

mercado FITNESS

EDICIÓN 5º
ANIVERSARIO

Si bien la temporada alta aplacó el impacto de la crisis financiera mundial en el último trimestre del año, ya se encendieron luces de alerta para los próximos meses. Temor, incertidumbre y prudencia resumen el ánimo del sector. Ajustar costos, agudizar la creatividad, desarrollar alianzas, agregarle valor al servicio y no bajar precios serían las claves para ganar esta difícil pelea.

Cómo ganarle a la crisis

Reportaje a Carl Liebert

Habla el CEO de 24 Hour Fitness, una red con 425 gimnasios, 3 millones de socios y 20 mil empleados.

BodyTech llega a Perú

La cadena colombiana desembarcó en Lima con la adquisición de Gym El Polo. Invertirá US\$ 20 millones en este país.

Visual Fitness Planner

Con imágenes 3-D, este soft muestra cómo se verá una persona después de iniciar su rutina en el gimnasio.

PRECIOS
INSUPERABLES



KIPRUN KR 320 VT

\$ 14.900 + IVA



KIPRUN KR 320 RS

\$ 12.490 + IVA



KIPROT KT 962

\$ 8.300 + IVA

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

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

¡Actitud! Ésa es la clave

Temor, incertidumbre, desconcierto, pena, bronca... momentos difíciles como los que hoy enfrentamos movilizan sensaciones y sentimientos, que brotan desde nuestras entrañas y salen a la luz por los poros de una piel ya curtida por tantas crisis, poniendo en evidencia nuestra vulnerabilidad a los cambios que propone el entorno.

Temor a perder lo que nos costó mucho trabajo construir. Incertidumbre sobre los resultados de nuestras acciones, en teoría correctivas. Desconcierto ante tantas opiniones contrapuestas de expertos. Pena por los sueños y proyectos postergados. Bronca al sentir que por más empeño que pongamos, no todo depende de nosotros.

Y entonces, ¿qué hacemos? Levantarnos, con o sin ayuda, llorar un poco si el golpe lo amerita y sentimos que hace falta, limpiarnos las rodillas, mirar al frente y dar el primer paso, y después otro, con la certeza de que podemos tropezar una y mil veces, por culpa propia o ajena, pero nuestro destino es caminar.

Lograrlo requerirá de nosotros una enorme cuota de voluntad, paciencia, tenacidad, esfuerzo y perseverancia. "Actitud" es la palabra clave para reinventarnos y sentir que podemos transformar nuestras sensaciones hostiles y negativas en la energía creativa que necesitamos para enfrentar y superar los momentos difíciles.

Así que basta de lamentos y quejas. Vamos a arremangarnos y a trabajar para salir adelante juntos, con la firme convicción de que podemos, una vez más, ganarle a la crisis.

Gracias por acompañarnos,

Guillermo Vélez

10 Reportaje a Carl Liebert III:

Habla el CEO de 24 Hour Fitness, una cadena norteamericana con 425 gimnasios, 3 millones de socios y 20 mil empleados.

26 Cida Conti opina:

"La mayoría de los empresarios de gimnasios todavía está más pendiente de la infraestructura que de sus recursos humanos".

38 El "factor X" marca la diferencia:

Mark Sinclair, head master trainer de Les Mills, explica el papel que juega la personalidad en un instructor de fitness.

46 Cómo ganarle a la crisis:

Ajustar costos, agudizar la creatividad, desarrollar alianzas, agregarle valor al servicio y no bajar precios son las claves para ganar esta pelea.

66 IN30® Gimnasia Femenina:

Abrió sus puertas en Córdoba a principios de noviembre. Promete cambiarles la vida a las mujeres en tan sólo 30 minutos.

72 La música en el deporte:

Una selección adecuada de la música a escuchar mientras se hace actividad física puede aumentar la resistencia de una persona.

74 Visual Fitness Planner:

Este programa informático le muestra a una persona, mediante imágenes 3-D, cómo se verá después de iniciar su rutina en el gimnasio.

76 12 claves para prevenir robos:

En este artículo de IHRSA usted encontrará algunas maneras de proteger de los ladrones a los clientes de su gimnasio.

LATINOAMÉRICA

82 BodyTech llega a Perú:

La cadena colombiana desembarcó en Lima con la reciente adquisición de Gym El Polo. Invertirá 20 millones de dólares en este país.

84 Sport City Executive:

Lujo y exclusividad para el acondicionamiento físico. Ésta es la nueva propuesta de la cadena de gimnasios más grande de México.

86 Primer gimnasio para niños:

Está en Santiago de Chile y se llama B-Active. Sus clientes tienen de 5 a 13 años. Los propietarios ya planean nuevas aperturas.

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 2ºD (1063) Bs. As. Argentina.
info@mercadofitness.com / www.mercadofitness.com

Registro de Propiedad Intelectual en trámite.

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

20 HORAS con los mejores especialistas de la industria.



» Alberto Katz

Ingeniero Industrial, con maestría en Ciencias de los Negocios. Entrenó a los equipos de ventas de Sports City, Sports World y los clubes ANV, en México, y de Gold's Gym, en Perú.



» Almeris Armiliato

Profesor de Educación Física, especialista en Fisiología Humana. Tiene un postgrado en marketing y gestión de personas. Es director de la consultora brasileña Inner GP.



» Elio Bustos

Contador Público y Magíster en Dirección de Empresas. Es director de B|P Consultora en Marketing y se especializa en capacitación de fuerzas de venta.



» Fabio Saba

Tiene una maestría en Educación Física en la USP. Es profesor del postgrado en administración y marketing deportivo de la Universidad Gama Filho (Brasil).



» Gerardo Saporosi

Ingeniero Industrial, con postgrado en Administración Estratégica. Realizó cursos de finanzas corporativas en Harvard. Es docente del MBA de la Universidad de Belgrano.



» Katie Rollauer

Gerente senior de investigación de la International Health, Racquet & Sportsclub Association, una entidad global que agrupa a 9,100 gimnasios y 730 proveedores del sector en 78 países.



» Orlando Telesca



Daniel Benelbas «

Abogados del Estudio Kon & Asociados. Asesores de la Cámara de Gimnasios de Argentina (CGA). Especialistas en derecho laboral y civil, respectivamente.

Más de 1000 propietarios y gerentes de primeras cuatro ediciones de este evento.



**clubes y gimnasios han participado de las
Sus opiniones al respecto hablan por nosotros.**

**mercado
Fitness**

5^{tas} CONFERENCIAS
MERCADO FITNESS/09
cambiar para crecer

Salguero Plaza Eventos - Buenos Aires - Argentina

www.mercadofitness.com

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.



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.

SPINNING®

SOLUCIONES DEPORTIVAS

SEC. DE MANCUERNAS



SOPORCES Y ESTRUCTURAS



MINICRAMP



COLCHONETAS Y STEP



COBILLERAS Y OTROS ACCESORIOS



RACK Y EQUIPOS



BARRAS Y ACCESORIOS CROMADOS



DISCOS Y MANCUERNAS



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

60/80 COLLECTION



SCHNELL

www.schnellsport.com

“Es tu gente la que *marca la diferencia*”

Así opina Carl Liebert III, CEO de 24 Hour Fitness, una cadena norteamericana con más de 425 gimnasios, 3 millones de socios y 20 mil colaboradores. “Si cuidas a tus empleados, ellos cuidarán de tus clientes. Así, no hay cómo fracasar”, destaca.

Fundada por **Mark Mastrov** en 1983, en San Leandro (California, EEUU), 24 Hour Fitness se ha convertido en una de las cadenas líderes de la industria a nivel mundial. Durante los últimos 25 años, esta compañía ha construido e inaugurado más gimnasios en Estados Unidos que cualquier otra empresa privada del sector. Como su nombre lo indica, 24 Hour Fitness fue quien introdujo en la industria el concepto 24 horas de servicios ininterrumpidos.

Actualmente, esta compañía opera más de 425 unidades en 16 estados, cuenta con más de 3 millones de clientes y 20 mil colaboradores. Además, gerencia una docena de clubes en países asiáticos bajo la marca **California Fitness**. En 2005, 24 Hour Fitness fue vendida al fondo de inversión neoyorquino Forstmann Little & Co. en \$1.600 millones de dólares.

En 2008 anunció su expansión a Nueva York donde se asoció con la estrella de béisbol **Derek Jeter**, jugador de los Yankees, para montar varios gimnasios en Manhattan. La lista de atletas y celebridades que han abierto clubes en sociedad con 24 Hour Fitness incluye a Lance Armstrong, Shaquille O’Neal, Andre Agassi, Magic Johnson, Jackie Chan y Yao Ming.

Carl C. Liebert III se convirtió en CEO de esta compañía en octubre de 2006. En este reportaje exclusivo con **Mercado Fitness**, Liebert comparte su visión sobre la actualidad de la industria de gimnasios, señala algunos

aspectos clave para lograr lucratividad en este negocio y opina sobre las tendencias más importantes del sector en los últimos tiempos.

MF: ¿Cómo describiría el mercado de gimnasios norteamericano?

CL: La salud y el bienestar siguen encabezando el listado de prioridades del consumidor en Estados Unidos. La industria del fitness es muy robusta, hay una variedad de competidores, y eso incluye a gimnasios residenciales, salas de gimnasia en oficinas y edificios de departamentos, en centros comunitarios, gimnasios barriales y cadenas de gimnasios locales y a nivel nacional. Nosotros respetamos a todos nuestros competidores.

Antecedentes

Carl Liebert estudió en la Academia Naval de Estados Unidos y tiene un master en administración de empresas de la Universidad de Vanderbilt. Antes de asumir como CEO de 24 Hour Fitness, se desempeñó como vicepresidente ejecutivo de Home Depot Inc. Previamente fue presidente de división de Circuit City Stores Inc., y antes trabajó como ejecutivo en la división productos de consumo masivo en General Electric Co.



Carl Liebert III

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 Vilas Club Representante Oficial
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



MF: ¿Cuáles son las principales amenazas que enfrenta el sector?

