profundizó aún más al comenzar a competir para el equipo nacional de remo. Fue campeón canadiense de este deporte en 5 oportunidades.

En 1979, dejó la maestría en educación física que estaba realizando para comprar su primer gimnasio con dinero que había ganado quitando nieve de chimeneas, techos y veredas. Su primer club, en London (Canadá), tenía 600 m². En la actualidad, **Goodlife Fitness Clubs** es sin duda la empresa líder de la industria canadiense. Desde su creación, sus ingresos han experimentado un crecimiento anual del orden del 25 por ciento. El objetivo de la firma es alcanzar los 200 gimnasios en 2009.

David PatchellEvans



WHIRLY CYCLE

Desde 1998 la mejor bicicleta importada del mercado... al mejor precio...!!!

WHIRLY CYCLE
“la bicicleta original de Indoor Cycle”

San Martin 645 • Capital Federal
Contáctenos por mail: a_olivera@fibertel.com.ar
o al 15-5578-1001. Sr. Alfredo Olivera

Patch es reconocido como el emprendedor más exitoso de la industria en su país y se ha convertido en millonario a fuerza de trabajo y pasión. Su empresa Goodlife fue ganadora 3 años consecutivos -2003, 2004 y 2005- del certamen **Las 50 Empresas Mejor Gerenciadas de Canadá** y también ha obtenido el premio Consumer Choice (Elección de los Consumidores) en Toronto y Otawa desde 2001.

Además, en 2006 Patch fue elegido como el *Ejecutivo Más Innovador* del año por un panel de expertos de la revista *Business Canada*. Y en 2007, recibió la medalla de honor de la **Asociación Médica de Canadá**, la distinción más importante que un profesional no médico puede recibir en ese país.

Patch es conferencista internacional: ha dado charlas en Alemania, Inglaterra, Australia, España y Estados Unidos. Su libro "Living the Good Life" (Viviendo la Buena Vida) lleva más de 600 mil copias vendidas en inglés y ya se ha publicado en francés también, bajo el título *Vivez Pleinement Votre Vie*.

En este reportaje exclusivo con **Mercado Fitness**, este exitoso empresario comparte su visión sobre la industria de gimnasios, identifica a las principales amenazas y desafíos que enfrenta el sector y revela cuál es el secreto del éxito en este negocio.

MF: ¿Cómo describiría al mercado canadiense de gimnasios?

DPE: Canadá tiene 33 millones de habitantes y una vasta geografía. Goodlife domina el mercado ampliamente: 1 de cada 80 canadienses es miembro de nuestra red. En abril de 2009 vamos a cumplir 30 años en esta industria y tenemos ya más de 160 clubes diseminados desde la costa oeste a la costa este de nuestro país.

MF: ¿Cuáles son las principales amenazas que enfrentan como industria?

DPE: Actualmente estamos luchando contra el Arancel #6 que el Gobierno quiere imponernos. Si éste es finalmente retroactivo al 1 de enero de 2008, por cualquier tipo de música que usemos en nuestros gimnasios, deberíamos pagar este año un impuesto equivalente al 5 por ciento de nuestros ingresos brutos. Esto significaría un incremento de 3000 por ciento respecto de lo que pagábamos hasta ahora.

Sin duda, una medida así va a destruir los márgenes de ganancias de muchas empresas del sector del fitness, obligándolas a cerrar sus puertas. En fin, ya tenemos abogados trabajando en esto. De hecho, Australia está



FENIX Machines[®]
REPUESTOS & ACCESORIOS PARA EQUIPAMIENTOS DE MUSCULACIÓN E INDOOR CYCLE



REPUESTOS PARA EQUIPOS DE MÉTODO PILATES

Garantía en todos los artículos

Entrega inmediata en todo el País

Felipe Amoedo 2515 | Quilmes | Bs. As. | Argentina
C.P. 1878 | Te: (54-11) 4200-1444 | id: 301*1931
Cel.: 156-593-7320
E-mail: info@fenixmachines.com.ar
Site: www.fenixmachines.com.ar

en la actualidad llevando adelante una batalla legal similar por el mismo asunto.

Por otro lado, algunas leyes de protección del consumidor, que son específicas en cada provincia, están ocasionando que el marketing y la contratación de personal sean más trabajosos o costosos para empresas con presencia en todo el país como la nuestra.

Además, la Asociación Cristiana de Jóvenes y otros Centros de Fitness Comunitarios siguen siendo subsidiados. Esto genera una competencia desleal ya que usualmente sus precios son iguales o inclusive más altos que los nuestros. Además, no atienden al segmento más carenciado de la población, como supuestamente deberían hacerlo. Por ejemplo, hay gimnasios de las fuerzas armadas que costaron millones de dólares y hoy ofrecen membresías a ciudadanos civiles dentro de sus comunidades.

MF: En su opinión, ¿cuáles son las habilidades necesarias en un gerente de un gimnasio para ser exitoso?

DPE: Las habilidades pueden aprenderse. Lo que un geren-



te o empresario de nuestro sector necesita es educación, pasión por su trabajo, y sobre todo un interés genuino por ayudar a la gente a hacer de la actividad física una parte importante de sus vidas para que entiendan sus beneficios de largo plazo.

MF: ¿Cuáles son los ingredientes clave para lograr una buena rentabilidad en este negocio?

DPE: Sin dudas, la retención tanto del staff de colaboradores como de los miembros.

MF: ¿Cuál es la tarea más difícil que le toca realizar en su día a día?

DPE: Ninguna de mis actividades diarias son difíciles. Yo creo que uno no debería querer una vida fácil, sino una interesante. Tu actitud puede ser controlada y es en verdad la actitud de uno la que determina el rumbo de cada día. Por eso, con muy pocas excepciones, la mayoría de mis días son únicos y muy interesantes. Soy un apasionado por ayudar a la población de Canadá a ponerse en forma.

MF: Desde su punto de vista, ¿que hacen mal, la mayor parte del tiempo, los propietarios y gerentes del sector?

DPE: Cuando se enfocan sólo en los aspectos operativos del negocio y privilegian estos por encima de las necesidades de sus clientes, entonces sus tasas de retención se convierten en un problema para ellos.

MF: ¿Los pequeños clubes independientes pueden tener éxito frente al avance de las grandes cadenas?

DPE: Creo que la competencia es saludable para todo el

Resérvelo Ya

UNICOS IMPORTADORES

Shake Fit Massage

ARO DE PILATES, el original

deportsalud the wellness shop

CRAZY FIT MASSAGE

Av. Maipú - Vicente López - 1638 - BsAs - 5411 4797-4231
ventas@deportsalud.com

mundo, incluidos los clubes pequeños que son bien manejados y se mantienen enfocados en sus clientes, como en verdad todos deberíamos hacerlo. Creo que hay un nicho de mercado para todo el mundo, considerando que todavía 80 por ciento de la población no hace actividad física o no es miembro de un gimnasio. Lo que sí lastima realmente al sector son los empresarios de fitness poco éticos que aún existen en el mercado.

MF: ¿Qué opina de los circuitos de 30 minutos?

DPE: Soy un convencido de que el fitness es simple y requiere sólo de 20 a 30 minutos, tres veces por semana. De hecho, muchos de nuestros socios entrenan bajo esa modalidad.

MF: ¿Cuáles son los principales desafíos que la industria enfrenta?

DPE: La política fiscal del gobierno. La competencia desleal. Y lograr que la mayoría de la población entienda los peligros que conlleva el sedentarismo.

MF: ¿Cómo cree que será nuestra industria dentro de 10 años?

DPE: En Canadá, al igual que en muchos otros países, la demografía está cambiando y el segmento de adultos está ganando cada vez mayor importancia. Por lo tanto, vamos a tener que adaptar nuestros servicios para responder a sus necesidades, que son diferentes de las del resto del mercado.

MF: ¿Qué consejo le daría a alguien que tiene un gimnasio en nuestra región y está leyendo este reportaje?

DPE: Que sepan cuáles son sus principios, en qué creen, y en función de ello definan su cultura corporativa porque nadie va a poder copiar eso. Fijen objetivos de largo plazo. Planifiquen los procesos para alcanzarlos. Y contraten a la gente apropiada.

MF: ¿Ha considerado invertir en Latinoamérica?

DPE: La verdad es que no, ya que nuestro foco está puesto fundamentalmente en Canadá.

MF: ¿Qué sabe acerca de la industria en nuestra región?

DPE: Formo parte del directorio de IHRSA, que es un entidad que representa a 72 países de todo el planeta. Conozco las estadísticas sobre Latinoamérica que ellos publican en su Reporte Global. Además, me han invitado como orador a Brasil pero debido a la distancia y los tiempos de traslado, aún no hemos logrado concretar un viaje mío a ese país. No obstante, me encantaría algún día conocer algunas partes de América latina. ■

FITNESS SHOP

www.fitness-shop.com.ar



EQUIPAMIENTO DE HOGAR
Y PROFESIONALES
ACCESORIOS DE BOX - FITNESS
TENNIS - PADDLE - JOCKEY
NATACION - BASQUET - FUTBOL
INDUMENTARIA DEPORTIVA
SUPLEMENTOS NUTRICIONALES

VENTA FABRICACION Y DISTRIBUCION
POR MAYOR Y MENOR

**SUDAMERICAN
FITNESS**



Construidas en caño de 2 y 2,5mm. Registros que permiten varios ángulos de trabajos. Todos los movimientos de los ejes, montados íntegramente sobre cajas de rulemanes de primera calidad. Tapizados de alta densidad. Pintura horneada de alta resistencia a los golpes.
Garantía 1 año con 3 service sin cargo durante el mismo.

Universal
Nutrition

SUDAMERICAN
FITNESS

SPORT
NUTRITION

SPEEDO

EVERLAST

RANDERS

BOBBY
SCULPT

Wilson

Alberti 1687 - 0223 451 2073
Catamarca 1663 - 0223 491 0739
Mar Del Plata - ARGENTINA



Por David Minton (*)

La ventaja comercial de

Reducción de costos operativos, optimización de procesos, aumento de beneficios y premios para los clientes, son algunas de las ventajas que han logrado numerosas empresas británicas de transporte aéreo al realizar alianzas. Esto podría ser efectivo también para el sector del fitness.

Fomentar la participación de nuestros clientes a través de alianzas comerciales con terceros, como por ejemplo lo viene haciendo hace un tiempo la industria del transporte aéreo, podría ser una efectiva estrategia comercial también dentro del sector de clubes y gimnasios, tanto en Gran Bretaña como en el resto del planeta.

Las 40 principales compañías aéreas y algunos pequeños operadores trabajan juntos para mejorar su industria: reduciendo costos de operación, aumentando las recompensas para sus clientes e incrementando la participación de estos. Agrupadas en tres poderosas alianzas; **-Star Alliance, Sky Team y OneWorld-**, juntas llevaron la mitad

del total de pasajeros de la industria aérea en 2006.

Aunque se trata de un sector altamente competitivo, hace poco tiempo -entre ocho a diez años- que las empresas de transporte aéreo ven la ventaja comercial de trabajar mediante alianzas. ¿Pero, cuál es el beneficio de aliarse

Deluxe Carga Cardio Vascular **ECONLINE** **Body & Exercise Plans**

FITNESS GYM
Equipamiento Integral para Gimnasios
www.maquinasdegimnasios.com.ar

Multicadenera Simple
Línea **Deluxe**

Resistencia Cero
"CINTA PROFESIONAL USO INTENSIVO"

3 HP RC - 07

3 HP Titano

Cintas mínimo anticipo y financiación.

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

Elíptico doble acción

Elíptico c/regulación

Av. Centenario N° 3539 - Quilmes - (B1878EKJ) - Bs.As. - Argentina. Tel/Fax: (5411) 4278-2885 - mail:fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar

hacer alianzas

con un competidor? ¿Podría funcionar una alianza en la industria del fitness?

Las compañías aéreas, que son miembros de alianzas, cooperan entre sí en la programación de vuelos y emisión de tickets, lo cual las ayuda a ser más eficientes. Además, reducen costos mediante las compras a granel, la publicidad, el desarrollo de tecnología y el intercambio de información.

Por su parte, el cliente recibe los beneficios como viajero frecuente de esta alianza y comparte los salones especiales en los aeropuertos de todo el

mundo, lo cual fortalece su lealtad hacia las marcas que son parte de la alianza.

El año pasado volé a Japón y tuve que hacer un cambio programado de compañía aérea en Singapur. No fue casual que sólo debí realizar una corta caminata dentro la misma terminal aérea para tomar mi próximo vuelo, que salía con 40 minutos de diferencia. Estaba todo perfectamente coordinado. Se estima que para el año 2016 más de 80 por ciento de los viajeros aéreos estarán cubiertos por una alianza.



Más frecuencia, mejor

El objetivo común de las compañías aéreas es: "Obtener un mayor número de personas, que vuelen a más lugares, con más frecuencia". Sucede que los asientos vacíos afectan negativamente el nivel de ocupación de la aeronave. Por ende, para mantener una alta ocupación en los vuelos, premian la fidelidad e incentivan la participación de sus clientes, aún cuando deban regalar asientos.



IdentifyCard
Control y Gestión de Accesos


Nuestro Sistema de Gestión, Administración y Control de Acceso se utiliza en las mejores Cadenas de Gimnasios de Argentina.

En nuestro 10º Aniversario


Llamanos !!
4524-3896


Te lo bonificamos hasta en un **100 %**

Pedro I. Rivera 4732 | Buenos Aires | Argentina
TE (54 11) 4524-3896 | 4522-8052
info@identifycard.com.ar | www.identifycard.com.ar



PILATESLAND®
Fábrica y Venta de Equipos
Línea Completa de Equipamiento





Córdoba - Argentina: (54) 3541 436645
info@pilatesland.com
www.pilatesland.com



Por el contrario, en la industria del fitness la idea de premiar a los clientes que más veces usen el gimnasio no es del todo aceptada aún. Sin embargo, con los gimnasios sucede algo parecido que con los aviones: **la mayoría de sus costos son fijos y tienen ociosidad durante parte del día.** Por lo tanto, no sería insensato trabajar para que sus clientes aumenten su frecuencia de uso.

A pesar de que yo sólo puedo utilizar un gimnasio a la vez, al igual que sólo puedo volar en un avión por vez, muchas empresas de fitness desalientan cualquier interés que podamos tener los usuarios en aumentar nuestro uso del servicio. De hecho, algunas cobran cargos adicionales para frecuentar otra unidad dentro de una misma red de gimnasios, por ejemplo, el fin de semana o durante un viaje.

Hay algunas excepciones notables como la política de **"se inscribe en uno, se inscribe en todos"** que sostiene JJB's. El "modelo radial" -un gran club con servicios integrales forma alianzas con gimnasios más pequeños y las sinergias fluyen ampliando los beneficios para los clientes- lleva algún tiempo en la industria del fitness, pero aún estoy esperando encontrar un ejemplo que funcione bien.

La pertenencia es importante y los miembros suelen estar orgullosos de mostrar en público el logotipo de la alianza aérea de la que son parte. Además, siempre está el recordatorio verbal antes de un despegue: "Una bienvenida especial hoy a nuestros socios de la alianza *One World*". ¿Los gimnasios sienten el mismo orgullo hacia **FIA, IHRSA** u otra placa de membresía? ¿Sus miembros lo saben y lo valoran?

En esta instancia es importante recordar que si va a recompensar a sus clientes más leales, entonces necesitará saber más acerca de ellos. **British Airways**, por ejemplo, sabe exactamente qué viajes hará durante 2008. Pero no sabe sobre el viaje que hará en el tren Eurostar. Como en cualquier relación, nunca puedes compartir todo con la otra parte para evitar que se pierda el factor sorpresa. ■

(*) Director de Leisure Database Company.

BBDO


SABORES A  LIMÓN  MANDARINA  MANZANA



 NUEVA PROPEL BY GATORADE
0% CALORÍAS CON ANTIOXIDANTES.



Es 0% calorías. Y además
contiene antioxidantes, que ayudan
a eliminar radicales libres,
moléculas que pueden dañar tus células.
Así protegés tu cuerpo y tu piel.

PROBÁ PROPEL. TE RENUEVA. 

Alimento líquido dietético a base de sales con 28mg% de sodio y 13mg% de potasio; sabores a limón, mandarina y manzana; fuente de antioxidantes: vitamina C y E. Gatorade y Propel son marcas registradas de Stokely-Van Camp, Inc.



RANDERS®

GANATE LA NUEVA CINTA 563 R3 CON DECLINACION



PROMOCIÓN VÁLIDA SOLO PARA PROPIETARIOS DE GIMNASIOS. PARA PARTICIPAR, ES NECESARIO ENVIAR LOS DATOS DEL GIMNASIO (NOMBRE, DIRECCIÓN, TELÉFONO, MAIL) + LOS DATOS PERSONALES DEL PROPIETARIO (NOMBRE Y APELLIDO) JUNTO CON LA FOTO A INFO@RANDERS.COM.AR ANTES DEL 14/11/08.

JUNTO A LA RESPUESTA DE LA RECEPCIÓN CORRECTA DEL MAIL, SE ENVIARÁ UN NÚMERO CON EL CUAL SE PARTICIPARÁ DEL SORTEO A REALIZARSE EL DÍA 21/11/08 (LA METODOLOGÍA SE EXPLICARÁ EN EL MISMO MAIL).

PARA PARTICIPAR ENVIANOS UNA FOTO DE UN PRODUCTO **RANDERS EMBREEX** QUE SE USE EN TU GIMNASIO A INFO@RANDERS.COM.AR



www.randers.com.ar

CONSULTÁ POR EL REPRESENTANTE MAS CERCANO A TU GIMNASIO



RANDERS®

NUEVO



563 R1

LINEA PROFESIONAL



ARG-570



ARG-550EXO

NUEVO



ARG-575TXO/TX1

es tiempo
de estar
bien

EL PRECIO
MAS BAJO
DEL MERCADO



889 SP



210



362



380



580



370



ARG-340



ARG-360



ARG-204



T-32



T-40



T-50



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



Por Dr. Daniel Benelbas (*)

APTO MÉDICO OBLIGATORIO

Alcances de la *responsabilidad*

Una de las problemáticas que más afecta la vida cotidiana de los gimnasios en Buenos Aires radica en la obligatoriedad de solicitar el apto médico a sus socios. Conozca qué responsabilidades le competen frente al incumplimiento de dicho requerimiento, según los diferentes escenarios.

La normativa n° 139, vigente en la Ciudad de Buenos Aires (Argentina), establece la obligación para todo gimnasio de exigir a sus usuarios un certificado de aptitud física, extendido por un profesional médico con título y matrícula habilitada. Dicho certificado tendrá una validez de un año a partir de la fecha de su otorgamiento. En él deberá constar el tipo de actividad física que podrá realizar la persona, según el criterio del profesional y en virtud de los exámenes que éste consideró convenientes realizar.

Por otra parte, los gimnasios tendrán que mantener en archivo permanente los certificados de aptitud física de sus socios, además de controlar y de exigir su renovación, no permitiendo la práctica de actividades físicas a aquellas personas que no posean el certificado vigente.

Sin embargo, son públicas y notorias las serias dificultades que generalmente afrontan los gimnasios para lograr que sus miembros cumplan con la entrega de dicho certificado médico. De hecho, el porcentaje de certificados recibidos por los gimnasios resulta ínfimo frente al total de usuarios activos.

Esta situación no sorprende, si se tienen en cuenta estudios recientes, con base en relevamientos privados y oficiales -financiados por la Organización de las Naciones Unidas- que demuestran que un número mayoritario de la población no concurre a consultas médicas ya no como método

de control o prevención sino, incluso, cuando existen dolencias o problemas físicos manifiestos.

En la práctica cotidiana, los gimnasios muchas veces consenten el incumplimiento de sus clientes, ya sea para evitar una situación incómoda al negarles su ingreso o por la confianza que el trato diario ha generado. Lo cierto es que con frecuencia se permite la práctica deportiva a personas que no han presentado sus aptos médicos, y esto puede traer serias consecuencias al gimnasio.

Las consecuencias

En primer lugar, es claro que un gimnasio en dichas circunstancias se encuentra ante un evidente incumplimiento de la normativa vigente en la Ciudad de Buenos Aires. En consecuencia, una eventual inspección que constate la presencia de uno o de varios usuarios sin sus respectivos certificados médicos, motivará un sumario administrativo que podrá significar para el gimnasio una multa económica y/o la clausura del mismo, según el caso.

Pero la situación más preocupante se desencadena cuando un socio que no presentó su apto médico sufre un accidente en el gimnasio. En el peor escenario, supongamos que un cliente fallece por muerte súbita o por un paro cardiorrespiratorio durante una clase. ¿Es responsable de esa muerte el gimnasio por el solo hecho de no haberle exigido a ese socio el certificado médico?



Incorpore un nuevo concepto del wellness orientado al bienestar y la salud en su gimnasio

CARTHAGE
Prestigia su gimnasio

Desarrolle una exclusiva unidad de negocio.
Capacitación profesional.