CL: Los problemas económicos actuales tienen un impacto en todas las industrias. Sin embargo, esperamos que los consumidores continúen poniendo foco en su salud, sin importar lo que suceda con la economía en general.

MF: ¿Cuáles son los ingredientes clave de la lucratividad en este negocio?

CL: Nosotros nos concentramos en ayudar a la gente a cambiar sus vidas haciendo del fitness una parte esencial de sus rutinas. Tenemos un enfoque renovado en la ejecución de aspectos básicos del negocio como proveerles a nuestros actuales y nuevos socios instalaciones limpias y amigables que los ayuden a obtener los resultados que quieren.

MF: ¿Cuál es la tarea diaria más difícil que le toca realizar?

CL: Revisar y firmar documentos, leer y responder correos electrónicos y asistir a reuniones son las actividades que menos me gustan. Para mí, es la gente de nuestra empresa la que realmente marca la diferencia. A diario deposito mi fe en un equipo grandioso de 20 mil colaboradores, que ayudan a nuestros clientes a cambiar sus vidas.

Mi trabajo es asegurarme de que los miembros de mi equipo tengan todo lo que necesitan, incluyendo recursos y motivación para alcanzar esta misión. Amo la energía y el nivel de compromiso que todos tienen en 24 Hour Fitness. Es muy reconfortante para mí venir a trabajar todos los días.

MF: ¿Qué cree que hacen mejor que el resto del mercado?

CL: Todos nosotros en la industria del fitness debemos colocar a cada cliente como individuo en el centro de las decisiones que tomamos. Como empresa, trabajamos para estar cada vez más enfocados en el cliente, mientras le proveemos el mejor valor y el mejor servicio que existe en nuestro mercado.

Por ejemplo, recientemente lanzamos una campaña publicitaria protagonizada por clientes reales que superaron desafíos personales gracias al fitness. La campaña "12 Millones de Vidas" procura inspirar a la gente a embar-

carse en un viaje que les cambiará sus vidas, usando el poder del fitness para mejorar su bienestar físico y mental. Esperamos que otros se sientan, con esta campaña, tan motivados como nosotros por estas increíbles historias.

MF: ¿Tienen chances los gimnasios pequeños frente a las cadenas?

CL: Últimamente, hemos notado un incremento en la variedad de gimnasios disponibles, incluyendo clubes pequeños, otros sólo para mujeres y hasta instituciones de fitness sin fines de lucro. Estos diferentes tipos de propuestas son muy beneficiosas para la industria, ya que proveen un buen complemento para clubes como el nuestro, al funcionar como una puerta de entrada para gente que recién se está involucrando con el fitness.

Con el tiempo, creemos que los consumidores que hagan de la actividad física regular una parte importante de su estilo de vida se acercarán a nosotros por la variedad y flexibilidad de nuestra propuesta, así como por el apoyo brindado por los miembros de nuestro staff.

MF: ¿Qué opina acerca de la tendencia de "express fitness"?

CL: En el mundo actual, con gente tan ocupada en sus trabajos, es cada vez más común que los clubes de fitness ofrezcan franjas horarias de atención más amplias y alternativas de entrenamientos más cortos. Para satisfacer esta demanda, 24 Hour Fitness ofrece rutinas en circuitos de 30 minutos, así como clases grupales de 15, 30 y 60 minutos de duración.

24 Hour Fitness ha logrado su éxito manteniéndose fiel a su misión de hacer el fitness más accesible -en cuanto a ubicación y precio- para todos. Los consumidores están buscando maneras de tener vidas saludables e incorporan la actividad física en sus rutinas. Nosotros seguiremos haciendo foco en satisfacer esas demandas.

MF: ¿Qué otras tendencias en nuestro sector resaltaría?

CL: Creo que empezaremos a ver más oportunidades a nivel internacional en los próximos años. Nuestra compañía ya tiene algunos clubes en Asia bajo la marca California Fitness. Nuestra alianza con el equipo olímpico norteamericano, en los Juegos Olímpicos de Beijing 2008, realmente

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



nos abrió los ojos respecto al tremendo apetito por programas de fitness que existe en todo el mundo.

MF: ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el sector?

CL: A medida que conozco más sobre la problemática de la obesidad en nuestras comunidades, creo que es nuestra obligación ayudar a los padres y a los jóvenes a comenzar a cultivar hábitos saludables. Estamos trabajando para hacer del bienestar un estilo de vida para todo el mundo.

MF: ¿Qué cosas le desagradan sobre nuestra industria?

CL: En verdad, nada. Creo que esta industria tiene una enorme oportunidad de ayudar a la población a superar sus enfermedades, recuperarse de lesiones, mejorar sus vidas y su autoestima. No imagino estar involucrado en un ambiente más positivo que éste.

MF: ¿Cómo cree que será nuestro sector dentro de 10 años?

CL: Creo que será excitante. Pero el negocio se tratará de lo mismo: lograr que a diario la gente se despierte y venga

al gimnasio a encontrarse con su entrenador personal, le robe tiempo al resto de sus tareas para hacer 30 minutos de cardio, o pase por el club después de trabajar a tomar una clase grupal.

Llegará el día en que la gente pueda registrar y seguir sus programas de entrenamiento con su IPOD u otra tecnología portátil, compartir esa información con otros individuos y competir online como hoy se hace con los videojuegos.

También creo que los consumidores serán cada vez más demandantes respecto al tipo de servicio que les ofrecen. La conveniencia jugará un rol preponderante, pero el corazón de lo que hacemos: cambiarle la vida a la gente será aún dentro de 10 años la clave de todo.

MF: ¿Cuál es su mejor recomendación para los empresarios de América latina?

CL: En cada paso de mi carrera he aplicado estos principios: tratar bien a mis empleados, construir muy buenos equipos de trabajo que generen resultados y enfocarme en la experiencia del cliente. Ése es mi mejor consejo para todos. ■

Videojuegos para ponerse en forma

En los próximos días se lanzará en España el **PC FIT**, un videojuego desarrollado por **La Factoría d'Imatges**, con el asesoramiento técnico de la cadena **Polideportivos & Fitness**, que pertenece a los mismos propietarios de **Sport Club de Argentina**.

El componente más novedoso de PC FIT es la alfombra de ejercicios con conexión USB.

Este dispositivo periférico cuenta con ocho puntos de apoyo sensibles a la presión que realiza el jugador. Cada usuario crea su propio perfil, introduciendo sus características físicas y objetivos. Con estos datos, PC FIT lo guía en su actividad.

“Este programa de entrenamiento está pensado para romper con el sedentarismo y como complemento, no como sustituto, del ejercicio habitual que ya se realiza”, dice **Fernando de Laurentis**, director de Operaciones de Polideportivos & Fitness.

PC FIT sale a la venta a finales de noviembre a un precio de 39,95 € (50 dólares).



INDUSTRIA ARGENTINA



IDEAL GIMNASIOS

compañía argentina de lockers

LOCKERS SHERIFF
garantía de calidad y seguridad

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

www.argentinadelockers.com.ar
Casafoúst 642 (1416) Cap. Fed.
Tel. Fax: (011) 4777-7555

EA Sports Active

Este juego, desarrollado por **Electronic Arts**, sale a competir con **Wii**, de **Nintendo**. Se basa en un dispositivo periférico de neoprene, que se sitúa en la pierna del jugador y de este modo detecta mejor los parámetros y sus movimientos. EA Sports Active ofrece más de 20 tipos de actividades, un contador de calorías, un entrenador virtual y un programa de entrenamiento para perder peso en 30 días. Sale a la venta en marzo de 2009 y costará unos 60 dólares. ■



Mucho más que un equipo de Pilates



© 2010 P&P Equipamiento Pilates S.A. Todos los derechos reservados.

La Vida que buscas

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

★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★

Obama eligió a Gold's Gym



Durante una reciente visita a Jacksonville en el estado de Florida, el flamante presidente electo de los Estados Unidos, **Barack Obama**, aprovechó para tomar un descanso de su campaña, y tras llegar al Hotel Hyatt de esa ciudad, realizó un poco de actividad física en las primeras horas de la mañana.

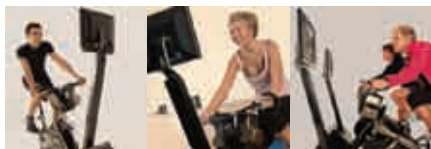
El lugar elegido por el mandatario fue un gimnasio de la cadena Gold's Gym, donde entrenó durante alrededor de 45 minutos, según señala la información publicada por The New York Times. Hace muy poco, el ex Mr. Olympia y actual gobernador de California, Arnold Schwarzenegger, opinó que Obama "tenía que hacer algo por sus piernas delgadas".



X-Dream, la bicicleta interactiva

La empresa inglesa **Trixter Group** es la creadora de la bicicleta de interior interactiva **X-Dream**, que simula con bastante precisión la experiencia real de andar en bicicleta al aire libre.

Desde la empresa aseguran que la sensación de la marcha, los sensores de los frenos, manubrio, pedales y asiento permiten que cada movimiento del ciclista se represente con precisión dentro de la experiencia virtual. Sumado a esto, "la resistencia de la bicicleta describe con gran exactitud las condiciones del terreno, cuestas y huellas de las superficies", explica un vocero de la firma.



Con solo pulsar un botón, el usuario comienza a rodar. La X-Dream tiene una pantalla en la que se ven imágenes de un paseo en el parque, en el altiplano, o en lugares semi-áridos o desérticos. Además, permite que el individuo ingrese en un mundo virtual con otros cinco ciclistas y participe de carreras interactivas para las que crea su propio corredor en función de su cuerpo, tez y gustos de vestimenta.



Luego, el usuario selecciona su bicicleta según su preferencia y las características de manejo así como la cantidad de datos que quiere ver en su pantalla. También, si así lo desea, puede iniciar su propio programa de ejercicios personalizados.

El programa genera paseos al ritmo del andar del corredor. A medida que mejora el desempeño del usuario, también lo hace el ciclista de la computadora. Se necesita ganar la carrera previa para acceder a los 20 paseos restantes. Cada circuito presenta una dificultad levemente mayor y aumenta la duración de la carrera. ■



Para más información visite www.xdreamfitness.com

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



Generadores de vapor
Termotanques industriales
Calderas para calefacción
Climatizadores de piscinas



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

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



Sistema de entrenamiento

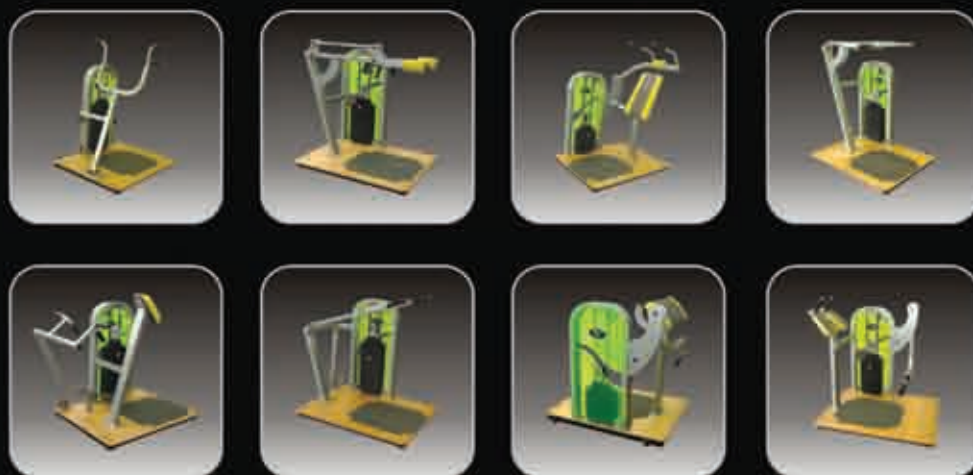
(Seguro - Dinámico - Eficaz)



NOVEDOSO Y EXCELENTE CONCEPTO DE ENTRENAMIENTO PARA GIMNASIOS.

UN CIRCUITO ELEGANTE, RENTABLE, ÁGIL Y EFECTIVO QUE LOGRA REDUCIR EL ESPACIO Y OPTIMIZAR EL TIEMPO DE EJERCITACIÓN.

WWW.EQUIPAMIENTOSFOX.COM



DISPOSICIONES FRECUENTES



EVOLUCIÓN PERMANENTE



indoor.bike



Full

Kids

cardio

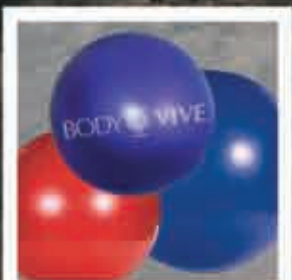
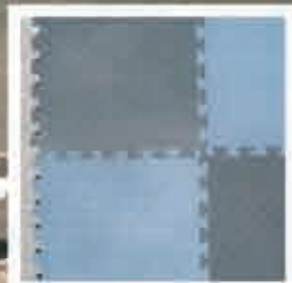
DR. SCHWEITZER 3421 | QUILMES | BUENOS AIRES | ARGENTINA

TELS.: 54 11 4278-3072 / 73

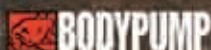
VENTAS@EQUIPAMIENTOSFOX.COM

INDUSTRIAS GOLD S.R.L.

Pienso llegar
Pienso MIR
 FITNESS



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





LINEA
PLATINUM
by MILLENNIUM ESPEJO

[Máquina de Musculación]



LINEA
PLATINUM
by MILLENNIUM ESMERILADO

[Máquina de Musculación]



LINEA
SPORT
by MILLENNIUM

[Máquina de Musculación]



**INDOOR
BIKE**

[Bicicletas]



Circuito de 30 minutos

[Máquinas Hidráulicas]



PILATES



cardio



Almeris Armiliato (*)

Cómo mejorar la rentabilidad, sin perder clientes



Aunque muchos gimnasios del mercado están **bien equipados**, instalados y ubicados, el precio que cobra la mayoría es **muy bajo**. Además, el alumno-cliente, por lo general, **no recibe el beneficio buscado**. Y por más que la propuesta sea interesante, si el cliente no la percibe, ésta no se consolida.

Pero éste es un problema que no se circunscribe a un mercado específico, sino que es mundial, y su origen es la **incapacidad** de brindar lo que el cliente necesita. Por lo general, en la actualidad, los clientes van a los gimnasios en busca de peras y, en cambio, reciben bananas.

Tal es así que muchas veces los profesores permiten que el alumno-cliente realice determinados ejercicios en la sala que probablemente **no le reditúen beneficio alguno**. En este sentido, hay que tener en cuenta que la gente no conoce lo que ocurre con su cuerpo cuando realiza una actividad física.

Las personas no saben que, con un entrenamiento con intervalos, se consume mayor cantidad de calorías que con un entrenamiento continuo. Es el profesor quien tiene que **informárselos** y decirles también que deben incorporar buenos hábitos alimentarios para ver realmente mejoras en su condición física.

Profesores calificados

En el mercado existen profesores bien preparados para el entrenamiento, pero no así para ofrecer la ayuda que busca quien asiste a un gimnasio. De hecho, la mayoría no sabe, por ejemplo, que si el **viernes** el gimnasio está **vacío**, ése es un indicador claro de que hay un **problema** a solucionar.

Alrededor de 46 por ciento de los clientes frecuenta el gimnasio **menos de 6 veces al mes**. Existe un fundamento deportivo que dice que el intervalo de entrenamiento, para obtener resultados, no debe superar las 48 hs. Por lo tanto, el viernes el gimnasio debe estar a pleno. Y el profesor debería conocer esto.

Entonces, ¿cómo revertir la situación? Fácil: contratando **profesores calificados**, que se comprometan con su activi-

Incorpore Wellness a su gimnasio

CARTHAGE

Desarrolle una exclusiva unidad de negocio.
Capacitación profesional. Solicite un asesor:
(5411) 4961-6942 / (5411) 4962-7473
www.carthagebeauty.com



dad y con el cliente. Y además si el dueño del gimnasio **estimula** al profesor para que logre la asistencia del **cliente** el viernes, éste último se siente mejor y concurre más. Y al ver los resultados, **renueva la cuota**. ○ sea que la conveniencia es mutua.

Pero para que esto ocurra, el coordinador debe **organizar** de forma adecuada el nivel y la variedad de las clases ofrecidas. Así, a medida que se logra el mismo volumen de asistentes los lunes que los viernes, el tiempo de permanencia de los clientes **aumenta** a casi el doble.

En síntesis, un incremento de la **calidad** del servicio en el gimnasio dará como resultado una **mayor rentabilidad** para el negocio.

Momentos clave

Como ya señalamos, en general, la **atención** al cliente en los gimnasios es **deficitaria**. Para revertir esta situación y mejorar el funcionamiento de su empresa, existen en este proceso dos **momentos cruciales** para lograr una buena atención: 1) cuando el alumno-cliente llega, y 2) cuando éste se va.

Al ingresar al gimnasio, el cliente tiene que poder identificar de inmediato al profesor, quien debe estar adecuadamente vestido para facilitar que esto suceda. Además, es **indis-**

pensable que el profesor brinde **pronta atención** a esta persona tanto cuando llega como cuando se va del lugar.

Pero este tipo de **compromiso** con la calidad debe comenzar, en realidad, con el personal de la recepción desde el momento en que un potencial cliente (visitante) entra por primera vez a informarse y a conocer las instalaciones del gimnasio. Por eso la **inversión en capacitación es vital**.

Poner los mayores esfuerzos en este aspecto forma parte de un plan sólido y elaborado que le va a reeditar beneficios al gimnasio, tanto en el corto como en el largo plazo. Y tenga presente que el **aumento de la cuota** está íntimamente relacionado con las **prestaciones** que se brindan.

"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

Monitoreos constantes

Un cliente o alumno de riesgo, para un gimnasio, es aquel que **no tiene días asignados ni horarios** para entrenar, que **no conoce a nadie** en el lugar, que sólo concurre allí en **verano**, que tiene problemas para **relacionarse** con la actividad física o que desconoce los resultados que puede obtener con ésta.

Para este tipo de cliente existe una herramienta que brinda resultados óptimos para ofrecer un servicio de mayor calidad y poder así cobrar mensualmente un valor de cuota más alto: son los **grupos de acompañamiento**.

El **compromiso del profesor** con este tipo de alumnos tiene que plasmarse desde el **ingreso**: debe saludarlos, crear empatía. Luego, durante la clase, es propicio utilizar, por ejemplo, el momento de la corrección para **motivarlos** a través del **elogio**.

Y **al finalizar** el entrenamiento, lograr el compromiso de que **van a volver** al día siguiente es fundamental también.

A las personas, en general, les cuesta tener **regularidad** en la actividad física. Por lo tanto, un buen profesor, en esos casos, debe trabajar para revertir esa situación y crearles el hábito.

Asimismo el alumno-cliente debe **saber qué resultados** logra con su ejercicio físico. Y es tarea del profesor informárselo. Además, éste debe aprovechar los momentos adecuados, como el intervalo de una clase, para **comunicar los beneficios** de realizar determinada actividad.

De este modo, el profesor ayuda al alumno a adquirir conciencia no sólo de su esfuerzo, sino también a **revalorizar la clase** que está tomando. Como consecuencia, un aumento en la cuota será percibido como algo lógico.

Evaluaciones del staff

El dueño del gimnasio puede **evaluar a su equipo de profesores** de forma sencilla a través de lo que llamamos "planilla de monitoreo". A continuación, como ejemplo, se detallan algunas de las preguntas para dicha evaluación:



www.mtdgym.com.ar

Con palanca de acero super reforzada \$1.160
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



Modero Indoor Bike



Caminador elíptico profesional

Modero

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



1. ¿Esperó el profesor al alumno en la puerta?
 Si No
2. ¿Les dio especial atención a los alumnos nuevos?
 Si No
3. ¿Tenía el profesor todo su material organizado?
 Si No
4. ¿Se había preparado para la clase?
 Si No
5. ¿El profesor mostró entusiasmo? Si No
6. ¿Saludó y luego felicitó a los alumnos por haber realizado la clase? Si No
7. ¿Llamó a los alumnos para que lo fueran a ver después de la clase y les brindó atención especial?
 Si No
8. ¿El profesor creó un sólido compromiso para la próxima sesión? Si No

Recuerde que esta lista no es definitiva. Puede incorporar las preguntas que crea conveniente para el **éxito de la gestión** en su gimnasio. Ésta es una evaluación sencilla que cualquier gerente o colaborador puede hacer a diario.