Solicite un asesor: (5411) 4961-6942 / (5411) 4962-7473 www.carthagebeauty.com

del gimnasio

El caso no tiene una respuesta universal aplicable a todas las situaciones, sino que habrá que analizar sus características particulares.

La trasgresión a un reglamento en principio no configuraría por sí sola una causa eficiente generadora de responsabilidad para el gimnasio. Para que esto ocurra debería comprobarse, en forma concreta y precisa, una vinculación causa-efecto entre el fallecimiento del socio y el ejercicio físico que éste realizó en el gimnasio. Es decir que la muerte de la persona debió ser producto de una dolencia que podría haberse detectado mediante el chequeo de rutina que se realiza para otorgar el certificado de aptitud. Más aún, si al realizar su actividad física, o en forma previa a ella, la persona nunca manifestó un cuadro de dolor o crisis alguna.

Sin embargo, puede ser discutible la responsabilidad del gimnasio por la omisión de exigir el certificado en aquellas situaciones en que las causas de muerte del socio se debieron a ciertas patologías como la cardiopatía isquémica (en la cual los resultados de la exploración física de los pacientes pueden ser totalmente normales, al igual que los análisis básicos y la radiografía de tórax), porque en este caso nada permite suponer que mediante el chequeo de rutina se hubiera podido advertir el mal que aquejaba al usuario.

Conclusiones

Entonces, el incumplimiento de la normativa relativa al apto médico obligatorio no necesariamente generará una responsabilidad civil para el gimnasio, pero actuar de esta manera siempre dará lugar a situaciones de riesgo que es mejor evitar. Por lo tanto, el consejo es estar cubiertos y ser precavidos.

Entonces resulta prioritario que, en cumplimiento de la disposición legal vigente -que ya ha comenzado a replicarse en otras ciudades de la Argentina- cada gimnasio requiera a sus usuarios la presentación del certificado de aptitud física, al inscribirse por primera vez, y eventualmente solicitar su renovación en el plazo correspondiente.

Más allá de la reglamentación en cuestión, éste es un aspecto que tiene que ver con la responsabilidad social del gimnasio como entidad promotora de salud y calidad de vida. ■

(*) Integrante del Estudio Kon & Asociados-Abogados. Asesores de la Cámara de Gimnasios de la Argentina. benelbas@estudiokon.com.ar



SPORT MAX

FABRICACIÓN // IMPORTACIÓN // DISTRIBUCIÓN

USTED MERECE LO MEJOR



CINTA JP5



SILLÓN DE CUÁDRICEPS



CINTA MT8

Con el respaldo de:



Omar Vetrano S.A.C.I.F.I.
Pablo Speroni
Caicotrade S.A.

Cabildo 692 (1870) - Avellaneda - Pcia. Bs. As. - Argentina

Tel/Fax:(54 11) 4208-6531/1393/ 4203/4465

vetrano@vetrano.com.ar - www.vetrano.com.ar



Gimnasia en píldoras, ¿será posible?



Descubren en Estados Unidos dos fármacos que parecen tener la capacidad de generar músculos, aumentar el rendimiento físico e, inclusive, quemar grasa. Hasta el momento sólo fueron probados en ratones.

Obtener los beneficios fisiológicos de la actividad física sin tener que mover un músculo del cuerpo sería posible gracias a los hallazgos de un grupo de científicos norteamericanos, según informó la revista científica Cell.

Investigadores del Instituto Salk para Estudios Biológicos de California y del Instituto Médico Howard Hughes indican que los fármacos AICAR y GW1516, probados

en ratones, desencadenan muchos de los efectos fisiológicos del ejercicio: contribuyen a que las células musculares aumenten su rendimiento y mejoran la capacidad del cuerpo de quemar grasas. Ambas sustancias acceden al gen "PPAR delta", que regula el metabolismo y el desarrollo muscular.

Ratones sedentarios que recibieron AICAR durante cuatro semanas quemaron más calorías y tuvieron menos grasa que los ratones sin tratar. Y puestos a prueba en una rueda sinfín, corrieron una distancia 44 por ciento mayor y 23 por ciento más tiempo que sus pares sin tratamiento. "Tenemos la gimnasia en una píldora", asegura **Ron Evans**, uno de los autores del informe. Según este científico, "se puede tomar un fármaco e imitar químicamente el ejercicio físico".

En tanto que el fármaco GW1516 fue suministrado a ratones sometidos a un régimen regular de ejercicios. Cada animal tenía que correr en una cinta sin fin durante al menos 50 minutos, y con este fármaco lograron mejorar entre los más activos la resistencia -77 por ciento- y la fibra muscular -38 por ciento-.

En el informe divulgado por la revista Cell, los investigadores indican que el potencial de los fármacos va mucho más allá del combate a la obesidad y el cansancio. También podrían ayudar en el tratamiento de enfermedades musculares, a pacientes que por problemas físicos no pueden realizar ejercicios, a personas con discapacidades y a quienes sufren trastornos metabólicos o distrofia muscular.

Pero estos fármacos ya generaron controversias. De hecho, Evans notó que las drogas podrían resultar irresistibles para los atletas profesionales que buscan una ventaja ilegal. Por tal motivo su equipo de investigación ha desarrollado pruebas de detección de su uso para la Agencia Mundial de Antidopping. ■

Fuentes: Associated Press / www.aldiatx.com / www.ansa.it

*Diseño, calidad
y el mejor precio del mercado*

XFIT

Cinta Profesional
Motor 3Hp C.A
6 Prog. Preestablecidos

- Bicicletas
- Escalador
- Eliptico
- Máquinas y bancos para Musculación
- Accesorios

PROMO LANZAMIENTO
11 Bicicletas Indoor
+
Tarima para profe
\$ 10.800

Bicicleta Indoor

www.xfit.com.ar E-mail info@xfit.com.ar
Av. Remedios de Escalada 3090 V. Alsina
Lanús Oeste CP 1822 Tel 011 4208-1480

PRECOR



Escalar. Dar zancadas. Hacer pasos largos, cortos. Hacia arriba, hacia abajo.

Resistente. Más resistente. Hacia adelante. Hacia atrás. Repetir.

Entréguele a sus miembros la experiencia más novedosa del mercado con el Adaptive Motion Trainer™ (AMT) de Precor. Más que cualquier otro equipamiento de cardio, éste se adapta y responde a la manera en que usted se mueve para obtener un mejor entrenamiento. El nuevo AMT. Prepárese para una experiencia de movimiento al ejercitar.

El nuevo AMT.™ Experimente usted mismo el Adaptive Motion Trainer. | precor.com

AQUAJIG llega a SportClub



Con la reciente llegada de la primavera, los socios de SportClub Unicenter comenzaron a disfrutar de las bicicletas acuáticas de **JIG Argentina**, tomando clases de Aqua Cycle que están a cargo de

Cristina Barcala. "Llegar a uno de los gimnasios más importantes del país es muy bueno para que esta actividad se difunda", expresa **Ignacio Testi**, titular de JIG.

Las bicicletas acuáticas de la marca ya están dando además sus primeros pasos en otras provincias del país como Córdoba, en el Instituto cardiovascular Aqua+; en Santa Fe, en el centro de estética CER; y en Misiones. "También tenemos presencia internacional en un gimnasio de Cancún (México)", comenta Testi.

Más información en www.jigargentina.com.ar

Aniversario de Cuerpo & Mente

Surgida en 1985, la revista **Cuerpo & Mente en Deportes** acaba de cumplir 23 años de vida y 250 ediciones. "Nacimos buscando darle al deporte el lugar que se merece, como parte fundamental del bienestar y la calidad de vida de la gente", sostiene **Fabio D'Andrea**, editor de la revista.

Los próximos pasos tienen que ver con la creación de nuevos suplementos que acompañarán a la revista, sobre carreras de aventura y deportes extremos. Además, en el corto plazo lanzarán la revista de **Pilates Journal** de manera bimestral.

Para mantenernos informados, para conocer más, para aprender, para mejorar, para crecer, envíanos tus novedades y noticias con fotografías (si es posible) a noticias@mercadofitness.com o cargalas vía web en www.mercadofitness.com.ar

FINANCIAMOS

TUS CREDIT

SUEÑOS

Equipá hoy el gimnasio que siempre soñaste,
pagalo en 6, 12 y 18 cuotas
 Aprovechá nuestros planes de financiación.

con el respaldo de
GERBOSPORT Showroom:
 Ricardo Gutierrez 3233 | Tel: +54 (011) 4504-3466
 Av. Nazca 1932 | Tel: +54 (011) 4581-3065

info@gerbosport.com.ar | www.gerbosport.com.ar

Curso de Gestión de Gimnasios

Del 18 al 21 de septiembre se llevó a cabo el último módulo de la cuarta edición del **Curso de Gestión Estratégica de Gimnasios** organizado por **FitBiz Institute** y dictado por los consultores brasileños **Luis Amoroso** y **Ricardo Cruz**.

Desde su primera edición en marzo de 2007, casi un centenar de propietarios y administradores de clubes y gimnasios, así como emprendedores del fitness, realizaron esta capacitación.

El curso tiene una duración de 60 horas y abarca las siguientes unidades temáticas: administración estratégica, gestión financiera, recursos humanos, ventas, retención, marketing, liderazgo y arquitectura. Para más información visitar www.fitbiz.com.ar/fitbiz_institute o llamar a los teléfonos (001) 4115-3524 / 25

Ulises Monumental 6



Los próximos días 15 y 16 de noviembre se realizará la convención internacional de fitness **Ulises Monumental 6 (UM6)**, en MACABI Tucumán 3135, Capital Federal. El evento dispondrá de varios salones donde se dictarán clases y workshops en forma simultánea. Además se realizará una Fitness Expo de entrada gratuita.

Entre los profesionales convocados estarán presentes: Ulises Puiggrós, Anabella Ciencia, Romina Samelnik, Kanae Takegahara (Japón), Lorena Martín, Marcelo Fazio, Verónica Ponieman, Adrián Andreani, Michi Ciaburri y Diana Bustamante.

Hasta el 31 de octubre el costo para participar ambos días es de 85 pesos (28 dólares), y por una sola jornada 75 pesos (24,5 dólares). Para más información llamar al teléfono (011) 4784-1074.

Taller de Fitness en Corrientes

El 11 y 12 de octubre próximo se llevará a cabo en la ciudad de Corrientes el primer **Taller de Fitness de Entrenamiento Cardiovascular**, dirigido a profesores de educación física, instructores de musculación, aeróbica, pilates, artes marciales y entrenadores físicos. El mismo se desarrollará en el salón auditorio de la Universidad de la Cuenca del Plata.

Las temáticas a tratar son: cardiofitness (evaluación global y testeo), resucitación cardiopulmonar (RCP), monitores de frecuencia cardiaca, nutrición y deporte. El taller cuenta con el auspicio de la Asociación de Gimnasios de Corrientes, Gatorade, el laboratorio Temis Lostaló, Show Sport y empresas locales.

Para más información escribir a leclub_gym@hotmail.com



SPORT MAX

FABRICACIÓN // IMPORTACIÓN // DISTRIBUCIÓN

EL FUTURO A VALOR NACIONAL



BICEPS



**INDOOR
CYCLE**



VERTICAL

Con el respaldo de:



Omar Vetrano S.A.C.I.F.I.
Pablo Speroni
Caicotrade S.A.

Cabildo 692 (1870) - Avellaneda - Pcia. Bs. As. - Argentina

Tel/Fax:(54 11) 4208-6531/1393/ 4203/4465

vetrano@vetrano.com.ar - www.vetrano.com.ar

Pilates Millennium



Desde hace 6 meses, **Equipamientos Millennium** desarrolla su línea de equipos de pilates compuesta por reformer, trapecio, ladel barrel y chair. "En este corto tiempo hemos vendido mucho a nuestros propios clientes y también sumamos nuevos", asegura **Julio Ventura**, titular de la empresa. Además de aparatos de pilates, Millennium fabrica en su planta de Sarandí (Gran Buenos Aires): bicicletas de indoor y máquinas de musculación de las líneas Sport, Platinum y Hammer Platinum. Más información en www.equipmillennium.com

Mir lanzó su colección 2008-2009



El pasado 29 de agosto la empresa **Mir Fitness** lanzó su colección 2008-2009 en el boliche La Diosa, ubicada en el Complejo Costa Salguero de Buenos Aires. Los invitados disfrutaron de shows, desfiles y una fiesta que coronó la noche del evento.

"La presentación superó nuestras expectativas, tuvimos una gran convocatoria y las ventas fueron muy buenas", señala **Martín Miranda**, socio-gerente de la empresa. Además, el empresario destacó el apoyo reci-



bido por la **CAPIW** (Cámara Argentina de Proveedores de la Industria del Wellness) en la organización del evento.

Mir es una empresa familiar, con más de 15 años en el mercado del fitness profesional y hogareño. Su oferta de productos está compuesta por una amplia gama de accesorios de fitness y de ropa deportiva. La empresa comercializa sus productos en todo el territorio nacional y exporta a España, Bélgica, Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Más información visitar www.mirfitness.com.ar

AQUAJIG

Presentamos la primera bicicleta fija del mercado para clases grupales en el agua.

- :: Hecha 100% en acero inoxidable.
- :: Con manubrio para realizar ejercicios de remo.

Nueva Bici Indoor
Estructura en acero inoxidable ::
Plato y palanca doblemente reforzado ::

AQUAJIG es la bicicleta oficial de Aqua Cycle by Cristina Barcala. Cursos y Certificaciones. www.cristinabarcala.com.ar

Desarrollada y patentada por **JIG ARGENTINA**

www.jigargentina.com.ar
info@jigargentina.com.ar
Tel/Fax: (54 11) 4484-6512

ENIG 2008

ENCUESTA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE GIMNASIOS 2008

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

SE SORTEARÁN IMPORTANTES PREMIOS ENTRE QUIENES COLABOREN CON ESTA ENCUESTA.

PARTICIPÁ INGRESANDO A WWW.MERCADOFITNESS.COM.AR

Esperamos que algún día los disfrutes.

Atentamente

SALTER
FITNESS



Indoor

Buscamos distribuidores para Latinoamérica.

Para más información contactar con:

Cial. SALTER, S.A. Lluís Millet, 52 · 08950 Esplugues de Llobregat · Barcelona · España

Tel.: (+34) 93 470 00 55 · Fax:(+34) 93 372 09 00 · e-mail: export@salter.es

www.salter.es



Linea Magna



PerfectTrainer



Sport line



Serie 800

¿Estás preparado para PERDER?

Ése el eslogan del programa "Perdiendo Peso" que desarrolló Ito Iturriaga en su gimnasio de la ciudad de Corrientes. Incluye actividad física, más el asesoramiento interdisciplinario de médicos, nutricionistas y psicólogos.



Bajo el eslogan "¿Estás preparado para perder?", el profesor **Ito Iturriaga** acaba de lanzar en su gimnasio Performance, de la ciudad de Corrientes, un nuevo programa de entrenamiento grupal, denominado "Perdiendo Peso".

"Mi trayectoria y experiencia en la educación física y en el fitness me indican que uno de los objetivos primordiales de la gente cuando llega al gimnasio es perder grasa corporal y bajar de peso, ya sea por estética o por cuestiones de salud. Y eso me llevó a desarrollar *Perdiendo Peso*", explica Iturriaga.

El programa consiste en realizar, cinco días a la semana, actividad física guiada y específica para bajar de peso. Las clases tienen una hora de duración y son totalmente aeróbicas, con variaciones de intensidad. La base es caminar, en forma atlética, elevando las rodillas, con movimientos simples y de bajo impacto. "Sin la complicación de una coreografía", destaca Iturriaga.

Por otra parte, el programa cuenta con el apoyo de un staff interdisciplinario compuesto por médicos, psicólogos y nutricionistas, que contribuyen en la

dirección y seguimiento de las otras áreas: elaboración de dietas personales, orientación nutricional mediante charlas informativas, apoyo psicológico, control médico, salidas al aire libre y caminatas grupales, etc.

Iturriaga comenta que desde su lanzamiento *Perdiendo Peso* tuvo un éxito inusitado, "más de 100 inscriptos en el primer mes". Más aún, teniendo en cuenta que se dicta en horarios de franja negativa: a las 11 de la mañana y a las 5 de la tarde. Convoca mayoritariamente al público femenino, de



Suplementos Importados y Nacionales para deportistas y gente activa

Twinlab - Universal - Muscletech - Xenadrine
BSN - Axzo - Top Gun - "Ofertas"

Cursos Personal Trainer de la IFBB - NASM

Productos nacionales elaborados por el laboratorio TechLab "Body Full", "Santonja Fitness Point", "Champion's Sport Nutrition", "Whey Premium".

Productos españoles elaborados con licencia: 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

Exposición y venta: 9 de julio 150 - local 18 - Gal. del Sol - Córdoba - CP 5000

Tel. Fax: (0351) 425-4256 - Tel.: (0351) 411-5614

Casa Central: Faustino Tronzo 1089 - Villa Páez - Córdoba - CP 5000

Tel: (0351) 4890476 / 4898621 / 4805306

Cel.: (0351) 156-509645 / 156-779751

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 via mail.

FITNESS EQUIPMENT

Reformer Cód 183

Sillón tríceps cod 078

Trotador 3300 cod 189

Indoor cycle Premium Line cod 036 A

FABRICA Y VENTAS
SANTA ROSA 205 • X5802BVA • RÍO CUARTO, CORDOBA
TEL.: (0358) 462 8009 / 155 072357 / 58

COMPRANTAS EN CORDOBA CAPITAL
VELEZ SANSFIELD 520
TEL.: (0351) 155 944931 / 4263750

ENVÍOS A TODO EL PAÍS

fitnessequipment@arnet.com.ar • www.jcmaquinas.com.ar • jcmaquinas@infovia.com.ar



pueden inscribirse al programa. "Tomamos sólo a aquellas personas que el médico, el nutricionista y el psicólogo señalan que están en condiciones y necesitan de este tipo de clase", asegura Iturriaga, quien además agrega: "Los alumnos deben tener continuidad, disciplina y perseverancia para hacer de esto un estilo de vida y no simplemente una clase más. Para eso necesitan, sin duda, de la ayuda de todo su entorno, incluyendo familia y amigos".

todas las edades, aunque "vamos a ir cambiando esa mentalidad para que asistan los hombres también", asegura el propietario de Performance.

"La prueba de la efectividad del programa está en los resultados. Todos los alumnos inscriptos bajaron de peso en la primera semana de clase", asegura Iturriaga. Además, como la mayoría tiene un perfil similar y un objetivo también parecido -bajar de peso- se sienten muy a gusto compartiendo la clase.

Pero no todos los que desean participar

"Perder peso lleva tiempo y conducta", subraya Iturriaga, quien aspira a consolidar su programa de entrenamiento "para convertirlo en marca registrada, así otros gimnasios pueden incorporarlo y aprovechar los excelentes resultados que nosotros hemos tenido". Por más información visitar: www.gympformance.com ■

ESTAS PREPARADO ... PARA PERDER?

... SI TENES CONDUCTA Y SOS PERSEVERANTE...
 SI TE COMPROMETES CON VOS MISMO...
 Y CON LOS QUE TE QUIEREN DE VERDAD...
 SI VALORAS LA VIDA... TE QUERES... Y CUIDAS TU SALUD...
 SI CUMPLIS CON TU PROMESA INTERIOR...
 Y TODOS LOS DIAS CON TU ASISTENCIA...

SI TRANSITAS CON CONSTANCIA Y PACIENCIA CADA ETAPA DE ESTA PROPUESTA... Y NO LA ABANDONAS A MITAD DE CAMINO...
 SI SEGUIAS AL PIE DE LA LETRA LAS INDICACIONES DE LOS PROFESIONALES...
 Y SOS FIRME EN TUS CONVICCIONES...

SI QUERES MEJORAR DE UNA VEZ POR TODAS...
 INCORPORANDO NUEVOS HABITOS EN TU VIDA...
 SI QUERES TENER RESULTADOS SATISFACTORIOS, NOTORIOS Y DURADEROS...
 Y LO HACES DE CORAZON Y PASION...
 SI TOMAS CONCIENCIA QUE PERDIENDO VAS A GANHAR...
 ENTONCES SI...

ESTAS PREPARADO PARA PERDER PESO Y GANHAR SALUD!

PERDIENDO PESO

INFO: **PERFORMANCE**
 INSTITUTE

SANTA FE esquiño RIVADAVIA
 TEL. 03783-427930 / 3783-823882
www.gympformance.com

Micro televisivo

Actualmente, Ito Iturriaga tiene dos micros televisivos en programas magazine de Corrientes y su idea es llevar "Perdiendo Peso" a la televisión, con testimonios de los participantes. "Ése es un estímulo para que todas esas personas que están en su casa puedan sumarse y aprovechar esta oportunidad", afirma.