Educación, atención y prontitud son pilares fundamentales. Téngalo presente: buena **capacitación** del personal y **rentabilidad** van de la mano.

Donde hay un profesor capacitado no hay **salas de entrenamiento vacías**. Es conveniente también, claro está, la presencia de un **coordinador**, figura clave dentro del gimnasio, que guíe a los profesores de su equipo.

Por otro lado, es bueno que los **profesores roten** en sus puestos cada 3 años, no así los coordinadores. Luego de ese período, los profesores no necesariamente deben irse. Pueden ocupar otro puesto o función dentro del establecimiento, como la de coordinador, entrenador o jefe de un grupo.

Programas especiales

La venta de **entrenamiento semi-personalizado a grupos reducidos** se está expandiendo de manera considerable. Esta alternativa es provechosa para el alumno-cliente porque los costos que paga son menores que si contratara el servicio de forma particular, y también es rentable para el gimnasio y el profesor, porque dos o tres alumnos toman la misma clase al mismo tiempo.

Otro recurso interesante para generar ingresos para el gimnasio es crear **programas especiales de entrenamiento**. Por ejemplo, los programas de doce semanas con grupos pequeños de personas que quieren perder peso, haciendo actividad física y siguiendo una dieta equilibrada. Una **nutricionista** acompaña todo el proceso y un profesor los guía permanentemente.

Este producto tiene la particularidad de que se le cobra al cliente hasta tres veces más de lo que paga por su mensualidad, la cual además debe seguir abonando en forma regular.

Como parte de la estrategia de marketing de estos programas especiales, se les suele sacar a los clientes una foto al comenzar y al finalizar el programa. Esto resulta muy útil tanto para el alumno, que puede comprobar sus avances y mejoras, como para el gimnasio, que lo utiliza como **promoción**.

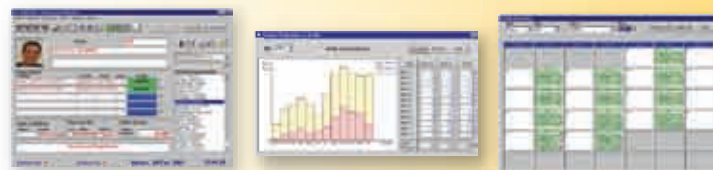
Tenga en cuenta, sin embargo, que hay alumnos que no se sienten cómodos cuando se los expone mediante **fotografías**. Por eso, esto no debe ser obligatorio en el programa. Pero, en general, la iniciativa tiene una buena aceptación, y sirve para que otros también quieran sumarse. ■

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

VENTA DE ACCESORIOS PARA:

» **MUSCULACIÓN**

» **FITNESS**

» **PILATES**

» **PSICOMOTRICIDAD**

» **REHABILITACIÓN**

» **GIMNASIA**

» **DEPORTES**



www.superhabil.com.uy

RIVERA 2348 LOCAL 25 Montevideo, Uruguay - Tel.: 4005540
E-mail: superhabil@adinet.com.uy - info@superhabil.com.uy

Consultorio Legal

Usted pregunta, *el especialista responde*

Orlando Telesca y Daniel Benelbas, abogados integrantes del Estudio Kon & Asociados y asesores de la Cámara de Gimnasios de Argentina, responden en este espacio consultas del fuero civil y laboral que nuestros lectores envían.



Caso 1

El dueño de un gimnasio de una ciudad del interior del país, donde no existe legislación que obligue a exigir un apto médico, quiere igualmente pedírselo a sus socios. Su consulta es: ¿Qué sucede si un socio no trae el certificado o se niega a hacerlo? ¿Cómo puedo cubrirme legalmente?

El hecho de requerir el apto médico a sus clientes, aunque esto no le sea exigido por ley, mejora la situación del dueño de un gimnasio ante cualquier eventualidad. Efectivamente resulta una cobertura legal hacerle firmar al socio del gimnasio una declaración por la cual manifieste:

- a) Que se encuentra bien de salud para realizar actividad física;
- b) Que periódicamente se realiza estudios médicos para corroborar tal circunstancia;
- c) Que le fue requerido el apto médico liberando de toda responsabilidad al gimnasio por la falta de entrega del mismo y por la inexactitud de lo anteriormente expuesto.

Caso 2

Un emprendedor está pronto a firmar un contrato de locación de un inmueble, cuyo destino es la apertura de un gimnasio en la Ciudad de Buenos Aires. Tiene dudas sobre la superficie mínima a destinar para los vestuarios.

La Ley N° 139 de la Ciudad de Buenos Aires es la que establece el marco normativo aplicable para aquellos establecimientos destinados a la enseñanza o práctica de actividades físicas no competitivas comúnmente denominados "Gimnasios".

Las condiciones constructivas están regidas por dicha ley, el Anexo I de su decreto reglamentario (1821/2004) y por el Código de Planeamiento Urbano (Ley N° 449). Este último, desde el punto de vista urbanístico, rige, regula y clasifica el uso del suelo, de los edificios, instalaciones, etc., y consiguiente habilitación.

WHIRLY CYCLE

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

WHIRLY CYCLE
"la bicicleta original de Indoor Cycle"

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

Respecto a la consulta en cuestión sobre vestuarios, el Artículo 2° del Anexo I establece que los gimnasios deberán contar obligatoriamente con:

- **Vestuario/Sanitarios:** Los servicios sanitarios se ajustarán en sus dimensiones y condiciones de iluminación y ventilación a lo exigido para los locales de segunda clase por el Código de Edificación, y respecto a sus lados y áreas mínimas al Art. 4.6.3.2. inciso "c" del mismo, debiendo estar separados por sexo.

La cantidad de artefactos se calculará de acuerdo al Artículo 4.8.2.3 del mencionado Código y sobre la base del siguiente detalle:

- De 5 a 9 personas, habrá un retrete por sexo y 1 lavabo.
- De 10 a 20 personas, habrá 1 retrete por sexo, 2 lavabos y 1 orinal.

Se aumentará:

- 1 retrete por sexo por cada 20 personas o fracción de 20.
- 1 lavabo y 1 orinal por cada 10 personas o fracción de 10.
- Se colocará 1 ducha por sexo, por cada 10 personas o fracción, provista de agua fría y caliente. El mínimo a instalar es de 2 duchas por sexo.

Las dimensiones y las condiciones de iluminación y ventilación de los vestuarios se registrarán por lo especificado en el siguiente cuadro:

CAPACIDAD MÁXIMA (ambos sexos)	VESTUARIO DE HOMBRES			VESTUARIO DE MUJERES		
	Superficie Mínima	Lado Mínimo	Iluminación y ventilación	Superficie Mínima	Lado Mínimo	Iluminación y ventilación
HASTA 40 PERSONAS	12 m ²	2,5 m ²	2da Categoría	12 m ²	2,5 m ²	2da Categoría
MÁS 40 PERSONAS	16 m ²	3,0 m ²	3ra Categoría	16 m ²	3,0 m ²	3ra Categoría

Se incrementará 0.50 m² de superficies por cada persona que exceda de 20 por sexo.

Si usted tiene dudas o preguntas vinculadas a aspectos legales de su actividad como empresario del fitness, envíelas a consultorios@mercadofitness.com y publicaremos las respuestas de los especialistas en futuras ediciones de la revista. ■




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

“Pagan mucho por equipamiento, pero poco en salarios”

Así opina la presentadora brasileña Cida Conti respecto a los empresarios de gimnasios. “La mayoría todavía está más pendiente de la infraestructura que de sus recursos humanos, cuando, paradójicamente, está comprobado que sus clientes se van o se quedan por los profesores”, remarca.



Cida Conti

Cida Conti estudió educación física y tiene un postgrado en entrenamiento deportivo. Es reconocida internacionalmente como una de las mejores presentadoras de step. En sus más de 20 años de carrera, ha recibido numerosos premios entre los que se destacan: “mejor profesor de step de Brasil”, entregado por la Asociación Brasileña de Fitness en 1993, e “instructora del año”, según Fitness Brasil en 1995.

Además, fue presentadora en la convención de IDEA, en Estados Unidos, en los años 1995, 1996, 2001, 2003 y 2006. Ha dictado más de 800 cursos y talleres en 25 países. Actualmente es directora de la firma FIT.PRO, que comercializa programas de entrenamiento en Brasil, donde también representa a Radical Fitness.

En diálogo con **Mercado Fitness**, Conti comparte su visión sobre la industria de gimnasios, analiza algunas de las problemáticas más profundas que aquejan al sector, y revela también qué tendencias deben los empresarios tener en cuenta.

MF: ¿Cuál es la principal problemática que enfrenta la industria en Brasil?

CC: El nuestro es el único país del mundo donde se exige un título universitario para dictar clases en gimnasios. Esto, por un lado, es bueno pero, por otro lado, también es malo. Fundamentalmente, porque las universidades aún no están estructuradas ni preparadas para formar profesionales del fitness.

Esta situación obliga a los instructores brasileños a capacitarse en cursos de fin de semana, en congresos o en convenciones, donde se informan en lugar de formarse. Las universidades les ofrecen poco en este sentido. En verdad, les dan contenido relacionado con el fitness pero no formación específica y de largo plazo al respecto.

Éste es un problema grande para nosotros y se nota mucho en los gimnasios, que en su mayoría –como son medianos o pequeños– están muy pendientes de las clases colectivas, del factor humano, porque el equipamiento les resulta caro. Entonces, dependen del nivel de formación de su gente para que las cosas funcionen bien.

MF: ¿Qué hay que hacer para superar esta situación?

CC: Como primera medida, las universidades brasileñas deberían reformular el contenido de sus programas de estudio y prestarle más atención al fitness. Punto dos, es necesario fijar por ley un salario básico para los instructores, que en general ganan muy poco dinero, motivo por el cual a veces terminan dejando la actividad.

Y por último, como tercer punto, sería importante la creación en Brasil de escuelas de fitness, como las que hay en Argentina, que ofrezcan un canal de formación paralelo al universitario. Eso hoy no existe en nuestro país y nos hace mucha falta.

MF: ¿Qué importancia le dan los empresarios del sector al factor humano?

CC: La mayoría todavía está más pendiente de la infraestructura que de sus recursos humanos. Eso se nota muy

Crazy Fit Massage
Reservalo YA!

DeportSalud te ofrece una gran variedad de productos entre ellos bicicletas, elípticos, cintas, accesorios... Te invitamos a que nos conozcas.

Pilates Ring

deportsalud
the wellness shop

Av. Maipú 1769,
Vicente Lopez GBA.
(011) 4797 4231.
ventas@deportsalud.com

www.deportsalud.com

claramente. Están dispuestos a pagar grandes montos de dinero por equipamiento, pero muy poco en salarios. Y, paradójicamente, está comprobado que sus clientes se van o se quedan en el gimnasio por los profesores. Es hora que los dueños de gimnasios sepan y entiendan eso.

MF: ¿Cuáles son las principales tendencias hoy en Brasil?

CC: La número uno, sin duda, es el entrenamiento funcional. No sé si esto sucede porque el consumidor en verdad lo demanda o si es un camino que la industria buscó para vender más. Pero innegablemente gusta, porque en cierta forma es más democrático, lo pueden hacer los adultos y la gente que no tiene tanta coordinación.

La segunda tendencia fuerte, en mi opinión, son las clases dirigidas a la población mayor, que busca participar de actividades más tranquilas, sin tanto impacto, y en las que no enfrenten la frustración de no poder seguir una coreografía.

MF: ¿Cómo se distingue una moda pasajera de una tendencia?

CC: No es fácil. La industria del fitness produce equipos, accesorios y clases casi todos los meses. Creo que la clave para diferenciar una moda de una tendencia pasa por la utilidad que ésta tenga para el consumidor y por su viabilidad económica. En otras palabras, son dos las preguntas a responder: ¿sirve para algo? y ¿es factible desde punto de vista económico?

MF: ¿Qué errores crees que cometieron los profesionales del sector?

CC: Nuestra principal equivocación, en los últimos 10 años, en lo que respecta a clases colectivas, fue exagerar en los niveles de complejidad. Creo que sucedió sin que nos diéramos cuenta ni tomáramos conciencia de eso. Deberíamos haber entendido antes que la gente no necesita de tanta complejidad ni dificultad.

La persona común va a un gimnasio a adelgazar, pero sobre todo a divertirse, a disfrutar. Y nosotros terminamos complicando demasiado todo, lo que tornó las clases un tanto elitistas. Recién ahora estamos volviendo a lo que fue la aeróbica en sus comienzos, hace unos 25 años: una actividad fácil, factible de ser seguida, para que la gente pueda disfrutar de sus beneficios y sentirse bien.

MF: ¿De qué forma impacta en ustedes, a la hora de crear nuevos programas, la heterogeneidad del público consumidor actual?

CC: Nos obliga a conocer cada vez más a nuestros clientes y las diferentes necesidades de cada grupo de personas. Los productos que desarrollamos deben estar más enfocados y adaptados a los intereses de cada tipo de cliente.

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

WARRIORS

BOBBY
SCOUTER

Wilson

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

Radical World Summit 2008



Del 24 al 28 de septiembre pasado se llevó a cabo por primera vez la cumbre mundial de **Radical Fitness**. El evento, dirigido a propietarios de gimnasios e instructores de fitness en general, tuvo lugar en el club **Gimnasia y Esgrima de Buenos Aires (GEBA)**, en Capital Federal (Argentina).

Durante el World Summit, se realizaron reuniones y conferencias con Agentes Internacionales de **Radical Fitness** y se desarrollaron seminarios para entrenadores locales y del exterior. Además se lanzaron los nuevos programas

de esta compañía: Radical'n Fast, Radical Cage, Mega Danz Latino, Radical PT, y Radical MTB.

"Contamos con la participación de entrenadores de Australia, Nueva Zelanda, Japón, Brasil, Portugal, El Líbano, Francia, Bélgica y Perú, entre otros países", comenta **Nathaniel Leivas**, presidente de **Radical Fitness Central**. Los organizadores ya están preparando la edición 2009 del World Summit que tendrá lugar en Australia.

Más información en www.radicalfitness.net



- Administración de Gimnasios
- Control de Accesos
- Tarjetas plásticas
- Lectores de huella






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


Si compras el molinete y las tarjetas
El sistema te lo **REGALAMOS**
y además...
te financiamos hasta en 6 cuotas


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

Precor

tiene nuevo distribuidor en Argentina

La firma **Argenttrade SRL**, con oficinas comerciales en la ciudad de La Plata, acaba de concretar un acuerdo de distribución para Argentina con Precor, uno de los principales fabricantes norteamericanos de equipamiento de musculación y cardio para uso doméstico y comercial.

“Con la incorporación de Precor, ofreceremos a nuestros clientes innovación y excelente servicio post-venta. Esta marca es famosa en el mundo por la calidad de sus productos y por estar siempre a la vanguardia en materia de desarrollos”, asegura **Fernando Cosarinsky**, responsable de marketing de Argenttrade SRL.

Esta empresa platense va a comercializar en el mercado local toda la línea cardiovascular y de fuerza de la marca norteamericana. “Con esta nueva gama de equipamientos nos insertamos en el segmento premium de gimnasios, hoteles y consorcios, con precios muy competitivos”, destaca Cosarinsky.

Precor cuenta con una amplia oferta de productos entre los que se destacan: máquinas elípticas, cintas de correr,



Orlando Álvarez, gerente para Latinoamérica y Caribe de Precor (en el centro), junto a Julio y Fernando Cosarinsky.

bicicletas, escaladores, stretch trainers y sistemas de entrenamiento funcional. Precor forma parte de Amer Sports, la empresa de equipos deportivos más grande del mundo, que cuenta con marcas reconocidas internacionalmente como Wilson, Atomic, Suunto, Mavic y Salomon.

Por más información sobre Precor en Argentina llamar al teléfono (0221) 471-2323. ■

EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS
ESTILO Y CALIDAD
UNA ELECCION INTELIGENTE...
PROLINE X

MAQUINAS SANMARTINO

LINEA AEROBICA

LINEA PILATES

LINEA MUSCULACION

Fábrica y Ventas:
Las Heras 978 - (0300) Rta Cuarta - Córdoba
Teléfono: (0356) 4546213 - Tel: (0356) 4640414
Celular: (0356) 154 202393 - 154 541194
Envíos a todo el país

Servicios y Garantía

• Asesoramiento y Pre-venta sin cargo - Servicio post-venta
• Precio de instalación personalizada - Garantía total de calidad
• Atención personalizada - Stock permanente

WWW.MAQUINASSANMARTINO.COM

MEXPELL
www.mexpell.com.ar

Fábrica de Equipamiento para Gimnasios y Mobiliario para Oficinas

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

Administración y Ventas:
Av. Chorroarín 1288/90 Cap. Fed.
Tel/Fax: (54 11) 4554-6920/21
ventas@mexpell.com.ar
Planta Industrial: Villa Zagala - San Martín

Envíos al interior

33
EQUIPAMIENTOS
MÉTODO PILATES

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

B B D O

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 RENIEVA

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.

¿Conocía el rugby subacuático?

El ejercicio físico en el agua no sólo resulta placentero para muchas personas, sino que es menos nocivo y tiene menor impacto que las actividades terrestres. Por este motivo, diferentes disciplinas deportivas se han adaptado al medio acuático.

Tal es el caso del **rugby subacuático**, un deporte de contacto, estrategia, velocidad y agilidad, que demanda una muy buena forma física. Esta disciplina nació a principios de los años 60 en la República Federal Alemana como recurso de algunos centros de buceo, para mantener a sus buzos en forma durante el invierno.

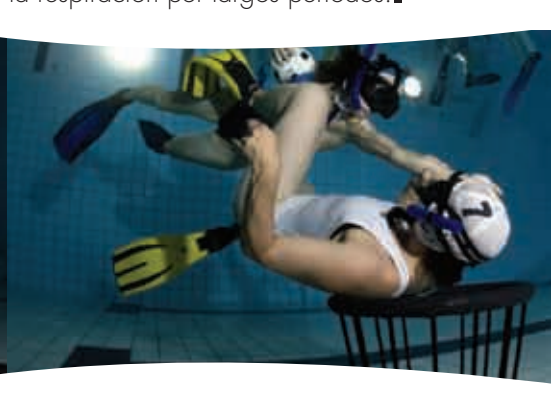
En este deporte, la piscina es el campo de juego. Ésta debe medir entre 12 y 18 metros de largo y entre 8 y 12 metros de ancho, medidas que se delimitan con una cuerda o línea de flotadores, ya que por lo general no hay piscinas de este tamaño. La profundidad varía desde los 3,5 hasta los 5 metros.

Cada equipo está conformado por 11 jugadores que utilizan elementos básicos de buceo: aletas, antiparras y snorkel. El objetivo es introducir la pelota en una canasta de metal, ubicada en el fondo de la piscina en el área contraria. Cada partida se divide en dos tiempos de 15 minutos, con una pausa de 5 minutos.



El rugby subacuático, un deporte de contacto, estrategia, velocidad y agilidad, que demanda una muy buena forma física.

Para jugar se utiliza un balón especial, que se llena con agua salada o glicerina. Éste debe ofrecer flotabilidad negativa (hundirse), sólo así es posible trasladarlo por debajo del agua y realizar pases. Como la mayor parte del juego se desarrolla bajo el agua, los jugadores están obligados a contener la respiración por largos períodos. ■



El único robot que limpia grandes piscinas, con inteligencia.