GO
 Diseños para Gente Activa

ZONAS DISPONIBLES PARA REVENDEDORES

Ventas por Mayor:
 9 de Julio 1050
 +54 341 445 2062
 Rosario

Línea Bs.As:
 011 6237 6791

Rosario:
 Corrientes 966
 San Lorenzo y Mitre
 Córdoba 1482
 Mendoza 3832
 San Martín 5069
 C.C.Libertad L-923

Junín:
 Roque Saenz Peña 175 L-8

Venado Tuerto:
 San Martín 681

Pergamino:
 Dr. Alem 657

Internet:
ventas@planetago.com
www.planetago.com

Champions train



Beijing 2008TM



Beijing 2008 Olympic Games
Fitness Equipment Exclusive Supplier

www.technogym.com

BARD INTERNATIONAL S.A.
Galván 3450 (C1431FVU)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Tel.: (54 11) 4545.7700 / E-mail: info@bard-international.com
www.bard-international.com

Technogym® and The Wellness Company™ are trademarks owned by Technogym® S.p.a. in Italy and other countries.

with Technogym®



TECHNOGYM

The Wellness Company™

Pequeñas acciones, grandes beneficios

Demostrar en forma permanente su compromiso con la comunidad y con el medioambiente, a través de acciones simples pero concretas, le permitirá a su empresa transmitir una imagen de responsabilidad social que, sin dudas, le agrega un valor diferencial frente a la competencia. Esto redundará en mejores niveles de venta y en mayor lealtad por parte de sus clientes.

Poco a poco en todo el mundo se consolida entre los consumidores una tendencia a incorporar nuevos criterios en sus procesos de decisión de compra de productos y servicios. Ya no sólo consideran el precio y la calidad de lo que consumen, sino que incluyen criterios sociales y medioambientales para evaluar sus compras. Es decir que esperan de las empresas un comportamiento social cada vez más responsable.

En consecuencia, algunos empresarios van modificando su manera de hacer negocios y comienzan lentamente a adoptar en sus políticas el concepto de **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**. "Esto implica entender que una empresa debe ser rentable desde un punto de vista económico y financiero, pero también desde el social y el ambiental", sostiene **Luis Ulla**, director ejecutivo del **Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)**.

La RSE es parte del proceso de evolución de la misma empresa, sea ésta grande, mediana o pequeña. "Es un conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en todo el proceso de operación de los negocios", explica **María del Carmen Galloni**, directora del **Instituto de**



Estudios e Investigaciones Ambientales de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES).

Son decisiones que inciden en la forma de hacer negocios, "ya no sólo pensando en ganar dinero, sino también en **crear valor para la sociedad en la que estoy y para el planeta en el que vivo**", explica Ulla. No hace falta salirse de la empresa para crear valor social en la comunidad en la que uno está inmerso; es posible darle un sentido más importante al trabajo empresarial que se realiza diariamente.

Según la especialista venezolana **Fátima León**, la RSE conlleva ventajas para los clientes y demás grupos de interés de la empresa: inversionistas, directivos, empleados, proveedores, comunidad. Es una relación ganar-ganar que se redundará en: una mejor convivencia social, mayor lealtad y mejor reputación entre los consumidores, lo que implica



Consulte por Zonas Disponibles para Distribución

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

www.htn-nutrition.com



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.

mayores ventas; atracción de mejores empleados y proveedores; más confianza y credibilidad de la marca de cara a la sociedad.

La industria de gimnasios

La RSE aparece como un tema relativamente reciente pero es una práctica cada vez más frecuente en todo el mundo. Actualmente, recibe la atención de gobiernos, organizaciones sociales, empresariales y de consumidores en vista del daño y abuso que sufren el medio ambiente y algunos sectores de la sociedad. Hoy está bajando como en cascada de las empresas más grandes a las más chicas, y a su vez éstas últimas están entendiendo que la RSE es también un **factor de competitividad**.

Al igual que otros sectores de la economía, los gimnasios y centros deportivos -especialmente las cadenas y clubes grandes- están empezando a prestarle cada vez más atención a este tema. "En España ya es una práctica bastante difundida en la industria del fitness, pero únicamente entre las empresas bien estructuradas y más consolidadas", afirma el consultor **Pablo Viñaspre**, gerente de **Wellness & Sport Consulting (G.E.D.O.)**.

En Estados Unidos muchos centros independientes de fitness, así como los grandes operadores de gimnasios, también han establecido políticas que se centran en la responsabilidad social empresarial. Las compañías que se han involucrado en este sentido "ven a la RSE como una extensión de su compromiso de enriquecer la vida de las personas", afirma el experto norteamericano **Steve Tharrett**.

En esa línea, Ulla sostiene que si un gimnasio promueve, por ejemplo, campañas para cuidar el agua, para ahorrar energía, para donar alimentos o para juntar fondos y colaborar con una entidad solidaria, entre otras posibilidades, "está **creando un diferencial** que va a llevar a elegir ese gimnasio a muchos consumidores, que comparten esos valores, aún si éste es más caro", afirma.

Un buen ejemplo en este sentido surgió en Brasil. La cadena **Companhia Athletica** creó en 2007 el **Instituto Cia Athletica**, "una entidad sin fines de lucro que tiene como finalidad fomentar y promover proyectos de asistencia socio-cultural y deportiva, con el objetivo de valorizar al ser humano en pos de mejorar su calidad de vida", explica **Marcos Nisti**, director de marketing de la firma.

Desde este instituto se lanzó el pasado 4 de agosto el **Desafío Súper 100**, un programa que destina alimentos a entidades que luchan contra la desnutrición infantil. La acción cuenta con la ayuda de los socios de toda la red. Con la supervisión de los profesores, los participantes del concurso tendrán un plazo de 100 días para eliminar su sobrepeso. Por cada kilo perdido, la empresa donará 5,6 dólares en alimentos a diversas instituciones que fueron preseleccionadas.

7 áreas de actuación

Según, Ulla -director del IARSE- cualquier gestión socialmente responsable involucra siete grandes áreas de actuación. A continuación brinda algunos enfoques de cada dimensión y ejemplos de acciones que se pueden desarrollar:

- **Valores y Transparencia.** ¿Cuál es el código de ética que tiene el gimnasio? ¿Cuáles son sus principios? Una manera de comenzar a transitar el camino de la RSE es escribiendo los valores que respeta el gimnasio y cuál es su misión.
- **Público Interno. Los empleados.** ¿Cuál es el mundo que el gimnasio promueve hacia adentro? Más allá de cumplir las obligaciones exigidas por la ley, ¿la empresa se preocupa por ofrecer a sus empleados un ambiente físico agradable y seguro?, ¿busca incentivar los cuidados en higiene y salud? y ¿está abierta a críticas y sugerencias relativas a estos aspectos? ¿Se promueve la equidad de género?

CD • 32 COUNTS

VIDEOS • DVD

FITNESS BEAT VIDEOS • DVD
CD • 32 COUNTS

MUSIC FOR FITNESS

Juramento 1420 / C1428DMR
Capital Federal / Bs. As. / Argentina
Tel.: (54 11) 4784 1074 / 4787 6588
Fax: (54 11) 4784 7046
info@fitnessbeat.com.ar
www.fitnessbeat.com

> NUEVAS PROMOCIONES

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

CDS SIMPLES & 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

> ACCESORIOS

Bandas elásticas / Mancuernas
Body kits / Pesas / Steps

> EQUIPOS DE AUDIO

Compactas con pich
Amplificadores, Difes, instalaciones
de audio para gimnasios

EQUIPOS OFICIALES PARA

BODY PUMP®

MINITRAMP
POWER JUMP®

- 1mt de diámetro
- Reforzado
- Soporta 150 kg
- Recomendado para programas de jump

STEP QUIZ®

- Diseño europeo de alta performance
- Con cámara de aire y goma antideslizante
- Incluye canales para trabajos con bandas elásticas y agarre
- Módulos de altura de 5cm compatibles con los Step Company

NUEVO MINI QUIZ®
MEDIDAS
0,75 x 0,37 x 0,10 m

REPRESENTANTE EXCLUSIVO FITNESS BEAT CONSULTE POR ZONAS PARA DISTRIBUCIÓN

- **Medio Ambiente.** Cómo contribuir a su cuidado y preservación. Ejemplos de acciones: recolección selectiva de residuos; economía en el consumo de papel (utilizar anverso y reverso de las hojas); reducción del consumo de energía (mejoras en la iluminación natural, artefactos electrónicos de menor consumo, dispositivos para cortar la energía cuando algún artefacto no está en uso).

- **Proveedores.** Comprar productos de limpieza biodegradables. Comprarles a proveedores que reciclan cosas. Hacer compras inclusivas, es decir, adquirir productos de aquellos que están excluidos para que se inserten en el sistema económico.

- **Clientes.** ¿Cómo trato a mi cliente? ¿Cómo lo cuido? ¿Qué tipo de asesoramiento le brindo? ¿Intento incluir a nuevos usuarios que no tienen posibilidad de acceder a un gimnasio por sus capacidades especiales? ¿Estoy contribuyendo a mejorar la calidad de vida de mis socios? Ejemplo: el gimnasio puede organizar charlas para sus miembros sobre diferentes temáticas de salud.

- **Comunidad.** ¿La empresa se preocupa por estar siempre en contacto con la comunidad vecina, procurando minimizar los impactos negativos que sus actividades puedan causar (como el aumento de la circulación de vehículos, del volumen de residuos, el nivel de ruido, etc.)?

En esta dimensión hay un mar de oportunidades para explorar como: ayudar a una escuela humilde, enseñarle la importancia de la actividad física; campañas para recolectar fondos para un comedor infantil, etc. "Podemos compartir la riqueza que tenemos no sólo en dinero sino en conocimientos, enseñando lo que sabemos sobre educación física y entrenamiento a los docentes y a los niños", sostiene Ulla.

También se pueden desarrollar propuestas de voluntariado corporativo, que implican crear programas de ayuda a la

comunidad mediante un conjunto de iniciativas que son planeadas y ejecutadas por trabajadores de la empresa y que son apoyadas por ésta.

Según Tharrett, "involucrarse con la comunidad le otorga un gran reconocimiento al gimnasio y lo posiciona como un miembro responsable de la misma. Ayuda a crear un vínculo entre el gimnasio y la gente, se involucra a los miembros con una causa mayor y, por lo tanto, aumenta la retención. Además, la comunidad ve al gimnasio como parte de su familia y no sólo como un negocio que busca su dinero".

- **Gobierno y Sociedad.** ¿La empresa procura participar de organizaciones que integren empresarios y utiliza ese espacio para actualizarse y discutir con otras empresas sus dificultades, necesidades y formas de movilización en busca de mejores condiciones para los negocios y para la comunidad que la rodea?

8 ejemplos de buenas prácticas

1) Los gimnasios **Aerobic** de Montevideo, Uruguay, van a implementar el reciclado de parte del agua de la piscina. "La idea es juntar el agua que se desagota, clorada, y usarla para las cisternas", comenta **Luis Moroni**, titular de la firma. También realizan colectas de ropa y juguetes para donar a distintas instituciones uruguayas.

3) La cadena española de gimnasios **Dir** cuenta, desde hace años, con un protocolo de consumo responsable de agua, por el cual instalaron dispositivos economizadores en grifos y duchas, logrando ahorros de más de 50 por ciento.

2) El año pasado **Cia Athletica** lanzó en Brasil junto con **WWF (World Wide Fund for Nature)**, la organización conservacionista más grande y respetada del mundo, la campaña: "Una ducha más rápida puede salvar vidas", con el objetivo de concientizar a los socios sobre la importancia de economizar el agua.

14 años transformando
necesidades en resultados objetivos



Grupo Roan



EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES

SERVICE

Bicicletas / Cintas / Escaladores / Elipticos / Máquinas de musculación / Reparación y venta de repuestos.

CAMAS DE PILATES

Mantenimiento / ajustes y repuestos.

Solicitar la nueva línea exclusiva de bactericidas para la higiene de gimnasios.

Campaña: "Una ducha más rápida puede salvar vidas"



4) El gimnasio **Premier**, en Santa Cruz de la Sierra -Bolivia- a través de la fundación *Agua de Vida* organiza eventos de fitness y deportes para recaudar fondos y donarlos a instituciones que luchan por el bienestar social. Además, realizaron recientemente una corrida-caminata de 5 kilómetros y todo lo recaudado se destinó a niños con cáncer del Instituto Oncológico del Oriente Boliviano.

5) **Up Quality Fitness Clubs**, marca que reúne más de 23 centros independientes de España, desarrolló en junio pasado la campaña "Que tu esfuerzo valga la pena", con el fin de juntar fondos para construir viviendas en una de las zonas más pobres de la India. Durante dos días, se amplió la oferta de clases de ciclismo indoor en los clubes UP con el objetivo de que los socios, sus familiares y amigos participaran en tantas sesiones como quisieran, colaborando con un aporte voluntario.

6) En **Buena Vida Club & Spa**, en la provincia de Río Negro -Argentina- organizan charlas sobre salud para sus socios. "Convocamos a profesionales de nutrición, cardiología, obesidad, etc. que son miembros del gimnasio para dar estas jornadas a cambio de la bonificación de su cuota", cuenta **Juan Rosauer**, titular de la firma.

7) Con el objetivo de concientizar a la población femenina sobre la prevención del cáncer de mama, las sedes mexicanas de **Curves** lanzaron una promoción por la cual las nuevas socias que se integren a su programa de ejercicio entre el 6 y el 18 de octubre próximo (el mes del cáncer de mama a nivel mundial), lo podrán hacer de forma gratuita si presentan una mamografía de los últimos 12 meses.

8) **Western Athletic Clubs (WAC)**, una cadena con nueve clubes con sede en California -Estados Unidos- afirma en su misión: "Estamos comprometidos a mejorar la salud y el bienestar de nuestros miembros, los empleados y la comunidad." Uno de los valores de WAC es "Tender la mano a otros". Entre las acciones que realiza figuran: patrocinios a bancos de alimentos locales, donación de premios, equipos y dinero en efectivo a diversas entidades de beneficencia de su área de influencia.

Los costos

Algunos gimnasios pequeños y medianos aducen falta de recursos para involucrarse en actividades de RSE. Sin embargo, Ulla asegura que "se puede hacer RSE de excelencia sin gastar un peso". Si bien hay cuestiones que suponen un costo de dinero, otras sólo implican una toma de decisión. Por ejemplo, darle la oportunidad de trabajar en el gimnasio a personas con discapacidad no tiene ningún costo.

También está la posibilidad de conseguir proveedores aliados para encarar acciones de RSE. Por ejemplo en la

Ahora podes llevar el Método Pilates a domicilio con los Nuevos Equipos Plegables

Reformer Plegable

Accesorios

Estante

Cursos NEW

Cadillac Plegable

Valija con rueditas

Solicita una entrevista con Martín Guido, creador del revolucionario Delivery del Método Pilates al 15-5015-1816 o a través de la página www.martinguidofitness.com

campaña "Que tu esfuerzo valga la pena", que llevaron adelante los clubes UP de España, el desarrollo de los elementos de marketing se consiguió gratuitamente ya que la imprenta que hizo el trabajo colaboró también con el proyecto.

En la opinión de Viñaspre, "la RSE es una política que debería incorporar todo tipo de empresa, en cualquier industria, ya que realmente a nivel de costos y organización no es compleja". Sin embargo, el consultor español reconoce que "los pequeños operadores de gimnasios tienen hoy otras prioridades y no consideran seriamente aún la RSE".

En el caso de Cia Athletica, en Brasil, "gran parte del presupuesto de la cadena que antes era destinado a publicidad, hoy está direccionado al Instituto", asegura Nisti.

Recomendaciones

Según los consultores, muchos gimnasios están desarrollando, sin saberlo, acciones socialmente responsables, que no son parte de una estrategia empresarial. Cualquier pyme puede hacer RSE, "pero es importante que aprenda y se capacite en esto para que no trabaje en base a prejuicios o información falsa", remarca Ulla.

Por su parte, Viñaspre aconseja ser creativos y comenzar con acciones relativamente sencillas. "Lo más importante es involucrar al personal y a los clientes para que se genere un ambiente diferente y divertido dentro de la empresa", destaca.

Recuerde que la comunicación es una pata clave de cualquier campaña de RSE. Hay que conocer los impactos positivos y negativos que genera el gimnasio. Reconocer aquello que se debería cambiar, gestionar ese cambio y comunicarlo a la sociedad.

"Cuando un cliente recibe una invitación para participar de una charla de nutrición, tiene que saber que esa propuesta está dentro del marco de las actividades de RSE que promueve el gimnasio", detalla Ulla. Lo mismo cuando llega al vestuario y hay un cartel que le pide que economice el agua

al bañarse. La persona tiene que saber que esa medida **está cuidando el mundo de sus hijos y de sus nietos.**

La RSE es una manera de hacer negocios que debe transformarse en una pauta cultural de la empresa, contemplada en su misión y valores, para ser tenida en cuenta en las decisiones de cada área. Las acciones aisladas y discontinuas, según los especialistas, tienen al final poca repercusión y terminan siendo solo un gasto.

La RSE debe ser sustentable en el tiempo. Tiene que ser una política permanente. "Uno no es honrado un fin de semana, es honrado toda la vida", asevera Ulla.

Conozca cómo está su gimnasio en RSE



Con el objetivo de incentivar y contribuir a que la RSE sea incorporada en el universo de las pequeñas y medianas empresas (PyMES), el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IAR-SE), en alianza con Grupo Prominente, han desarrollado la versión digital de los **Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial**, a la que se puede acceder en forma gratuita.

A través de estos indicadores, su gimnasio podrá conocer cuál es su situación en RSE, o sea, "sacarse una foto de cómo está hoy". Esto va a permitirle, si muchos gimnasios hacen este diagnóstico, generar una base que posibilitará un *benchmarking* (compararse con los otros gimnasios). O sea, "con mis resultados que sólo yo conozco, podré comparar cómo estoy respecto al conjunto de los gimnasios que midieron sus indicadores", explican desde la organización.

Para hacer la prueba gratuita ingresar a www.iarse.org eleccionar indicadores online, completar un breve formulario de registro para obtener un nombre usuario y una contraseña, y a partir de allí podrá hacer el diagnóstico de su gimnasio. ■

(*) Periodista



PAR-KE-GOM S.A

Sucursales: Boedo 1327, (1239) / Cap. Fed. - Argentina - Tel/Fax: (54 11) 4923-2209
Chaco - Ruta 11 km 1006 CP 3500 Resistencia Chaco - Tel. 03722-467169 - resistencia@parkegom.com
Fábrica: G. Fructuoso Rivera 2847, (1437) / Cap. Fed. - Argentina. Tel: (54 11) 4918-9556/4987/4863. Fax: (54 11) 4919-5253
E-mail: info@parkegom.com / web: www.parkegom.com

■ 29 colores a elección ■ Espesor 18 mm ■ Dureza 30 shores/a ■ Disminuye la probabilidad de lesión deportiva



- **PISOS ENCASTRABLES EN GOMA EVA**
Ideal para gimnasios, natatorios, duchas, vestuarios, clubes, institutos de enseñanza de artes marciales, etc.
- **BARRENADORES PARA PILETAS**

VOS TAMBIÉN ELEGÍ

KROMAX *die Maschine*

00540 WWW.KROMAX.COM.AR



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

E-mail: info@kromax.com.ar

Holmes Place crece en España



El 1 de septiembre pasado abrió sus puertas **Holmes Place Dehesa**, la cuarta unidad en España de esta importante cadena europea de gimnasios. La nueva sede, de 3600 m², está en el centro comercial Alegria, en San Sebastián de los Reyes (Madrid).

El club cuenta con 2 canchas de padel, una piscina climatizada de acero inoxidable, tratada con ozono, y un área de SPA con sauna y baño turco. Para 2009, se prevé la apertura de un centro de belleza y estética Zensations. Además, este club ofrece a sus clientes 2.500 lugares de estacionamiento sin costo y una cafetería.

Holmes Place Health Clubs es una cadena multinacional de clubes de fitness de origen inglés, con presencia en el mercado desde 1979. Holmes Place Iberia, que incluye las marcas Holmes Place y Europolis, tiene actualmente más de 100 mil socios y cuenta con 29 clubes entre España y Portugal. ■

Fuente: www.franchisekey.es

Lanzan "Made in Brasil"



Bajo el eslogan "Conoce el secreto de las brasileñas", el **Grupo Holmes Place-Europolis** presentó **Made in Brasil**, un nuevo programa de entrenamiento localizado, que tiene como objetivo mejorar el tono muscular en la zona de los glúteos.

Las sesiones, de 30 minutos, incluyen ejercicios para reducir el volumen perimetral de glúteos y caderas a través del entrenamiento con pesas y ejercicios específicos. Todo ello coreografiado bajo el ritmo de música brasileña.