3
AÑOS
GARANTÍA

El Dynamic Pro X de Maytronics es un nuevo concepto para limpieza de piscinas de hasta 25 metros, porque ahorra mano de obra, agua y productos químicos, dejando un resultado muy superior a los métodos tradicionales.

- Maytronics es el único robot ultra inteligente que **FILTRA**, aspira y cepilla, dejando impecables pisos, paredes y línea de agua de la piscina.
- Cuenta con una amplia gama de programas de fácil manejo, y cuando se pone en funcionamiento no necesita supervisión.
- Tiene control remoto y un caddy para transportarlo cómodamente.
- Tecnología de avanzada de Maytronics reconocida internacionalmente, que cumple con las normas ISO 9001 y certificación CE y ETL.



DISTRIBUIDOR AUTORIZADO
Controles y Servicios S.R.L.
controlserv@fibertel.com.ar

0-800-266-0607



RANDERS®

NUEVO



563 R1

LÍNEA PROFESIONAL



ARG-570



ARG-550EXO

NUEVO



ARG-575TX0/TX1

es tiempo
de estar
bien

EL PRECIO
MÁS 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

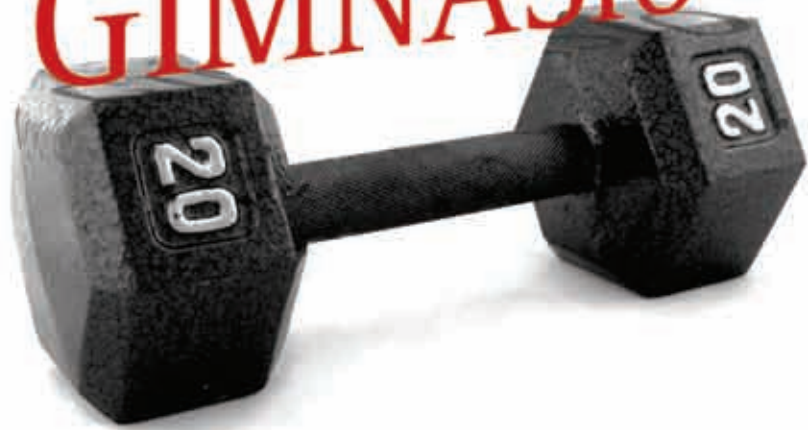


Por Fabio Saba (*)

5^{ta} CONFERENCIAS
MERCADO FITNESS/09
Cambiar para crecer

Pilares de la gestión de un

GIMNASIO



Una empresa prestadora de servicios que aspira a aumentar su rentabilidad tiene que estar atenta a cuatro puntos fundamentales: atención, ventas, liderazgo y conocimiento de las intenciones del cliente.

Al principio, Dios creó el cielo y la tierra. La primera frase del texto bíblico sirvió de inspiración a diversos artistas, como Miguel Ángel en su pintura monumental, el techo de la Capilla Sixtina en el Palacio del Vaticano, en Roma. Y también para el profesor João Roberto Gretz, en su libro "Lo Obvio", en el que trazó una interesante analogía entre la creación divina y el sistema de gestión de una empresa.

Al principio, se refiere al tiempo; Dios es poder; crear es la acción; el cielo es el espacio; la tierra, la materia. Pues bien:

El tiempo puede ser relacionado al horario de trabajo, al cumplimiento de plazos, a la agilidad y las oportunidades que aparecen en un momento determinado.

El poder se refiere a la jerarquía, organización, normas y procedimientos, liderazgo de equipo y control sobre la calidad del servicio o de la producción.

La acción de crear exige objetividad, eficiencia, competencia. Involucra también la preocupación por la productividad y la seguridad.

El espacio está ligado al ambiente de trabajo y también a la distribución de la producción, al área cubierta por el servicio, a la repercusión del trabajo.

La materia abarca las inversiones, las instalaciones, el producto, los servicios y, finalmente, el lucro.

Todas esas consideraciones pueden ser aplicadas al universo de los **gimnasios y centros deportivos**. Al hablar de gestión, tenemos que hacer referencia a poder, a plazos, a acciones, a espacios, a servicios y, sobre todo, a la gente. A final de cuentas, **la rentabilidad de un negocio depende siempre de personas**.

Por eso, empleados y profesores precisan conocer los objetivos con que llega cada cliente y comprometerse en atenderlo bien a fin de estimular su retorno. **El éxito del**

*Diseño, calidad
y el mejor precio del mercado*

XFIT

- Bicicleta Indoor
- Bicicletas
- Escalador
- Elíptico
- Máquinas y bancos para Musculación
- Accesorios

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

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

negocio resulta, por tanto, de la calidad de la relación interpersonal.

Una empresa prestadora de servicios que aspira a aumentar la rentabilidad tiene que estar atenta a cuatro pilares, directamente vinculados a los clientes: atención, ventas, liderazgo y conocimiento de las intenciones del socio-alumno.

Atención: Tiene lugar en toda ocasión en que un cliente mantiene contacto con alguien de la empresa: recepcionista, profesor o encargado de limpieza. No es sólo el momento en que el visitante llega a la recepción en busca de información o cuando el alumno pide orientación a un profesor en la sala de musculación.

De hecho, no es preciso estar detrás de un mostrador para brindar "atención". Siempre que el cliente se relaciona con algún miembro del staff del gimnasio, está en curso un proceso de "atención". Éste comienza por el propietario de la empresa, pasa por los profesores y sigue con el resto de los empleados.

Venta: No es tarea exclusiva de la recepción, aunque los profesionales de esa área en general se encargan de atender a los clientes, mostrarles el gimnasio, explicarles los planes de entrenamiento disponibles y concretar las matrículas.

Para nosotros la "venta" es un concepto mucho más amplio. **Quien vende en el gimnasio es todo el equipo.** La venta es fruto de la comparación de las sumatorias de puntos positivos y negativos observados por el cliente, cada vez que utiliza las instalaciones del gimnasio o mantiene contacto con alguien del staff.

Tenga presente que a lo largo de una hora de permanencia dentro de sus instalaciones, el cliente puede realizar decenas de evaluaciones de este tipo:

- ¿Estaciona el auto fácilmente?
 ✓ PUNTO POSITIVO
- ¿El acceso al gimnasio es difícil?
 ✗ PUNTO NEGATIVO
- ¿Es recibido con una sonrisa en la recepción?
 ✓ PUNTO POSITIVO
- ¿Pasa por el molinete sin contratiempos?
 ✓ PUNTO POSITIVO
- ¿Encuentra el vestuario limpio?
 ✓ PUNTO POSITIVO
- ¿Un profesor de otra clase lo cruza en el pasillo y no lo saluda? ✗ PUNTO NEGATIVO



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

Vale la pena destacar que no todos los puntos tienen el mismo valor según la ponderación. **Un punto negativo puede pesar más que 1000 positivos.** Todo va a depender de cómo evalúe cada cliente la situación y también de sus prioridades individuales.

Cuando se va del gimnasio, la persona lleva en su mente un puntaje final del día, que luego junta con el de otros días... hasta establecer el puntaje final de la semana, y después del mes. En el momento de renovar su membresía, el cliente consulta esas sumas, consciente o inconscientemente, y toma su decisión.

Si los puntos positivos superan a los negativos, tiende a optar por la renovación del plan. Por lo tanto, **la gran venta del gimnasio ocurre en el momento de renovar la membresía de un cliente.**

Liderazgo: sin duda alguna, el tipo de atención que se ofrece a los visitantes debilita o fortalece la venta. Pero quien determina los rumbos que ésta debe tomar es el gerente. El nivel de atención brindado por profesores y empleados tendrá mejor calidad si hay un líder competente para dirigir al equipo de trabajo.

Inestabilidades del mercado y crisis económicas pueden llevar a una empresa a atravesar dificultades. Pero **la responsabilidad es siempre del líder.** Es éste quien responde por la calidad de los servicios prestados y la agilidad de la atención. Es él quien se responsabiliza por los fracasos y comparte la gloria de las victorias.

Pero no me refiero sólo al líder principal, sino todas las personas que ejercen cargos de jefatura. Todos precisan asu-

mir la conducción del proyecto para que la empresa funcione bien. Si el empleado o el profesor no dan lo mejor de sí o si el servicio deja que desear, la responsabilidad es de quien delegó funciones, o contrató, o no capacitó adecuadamente. O sea, la responsabilidad es siempre del líder.

Día a día, son los líderes quienes deben exigir calidad en la atención prestada para fortalecer la venta y, consecuentemente, garantizar una mayor retención de clientes en los gimnasios. ■

(*) Profesor de educación física, consultor y gestor de negocios. Autor de libros y videos. Este especialista será uno de los oradores en las 5tas Conferencias Mercado Fitness 2009.



FINANCIAMOS 

TUS CREDITOS

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

C-LINE, UNA NUEVA EXPERIENCIA EN FUERZA™. CON LA CALIDAD DE PRECOR, DESDE EL SUELO HASTA EL CIELO.

Presentando C-LINE, una nueva experiencia en fuerza™, con la calidad de Precor en equipamiento selectorizado de musculación que se mueve de la manera en que tú te mueves. Precor ofrece un paquete completo: fuerza de calidad, cardio de primera, entretenimiento atrapante y un servicio abarcativo. Esta sobresaliente línea tiene una apariencia escultural que complementa la decoración de cualquier centro de fitness. Sus productos, fáciles de usar, fueron construidos con una biomecánica perfecta y están diseñados para proveer una experiencia positiva tanto a usuarios como a propietarios de gimnasios.

Conozca más sobre nuestra nueva línea Precor "Experimente la Fuerza" en www.precor.com/c-line o contacte a un representante comercial de Precor hoy mismo.