"Made in Brasil es una actividad exclusiva del grupo Holmes Place-Europolis, con la cual se garantizan resultados visibles después de practicarla un mes y medio (realizando 3 sesiones de 30 minutos a la semana)", señala un vocero de la firma. ■

biomax
BIOMECHANICAL SYSTEM

Biomecánica y Solidez que potencian tus músculos

Disfrute del ejercicio que de la fuerza nos ocupamos nosotros

Estructura de caño de 2 y 3.2 mm

Lingotes con bujes

Poleas con rodamiento

Pto. Quintana 667 | Rosario | Argentina | (54) 0341 464 9441
holiday@citynet.net.ar | www.biomaxfitness.com.ar

SUPLEMENTOS NUTRITIVOS 100% GENUINE MADE IN U.S.A

Consulta por las nuevas ofertas a Gimnasios y Comercios
Informate en: ventas@saturnargentina.com.ar

"SATURN SPORT NUTRITION CENTER"
José Bonifacio 3101 CP: 1406GYO
TEL/FAX: (011)4613-0025
Suc. Liniers: Fonrouge 6
Tel: 15-6634-8348 / ID 54*240*9029
ventas@saturnargentina.com.ar
www.saturnargentina.com.ar

SATURN SUPPLEMENTS

Body Factory expulsó a uno de sus franquiciados

La cadena española **Body Factory**, especializada en gestión de gimnasios e instalaciones deportivas, con más de 15 años en el sector, expulsó a uno de sus centros franquiciados de la ciudad de Madrid, situado en Plaza de los Cubos, por incumplimiento con los estándares y la calidad requeridos por la compañía.

“Se le rescindió el contrato a este centro para preservar el buen nombre de la empresa y la imagen de todas las unidades Body Factory, que se destacan por sus cuidadas instalaciones y su excelente trato al socio”, detalla un vocero de la firma.

Las unidades de esta marca se pueden distinguir en tres líneas: Gimnasios Body Factory, Centros Body Factory Mujer y Wellness Center. La firma cuenta con 37



sedes: 35 repartidas por toda la geografía española y 2 en el extranjero. Todos los gimnasios ofrecen una amplia variedad de actividades con instructores profesionales, modernos equipamientos cardiovasculares y de musculación así como varias salas para actividades colectivas.

Body Factory está ubicado en poblaciones con un mínimo de 45 mil habitantes, con instalaciones de entre 800 y 10.000 m², según el concepto de negocio elegido por el inversor (mujer, fitness o wellness) y las necesidades y características de la zona de implantación. La inversión mínima total necesaria para instalar un Body Factory es de 437 mil euros (aproximadamente 640 mil dólares).■

Más información en www.bodyfactory.es



Potra

La mejor



Transmisión a correa multi-V \$ 1.500
Transmisión a cadena \$ 1.200

Bicicleta para gimnasios robusta, diseño exclusivo de movimiento central, regulación de asiento y manubrio en alto y largo, Servicio Técnico para todas las marcas.

FAGA S.R.L., 30 años de experiencia en el rubro

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

Precios sin IVA.

HidroSpa®

ventas: av. mitre y 51a - hudson
buenos aires - argentina
54.11.4254.9009 / 4224.2747
info@hidrospa.com.ar
www.hidrospa.com.ar

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

10% DE DESCUENTO EN PRODUCTOS PARA LOS LECTORES DE MERCADO FITNESS

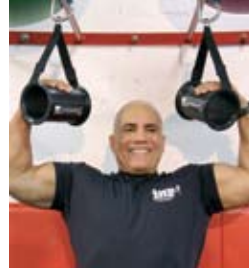



La fuerza de los elementos: agua, tierra, fuego y aire, crean ambientes saludables de la forma más natural.

El IHP llega a la Argentina

The Institute of Human Performance (IHP) anuncia su llegada a la Argentina de la mano del entrenador **Justo Aon**, quien fue nombrado representante exclusivo de los sistemas de entrenamiento funcional desarrollados por **Juan Carlos Santana**, "el máximo referente de esta disciplina en el mundo" aseguira Aon.

El entrenamiento funcional o funcional training "entrena movimientos y no músculos aislados; de pié, en equilibrio y con coordinación de los mismos", explica Aon,



quien comercializa para el mercado local todos los productos del IHP: bandas, superbandas, pelotas, libros, DVDs, etc.

Además, Aon se encarga de realizar la instalación y el equipamiento de espacios para entrenamiento funcional en gimnasios. Esto incluye la capacitación de los profesores, con certificación internacional del IHP.

El entrenador argentino espera poder confirmar en breve la fecha de la primera visita al país de Juan Carlos Santana, quien dictará una serie de seminarios. ■

Por más información, visitar www.justoaon.com.ar

Juan Carlos Santana



Barcelona
BIOMECANICA

Discos - Cintas
Lingotes
Accesorios
Barras
Todo para tu Gym



Central Barcelona

Showroom y ventas: Machado 1544 - Castelar
 Fábrica: Guido 860 Morón / edu_barcelona@live.com.ar
 Te.: (54 11) 4628-0651 / Cel.: 15 6675-0651



Bicicleta spinning



Banco declinado

Financiación hasta 180 días con cheques personales



Nuevo gimnasio en Recoleta

El profesor **Willy Rodríguez** anunció la apertura de **Aires Up**, su tercer gimnasio en la Ciudad de Buenos Aires (Argentina). Asimismo adelantó que sus otros dos clubes, **La Imprenta** y **Narzi-so**, pasarán a llamarse también **Aires Up**, a fin de unificar la imagen de las tres unidades y fortalecer su funcionamiento como red.

La nueva sede de Rodríguez se encuentra ubicada en pleno corazón del selecto barrio de Recoleta. Tiene una

superficie total de 700 m², que se dividen en 4 plantas. El gimnasio está equipado con máquinas de musculación **Uranium** y con bicicletas y trotadoras **Johnson**, que tienen pantalla de LCD incluida.

“Además contamos con un estudio de pilates, un centro de ciclismo indoor y un amplio salón de aeróbicos en el que ofrecemos una gran diversidad de clases grupales”, comenta Rodríguez, quien se desempeñó en sus inicios como instruc-

tor de fitness en algunos de los gimnasios más reconocidos de Buenos Aires.

Todas las áreas de Aires Up están climatizadas y debidamente ventiladas. “Las instalaciones son amplias, la infraestructura es muy buena, el equipamiento es de excelencia y el staff docente está bien capacitado. Es decir, tenemos todos los ingredientes para garantizar a nuestros clientes un ambiente ameno y calido para que su entrenamiento rinda más”, señala el empresario. ■

 **Idpil.com**
Equipamiento J. Pilates

calidad experiencia
servicio
fabricación de todos los equipos





ARGENTINA

Las cadenas de gimnasios del interior

Con más de una década de vida, Euro Gym Red® y Flex Gym fueron evolucionando como empresas, sumando unidades e imponiendo sus marcas en Rosario y en Mar del Plata, respectivamente.

Euro Gym Red® / 9 unidades (Rosario)

La primera sede de **Euro Gym** nació en Rosario, Santa Fe, hace 13 años de la mano de **Carlos Varela**, un profesor de educación física, que hoy sus allegados definen como un emprendedor visionario. "Vino de Europa con la idea de abrir un gimnasio diferente, que ofreciera diversidad de servicios a sus socios", comenta **Soledad Briggiler**, una de las administradoras de **Euro Gym Red**.

Desde los inicios, Varela soñaba con desarrollar una red de centros de entrenamiento en Rosario. Su primer gimnasio, **Euro Pueyrredón**, introdujo en el país el concepto de 24 horas. "Fue algo totalmente novedoso para la época, que se mantiene con éxito en la actualidad", aseguran desde la empresa.

Años más tarde, en 2001 nació **Euro Alem**, la segunda unidad y el primer paso en la conformación de la red. Se trató de un mega gimnasio de 5000 m², con 3 pisos, 8 salones para clases grupales, actividades para niños,

cancha de básquet, fútbol, voley, salas de musculación, vestuarios, etc. A una semana de su inauguración, la sede Alem ya contaba con 800 socios activos.

En junio de 2003 abrió sus puertas **Euro Corrientes**. Y unos meses más tarde, en agosto de ese mismo año, surgió **Euro Salud** con la intención de darle mayor valor agregado a la red con un staff médico al servicio de los socios. Era un edificio construido especialmente para albergar un gimnasio, con modernas instalaciones. Por el tipo de servicios que brinda, este local tiene gran afluencia de gente mayor.

En el verano de 2004 se abrió la quinta sede de la marca, **Euro Río**, "un gimnasio netamente apuntado a un público joven", comenta Briggiler. La sexta unidad fue **Euro Sur**, fundada en septiembre de 2005. Y en mayo del siguiente año, nació **Euro Córdoba**, "el último gimnasio que pudo abrir Varela, el gran soñador y motor de crecimiento de esta red", expresa Briggiler.

Para 2006, Varela había vendido los dos gimnasios que eran de su propiedad. Primero se desprendió de Alem y luego de Pueyrredón, quedándose sólo con el manejo de la marca en todas las unidades de la red. Tras su fallecimiento, en agosto de 2006, Euro Gym Red quedó en manos de su esposa, mientras que **Soledad Briggiler** y **Fernando Venier** se convirtieron en administradores.

El 23 de abril de 2007, comenzó con una nueva etapa en la historia Euro Gym, la de llevar la marca fuera de la ciudad de Rosario. Entonces surgieron **Euro Baigorria** y luego -en octubre de 2007- **Euro Funes**, que es la última apertura de la red. Hacia fines del presente año planean abrir la décima unidad.

ATLETIC SERVICES S.A.

Venta mayorista de barras y discos olímpicos, agarres, mancuernas, trampolines, colchonetas y bandas elásticas.

Juan Ramírez de Velasco 360 (1414) Cap. Fed. Argentina
Tel.: (54 11) 4858-3377 / 3388
atleticservices@ciudad.com.ar / www.atleticservices.com.ar



**EURO
GYM
red**

Por otra parte, para el verano 2009 ya están planificando su colonia de vacaciones, denominada, **EUROKITOS**, que surge de la unión estratégica con PELOKITOS, una red de peluquerías infantiles de Rosario. Además, en marzo o abril de 2009 comenzará a funcionar el **Instituto Euro Gym** que estará abocado a la capacitación de profesionales de la Educación Física.

Características generales

Cada centro que integra **Euro Gym Red®** "es mucho más que un gimnasio", asegura Briggiler, quien añade: "Es casi un club donde hay mucha interacción entre los socios. Tenemos grupos de campamento, equipos de atletismo, maratonistas y gente que se enorgullece y quiere ponerse nuestra marca en el pecho". Los gimnasios están abiertos desde las 6 de la mañana hasta la media noche, a excepción de Euro Pueyrredón que abre las 24 horas.

Todos los socios de Euro Gym pueden usar cualquiera de los centros, tantas veces como deseen, pagando una única cuota de 68 pesos (22 dólares) que incluye el uso de casi todos los servicios: musculación, circuito aeróbico, clases grupales (fitness y bicicleta fija) y sauna. Las actividades para niños se abonan aparte.

Además, los gimnasios ofrecen diferentes tipos de planes: trimestral 170 pesos (56 dólares), semestral 300 pesos (98 dólares) y anual por 540 pesos (176 dólares). El grupo familiar paga 55 pesos (18 dólares) por persona. Los jubilados abonan 30 pesos (9,80 dólares). La red tiene un promedio de 15 mil socios activos, "número que se duplica en temporada alta", según comentan desde la empresa.



Flex Gym / 5 unidades (Mar del Plata)

El primer **Flex Gym** abrió sus puertas en 1990, tenía 200 m² y estaba ubicado en un sótano sobre la Avenida Constitución, zona de discos y pubs en Mar del Plata. Ofrecía clases grupales y tenía pocas máquinas de sobrecarga. "Mi objetivo era brindar un servicio diferente, más personalizado, que era lo que les estaba faltando a los gimnasios de la ciudad", relata **Daniel García**, propietario de la firma.

El negocio fue evolucionando de a poco. Después de 6 años, "con mi socio y amigo Damián nos animamos a abrir la segunda sede en un lugar estratégico, Alberti y Avenida Independencia, paso obligado hacia la terminal de ómnibus, que está rodeado de bancos y oficinas", cuenta García. Se lanzaron con una "súper" promoción y llegaron a tener 700 clientes en la primera semana. "Por ese motivo, al mes hicimos una losa de 300 m² y pudimos destinar ese espacio a las clases de fitness, mientras que abajo armamos un salón de aparatos de 350 m²", recuerda.

Hoy Flex Gym cuenta con cinco sedes en Mar del Plata. "Son todas nuestras y aunque tenemos la idea de franquiciar el negocio, nos asusta un poco ese proyecto ya que queremos seguir una línea muy familiar, con un sistema de atención más personalizado, que es lo que nos distingue en la ciudad", afirma García.

En la actualidad, las sedes de Flex Gym son:

- **Alberti**. Ofrece clases de todo tipo: ritmos, step, árabe, boxeo recreativo, sala de indoor Flex Curuchet Sprint.

SEMIESFERA



Se puede usar de ambos lados para mayor variedad de ejercicios

REFORMER ALUMINIO



Se puede guardar en forma vertical o apilar hasta 10 reformers. Las rueditas laterales y su bajo peso facilitan su traslado.

Solicita el CATÁLOGO completo sin cargo en:
www.gabrielmarti.com.ar

AERO CHAIR



Extremadamente liviana y portátil. Ideal para uso en clases grupales.

Fábrica, Ventas y Mantenimiento

Móvil: 0341- 156 903022 / Fax: 485-2503

Email: ventas@gabrielmarti.com.ar

Show Room: Portal Rosario Shopping

Fábrica: Maipú 2976 - ROSARIO - SANTA FE



Senti la diferencia



En esta sede "se realizan eventos frecuentes con la participación de reconocidos profesionales del fitness, para brindar capacitación a todos los profesores de la ciudad", comenta García.

- **Güemes.** Ubicada en el sector comercial más importante de Mar del Plata, ofrece pilates con aparatos, indoor y también posee un salón de sobrecarga exclusivo para trabajos personalizados. Esta unidad atrae público de oficinas y comercios.

- **Constitución y la Costa:** La particularidad de esta sede es que los salones de indoor, fitness grupal y pilates tienen vista al mar.

- **San Luis y Peatonal San Martín.** Está ubicada en la Galería Lafayette, una de la más conocidas de la ciudad. Tiene una piscina de 25 metros, indoor, pilates con aparatos, clases de ritmos, sobrecarga y cardio. Al contar con un natatorio, esta unidad tiene mayor afluencia de público adulto mayor.

- **Juan B. Justo y Güemes.** Paso obligado hacia el Puerto y otros sectores comerciales. Tiene salones de indoor, pilates con aparatos y sobrecarga, además cuenta con 2 canchas de fútbol con césped sintético.

Entre los cinco gimnasios Flex Gym reúne 3500 socios. "En general, hay una mayor afluencia de público femenino que tiene entre de 25 a 60 años", dice García. La mensualidad va de los 55 a los 65 pesos (18 y 21 dólares). El 90 por ciento de los socios paga mensualmente. Sólo las empresas que contratan planes corporativos abonan planes trimestrales.

Los planes y las claves

En 2009, García planea darles la posibilidad a los socios de sus diferentes gimnasios de entrenar, abonando una única membresía, en cualquiera de las unidades de Flex Gym. Por otro lado, este empresario tiene pensado abrir dos gimnasios exclusivos para mujeres con pilates, indoor Curuchet Sprint y sobrecarga, en las ciudades vecinas de Tandil y de Ayacucho.

Por otra parte, "junto a mis socios Marcelo y César, de Equipamientos Millennium, queremos poner en Mar del Plata el circuito de 30 minutos, que en Argentina está dando tan buenos resultados", afirma García. Además, este empresario planea lanzar en breve, junto a Sergio Magnani, el programa de entrenamiento en bicicletas Curuchet Sprint, desarrollado por Gabriel y Juan Curuchet.

Para García la clave de su crecimiento fue trabajar en familia: su padre, esposa y tío están involucrados en la gestión de la empresa. "Todos tiramos para un mismo lado y eso es importantísimo", asegura. Asimismo, desde su punto de vista, "es fundamental concientizar a los profesores de que trabajan con la salud de la gente y por lo tanto el rol que tienen en la empresa es muy importante".

Según su parecer, la falta de unión entre los empresarios de gimnasios de la ciudad y el bajo nivel de las cuotas son las dos trabas principales que enfrenta el sector. "Además, la gente no nos considera indispensables y, en los últimos años, muchos se volcaron a los grupos de caminatas y trotes", explica García, quien hace un tiempo viene trabajando para conformar la cámara de gimnasios de Mar del Plata. ■

AROMATIZACION DE CLUBES Y GIMNASIOS

Mejore la experiencia de sus socios!
Exclusivo sistema por aire acondicionado central,
o dispositivos individuales localizados para recepción,
salones, vestuarios de clubes, gimnasios, spa y hoteles.

- Variedad de fragancias.
- Asesoramiento personalizado.
- Instalación y mantenimiento.

División
Aromatizaciones

website: www.gigaromatizaciones.com.ar
e-mail: info@gigaromatizaciones.com.ar
Teléfono: + (54 11) 4742-3023

SUSCRÍBASE AHORA MISMO

mercado Fitness

Suscripción Anual / 6 ediciones
> En Argentina: \$120
> Consultar costos internacionales.

Incluye el envío bimestral de la revista,
por correo privado con acuse de recibo,
a la dirección que usted desee.

Contáctenos hoy: info@mercadofitness.com
(54 11) 4115-3524 / 25

Un gimnasio que piensa en verde

Un gimnasio de Portland, en los Estados Unidos, inaugurado a comienzos de septiembre pasado, ha adaptado algunos de sus aparatos de gimnasia para que sean sus propios usuarios los que proporcionen parte de la electricidad necesaria para el funcionamiento de algunos artefactos del centro deportivo. De esta forma, **The Green Microgym** es el primer gimnasio norteamericano que funciona gracias a la energía humana.

Con solamente cuatro bicicletas estáticas se pueden generar entre 150 y 450 W por hora, dependiendo de la intensidad con la que pedalee el ciclista. Por el momento las cintas continuas, uno de los aparatos que funciona mediante electricidad, ya consumen 30% de su gasto total de energía proveniente de otros aparatos del gimnasio.

A parte de esta singular forma de generación eléctrica, el gimnasio dispone también de los tradicionales paneles solares y de un sistema de ventilación eficiente, y no tiene duchas.

Aún siendo el primer gimnasio "a pedales" de los Estados Unidos, existen varios centros similares. En el California Fitness Gym de Hong Kong usan la energía de sus usuarios para hacer funcionar la iluminación y cargar las baterías del centro, y en el Club Surya de Londres tienen una pista de baile que transforma el movimiento humano en energía directamente.

Para conocer más sobre The Green Microgym visite el siguiente sitio web www.thegreenmicrogym.com ■

Fuente: ENN

¿Por qué The Green Microgym es "verde"?

- Sus cintas de trote SportsArt EcoPowr usan 30% menos electricidad que otras.
- Cuenta con paneles solares que generan casi 3 Kilowatts.
- Sus bicicletas "Team Dynamo" pueden generar en conjunto hasta 450 watts.
- Están analizando maneras de capturar el exceso de energía de sus elípticos.
- Han reciclado caucho y corcho para hacer sus pisos ecológicos.
- Sus televisores son de LCD, que usan menos electricidad que los plasmas.
- Sus luces, televisores y ventiladores de techo son controlados por los socios, de modo que sólo están encendidos cuando es necesario.
- Usan jabones e insumos de limpieza no tóxicos.
- Las toallas y cobertores de inodoros de los baños están hechos con papel reciclado.
- Las cobranzas se realizan únicamente en forma electrónica para reducir el uso de papel.



¿Qué es Human Power?

Human Power es el fabricante del "Team Dynamo", un grupo de 4 bicicletas, que trabajan el tren superior e inferior del usuario y al mismo tiempo ponen en marcha un generador de energía eléctrica (entre 150 y 450 watts por hora, según el nivel de entrenamiento de los usuarios de las bicicletas), que puede alimentar al equipo de música, los televisores y las luces del gimnasio. Esta tecnología acaba de lanzarse en los Estados Unidos. Más información en www.humandynamo.net

Australia Pilates

Diseño

Estilo

Asesoramiento

Capacitaciones

Calidad



Fabricantes directos




Av. Rosales 1774/78 - El Palomar
Tel: (05411) 4460-4330 - Cel: 15 6163 - 2542

australia_mb@yahoo.com.ar
www.australiapilates.com.ar

entretiempo

Accesorios e indumentaria deportiva.

Box / Fitness / Musculación / Natación / Pilates / Yoga
Presentando este aviso 10% de desc. en indumentaria.

Moreno 1700 (esquina Solís) / Cap. Fed. Argentina
(54 11) 4384-0402 / entretiempo@live.com.ar
www.entretiempoweb.com.ar



SportClub suma sedes y llega al interior

La cadena de gimnasios **SportClub** acaba de sumar tres nuevas unidades: dos de ellas están en Buenos Aires (Castelar y Caballito), y una tercera en la provincia de Neuquén, que estará ubicada en Avenida Olascoaga 350 (Carrefour).



Esta apertura en Neuquén "representa un gran paso para la firma, convirtiéndose en la primera cadena en llegar al interior del país", comentan desde la empresa.

Sport Club suma así 20 unidades, que están distribuidas principalmente en Capital Federal y en Gran Buenos Aires. Por otro lado, la firma cuenta con 10 gimnasios en España, bajo la marca Polideportivos y Fitness.

Desde la empresa afirman que paralelamente al crecimiento en Argentina, van consolidando su presencia en el mercado español "siempre con el objetivo de brindar un servicio integral para que todos puedan acceder a una mejor calidad de vida". Por más información visitar www.sportclub.com.ar ■

REAL PILATES PREMIUM

Máquinas, equipos y accesorios para el Método Joseph Pilates

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



\$3.480

\$2.480

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

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

Todos los equipos cuentan con 3 años de garantía.

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

Athletic

TE PREPARA



EXTREME 3000 BH

EXTREME 3000 EP



EXTREME 1500 BVP

EXTREME 2600 BMS



ENTREGA INMEDIATA. FINANCIACIÓN EXCLUSIVA.

Local: Ciudad de Mendoza.
Garibaldi 88, Tel. (0261) 524- 3693

Local: Urquiza, Capital Federal.
Alvarez Thomas 1899 Tel. 4553-8961

Local: Rosario, Santa Fe.
Presidente Roca 986 Tel. (0341) 527-1099



PERSONAL TRAINER ONLINE

www.athletic.com.ar



Llega el primer Sport City College

Se trata de un modelo deportivo pionero en México. Será el centro más grande de la cadena Sport City. Tendrá 9.000 m², piscina olímpica, salas de fitness grupal, cardio y pista de atletismo. Estará destinado a atletas de alto rendimiento, alumnos y colaboradores del Tecnológico de Monterrey.

Para fines de 2009 estará listo el primer **Sport City College** gracias a la alianza celebrada entre el **Grupo Martí**, propietario de los centros de acondicionamiento **Sport City**, y el **Tecnológico de Monterrey**, una reconocida universidad mexicana. La intención es unir la excelencia académica y el bienestar, a través de la creación de un modelo deportivo pionero en México.

"Nuestra organización busca la salud y el bienestar de México y estoy seguro de que con esta unión vamos a hacer algo grande para este país", afirma **Alejandro Martí**, presidente honorario de Grupo Martí.

"El objetivo principal es que tanto los atletas de alto rendimiento como todos los demás alumnos y colaboradores cuenten con las instalaciones, tecnología y asesoría especializada de Sport City para complementar su desarrollo académico con la actividad física", señala **Enrique Vogel**,

director de administración, finanzas y vinculación de la Rectoría zona metropolitana de Monterrey.

Con una superficie de más de 9.000 m², el club será el más grande de los más de 30 centros de la cadena Sport City. Contará con 100 habitaciones con cupo para 200 personas, piscina olímpica de nueve carriles, más de 180 aparatos cardiovasculares, salones de fitness grupal y una pista interna de 40 yardas para los atletas de alto rendimiento.

El complejo, que empleará a 120 personas para su operación, será gratuito para los equipos representativos de la institución académica y tendrá un costo para alumnos y empleados de 500 pesos mensuales (47 dólares).

Por otro lado, "la inversión de 100 millones de pesos (9.5 millones de dólares) por parte del Grupo Martí en este complejo deportivo liberará fondos para que el Tecnológico de Monterrey invierta en centros de investigación", detalla **Rafael Rangel Sostmann**, rector de la entidad.

Los fondos serán reenfocados hacia tres proyectos principales: un centro de diseño (de productos), un centro de energías alternativas y evaluarán un centro cultural para ampliar el espacio para la orquesta sinfónica.

Cabe destacar que la construcción del Sport City College - Campus Monterrey concluirá para finales de 2009. A largo plazo, se tiene proyectado replicar este concepto en otros campus de la institución educativa. ■

Fuentes: www.sportcity.com.mx / www.mundoejecutivo.com.mx

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

Control de Acceso por
HUELLAS DIGITALES
y Tarjetas...
Todo en uno!!



"Ningún socio puede olvidarse los dedos..."

www.supergympro.com.ar



Body
Systems
Latin America

De "gimnasia aeróbica" a **Fitness Grupal**

De "instructor" a **Coach Grupal**

De "coordinador técnico" a **Manager**

De "alumno" a **Cliente**

De "creómetro" a **Medición**

De "improvisación" a **Planificación**

De "clases comunes" a...

*Experiencias Memorables, que inspiran
cambios positivos en la vida de las personas,
a toda hora y en todo lugar...*

Esto es **Les Mills Body Systems**, más que una Empresa Internacional,
la verdadera **Revolución del Fitness Mundial !!!!**



www.BodySystems.net

Body Systems Argentina

Av. Córdoba 2415 1°P. C1120AAG. Capital federal, Buenos Aires, Argentina. Teléfono: (+54 11) 4964-5557. E-mail: info@BodySystems.org

9na IHRSA FITNESS BRASIL

Del 4 al 6 de septiembre pasado se llevó a cabo la novena edición de **IHRSA Fitness Brasil** en el **Transamérica Expo Center de San Pablo**, en Brasil. Éste es el principal evento de negocios de la industria de clubes y gimnasios en América latina.

Guillermo Vélez, director editorial de **Mercado Fitness**, participó de la convención como orador, dictando una conferencia de una hora en la que describió el escenario actual de la industria de gimnasios en Latinoamérica, identificó a los líderes del mercado, comentó sus características y sus planes de expansión.

En virtud de los trabajos de investigación que ha realizado en los últimos años dentro del sector, Vélez ha sido invitado, por segundo año consecutivo, a moderar el **Foro Latinoamericano de Gimnasios** que tendrá lugar en San

Francisco (Estados Unidos) en marzo de 2009, en el marco de la feria y convención anual de IHRSA.

Además, como parte del trabajo conjunto que **Mercado Fitness** viene realizando con **IHRSA**, desde enero próximo la revista norteamericana **CBI -Club Business International-**, una de las más renombradas a nivel mundial, incluirá en sus páginas una sección con noticias de América Latina que será provista por **Mercado Fitness**. ■



Guillermo Vélez

Lo más importante de su equipo de bronceado está en el interior.

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 **DR. KERN** **ADVANCED UV LIGHT** Original Dr. Müller

SunExpress

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

STRIDE®

■ Aductor / Abductor ■ Sillón de Cuádriceps ■

■ Patada de Gluteos

TENEMOS UNA AMPLIA GAMA DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA GIMNASIOS: discos, barras, mancuernas, pelotas, colchonetas, tobilleras.

ADEMÁS LÍNEA "PILATES".

■ Chair, Reformer c/ torre, Ladder Barrel, Accesorios. ■ Reformer

Húsares 2232 - Quilmes Oeste - Bs. As. - Arg. - Tel: 5411-4200-1078
Cel: 15-5506-0813. - www.stride.com.ar - email: info@stride.com.ar

Fábrica de Equipamiento Profesional para Gimnasios

EVOLUTION
CENTER

Envíos a todo el País



TOBILLERAS



BANDAS ELÁSTICAS



COLCHONETAS



PELOTAS



BICICLETAS FIJAS



MINITRAMP super reforzado



GUANTES

Solicite nuevo catálogo de productos



REFORMER METÁLICO



www.evolutioncenter.com.ar

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



Expo Wellness Argentina 2008

El 1 y 2 de agosto pasado se llevó a cabo con inusitado éxito, en la Ciudad de Buenos Aires, la quinta edición de la exposición comercial más grande e importante de la industria de clubes y gimnasios de Argentina. En esta oportunidad, el evento -organizado por **Axis Group**- contó con el invaluable apoyo de la flamante **Cámara Argentina de Proveedores de la Industria del Wellness (CAPIW)**.

Según el presidente de esta entidad, **Horacio Moavro**, "en su edición 2008, Expo Wellness contó con una concurrencia 20 por ciento mayor a la del año anterior y la cantidad de metros cuadrados ocupados por stands también fue más alta". De hecho, 40 empresas proveedoras del sector se hicieron presentes en el evento para exhibir sus productos y servicios, y comunicar al mercado sus novedades.

Además, el público asistente pudo disfrutar de un completo programa de conferencias a cargo de distinguidos profesionales del medio local. "Estamos muy satisfechos y orgullosos del éxito alcanzado. Ya estamos trabajando en la organización de la próxima Expo Wellness, para el 31 de julio y el 1 de agosto de 2009 en Costa Salguero nuevamente", agregó Moavro. ■







mercado Fitness

¿Cómo calculo el valor correcto de la cuota?

¿Qué hago para subir mis precios
sin perder clientes?

¿Por qué es importante cobrar matrícula de inscripción?

¿Cómo aprovecho mejor los horarios ociosos?

¿Cómo debo dimensionar y distribuir cada sector?

¿Qué porcentaje de mi facturación
puedo destinar al alquiler?

¿Qué debo tener en cuenta al contratar personal?

¿Cómo mantengo motivado a mi equipo de trabajo?

¿Por qué se van mis clientes?

¿Cómo los retengo por más tiempo?

¿Qué herramientas de marketing
son las más eficaces?

**Usted tiene
las preguntas.
Nosotros tenemos
las respuestas.**



LIBROS / VIDEOS / INVESTIGACIONES DE MERCADO / CAPACITACIÓN A DISTANCIA / INFORMES / REVISTAS

ADQUIÉRALOS HOY MISMO

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

RADICAL



RADICAL FITNESS

Informes: Moreno 1755 Capital. Tel (+5411) 4381 7061. E-mail info@radicalfitness.net
www.radicalfitness.net

Una nueva experiencia digital

Desde octubre de 2008, los lectores de nuestra revista, en todo mundo, podrán acceder sin costo, vía web, al 100 por ciento del contenido de la publicación en papel, disfrutando de enormes ventajas y novedosos recursos que hace posible la tecnología.

En vísperas de cumplir su quinto aniversario, **Mercado Fitness** sigue innovando y superándose. Acaba de incorporar un software denominado **Flip-K**, que permite a los lectores explorar online la revista, experimentando la sensación de tenerla en sus manos, ya que el programa simula en pantalla el paso realista de las páginas.

"El efecto 3D, junto a los elementos multimedia, permiten al lector disfrutar de una nueva experiencia digital, con la sensación de que puede tocar la revista", explica **Javier Maldonado Díaz**, ejecutivo de **K-Dreams**, empresa proveedora del software.

En su versión digital, los usuarios podrán navegar la revista, que tendrá idéntico contenido que la versión tradicional en papel, y bucear en el menú realizando acercamientos sobre textos y fotografías. También podrán ver el sumario y todas las secciones con un simple clic del mouse, así como visualizar toda la revista en tamaño reducido para elegir qué página leer.



Además, los navegantes tendrán información detallada sobre los anunciantes, podrán acceder a contenidos multimedia (audio, video, links, enlaces a otras web), buscar artículos por palabras clave e imprimirlos, entre otras variantes. Éstas son tan sólo algunas de las herramientas de este software, que hoy ya utilizan empresas de la talla de Sony, Claro, Editorial Perfil, Banco Santander y Falabella.

"Nuestra meta es superarnos día a día ofreciendo productos y servicios de excelente calidad para nuestros lectores y anunciantes, y con la incorporación de este software hemos dado un gran paso en esa dirección", asegura **Guillermo Vélez**, director editorial de Mercado Fitness.

"Con el lanzamiento de la versión digital de la revista, multiplicaremos exponencialmente, de un día para el otro, el alcance de nuestro medio. Esperamos que esto tenga una repercusión positiva, en el mediano plazo, tanto para nuestros anunciantes como para muchos gimnasios que hasta hoy no accedían a los contenidos que nosotros desarrollamos", explica Vélez.

Características y funcionalidades:

- **Paso de página realista.** Simula en pantalla, con total realismo para el usuario, el paso de páginas como en la versión papel, generando una experiencia agradable.
- **Vista de páginas en modo ampliado.** Permite visualizar con mayor detalle textos y/o imágenes, en gran calidad.
- **Vista de páginas en modo reducido.** Para visualizar de forma rápida toda la revista y acceder, de manera directa, a la página deseada por el usuario.

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

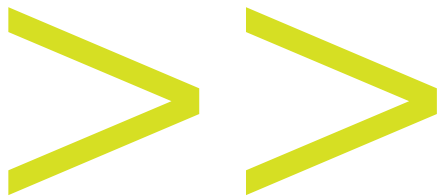
SEGURIDAD Y CONFORT AL INSTANTE **PROTEC** PROTEJA SUS PISOS FACILMENTE

MAT PRO PISOS ENCASTRABLES DE CAUCHO

RESISTE IMPACTOS Y ALTAS CARGAS
FACIL APLICACION
FACIL LIMPIEZA

PROTEC ENVIOS AL INTERIOR Y EXTERIOR

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



- **Acceso inmediato** al sumario de la revista, así como a ediciones anteriores.

- **Interactivo.** Permite definir una multitud de acciones (pulsar sobre un ítem, entrar y salir de una página, etc.) a las que se asocian otras opciones (mostrar audio, video, links, enlaces a otras páginas de la publicación, enlaces a páginas web, a e-mails, etc.)

Esta multiplicidad de herramientas, posibles gracias a la tecnología, permite enriquecer la versión digital de la revista frente a su par en papel, dando la posibilidad de mostrar información adicional e integrar otros elementos como sitios web, correos electrónicos, etc; lo cual dará lugar a una mayor explotación comercial de los avisos publicitarios existentes en la revista.

El sistema también permite:

- **Carga de páginas dinámica.** La carga de los distintos archivos se produce según es requerida su visualización. Se asegura una visualización sin pausas.

- **Búsqueda.** Es posible realizar búsquedas textuales por palabras clave. El resultado de las mismas es ordenado según relevancia, pudiéndose acceder a las páginas que contienen la cadena buscada.



- **Impresión de páginas.** El usuario puede imprimir las páginas que está visualizando.

- **Sin programas adicionales.** El lector no tiene que descargar ni instalar ningún software adicional en su PC. Accede a la revista conectándose a Internet desde cualquier sistema y con cualquier navegador.

Requerimientos

Para acceder a la nueva versión digital de **Mercado Fitness**, los lectores deberán completar vía web, por única vez, una planilla de suscripción gratuita, que generará un usuario y una contraseña que se enviarán por correo electrónico. Esos datos le serán requeridos al lector cada vez que éste desee navegar la revista digital.

Quienes prefieran acceder a los contenidos de la revista en forma digital, pero sin estar permanentemente conectados a internet, podrán seguir descargando sin costo la versión PDF de la publicación. Por otro lado, la revista en papel seguirá distribuyéndose como hasta ahora por correo privado.

Para conocer esta novedosa herramienta tecnológica y disfrutar de sus beneficios, ingrese a www.mercadofitness.com.ar y viva la nueva experiencia digital de **Mercado Fitness**. ■



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

Se consolida el ciclismo virtual

Imágenes en pantallas gigantes, la música que acompaña y el relato de un instructor que ayuda a los socios a situarse en diferentes circuitos y travesías. Gracias a la tecnología y a la imaginación, las clases de ciclismo indoor pueden ser cada vez más divertidas, efectivas y motivantes para sus clientes.

Indoor Cycle con pantalla (Capital Federal)



José Slamon desarrolló el programa de ciclismo de interior "Indoor Cycle" en 1996 y la modalidad *virtual bike* es un agregado que incorporó en 1998, según el mismo explica. "Al comienzo, usaba la pantalla sólo para las clases especiales de más de dos horas. Pero al ver su éxito, empecé a convencer a dueños de gimnasios para que agregaran una pantalla o un plasma en la sala de Indoor Cycle", explica Slamon.

Según Slamon, "en Indoor Cycle la motivación es uno de los pilares fundamentales, porque la gente no sólo quiere resultados físicos, sino pasarla bien y desconectarse, con lo cual la música juega un rol fundamental y si se puede unir a la imagen, mucho mejor". Slamon utiliza material que fue recopilando en sus viajes, "tanto DVDs que traigo del exterior como las filmaciones de cada una de mis travesías", relata.

Slamon tiene actualmente imágenes de más de 400 recorridos (rutas, montañas, carreras, etc.) que sólo se comercializan en centros oficiales Indoor Cycle. En su opinión, no cualquier instructor puede dictar con éxito esta modalidad. "Porque la clase se hace más entretenida y corta con la correcta utilización de las imágenes. Entonces debe necesariamente estar bien planificada, con un guión pre-establecido", explica.

"El rol del instructor en esta clase -continúa- es fundamental, ya que será él quien cree el clima necesario para que el alumno imagine la situación propuesta en cada ruta. Por eso, resulta mejor si la persona que conduce la clase realizó la experiencia real también y puede relatarla. No comparto la idea de que la clase sea sólo virtual (sin profesor) porque la gente quiere ver al profesor pedaleando a su lado".

Virtual Bike & Gym (Mendoza)



Desde el año 2002, **Mariela Ortiz** dicta clases de ciclismo virtual en Mendoza. Es profesora de educación física y creó su propio programa luego de haberse capacitado en diferentes modalidades de entrenamiento con bicicleta. Cuando comenzó a dictar esta disciplina, en el salón de un hotel, "no existían sitios que dieran actividades relacionadas con bicicleta fija, por lo que hacerla conocer costó mucho", relata Ortiz.

En mayo de 2008 esta joven emprendedora lanzó **Virtual Bike & Gym**, un programa de actividad física aeróbica sobre bicicleta fija, que toma técnicas del ciclismo de ruta y de montaña. Además utiliza imágenes en pantalla, efectos especiales de luces y rocío que acompañan el pedaleo, "lo cual hace que el aprendizaje sea mucho mayor", dice.

La actividad es dirigida por un profesor de educación física que guía al alumno, "para que éste pedalee, sin riesgos de lesión, al ritmo de la música, motivado por imágenes proyectadas en pantalla gigante", explica. De las clases participan entre 20 y 25 personas y hay tres niveles (principiantes, deportistas y avanzados), incluyendo grupos especiales: obesos, cardíacos, gente en rehabilitación y embarazadas.

Los DVDs que se proyectan contienen imágenes de ciclismo de ruta, de montaña y de otros deportes como triatlón, surf, esquí, snowboard, kayak y paracaidismo. Algunos tienen música y otros no, lo cual permite al profesor acompañar las mismas imágenes con diferentes tipos de música. También se agregan fotos y filmaciones de salidas que se organizan con los alumnos y a veces se insertan frases motivacionales.

Convenio comercial

Indoor Cycle y **Fitness Beat** están cerrando un acuerdo para lanzar a la venta los videos de Slamon, que por el momento seguirán siendo comercializados sólo en Centros Oficiales de Indoor Cycle. "Seguramente, dada la demanda realizaremos dos líneas de productos pero con ciertas especificaciones, ya que no quiero que los utilicen como un recurso que ponga al profesor en segundo plano", destaca Slamon.



En cuanto a recursos técnicos, para esta clase se necesita de una pantalla de 2 metros por 2 metros, un proyector, un equipo de música y un micrófono. La duración de las clases depende de la intensidad: las de nivel 1 duran 50 minutos, y los demás niveles, entre 50 y 60 minutos por sesión. El costo mensual de 2 clases semanales es 75 pesos (25 dólares), 3 por 100 pesos (33 dólares) y 4 por 125 pesos (40 dólares).

“La clase es muy divertida y estimulante. La respuesta de la gente es muy buena”, asegura Ortiz, quien además añade: “El hecho de tener pantalla es una gran ventaja, sobre todo para aquellas personas a las que no les gusta la actividad física, ya que la clase se hace infinitamente más entretenida”.

Black Sam Gym (Quilmes - Gran Buenos Aires)



En **Black Sam Gym**, en Quilmes (Gran Buenos Aires), se dicta ciclismo virtual desde hace cinco años. “La idea surgió porque vi cómo entrenaba un equipo alemán de ciclismo en pleno invierno con las bicicletas de indoor, mientras les pasaban DVDs para hacer más llevadera la práctica”, comenta **Guillermo Martín**, titular del gimnasio.

Esta actividad se dicta en el gimnasio un sábado por la tarde, cada 3 o 4 semanas. La duración de la clase es de dos horas aproximadamente. Se emplea una pantalla de 2,5 metros por 2 metros. Y siempre hay un profesor a cargo, “ya que los recorridos no son uniformes y varían mucho en cuanto a pendientes y velocidades”, detalla Martín.

Los socios del gimnasio deben inscribirse previamente y eligen su ubicación, ya que las 30 bicicletas disponibles están numeradas. La clase tiene un valor de 20 pesos (6,5 dólares). Martín cuenta con más de 50 recorridos en DVDs, traídos desde España, y actualmente tiene pensado comercializarlos al mercado.