EXPERIMENTE LA FUERZA™

INSPIRADA EN CUERPOS. DEFINIDA POR MÁQUINAS.™

REPRESENTANTE EN ARGENTINA

ARGENTRADE SRL | Tel: (0221) 471-2323 | mktg@randers.com.ar



Press de Pecho

www.precor.com

800.786.8404

© 2008 Precor Incorporated

El “factor X” *marca la diferencia*

Según el head master trainer de Les Mills, la práctica hace a un buen instructor, pero es su personalidad la que le permite sobresalir del resto.

Encontrar buenos instructores de clases grupales en el mercado actual de fitness no es tarea fácil y **Mark Sinclair**, uno de los entrenadores maestros más emblemáticos de **Les Mills**, lo sabe. Sucede que “muchas veces los instructores que aparecen son demasiado jóvenes y creen que la clase gira en torno a ellos”, explica Sinclair.

Pero nada está más lejos de la realidad. “La clase no se trata de nosotros, sino de la gente. Si el cliente no está ahí, el instructor no tiene a quién dictarle la clase”, destaca Sinclair. En su opinión, es una cuestión de madurez. “Algunos instructores se dan cuenta de esto temprano en sus carreras y otros nunca lo logran”, añade.

SANTONJA
NUTRICION



FITNESS POINT
DEPORTIVA

*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

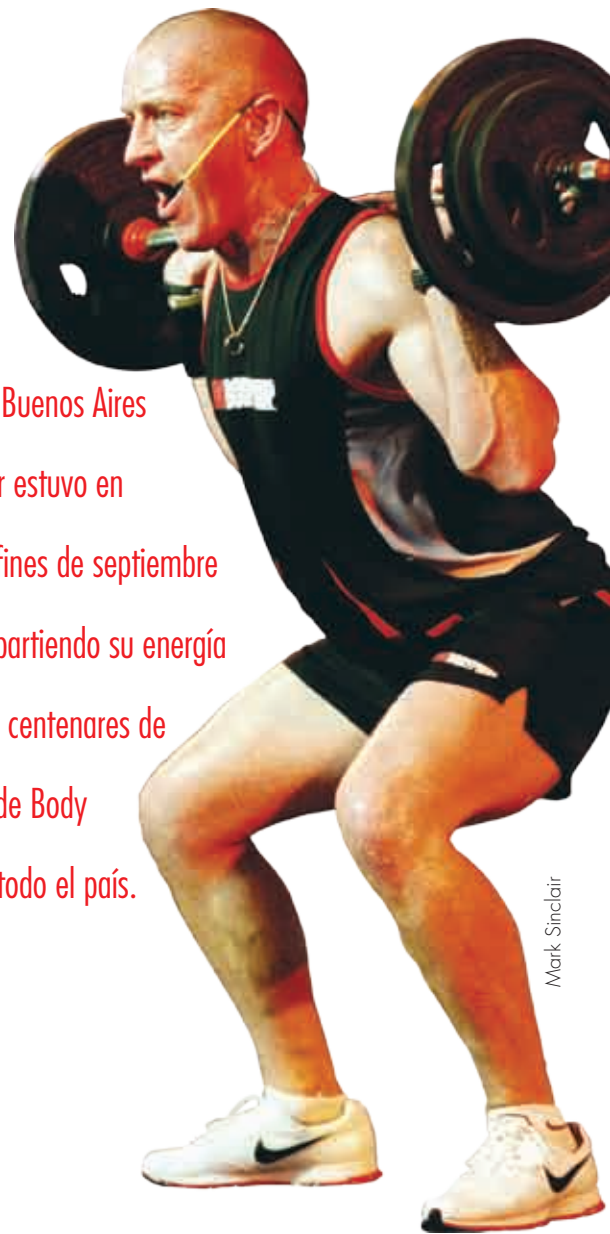
Librería Santonja en español de Musculación,
Nutrición y Fitness
Envíos al interior y al exterior

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 Tronge 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,
mándenos su dirección de correo, no de mail, para enviárselos por carta.
Asesoramiento via mail.

De paso por Buenos Aires
Mark Sinclair estuvo en
Argentina a fines de septiembre
pasado compartiendo su energía
y pasión con centenares de
instructores de Body
Systems de todo el país.



tu rutina
no tiene limites,

ENERGIA RENOVABLE

Suplementación Nutricional de Avanzada



En suplementación elegi solo la mas alta calidad.

Productos desarrollados en laboratorio medicinal,
bajo estrictas normas microbiológicas y sanitarias.

GENTECH

/General / Engineered / Nutritional / Technology /

www.gentech.com.ar

"Recién cuando tienen unos años encima entienden la necesidad de crear una conexión entre ellos y sus alumnos. Dirigir una clase no es dar instrucciones y corregir movimientos. Es **una conversación**, debe haber un **ida y vuelta**. Aunque el cliente nunca verbalice sus respuestas, la comunicación existe", explica Sinclair.

Por este motivo, los instructores más codiciados no son los que mejor se mueven, sino los que tienen más desarrollada su capacidad de comunicación con los alumnos. "Pueden tener un buen cuerpo y moverse bien, pero es su personalidad –lo que yo llamo el **Factor X**– lo que les permitirá sobresalir del resto", opina el especialista.

En la experiencia de Sinclair ésta es una cualidad difícil de enseñar. "**Es innata** y se nota claramente cuando alguien no la tiene", remarca. En este sentido agrega: "Pueden practicar y practicar. Eso los hará buenos instructores, pero es el Factor X el que los distinguirá y hará grandiosos como profesionales".

Según este especialista, "el instructor debe divertirse enseñando su clase. Si no la pasa bien, es muy obvio para los clientes y estos tampoco se divierten". En esta misma línea remarca: "Yo particularmente **si no disfruto de lo que estoy haciendo, entonces prefiero no hacerlo**".

Una máquina de energía

Mark Sinclair es un ejemplo de un profesional con ese "Factor X". En 2007, fue elegido como instructor del año de Les Mills New Zeland Group y premiado en el marco del Food Show Fitness Life y durante el North Island Fitness Life Awards. Se especializa en BODYATTACK, BODYCOMBAT, BODYPUMP, IMPACT y BODYCIRCUIT.

Es fundador y miembro de Les Mills Training Team y conocido internacionalmente por su trabajo en BODYATTACK. "Su popularidad e influencia dentro de las clases cardio es sólo comparable a su energía", afirman sus compañeros de equipo. Sinclair viaja por todo mundo difundiendo la cultura Les Mills en convenciones y en workshops.

Sus inicios en el mundo del fitness se remontan a fines de la década del ochenta. Con 22 años de edad, trabajaba full time en el Departamento de Impuestos de su ciudad natal Dunedin, en Nueva Zelanda, y jugaba al rugby como hobby cuando el gerente de un gimnasio local lo convocó para trabajar como instructor.

Comenzó dando clases de step, trabajó 5 años como entrenador personal y al contraer matrimonio, hace 11 años, se mudó a Auckland, capital de Nueva Zelanda. Allí trabaja en la actualidad en los gimnasios Les Mills dictando dos clases por día, de lunes a domingo. "En BODYATTACK de las 18.00 llego a tener 200 personas. **Siempre pienso que cada clase que doy puede ser la última**", asegura Sinclair.

Sobre la industria

"Es mucha la gente que asiste a gimnasios, sobre todo en Auckland. Así que la situación de la industria es buena en general", comenta Sinclair. En su opinión, al igual que en otros mercados, uno de los principales desafíos que el sector tiene por delante es **lograr que la población masculina supere sus prejuicios respecto al fitness grupal**. "Muchos todavía creen que es cosa de mujeres", asegura.

En materia de tendencias dentro del sector, Sinclair opina que BODYPUMP sigue estando entre los preferidos de la gente en todo el mundo. "Es un programa que ofrece un entrenamiento completo, que te hace sentir bien", destaca. Sin embargo, su predilecto es BODYATTACK. "Si se hace correctamente, te vas del gimnasio físicamente exhausto. Y lo puede hacer cualquier tipo de persona", asegura.

Durante las dos décadas que lleva dentro de la industria, Sinclair ha visto algunos cambios importantes, desencadenados fundamentalmente por **la tecnología y la investigación**. "Cuando empezamos todo era muy básico.

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.

Minitramp Acuático

Programa de entrenamiento Aquajump

by Cristina Barcala::

Cursos y Certificaciones





Bicicleta oficial de Aqua Cycle

by Cristina Barcala.

Cursos y Certificaciones.

www.cristinabarcala.com.ar

Desarrollada y patentada por



www.jigargentina.com.ar

info@jigargentina.com.ar

Tel/Fax: (54 11) 4484-6512

Aprendíamos mirando y leyendo revistas. La tecnología ha jugado un rol importante en la industria", relata.

Específicamente en materia de clases grupales, según Sinclair, **hoy es todo mucho más simple**. "A mediados de los 90, el fitness grupal estaba en franco crecimiento en los gimnasios y de golpe tuvo una gran caída, porque se tornó demasiado complicado para la gente. Por ejemplo, sucedió con el step", relata.

"Los instructores –prosigue– creaban clases para instructores y no para las personas comunes y corrientes, que eran las que asistían a los gimnasios. De hecho, fue ahí donde Les Mills, con su política de "hacerlo simple", encontró una gran oportunidad para sus programas. **La simplicidad es la clave para atraer a la gente**".

En esta línea, Sinclair recomienda a los instructores que usen los programas de Les Mills, representados por Body Systems en América latina, que sean fieles a cada programa y no hagan modificaciones. "Ponemos mucho trabajo en cada coreografía y existe una razón para cada una de las cosas que hacemos y cambiamos", concluye. ■

En TV con Catherine Fulop

De la mano de Catherine Fulop y por FOX Sports, **Body Systems LatinAmerica**, presenta desde agosto pasado sus programas de fitness grupal dentro del ciclo Catherine 100 % Vida Sana. Con instructores de Body Systems, la conductora entrena todas las semanas y presenta los diferentes sistemas de fitness precoreografiados.

"Para nosotros es una oportunidad única de dar a conocer por TV y junto con Catherine los beneficios de nuestros sistemas de entrenamiento. Además de este modo ayudamos a todas las personas que quieren realizar algún tipo de entrenamiento y que por diversos motivos no pueden acercarse a un gimnasio", comenta **Gabriela Retamar**, directora técnica de Body Systems LatinAmerica.