Además, en la sala de musculación del gimnasio, frente a las bicicletas de calentamiento que allí se encuentran, también se proyectan en un plasma diferentes recorridos (pedaleadas por Suiza por ejemplo) de 25 minutos de duración. “Esa es una manera entretenida de entrar en calor”, asegura Martín. ■

Empresa de Nutrición Argentina

NUEVOS PRODUCTOS



NUEVO

AMINO MASTICABLE

NUEVO SABOR FRUTILLA

NUEVA PROTEINA POTENCIADA

FIRE EDITION

WHEY X PRO

Proteínas + Taurina Creatina Glutamina Antioxidantes

NUEVO SABOR VAINILLA MAX

1 kg. / 2.2 lb.

MAXIMO PORCENTAJE DE PROTEINA POR DOSIS



GRATIS VASO MEZCLADOR

NUEVO SABOR



www.enasport.com

EMPRESA DE NUTRICION ARGENTINA S.R.L.

Florida 1595 · Bahía Blanca · Buenos Aires · Telefax 0291 488 8207/488 8235

administración@enasport.com.ar

MERCADO FITNESS VISTE TU GIMNASIO

// 2008 //

10 chombas
chombas
10 CHOMBAS
CON TU LOGO
10 chombas
chombas

Este año, Mercado Fitness sorteará entre los dueños y gerentes que completen la Encuesta Nacional de la Industria de Gimnasios (ENIG 2008) 40 packs de 10 chombas, con el logo de sus empresas estampado, para vestir a los integrantes de su staff.

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

TMT
INDUMENTARIA DEPORTIVA



Nace Balance Health Club



Con más de 25 años de trayectoria en el barrio porteño de Belgrano, en Buenos Aires, el mítico gimnasio Virrey del Pino II se relanza al mercado con nuevo nombre, **Balance Health Club**, mejores instalaciones y más servicios. "En los últimos 8 meses trabajamos mucho para crear un espacio moderno, atractivo y placentero para nuestros clientes", dice **Maximiliano Kroll**, titular de la firma.

Uno de los objetivos principales de esta renovación es "fortalecer la relación con nuestros socios, brindándoles una mejor atención, con más comodidades y mayor variedad de actividades", añade el joven empresario. El nuevo gimnasio cuenta con una superficie de 1300 m², distribuidos en 4 plantas.

Se pintó íntegramente el lugar, se renovó parte del equipamiento del sector de musculación y de cardio, que está equipado con máquinas **Kromax die Maschine**. Además, se montó un salón de Indoor Cycling, que cuenta con luces, láser y "en breve, un proyector de video para hacer más divertidas las clases", comenta Kroll.

Balance Health Club tiene un promedio de 1200 socios activos y una afluencia de público que supera las 100 personas diarias. Con estos cambios, en los próximos 4 meses, la empresa estima aumentar en 20 por ciento la cantidad de miembros.

El valor promedio de la mensualidad ronda los 85 pesos (28 dólares). El gimnasio también ofrece paquetes combinados y planes especiales. Balance Health Club está ubicado en calle Sucre 2425, en el barrio de Belgrano (Ciudad de Buenos Aires). Por más información visitar www.balancehc.com.ar ■

Patrocinio: "La empresa Coca Cola nos eligió como uno de los pocos gimnasios con contrato de exclusividad y promoción de su línea de productos, entre los cuales se encuentra la bebida Powerade, recién llegada a la Argentina", comenta Kroll.

FortSport

NUEVA

OMAR

Barra de Proteínas High Protein Bar

BORRELLI

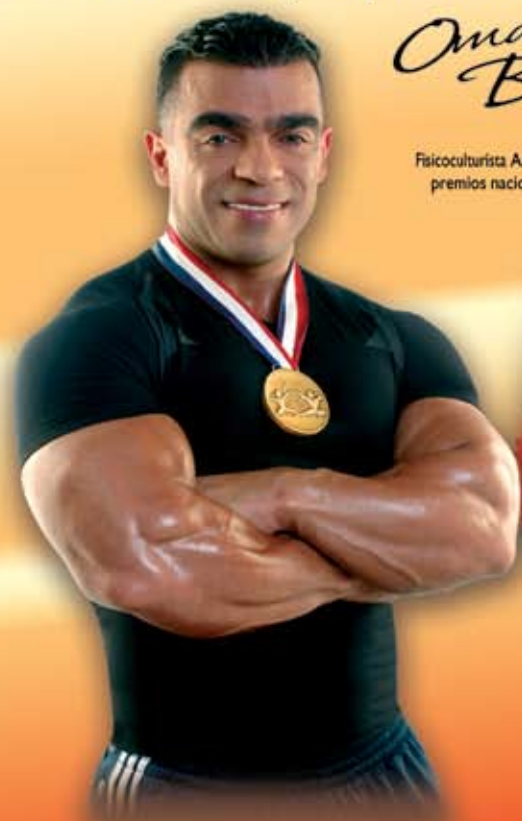
Frutilla *con* Cereales

Todos los expertos en nutrición tienen muy en claro lo importante que es para un atleta la ingesta diaria de altas dosis de proteína para poder alimentar su tejido muscular. Si sos entusiasta del Fitness y estás en época de entrenamiento o competición de alto nivel, la barra de proteínas OMAR BORRELLI, contiene una exclusiva proteína de suero de leche que aporta a tu organismo el correcto perfil de aminoácidos que este necesita.

Esta NUEVA barra de proteínas SABOR FRUTILLA, bañada con chocolate y cubierta con cereales seleccionados, es el complemento perfecto de una comida, ideal en el deporte y en el trabajo.

Se puede consumir antes o después de la actividad física.

Cada barra contiene 15 grs. de proteínas.



Omar Borrelli

IFBB PRO

Fisicoculturista Argentino ganador de varios premios nacionales e internacionales.



Proteínas totales
15g

Fel Fort

VENTA

Guillermo Spandri

Vendo 2 bancos planos, 1 banco scott, 1 banco de hombros con apoyo, 1 peck deck, 1 remo bajo con lingotes, 1 camilla de cuádriceps y femorales, 1 fuerza caballo con apoyo, todo a \$ 3000; camilla con lingotera marca Fitness Gym a \$ 1500. Berazategui (Pcia. de Buenos Aires).
TE: (011) 4223-5497
guillespandri@hotmail.com

Marcelo Iglesias

Vendo dos bicicletas con respaldo Kip Machine KCR 100, en excelente estado. Capital Federal.
TE: (011) 4833-4666
dys232@hotmail.com

Ignacio Sole

Vendo elíptico Embreex 204 impecable, usado como nuevo. Cipolletti (Pcia. de Río Negro).
TE: (0299) 154 525-775
nachosole2000@yahoo.com.ar

Yamila Mestre

Vendo trapecio a \$ 4000, combo chair y ladder barrel a \$ 2200 (por ambos), todos marca P&P, muy buen estado, poco uso. Lanús Este (GBA).
TE: (011) 4241-9770
info@solardeleste.com

Vanesa Blasco

Vendo 3 reformer en muy buen estado. Capital Federal.
TE: (011) 4460-1766
vanetere_3@hotmail.com

Juan José González

Vendo cama solar Ultrasun de 36 tubos en excelente estado. Capital Federal.
TE: (011) 155 428-3427
juany1526@hotmail.com

Newsun Camas Solares

Venta de cabinas solares verticales. Camas solares y faciales, nuevas y usadas. Con garantía, marca Ergoline y otras. Tubos, lámparas, acrílicos, etc. Capital Federal.
TE: (011) 4804-7942 / 4804-6630
catro@arnet.com.ar

Vendo solarium funcionando, bajo alquiler, zona Caseros.

Verónica Copello

Vendo: bici de indoor marca Fitness Machine con cambios Shimano, asiento y manubrio regulables en perfecto estado a \$ 800; vendo 2 glúteras marcas NBS blanca a \$ 1500 y Fitness Machine blanca a \$ 1700, ambas con jaula y lingotes; máquina de femorales a lingotes marca NBS color blanca poco uso a \$ 1700; sillón de cuádriceps poco uso, totalmente regulable, blanco a \$ 1700. Gualeguay (Pcia. de Entre Ríos). TE: (03444) 154 421-69
fitness370@hotmail.com

Juan Mutti

Vendo máquinas de musculación marca Fitness Machine en excelente estado. Mar del Plata (Pcia. de Buenos Aires).
TE: (0223) 451 54-18
juanmutti@hotmail.com

Gastón Vallejos

Vendo peck deck, sillón de cuádriceps, camilla de isquío, polea doble enfrentada, smith con rodamiento lineal, dorsalera con remo bajo, 2 bicis indoor, banco plano, banco scott, banco plano sin soportes, multiangular, discos, barras, accesorios, todo marca Millenium, a \$ 18000. Capital Federal.
TE: (011) 156 243-8344
gaston_roman@yahoo.com.ar

Aldo Celli

Vendo cabalgador Power Rider sin uso, en excelente estado, mando fotos, \$ 350. Ramos Mejía (GBA).
TE: (011) 4656-7150
winnergym@argentina.com

Silvia Ambroselli

Vendo cama solar en muy buen estado, potencia 2000 W (sin facial), con cospelera y ventilación circundante, tubos Philips solar nuevos, con programador de tiempo, con interruptor de encendido. Santa Fe (Capital).
TE: (0342) 154 447-153
corpobello@gigared.com

María Haddad

Vendo 12 bicis Fitness Machine a \$ 1200 cada una y 1150 Kg. en discos a \$ 3.90 el kilo. Ramos Mejía (GBA). TE: (011) 4656-0618
haddadmaria@hotmail.com

Miguel Angel Sokolowski

Vendo máquinas de musculación a muy buen precio, por unidad o por lote; ven-

do cinta de trote en muy buen estado por falta de espacio. Marón (GBA).
(011) 4460-0634 / 153 540-3961
sokogym@yahoo.com.ar

Diego Pizzo

Vendo a muy buen precio, por renovación, banco plano, inclinado, abdominales, barras cromadas de 1,70 mts. para discos regulares. Capital Federal.
TE: (011) 4502-0698
bluemarine_gym@hotmail.com

Daniel Hobert

Vendo remo T con apoyo marca Fox a \$ 1300, mancuernero 2 pisos Magnum Forces a \$ 450, banco plano con soporte a \$ 550, heladera exhibidora vertical 500 lts a \$ 900. Capital Federal.
(011) 4588-3365 / 155 248-5779
danielhobert@yahoo.com.ar

Juan Mateos

Vendo 6 bicicletas indoor cycle Randers a \$ 500 cada una, 5 bicis eléctricas/magnéticas Randers a \$ 400 cada una (oferta por lote), peck deck Muscle Factory muy poco uso, steps fibra de vidrio, bancos inclinados para abdominales y banco plano, escucho ofertas. La Plata (Pcia. de Buenos Aires).
TE: (0221) 154 637-015
info@gimnasiomash.com.ar

COMPRA

Leandro Alves

Compro camas pilates reformer en muy buen estado. Capital Federal.
TE: (011) 156 848-5210
newpilates@hotmail.com

Germán Baltar

Compro camas de pilates. Avellaneda (GBA).
TE: (011) 155 005-4089
germanbaltar@hotmail.com

Alicia Grinblat

Compro discos tipo Body Pump, de 10 Kgs. San Miguel de Tucumán (Capital).
TE: (0381) 422 10-21
info@elgimnasiodealicia.com

Emiliano Ríos

Compro multicaderas, máquina de glúteos, banco para abdominales y smith. Capital Federal.
TE: (011) 156 396-6529
cuervo1018@hotmail.com

María Rexius

Compro piso de goma usado tipo Mat Pro (no de goma eva); compro lote completo de máquinas, bancos, mancuernas, barras, etc. San Martín (GBA). TE: (011) 155 700-0063
mariaerexius@yahoo.com.ar

FONDO DE COMERCIO

Gisela Landro

Vendo fondo comercio gimnasio o asociado al 50%, zona microcentro, 800 m2, con posibilidad de 300 m2 más, equipamiento importado, amplios salones fitness e indoor y vestuarios, aire central. Valor U\$S 250000. Posibilidad de compra de local.
TE: (011) 4313-1257
glowfitnessequip@yahoo.com.ar

Ismael Julio Monti

Vendo fondo de comercio de gimnasio en pleno funcionamiento y gran rentabilidad, ubicado en zona residencial de Caballito. Capital Federal.
TE: (011) 156 585-5807
ismaelmonti@yahoo.com.ar

Fernando Soto

Vendo fondo de comercio, gimnasio con 3 cintas Kip Machines 320, 2 elípticos, 4 bicis, 25 máquinas de musculación Fox y Sanmartino, todas en excelente estado de funcionamiento, 12 años de trayectoria, excelente clientela. Vendo a U\$S 50000
TE: (0299) 493 72-82
gymnuevoestilo@yahoo.com.ar

PERMUTA

Oscar Miniño

Permuta o vendo 15 steps usados de 1,10 mts. por 40 cm., importados con módulos, por otros steps más chicos. Capital Federal.
TE: (011) 4384-0008
pressgym@yahoo.com.ar

ALQUILER

Pamela Ibañez

Alquilo o busco espacio para instalar 2 camas de pilates totalmente equipadas (tablas de apertura, salto y box) en muy buen estado. Capital Federal.
TE: (011) 4611-1626
pame01@msn.com



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

AllSquashCourt®

ESPECIALISTAS EN CONSTRUCCIONES DEPORTIVAS



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

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

Instalaciones bien mantenidas, clientes satisfechos.

Oficinas: Posadas 1355, 11° B (1011) - Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

TE/FAX: (54 11) 4812-9257 / info@allsquashcourt.com.ar / www.allsquashcourt.com.ar



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 cónicas.

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

Pilarte

Equipos y accesorios para Método Pilates



Reformer
\$ 2.300

Combo Chair
\$ 1.400



Barrel
\$ 1.200

PROMOCIÓN

Box + Jumping \$ 300

Precios + IVA.

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



Clases Grupales

Sistema Registrado por UP DOWN

- Diseños Exclusivos
- Nuevos Modelos
- Equipos de Alta Calidad

Edmundo D. Amicis 133 - Tel.: (0356) 156 001268 - 154 017147

5800 - Río Cuarto - Cba. - Argentina

E-mail: info@updown.com.ar

www.updown.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 7°D (1426) Cap. Fed. / Tel.: (011) 4554-7458
arquitectura_creativa@yahoo.com.ar



RETAPIZAMOS LAS MÁQUINAS DE TU GIMNASIO

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

H. Yrigoyen 3916. San Justo. Buenos Aires.
Tel. (54 11) 4482-2791 - Nextel ID 568*3378
www.fullmak.com.ar - info@fullmak.com.ar

SOMOS FABRICANTES

SOMOS ESPECIALISTAS



CGA
Cámara de Gimnasios de Argentina

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

www.camaradegimnasios.org.ar / info@camaradegimnasios.org.ar / (011) 4857-2659



¿Busca una nueva dorsalera?

Para quienes están pensando en adquirir una nueva dorsalera para su sala de musculación, presentamos las diferentes alternativas que hay en plaza. El objetivo es que el lector pueda comparar marcas, modelos y precios, para luego decidir cuál de las opciones se adapta mejor a sus necesidades.



Empresa: Biomax
Precio: \$ 3.450 + I.V.A.
holiday@citynet.net.ar



Empresa: Cybex
Precio: U\$S 3.280 + I.V.A.
praffinetti@cybexintl.com.ar



Empresa: Fitness Gym
Precio: \$ 4.063 + IVA.
fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar



Empresa: Equipamientos Fox
Precio: \$ 3.800 + IVA.
ventas@equipamientosfox.com



Empresa: Gerbo
Precio: \$ 2.900 + IVA.
info@gerbosport.com.ar



Empresa: JBH
Precio: \$ 3.200 + I.V.A.
info@jbhequip.com.ar



Empresa: JC
Precio: \$ 1.957 + I.V.A.
jcmaquinas@infovia.com.ar



Empresa: Millennium
Precio: \$ 3.590 + I.V.A.
ventas@equipmillennium.com



Empresa: Salter
Precio: U\$S 3.000 + I.V.A.
export@salter.es



Empresa: SanMartino
Precio: \$ 2.600 + IVA
maquinassanmartino@arnet.com.ar



Empresa: Stride
Precio: \$ 2.840 + IVA
info@stride.com.ar



Empresa: Vetrano
Precio: \$ 3.500 + IVA
vetrano@vetrano.com.ar



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

KRYON Records

MUSICA PARA FITNESS

A.Kryon-Records.com

A.Kryon-Records.com

A.Kryon-Records.com

A.Kryon-Records.com

Musica para Aerobios Hi Low, Aerobox, Latino, Aqua, Dance, Mid tempo, Step, Pilates, Yoga

PROMOCIONES ESPECIALES EN

kryon-records.com

MACHINE PARFAITE

EQUIPAMIENTO PARA MÉTODO PILATES

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
FABRICACIÓN DE EQUIPAMENTOS



RUNNER apuesta a las licencias

Después de que se frustraron sus planes de captar recursos en la bolsa de valores en 2001, la red de gimnasios más antigua de Brasil, **Runner**, retoma este año su proyecto de crecimiento y para ello **apostará al licenciamiento de su marca** con el objetivo de alcanzar las 100 unidades a fines de 2012.

La idea es vender todas las sedes propias y transformarlas en licenciadas. La empresa también negocia con otros gimnasios independientes para que cambien sus banderas. Un vocero de Runner manifestó que no tienen prisa en vender sus unidades pero saben que descentralizando la gestión, los operadores locales tendrán más agilidad y flexibilidad. “Hoy el mercado está muy competitivo y la cabeza de la compañía debe responder rápido para conquistar una mayor participación”, explican.

Un proyecto piloto de licenciamiento fue concretado en 2006 con el gimnasio **Action Club**, de Granja Viana, en San Pablo. “Mis ingresos mensuales pasaron de 41 mil reales (24,9 mil dólares) a 130 mil reales (78,8 mil dólares) un año después del cambio de marca a Runner”, asegura **Peter Thomas Szenttamasy**, fundador de **Action Club** quien hace un año se hizo cargo del área de expansión de Runner.

Las 11 unidades de la red son empresas independientes controladas por un holding creado en 2003, cuando fue cancelado el proyecto de IPO. En esa época, se vendió la mitad del capital de cuatro de las unidades para recabar fondos y pagar gastos provenientes de la profesionalización de la empresa. “En aquel momento ya recibía propuestas de interesados en franquicias, y por eso armé cada gimnasio como un negocio separado”, explica **Mario Sergio Moreira**, fundador de Runner.

Frente al desempeño de la unidad de Granja Viana, cuya tasa de retención de socios es de 80 por ciento contra 55 por ciento de la red, Moreira decidió apostar de una vez al modelo de licenciamiento y ya fueron analizados 600 gimnasios en el país. “El sector está muy atomizado. La mayoría de los dueños son profesores de educación física que no saben gerenciar el negocio”, dice Szenttamasy, quien estudió administración de empresas.

“En este marco -prosigue- vamos a posicionarnos como proveedores de conocimiento, buscando gimnasios que quieran ser licenciados de nuestra marca y de nuestros productos y servicios estratégicos para el área técnica, de ventas, de marketing y de tecnología. Queremos concentrar toda nuestra energía en eso para entregarles a nuestros licenciados mayor competitividad y ganancias, ya que muchas empresas del sector no tienen buenos índices de rentabilidad”.

El modelo de expansión elegido por Runner es el de licencias y no el de franquicias. “Las franquicias son muy rígidas y

Quiere alcanzar las 100 unidades a fines de 2012. Para lograrlo, buscará atraer gimnasios independientes con un potencial de facturación mensual mínima de 60 mil dólares. Su foco está puesto en ciudades con más de 200 mil habitantes en condiciones de pagar por lo menos 60 dólares al mes.

un operador, para no perder competitividad, necesita libertad para tomar ciertas decisiones en forma independiente. Por ejemplo: mi proyecto no contempla clases de box, pero mi unidad licenciada en Granja tiene a 30 por ciento de sus alumnos en esa clase. Si no le doy libertad a mi licenciado para conservar esa actividad, va a perder ese público. Y lo mismo puede ocurrir no sólo con clases, sino también con modelos de tributación de impuestos, por ejemplo”.

El mercado brasileño, con 12,6 mil gimnasios, es el tercero a nivel mundial. La meta de Runner es atraer gimnasios con un potencial de facturación mensual mínima de 100 mil reales (60 mil dólares). El royalty que cobra es 10 por ciento de la facturación bruta, con un limitador mínimo de 10 mil reales y uno máximo de 30 mil reales (6 y 18 mil dólares, respectivamente). Además, el gimnasio licenciado debe realizar una inversión de 50 mil reales (30 mil dólares) que se destinan a entrenar a los profesores e implementar las nuevas técnicas de ventas y de marketing.

Con base en San Pablo, Runner está en la búsqueda de ciudades con más de 200 mil habitantes en condiciones de pagar por lo menos 100 reales (60 dólares) al mes por una cuota de gimnasio. La mensualidad media cobrada por Runner hoy en San Pablo es 150 reales (90 dólares). ■

Nota: Partes de este artículo fueron publicados por Valor Económico - 29/08/2008



SSF Wellness

Software para la creación de entrenamientos personalizados y seguimiento de la evolución del deportista.

Mejore su productividad y aporte valor añadido a sus clientes a partir de **0,43 USD***

Más información en www.lladosdocument.com

LLADÓS DOCUMENT, S.L.
ssf@lladosdocument.com Tel (+34) 933572805
 Barcelona, España

* Tarifa de impresión en Pago Por Uso, para Argentina, de un programa de entrenamiento de dos páginas: \$/€ = 0,6723

“En México hay grandes oportunidades

Enrique Vera del Castillo



Asegura Enrique Vera del Castillo, director general de los clubes mexicanos Sportium. La firma posee tres unidades de 7.000 m² cada una y cuenta con más de 13.500 socios activos. Buscando una mayor penetración en el mercado local, prevén la apertura de siete nuevos clubes en cinco años.

Sportium es una compañía mexicana con amplia experiencia en la operación de clubes deportivos, cuyo público objetivo está compuesto por familias de clase media y media alta de la Ciudad de México. Los orígenes de la empresa se remontan al año 1979, con la creación de su primer club.

Años más tarde, en 2003, en ese mismo predio nació **Sportium Coyoacán**, “disparando la formación de la cadena regional de clubes Sportium en 2005 con la apertura de **Sportium San Ángel**



y **Sportium Desierto de los Leones** en 2006”, cuenta **Enrique Vera del Castillo**, director general de la firma.

Los centros están ubicados en el área metropolitana de la Ciudad de México, en zonas densamente pobladas, cuyo ingreso anual per cápita va de los 13 mil a los 38 mil dólares. La cadena cuenta con más de 13.500 socios activos entre las tres sedes, que tienen, en promedio, un área de 7.000 m² cada una.

Según Vera del Castillo su propuesta es integral y apunta a la familia: “Contamos con espacios infantiles combinados con actividades deportivas, culturales,

recreativas y psicomotrices para niños de 3 meses hasta 15 años de edad. Y además, desarrollamos una amplia gama de actividades para adultos y personas de la tercera edad”.

En diálogo con **Mercado Fitness**, este empresario describe cómo es la industria del fitness de su país, las características de sus clubes y las perspectivas a futuro.

MF: ¿Cuál es su visión de la industria del fitness en México?

EVC: Estamos aún en una etapa em-



brionaria con sólo 2.2% de la población inscrita en algún club deportivo, y con una base de competidores formales muy pequeña, lo que abre grandes oportunidades de crecimiento. Comparativamente con otras economías sudamericanas, como la brasileña, los clubes deportivos en México son más rentables en promedio.

MM: ¿Qué tipo de servicios brindan sus clubes?

EVC: Con algunas pequeñas diferencias en cantidad de servicios según la sede, los clubes ofrecen: un área de peso libre, peso integrado y cardio, piscina semiolímpica techada, básquetbol, fút-

bol rápido, lockers, muro de escalar, padel, squash, vestidores, vapor, sauna, sportium niños, sportium café, salones de fitness grupal y tenis.

Además desarrollamos Sportium Salud, que abarca servicios que van desde la estructuración de una dieta y evaluación alimenticia integral, hasta la realización de cirugías ortopédicas especializadas a costos muy por debajo de los que el mercado ofrece, a través de alianzas estratégicas con especialistas de renombre en la materia.



Adicionalmente, se lleva a cabo un proceso de valoración física, el cual se les realiza a todos los nuevos usuarios, teniendo la finalidad de conocer su estado físico y en razón del mismo sugerir el entrenamiento a seguir. Además, los clientes tienen la opción de reevaluarse trimestralmente con el objeto de conocer su grado de avance.

MF: ¿Los usuarios pagan cada actividad por separado?

EVC: Uno de nuestros diferenciales es la modalidad “**Todo incluido**”. Es decir, ofrecemos al cliente todas las instalaciones y actividades programadas a cambio de una única “cuota de mantenimiento” mensual.

de crecimiento”

MF: ¿Cuál es el valor de esa cuota?

EVC: Las membresías tienen un costo de inscripción de 400 a 800 dólares, dependiendo su tipo (individual, pareja o familiar de acuerdo al número de hijos) y las cuotas de mantenimiento mensuales oscilan de igual manera: 110 dólares por persona, 150 por parejas, y 270 por familia con tres hijos promedio.

Estos son precios muy competitivos que alcanzan diferenciales de más del doble con los competidores de mayor presencia en el mercado.

MF: ¿Qué características tiene su oferta de fitness?

EVC: La propuesta se denomina **Family Fitness**. Su diseño y estructuración tras-

ciende el concepto de gimnasio o fitness, ya que ofrece actividades dirigidas para pequeños de tres meses hasta personas de la tercera edad.

Por ejemplo, con los bebés se hace foco en la estimulación temprana, el concepto **Action Kids** que lleva al niño de la mano en su iniciación en el deporte, y **Babyfut**, en donde los pequeños se familiarizan con el fútbol. Para el segmento de 3 a 15 años se brindan clases de taekwondo, natación, fútbol, básquetbol y de ballet para las niñas.

Los adultos pueden optar por clases muy diversas: Body Systems, baile, pilates, zumba, belly dance, indoor cycle, capoeira, repujado, pintura, entre otras.

Y por último, para las personas de la tercera edad están programadas actividades de yoga, pilates, natación, acuacrobics, baile y tai chi.

MF: ¿Cómo están equipados los clubes Sportium?

EVC: Manejamos la marca **Technogym** y contamos en promedio con 60 equipos cardiovasculares (San Ángel cuenta con 68), más otras 40 estaciones de fuerza. De forma adicional, en una de nuestras unidades contamos con la **Easy Line**, destinada a clínicas para mujeres y adultos mayores.

MF: ¿Cuáles son las perspectivas de la empresa a futuro?

EVC: En un plazo de cinco años, Sportium planea la apertura de siete clubes más, buscando una mayor penetración en el mercado local, donde es escasa todavía la oferta para el segmento objetivo de nuestra compañía. ■

Fitness Revolution
ahora es Body Action corp

**CAMBIOS COMPROBADOS
SOCIOS FIDELIZADOS
MAYOR RENTABILIDAD ...**

y Ud. ya nos contacto?



**BODY
ACTION
CORP**

www.bodyactioncorp.com

Central Perú : 511 - 2256691 / Nextel 511* 408 * 9763
info@bodyactioncorp.com

Uruguay : 02 - 9081514 / 02-614 1350
info@uruguay@bodyactioncorp.com

Gimnasios y clubes médicos deportivos

Radiografía del mercado colombiano

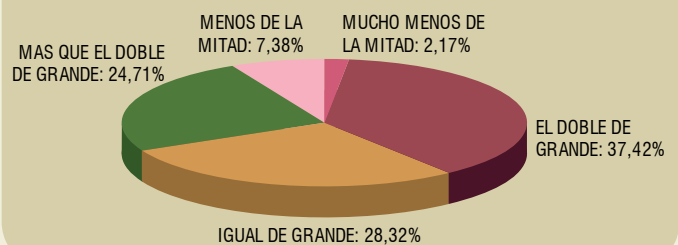
El **Observatorio de Bienestar Bodytech** realizó un estudio para conocer con mayor grado de detalle los gustos de los afiliados de gimnasios en Colombia y de esta manera poder anticipar el comportamiento de consumidores potenciales. En el estudio se indagaron a 1250 personas, en las 13 principales ciudades del país.

Según el informe, existen 1839 establecimientos deportivos (parques, canchas múltiples, etc.) y se pueden reconocer 206 marcas de gimnasios entre genéricas (gimnasios informales de barrio sin ningún tipo de certificación) y definidas (gimnasios formales y certificados). Cali y Bogotá son las plazas con más marcas reconocidas.

Cerca de la mitad de los usuarios concurre a gimnasios que tienen un tamaño similar al de una cancha de baloncesto

(28m x 15m). Pero en las ciudades más populosas las instalaciones son más grandes que el promedio. Por ejemplo, en Bogotá, 76 por ciento de los usuarios declara que su gimnasio es más grande que una cancha de baloncesto.

GIMNASIO AL QUE ESTUVO AFILIADO EN RELACIÓN CON UNA CANCHA DE BALONCESTO



A los encuestados se les consultó sobre el uso de los servicios prestados por los gimnasios: el estiramiento fue la actividad más mencionada y luego se ubicaron el ciclismo interior, cardio, musculación, Kinesis, pilates reformer, zonas húmedas y por último las clases grupales.

Características de usuarios

En Colombia los estratos socioeconómico se dividen del 1 (más bajo) al 6 (más alto). Según las tipificaciones de la población que declara ser afiliada a un centro deportivo, 22,7 por ciento de las personas de estrato 3 afirma haber sido miembro de un gimnasio, mientras que 44,1 por ciento de la población de estrato 6 declara lo mismo.

Por grupos de edad, no hay grandes diferencias entre las personas que reportan afiliación, pero hay una evidente caída en la participación entre las personas mayores de edad y un ligero descenso dentro del grupo de 25 a 35 años, que es el segmento de “nuevos padres” o “nuevas familias”.

En cuanto al reporte por género, en la población menor de 35 años los hombres son más propensos a ir al gimnasio que las mujeres, y después la tendencia cambia. Los solteros son las personas que más reportan haber estado afiliadas a un gimnasio, seguidos por los casados, lo cual es consistente con el dato de edad anterior.

El nivel educativo tiene una relación directa con el reporte de afiliación: a mayor educación, mayor propensión a estar afiliado a un gimnasio. El tiempo promedio de afiliación es cercano a los 5 meses.

SALUD >>>

FITNESS SHOP

E C U A D O R

Su asesor en equipos de gimnasia

LINEA PROFESIONAL

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO

SPORTOP
Body-Solid
Wynn
SCYBEX

Body-Solid
SportsArt
PARAMOUNT

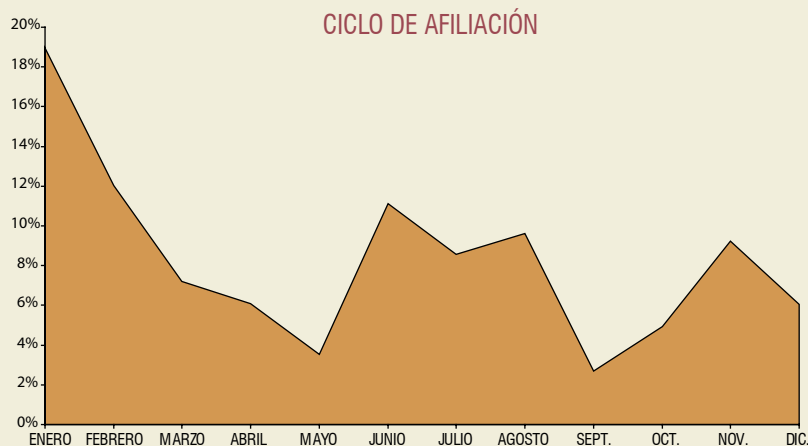
BH Fitness
STAR TRAC
Athletic

Fitness Shop Ecuador Cía. Ltda.

Quito: AC. C. El Bosque, Planta Baja, Local C-23 / Telefax: (593-2) 226 9514
Guayaquil: Mall Del Sol Shopping Center, Planta Alta, Local A-20 / Telefax: (593-4) 269 1740

BIENESTAR >>>

En lo referente al ciclo de afiliación, el mes de enero figura como el de mayor frecuencia y septiembre el más bajo; mostrando una tendencia de mayor afiliación en el primer semestre. Cabe aclarar que no todas las ciudades reportan el mismo ciclo, y para este caso particular, la información sobre las mismas es muy dispersa. ■

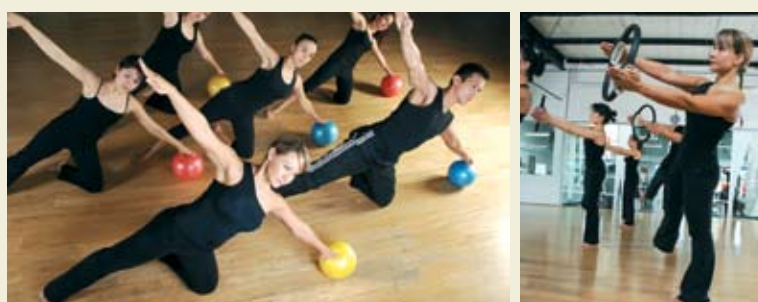


Cifras económicas del sector

El tamaño del mercado de consumo de gimnasios en Colombia es cercano a los 3 billones de pesos (US\$ 146 millones de dólares). El hogar colombiano promedio destina a este rubro 1,3% de sus gastos. Medellín, Bogotá y Cali representan casi 60 por ciento del mercado.

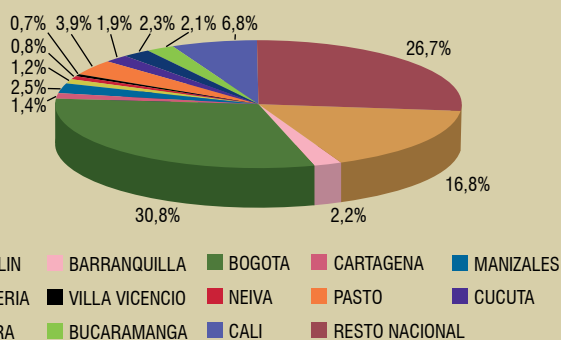
El sector de gimnasios viene creciendo a tasas promedio del 11 por ciento en ventas y cerca del 4 por ciento en usuarios. Esto demuestra que si bien el crecimiento en el número de usuarios es superior al crecimiento poblacional, la dinámica de captura es baja, pero el consumidor está dispuesto a pagar por más y mejores servicios.

La inflación tiene una tasa anual promedio cercana al 7 por ciento. Como su elasticidad lo indica, éste es un bien de lujo muy sensible a cambios de precios. Por otra parte, el consumo *per cápita* real viene creciendo 1,6%, lo que muestra que el mercado está dispuesto a la renovación y a los nuevos servicios. Hoy el consumo *per cápita* anual es cercano a 61 mil pesos (29.309 dólares).

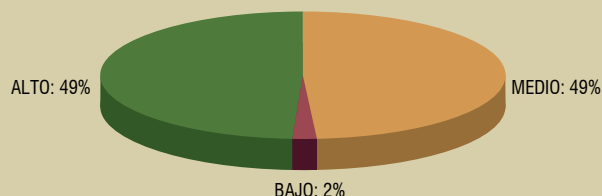


Equipo de investigación Raddar: Camilo Herrera - Juan Diego Becerra
Informe provisto por Bodytech.

DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO



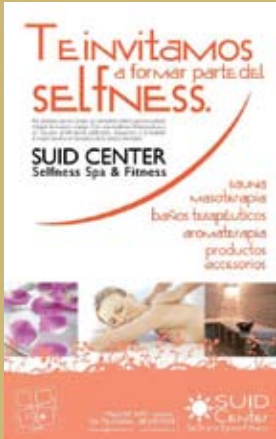
MERCADO POR NIVELES DE CONSUMO



HF-FITNESS
SOLUCIONES EN LO ALTO

PARAMOUNT STAR TRAC SPINNING Idpil.com
POWER PLATE Fitness Beat Mercado Fitness FITMAX

Tel: 7083210
Cel: 094540563
www.hf.com.uy info@hf.com.uy



CHILE

Abrió Suid Center en Linares

El 1 de agosto pasado abrió sus puertas **Suid Center, Selfness Spa & Fitness**, en Linares, Región del Maule, al sur de Santiago de Chile. “El nuestro es el primer sitio integral para el cuidado del cuerpo que se instala en la ciudad”, asegura **José Suid**, titular del emprendimiento, que demandó una inversión de 70 mil dólares.

“Nuestra propuesta está alineada al concepto de selfness: nos enfocamos en aquellas personas que están cambiando sus hábitos para lograr una mejor calidad de vida, buscando una transformación personal duradera”, afirma Suid.

Características

- Superficie: 200 m2 aproximadamente.
- Servicios: sauna con capacidad para 8-10 personas; 4 tinas de hidromasaje (c/u con 8 hidrojets); 2 salas de masaje; 2 baños/camarines y 1 baño de servicio.
- Valor promedio de las sesiones: desde 8 mil pesos (15,5 dólares) hasta 20 mil pesos (39 dólares).
- Público: principalmente hombres y mujeres, entre 25 y 65 años.
- Ubicación: Maipú 1070, Linares.

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

Características

- Superficie: 200 m2 aproximadamente.
- Servicios: sauna con capacidad para 8-10 personas; 4 tinas de hidromasaje (c/u con 8 hidrojets); 2 salas de masaje; 2 baños/camarines y 1 baño de servicio.
- Valor promedio de las sesiones: desde 8 mil pesos (15,5 dólares) hasta 20 mil pesos (39 dólares).
- Público: principalmente hombres y mujeres, entre 25 y 65 años.
- Ubicación: Maipú 1070, Linares.

Puesto N° 1070 - Linares
 (56-75) 214566 - (09) 239 9551
 contacto@suidcenter.cl
 www.suidcenter.cl

La inauguración de este spa representa la primera fase del proyecto, que se complementará en el mediano plazo con la apertura de un gimnasio. “Apuntamos a implementar un centro integral de actividad física, cuyo enfoque principal sea la prevención en salud”, destaca Suid. ■

Elegante, simple, relevante



StarTrac es una línea completa de equipos, inspirada por Katia y por una multitud de individuos que nos motivan a sobrepasar expectativas y a definir nuevos horizontes. Cada producto es el resultado de nuestro especial acercamiento al usuario. Observando los hábitos y comportamientos de cientos de personas, nosotros construimos los más avanzados equipos que causan motivación. Adicionalmente, nuestra mejor línea de equipamientos cardiovasculares en su clase fue desarrollada en conjunto con el grupo BMW DesignworksUSA. Asimismo para complementar nuestros equipos cardiovasculares, StarTrac ofrece una línea completa de aparatos de musculación de calidad y durabilidad inigualable, y funcionamiento óptimo. Para equipos de Fitness tan inspirados como la gente que los usa, siempre busque STAR TRAC. Por más información, por favor comuníquese con nuestro representante en su país de origen o visite nuestra página web www.startrac.com

MEXICO
Gimports de Mexico
Tel. 52-66-2-215-6345
52-55-5566-4191
direccion@gimports.com

GUATEMALA
Sportmec
Tel. 502-2269-1020
monica@sportmec.com

HONDURAS
Sported
Luis Alvarado
502 2269-1020/21
luis@sportmec.com

COSTA RICA
Sportec
Tel. 506-588-2229/30
sportec@racsa.co.cr

PANAMA
Fitness Market S.A.
Tel. 507-208-2568
lduarte@athletic.com.co

PARAGUAY
Chacomer S.A.E.C.A.
Boris Käthler
95 21 518 0384
bkathler@chacomer.com.py

PERU
Fitness Shop Peru
Angela Vaquero
nmartinez@fitnessshop.com.ec

ORLANDO FL. USA.
Big Fitness
Tel. 954-914-2911
bigfitness@cfl.rr.com

VENEZUELA
Big Fitness/ Juan Ramon
Brunet/
Tel. (0212) 963-1565
ó (0416) 638-4838
jbrunet61@hotmail.com

ECUADOR
Fitness Shop Ecuador Cia Ltda
Nicolás Martínez
Tel. 59-32-226-9514
nmartinez@fitnessshop.com.ec

CHILE
Global Fitness
Tel. 56-2-219-4748
cpincheira@energyfitness.cl

ARGENTINA
Impact Fitness
Tel. 54-11-4855-8574
adillen@systemfit.com.ar

BRAZIL
Righetto Fitness Equipment
Tel. 55-19-3766-7607
otavio@righetto.com

URUGUAY
Hi-Fitness
Tel. 59-8945-40563
flacarvalho@adinet.com.uy

MEXICO
Gimports de Mexico, S.A. De C.V.
Mexico City
Tel. 55-5566-4191
imac@gimports.com

COLOMBIA
Forma Equipos
Claudia Bedoya
Tel. 57-4-288-7417
formaequipos@une.net.co

A!Body Tech crece en Brasil



Con las compras de Átrio y Fórmula, la red suma 18 unidades. En 2008 proyecta ventas por US\$ 56 millones. En 2011 abrirá su capital con una primera oferta pública de títulos.



En el marco de su proceso de expansión en Brasil, la red gimnasios **A!Body Tech**, originaria de Río de Janeiro, adquirió a fines de julio pasado el 100 por ciento de las 4 unidades de **Fórmula Academia**, una de las empresas más tradicionales de San Pablo, con 18 años en el mercado.

Fórmula Academia cuenta actualmente con filiales en algunos de los principales shoppings de Brasil. En San Pablo, está en Eldorado, en Jardins, y en Market Place, en el barrio Morumbi. En Campinas, está en el Parque D. Pedro Shopping, y en Belo Horizonte (BH), en el barrio Savassi. La empresaria **Ana Gutierrez** continuará al frente de la unidad de BH.

Tras su venta -cuyo monto superó los 20 millones de dólares- Fórmula Academia atravesará un proceso de reconfiguración y modernización, que estará a cargo del arquitecto paulista **Gui Mattos**. El cambio de bandera será realizado en el primer trimestre de 2009.

Con estas nuevas inversiones serán implantadas todas las actividades que se destacan en las unidades de A!Body Tech tales como, por ejemplo, un importante sector infantil, una escuela de vóley coordinada por el técnico Bernardinho, un centro de gimnasia artística, bajo la dirección de Georgette Vidor y una escuela de judo dirigida por el campeón **Flavio Canto**.

A!Body Tech ya viene invirtiendo en otros estados, como en Brasilia, donde abrió hace 9 meses una sede que hoy atiende a más de 2000 clientes. Por otro lado, el grupo compró recientemente el gimnasio **Átrio**, en Goiânia, en casi 7 millones de dólares. Esa unidad tiene actualmente 2500 socios aunque sus instalaciones poseen capacidad para albergar hasta 3500 clientes.

En el corto plazo, A!Body Tech planea consolidar su expansión en la zona Centro-Oeste de Brasil, ya que por el momento sólo cuenta con filiales en Brasilia y en Goiânia, donde la compañía tiene previsto abrir una unidad más.

Con estas compras, A!Body Tech suma 18 unidades, distribuidas en Río de Janeiro (11), San Pablo (4), Minas Gerais (1) y Goiás (1), además del Distrito Federal (1). Tiene 38 mil clientes, 1300 empleados directos y otros 1000 indirectos, lo cual la convierte en el mayor operador brasileño. En 2007, la empresa facturó 27 millones de dólares y aspira a terminar 2008 con ventas por 56 millones de dólares, es decir que tendrá un crecimiento superior al 100 por ciento.

Este grupo tiene entre sus principales accionistas al empresario Alexandre Accioly, al técnico de vóley campeón olímpico Bernardinho, a João Paulo Diniz y al ex banquero Luiz Urquiza. A!Body Tech planea abrir su capital en 2011 con una primera oferta pública de títulos. ■

¡forma parte de nuestro equipo!

Body Shop Atlético Club en Santo Domingo, uno de los mejores y más exclusivos clubes de fitness en todo el Caribe, tuya como con más de 1,000 m² cada uno y una base de clientes de más de 10,000 miembros activos está buscando emprendedores pasionales, altamente capacitados, para formar parte de nuestro personal.

Nuestros entrenadores personales tienen la misión de proporcionar el más alto nivel de profesionalismo en campos de fitness de vóley, preparación de ejercicio y tratamiento. Estamos buscando personas que tengan un nivel de entrenamiento de fitness, cardiovascular, principio de entrenamiento de flexibilidad y liberación.

¡Ofrecemos un ambiente de trabajo positivo, divertido y con excelentes beneficios, así como modernas instalaciones de clase mundial y excelentes oportunidades de crecimiento y formación. El BAC puede ofrecer por un pago mensual mínimo de \$1,000, mientras más tiempo trabajas para nosotros podrás conseguir, tener a formar parte de nuestro equipo!

REQUISITOS:

1. B. Grado requerido, licenciatura en Ciencias de ejercicio e instalaciones con el país, pero no es necesario.
2. ACTUAL, SOL, MPT o MFA. La certificación debe estar actualizada y activa.
3. 1 y 2 años de experiencia en entrenamientos con diferentes tipos de clientes.
4. Certificación de RCP actualizada.
5. Disponibilidad en ventas de paquetes de entrenamiento.
6. Certo grado de capacidad de hablar el idioma español, es deseable pero no necesario.

La República Dominicana es una de las destinos turísticos más atractivos del mundo, es el hogar de una sociedad dinámica impulsada en su sector de vóley olímpico y que impulsa su economía del mercado (crecimiento del PIB de más del 10%), libre e nosotros y van a conocer el lado oculto de la carrera.

Envíenos tu solicitud a:
E-mail: hr@clubbodyshop.com

Novedades

BRASIL

1º Congreso Brasileño de Natación Infantil



Del 7 al 9 de noviembre se desarrollará el **1º Congreso Brasileño de Natación Infantil** con el apoyo de la WABC

(World Aquatic Babies and Children). Contará con la participación de diversos especialistas de Brasil y con la presencia de **Mónica Anzuelo**, directora técnica del gimnasio Club Delfín de Chiapas (México), que hablará sobre el panorama mundial de la enseñanza de la natación infantil.

Los disertantes abordarán diferentes aspectos tales como: fisiología de la inmersión, relación con los padres, psicología, aspectos médicos, niños especiales y musicalización, entre otros temas. Además, se desarrollarán dos cursos paralelos, uno sobre natación

para bebés y otro sobre procedimientos de emergencia.

El mercado brasileño de natación infantil es “uno de los mayores del mundo y cuenta con profesionales de gran nivel. Por lo que este espacio resulta fundamental para intercambiar experiencias, difundir conocimientos e incentivar a nuevos profesionales a desarrollar esta actividad”, señalan los organizadores.

El congreso tendrá lugar en UNIP - Campus Paraíso, Rua Vergueiro 1211, San Pablo (Brasil). Para más información visitar www.educacaofisica.com.br

CHILE

Tarjeta de beneficios de SportMei



Con el objetivo de brindar mayor valor agregado a sus socios, el **Gimnasio SportMei**, situado en Concepción, lanzó una tarjeta de beneficios para sus clientes, con descuentos y promociones en diferentes tiendas y comercios de la ciudad.

“Cada uno de nuestros socios recibe de regalo esta tarjeta por el sólo hecho de pertenecer al gimnasio, y de este modo acceden a una serie de descuentos y beneficios en tiendas y comercios con los cuales tenemos un convenio recíproco”, comenta **Carlos Hidalgo**, titular de la firma.

Actualmente, SportMei tiene acuerdos con tiendas deportivas, restaurantes, pubs, negocios de calzado y otros.

Seminario de Alto Rendimiento

El próximo 22 de noviembre se realizará en Chile el primer **Seminario de Deporte de Alto Rendimiento**, con el auspicio de la Embajada Argentina, más el apoyo y el compromiso de destacados profesionales del área.

“En este momento especial del deporte chileno, creemos oportuno tomar iniciativa de compromiso informándonos, aprendiendo e intercambiando ideas y conocimientos para el bien de nuestro deporte”, destacan los organizadores.

El encuentro tendrá lugar en el auditorio de la Embajada Argentina. Para más información llamar al celular 8-913 88 28 o escribir a gimnuevosaires@gmail.com

POLAR®
LISTEN TO YOUR BODY



Bolivia
www.polarbolivia.com



MEXICO

Curves exporta su software a franquicias mexicanas

Las franquicias mexicanas de **Curves**, la cadena más grande del mundo de entrenamiento de 30 minutos para mujeres, comenzarán a usar el software de gestión desarrollado en el departamento de tecnología que la firma posee en España.

La decisión se tomó porque actualmente las franquicias aztecas están funcionando con un software, basado en PC, que empieza a quedar obsoleto. El programa que incorporarán “es un gran avance para los franquiciados que podrán acceder on-line a toda la información relevante sobre sus centros en tiempo real”, detalla la información de prensa.

“Empezaremos a usarlo en unas cuantas franquicias seleccionadas”, comenta **Roberto Rodríguez**, director general de Curves® para España y Portugal. Esto permitirá afinar las prestaciones del software a las particularidades del país, y una vez pasado ese período de prueba, se instalará en todos los centros mexicanos.

Fuente: www.franquiciashoy.es

Calderón promueve la actividad deportiva

El presidente **Felipe Calderón** puso en marcha la Feria de Actividades Físicas para Vivir Mejor, como parte del Programa Nacional de Actividad Física, una cruzada para fomentar el deporte entre los mexicanos. A partir del próximo ciclo lectivo, los alumnos de educación básica destinarán media hora a realizar ejercicios, todos los días del año escolar.

El programa también pretende llegar a los adultos. “Vamos a hacer una campaña para promover en el ámbito laboral, con empresas y con sindicatos, en todas las instituciones públicas y privadas, que las personas puedan hacer alguna actividad deportiva sistemática en su horario de trabajo”, explica el mandatario.

Las estadísticas señalan que México es el segundo país con mayor sobrepeso dentro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), detrás de los Estados Unidos. “Hoy, uno de cada cuatro niños, tres de cada cuatro jóvenes y adultos padecen sobrepeso en nuestro país”, asegura Calderón.

URUGUAY

Jornada de Spintensity®

El próximo domingo 28 de septiembre se dictará una jornada de **Spintensity®** y técnicas de ciclismo aplicadas al **Spinning®** para instructores certificados. La misma estará a cargo del master trainer **Marcelo Alexandre**.

“Spintensity® ayuda al instructor y a sus alumnos a utilizar el monitor de frecuencia cardíaca como una herramienta para guiar un programa de entrenamiento. Además, permite diagramar una sesión con un justo equilibrio entre el esfuerzo y la recuperación”, explican los organizadores.

La jornada se realizará en el Gimnasio Aerobic Mix de 9 a 13 horas. El costo del taller es de 100 dólares (6 StarPoints). Para mayor información escribir a info@hf.com.uy o llamar al 708 32 10

Aerobic Pocitos renueva su equipamiento

Con una inversión de 25 mil dólares, la sede Pocitos de los gimnasios **Aerobic** incorporó nuevos equipos de la marca **Paramount** en su sala de musculación. “Este cambio es una inyección de energía, comodidad y funcionalidad tanto para clientes como para profesores”, dice **Patricia Moline**, gerente de la sede.

Para la empresa significó “el comienzo de un camino hacia la renovación de las salas de musculación de todas las sedes, a excepción de Mix que ya cuenta con este equipamiento”, indica Moline.

La sede Pocitos tiene un área de 850 m², ofrece musculación, cardio, fitness grupal, piscina climatizada y una sala especialmente acondicionada para realizar Spinning y pilates. Los gimnasios Aerobic cuentan con cuatro sedes y actualmente están festejando sus 25 años de vida.



www.sportmagazine.com.py

(595 21) 447 790 y (595 21) 447 788
info@sportmagazine.com.py
 Asunción - Paraguay



Novedades

PERÚ

Pepsi lanzó bebida sin calorías



El fabricante estadounidense de refrescos **PepsiCo Inc.** lanzó en el Club Hípico de Lima una línea de bebidas **SoBe Life**, que contienen un nuevo endulzante natural con cero calorías, llamado PureVia.

La nueva bebida está elaborada con agua enriquecida y posee un endulzante derivado de la estevia, o azúcar verde, una hierba originaria de Paraguay y Brasil.

SoBe Life ya está a la venta en supermercados, gimnasios y spas, en su presentación de botellas de plástico de 590 ml en tres sabores: fresa, naranja y cereza. El producto está dirigido a mujeres y a hombres de 18 a 34 años que buscan cuidar su salud.

Tus noticias

Envíanos tus novedades y noticias con fotografías (si es posible) a noticias@mercadofitness.com o www.mercadofitness.com.ar

PARAGUAY

Wellness Paraguay 2008



Con gran éxito se desarrolló la segunda edición de la convención de fitness **Wellness Paraguay 2008**. La misma tuvo lugar en el Hotel Crowne Plaza de Asunción, del 22 al 24 de agosto pasado.

Diversas figuras nacionales e internacionales participaron del evento, entre ellas: Michael King, Verónica Ponienman, Marcelo Levin, Cida Conti, Tati Sanchis, Claudio Frazen, Taviccó Moscatello, Wilson Germano, Roberto Toscano, María Aurelia Cudas y Natalia Sapena.

La convención reunió a más de 2500 personas en el Workout Fitness Show, que participaron de las diferentes clases. “En simultáneo se desarrollaron 8 cursos, que convocaron a otros 560 profesionales”, comenta **Javier Correa**, organizador del evento.

Las expectativas “fueron ampliamente superadas, ya que hubo una gran convocatoria de público tanto de Paraguay, como de Argentina y de Brasil lo cual posiciona a esta gran fiesta del fitness en el calendario internacional de eventos importantes de la región”, asegura Correa.

www.spinning.com/latinoamerica.com

TU ESFUERZO MERECE UNA RECOMPENSA

25% DESCUENTO en el alquiler de bicicletas de spinning y accesorios.

20% DESCUENTO en el alquiler de bicicletas de spinning y accesorios.

50% DESCUENTO en el alquiler de bicicletas de spinning y accesorios.

¡CLASE GRATIS CON INSTRUCTOR MASTER DE FJAJ!

¡CERTÍFICATE CON LOS MEJORES! ¡INSCRIBETE HOY!

SPINNING



6 av 6-63 zona 10 edificio sixtino
Guatemala Ciudad, Guatemala
www.sportmec.com
Tel 502 22691020 / 21

Nuevos representantes de ventas en cada país Centroamericano.

MUSCULACIÓN

Empresa: **Barcelona Biomecánica**
(011) 4628-0651
edu_barcelona@live.com.ar

Empresa: **Biomax**
(0341) 464-9441
holiday@citynet.net.ar

Empresa: **Cybex**
(011) 4777-9239
praffinetti@cybexintl.com.ar

Empresa: **Evolution Center**
(03543) 423732
ventas@evolutioncenter.com.ar

Empresa: **Fitness Company**
(011) 4713-5090
info@fitness-company.com.ar

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

Empresa: **Fitness Shop**
(0223) 451-2073 / 491-0739
juliosalerno@hotmail.com

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

Empresa: **Gerbo**
(011) 4504-3466
info@gerbosport.com.ar

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

Empresa: **JC Fitness Equipment**
(0358) 462-8009
jcmaquinas@infovia.com.ar

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

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

Empresa: **Paramount**
(011) 4855-8574
adillen@systemfit.com.ar

Empresa: **Salter Fitness**
(+34) 93 470 00 55
export@salter.es

Empresa: **Stride**
(011) 4200-1078
info@stride.com.ar

CARDIOVASCULAR

Empresa: **Athletic Way**
(011) 4553-8961 / 74
www.athletic.com.ar

Empresa: **Deport Salud**
(011) 4797-4231
ventas@deportsalud.com

Empresa: **Faga S.R.L.**
(0341) 4613562
fagasrl1@speedy.com.ar

Empresa: **Kip Machines**
(011) 4327-2963
hmoavro@kipmachines.com

Empresa: **Kromax**
(011) 4755-3179
info@kromax.com.ar

Empresa: **MTD Gym**
(0341) 4575721
07newedal@infovia.com.ar

Empresa: **Precor**
www.precor.com

Empresa: **Randers**
(0221) 471-2323
info@randers.com.ar

Empresa: **Star Trac**
(011) 4855-8574
info@spinning-ar.com.ar

Empresa: **Vetrano**
(011) 4208-6531
vetrano@vetrano.com.ar

Empresa: **Whirly Cycle**
(011) 15 5578-1001
a_olivera@fibertel.com.ar

Empresa: **XFit**
(011) 4208-1480
info@xfit.com.ar

ACCESORIOS & PESO LIBRE

Empresa: **Athletic Services S.A.**
(011) 4858-3377 / 88
athleticservices@ciudad.com.ar

Empresa: **Entre Tiempo**
(011) 4384-0402
entretiempo@live.com.ar

Empresa: **Impact Fitness**
(011) 4855-8574
adillen@systemfit.com.ar

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

REPUESTOS & INSUMOS

Empresa: **Fenix Machines**
(011) 4200-1444
ventas@fenixmachines.com.ar

Empresa: **Resortes MG**
(011) 4687-0041
resortesmg@fibertel.com.ar

Empresa: **Sonnos**
(011) 4651-4692
info@sonnosweb.com

SUPLEMENTOS & NUTRICIÓN

Empresa: **Ena Sport Nutrition**
(011) 4544-9306
(0291) 488-8207/8235
administracion@enasport.com.ar

Empresa: **Felfort**
(011) 4618-0000
info@felfort.com.ar

Empresa: **HTN Suplementos**
(011) 4555-0770
info@htn-nutrition.com

Empresa: **Santonja**
(0351) 426-3845
ricardochoivilo@hotmail.com

Empresa: **Saturn Supplements**
(011) 4613-0025
ventas@saturnargentina.com.ar

SOFTWARE

Empresa: **Control Gym**
(011) 4958-1711
info@controlgym.com.ar

Empresa: **Digital Fitness**
(011) 4711-6168
contacto@digitalfitness.com.ar

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

Empresa: **Informática & Deportes**
(0341) 4932606
info@entrenar.com.ar

Empresa: **Lladós Document**
(+34) 933572805
ssf@ladosdocument.com

Empresa: **Solución ARG**
info@solucionarg.com

PILATES

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

Empresa: **Australia Pilates**
(011) 4460-4330
australia_mb@yahoo.com.ar

Empresa: **LDpil**
(011) 4733-3959
www.ldpil.com

Empresa: **Le Corp**
(011) 5786-0458
lecorpilates@yahoo.com.ar

Empresa: **NB Equipamiento**
(5411) 4896 2359
rushvicente@hotmail.com

Empresa: **P-equipe**
(011) 4892-0490 / 0540
info@pequipe.com.ar

Empresa: **Pilates land**
(03541) 436645
info@pilatesland.com

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

Empresa: **Pilarte**
(011) 4222-9743/15 5839-1625
correopilarte@hotmail.com

Empresa: **Real Pilates**
(011) 4953-7989
info@realpilates.com.ar

LOCKERS

Empresa: **Cia. Argentina de Lockers**
(011) 4777-7555
lockers@argentinelockers.com.ar

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

CALDERAS

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

AUDIO & VIDEO

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

Empresa: **Kryon Records**
(011) 4784-1074/4787-6588
ana@kryonrecords.com

CAPACITACIÓN

Empresa: **Body Systems**
www.BodySystems.net

Empresa: **Martín Guido**
(011) 15-50151816
www.martinguidofitness.com

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

Empresa: **Radical Fitness**
(011) 4381-7061
info@radicalfitness.net

SERVICIO TÉCNICO

Empresa: **Full Mak**
(011) 4441-3228
info@fullmak.com.ar

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

CONSTRUCCIÓN

Empresa: **AllSquash**
(011) 4812-9257
info@allsquashcourt.com.ar

REMOS

Empresa: **Up Down**
(0358) 156001268
info@updown.com.ar

INDUMENTARIA

Empresa: **Go**
(0341) 4452062
ventas@planetago.com

Empresa: **Schnell Sport**
ventas@schnellsport.com.ar

ARQUITECTURA

Empresa: **Arquitectura Creativa**
(011) 4554-7458
arquitectura_creativa@yahoo.com.ar

SAUNAS

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

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

HIDRATACIÓN

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

PISOS

Empresa: **Mat Pro**
(011) 4442-1796
info@mat-pro.com.ar

Empresa: **Parkegom**
(011) 4923-2209
info@parkegom.com

BELLEZA & SALUD

Empresa: **Carthage**
(011) 4961-6942
www.carthagebeauty.com

Empresa: **D'Alitane**
(011) 4547-1455
dalitane@yahoo.com.ar

PISCINAS

Empresa: **Aquajig**
(011) 4484-6512
info@jigargentina.com.ar

AROMATIZACIÓN

Empresa: **Gig**
(011) 4742-3023
info@gigaromatizaciones.com.ar

BRONCEADO

Empresa: **SunExpress**
(011) 4372-4975
www.silverexpress.com.ar

RECURSOS HUMANOS

Empresa: **Body Shop**
g.shop@clubbodyshop.com



MEGATLÓN RECOLETA
SPORTCLUB UNICENTER
SPORTCLUB LIBERTADOR
OPEN PARK SAN JUSTO



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

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



Con el respaldo de:



 **URANIUM**

(011) 4713 5090

www.uraniumfitness.com

ARE YOU READY?

LA **SERIE ELEVATION™** DE LIFE FITNESS

Ofrécele a tus socios lo último en entrenamiento en la industria del Fitness, la Serie Elevation™ de Life Fitness. Con un diseño sofisticado, compatibilidad con iPod®, vistas panorámicas y entrenador virtual, las caminadoras, elípticas y bicicletas de la Serie Elevation™ de Life Fitness elevarán al máximo la experiencia de tus socios en tu gimnasio.

Life Fitness es la marca #1 en el mundo en equipamiento de clubes y gimnasios. Para más información comunícate al (54 11) 4713-5090 o contacta a nuestro Distribuidor Nacional a través de la Sección Comercial de www.fitnesscompany.com.ar



BICICLETA VERTICAL 95C



BICICLETA RECLINADA 95R



ELÍPTICA 95X



CAMINADORA 95T

**LIFE FITNESS ES LA MARCA #1 EN EL MUNDO
EN EQUIPAMIENTO DE CLUBES Y GIMNASIOS.**

Distribuidor Exclusivo
FITNESS
COMPANY
www.fitnesscompany.com.ar

➤ Casa Central:
Av. San Martín 640 (1672) San
Martín 54-11-4713-5090
info@fitnesscompany.com.ar

➤ Sucursal La Lucila:
Av. del Libertador 3501

Life Fitness
WHAT WE LIVE FOR