El programa se emite por **Fox Sports** de lunes a viernes de 10 a 11 horas.



GO

planes para Gente Activa

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

ZONAS DISPONIBLES
PARA
REVENEDORES

Megatlon desembarca en Nordelta

El Centro Comercial Nordelta, ubicado en el barrio privado homónimo al norte del conurbano bonaerense, anunció que inaugurará a principios de 2010 un área de entretenimiento que incluye un gimnasio **Megatlon de 2675 m²**, un nuevo complejo de cines con 8 salas, 1 de teatro y 33 locales comerciales.

"Megatlon tiene planeado desarrollar allí un espacio de última generación que cuente con la mayor tecnología para el entrenamiento, el cuidado de la salud y el esparcimiento. Respetando nuestros estándares de calidad, invertiremos en equipamiento internacional de alta gama como en todas nuestras unidades", señala **Fernando Kleiman**, director general de Megatlon.

Esta nueva sede demandará una **inversión superior a 1,5 millones de dólares** y estará dividida en dos pisos: en la planta baja se ubicarán dos piletas de natación, los vestuarios y la recepción. En la planta alta estarán las salas

de Spinning, cintas de trote y demás máquinas cardiovasculares, equipamiento de musculación isotónicas y de peso libre, salón de usos múltiples y la administración. ■

Ampliación del Centro Comercial

En total, se construirán 10 mil m² que se suman a los 6.750 m² que ocupa hoy el shopping center del barrio privado Nordelta. La inversión para este desarrollo supera los 10 millones de dólares y será realizada por Cecnor S.A., sociedad formada en un 80% por el Grupo Desarrollista y en un 20% por Nordelta S.A.

"Nordelta Centro Comercial tuvo un crecimiento sostenido en sus cuatro años de existencia, duplicando y hasta triplicando la facturación año tras año", asegura Alberto Spanier, presidente de Cecnor S.A.



CINTAS EN ALQUILER

1° en la Argentina

JG
FITNESS EQUIPMENT

Consultá al 0358-4628009
fitnessequipment@arnet.com.ar



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 Representante en Argentina de

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

SunExpress

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

KINESIS™

ONE



KINESIS ONE PARA MOVIMIENTOS EN 3D

Kinesis™ One permite realizar movimientos en 360° gracias a nuestro sistema patentado "Full Gravity".

KINESIS ONE PARA EL ENTRENAMIENTO FUNCIONAL

Kinesis™ One permite entrenar movimientos naturales y mejorar la funcionalidad en la vida cotidiana, el deporte y la rehabilitación.

KINESIS ONE PARA PERSONAL TRAINERS

Kinesis™ One ofrece a los trainers una única herramienta de trabajo para crear programas de entrenamiento personalizados y comprometidos con el cliente.

KINESIS ONE PARA AUMENTAR LOS INGRESOS

Kinesis™ One es un soporte para el staff de personal trainers, para atraer nuevos miembros y generar nuevas oportunidades de negocios.

www.technogym.com/kinesisone

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 Comany™ are trade marks owned by Technogym® S.p.a. in Italy and other countries.



One to one for all.



TECHNOGYM

The Wellness Company™

Cómo ganarle a la

Si bien la temporada alta aplacó el impacto de la crisis en el último trimestre del año, ya se encendieron luces de alerta para los próximos meses. Temor, incertidumbre y prudencia resumen el ánimo del sector. Ajustar costos, agudizar la creatividad, desarrollar alianzas, agregarle valor al servicio y no bajar precios serían las claves para ganar esta pelea.

El 2008 ha sido en general un buen año para la industria del fitness en América latina. Empresarios de gimnasios y proveedores del sector coinciden en que el balance de los primeros 10 meses es positivo. Sin embargo, la crisis financiera mundial, con epicentro en los países desarrollados, puso **pañños fríos a las últimas semanas del año y encendió luces de alerta** para los próximos meses.

El vicepresidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), **Santiago Levy**, asegura que "los efectos de la crisis en Latinoamérica se notarán en el descenso de los ingresos por exportaciones y en la dificultad de acceso a créditos internacionales, lo que seguramente detendrá las economías de la región hasta el año 2010". Según este experto, "los efectos internos en cada país se minimizarán en función de las medidas que tome cada gobierno para paliar la crisis".

La **Organización Internacional del Trabajo (OIT)** diagnostica que unos 20 millones de personas podrían perder sus empleos producto de la crisis financiera global. En esta línea la entidad señala que los rubros afectados con mayor gravedad serán: construcción, automotriz, turismo, finanzas, servicios y bienes raíces.

La industria de gimnasios

El balance de los primeros 10 meses del año es positivo para el 80 por ciento de los empresarios del sector consultados **Mercado Fitness**. Coinciden en que fue un buen año, con mayor número de socios respecto a 2007, con mejores niveles de retención y más ingresos por aumento de sus cuotas, lo que a muchos les permitió concretar inversiones para renovar equipamientos y realizar ampliaciones.

Sin duda una de las **principales dificultades fue la inflación**. Los actores del mercado realizaron ajustes de precios del orden del 20 por ciento, pero –según dicen– fueron insuficientes ante los incrementos que debieron enfrentar en materia de alquileres, salarios e insumos de trabajo. Por este motivo, a pesar de que las ventas aumentaron, la inflación se quedó con parte de la rentabilidad.

En el contexto actual, 60 por ciento de los empresarios del sector asegura no haber sufrido aún sus efectos, aunque saben que la estacionalidad del rubro, en alta durante esta época del año, los ayudó a disminuir el impacto de la crisis. Otro 40 por ciento de los consultados reconoce haber comenzado a sentir los efectos de la crisis, con caídas en las ventas y menores renovaciones de planes respecto a 2007.

Consulte por Zonas Disponibles para Distribución

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

www.htn-nutrition.com

HTN
HIGH TECH NUTRITION

100% Power

HTN helps improve your performance

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

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

crisis

Este fin de año encuentra a los actores de la industria con una **sensación generalizada de incertidumbre** sobre lo que les deparará 2009. ¿Cómo los afectará la crisis? ¿Qué pasará con el poder adquisitivo de la gente? ¿Bajará mucho el nivel de consumo? ¿En qué medida crecerá el desempleo? Los empresarios de gimnasios perciben en sus clientes dudas y temor, y eso sin dudas les preocupa.

Sin embargo, **Guillermo Martínez**, socio gerente de **Consultnova** de Rosario, cree que en un año electoral como 2009, en Argentina, **el Gobierno no permitirá despidos masivos** por lo que habría acuerdos de "estancamiento" de sueldos con el sector privado y por ende una caída del poder adquisitivo de los consumidores.

"En este escenario, los gimnasios volvemos a estar en desventaja respecto de otros servicios indispensables para las familias, como cuotas de medicina prepaga y los colegios", remarca **Oswaldo Valentini**, titular de **San Fernando Centro**, gimnasio y escuela de capacitación de instructores, ubicada al norte de Gran Buenos Aires.

Sin embargo, hay miradas optimistas al respecto. "En otras épocas, el gimnasio era una de las cosas que en primer lugar se dejaban de lado ante una crisis. Pero hoy la gente no quiere perder algo que realmente le hace bien a su calidad de vida", opina **Oscar Escudero**, coordinador de deportes de **Megatlon Almagro**.

En coincidencia, **Carina Borrego**, titular de **Ushuaia Gym**,



de Tierra del Fuego, dice: "La gente comenta el estrés que vive por los aumentos de precios en el supermercado y en el colegio de los hijos, pero sigue en el gimnasio por las satisfacciones que éste le brinda".

Muchos aseguran que la idea de pagar estrictamente lo que se consume y no comprar paquetes de largo plazo es una tendencia que irá creciendo. Además, pronostican que se van a reducir las ventas de servicios complementarios y otros productos como indumentaria, entrenamiento personalizado, suplementos, etc.

Los empresarios del sector que sobrevivieron a la crisis de 2001 están alerta porque no quieren que ésta los sorprenda. La mayoría confía en que haber atravesado esa tormenta, siete años atrás, les da cierta cintura para resistir la actual.

FITNESS BEAT

VIDEOS • DVD • CD • 32 COUNTS

www.fitnessbeat.com



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

> NUEVAS PROMOCIONES

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

CDs TRIPLES & 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



QUUZ CYCLE®
nueva indoor bike QUUZ
a precio promocional.



**MINITRAMP
POWER JUMP®**

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

> EQUIPOS DE AUDIO

Computadoras con gitch
Amplificadores, Baffles,
Instalaciones de audio para gimnasios

> SERVICIOS

Musicalización e Iluminación
Edición digital de música y vídeo
Multicópiado de cds, dvds, videos.

> ACCESORIOS

Bandas elásticas / Mancuernas
Body kit / Pesa / Sileps

**EQUIPOS OFICIALES PARA
BODY PUMP®**



STEP QUUZ®

- Diseño europeo de alta performance
- Con canopy de aire y goma antideslizante
- Incluye servos para trabajos con bandas elásticas y agarre
- Módulos de altura de Scan compatibles con los Step Company

**NUEVO
MINI QUUZ®**

MEJORES
8,75 x 6,57 x 6,10 m



REPRESENTANTE EXCLUSIVO FITNESS BEAT CONSULTE POR ZONAS PARA DISTRIBUCIÓN

Estudios realizados luego de la crisis de 2001 revelan que durante ese período el consumidor medio perdió dinamismo en sus compras, tuvo un perfil más racional y sólo compró por necesidad. Martínez, de Consultnova, opina que seguramente **los hábitos de consumo van a cambiar**, pero remarca que "es realmente una incógnita en qué medida esto impactará en las ventas de cada empresa".

Para **Fritz Bartsch**, propietario de los gimnasios **Pacific Fitness** de Chile, los más perjudicados en esta crisis serán los gimnasios pequeños, "porque no resistirán las alzas en sus costos y porque su clientela, de menores recursos económicos, se verá muy afectada por la inflación".

En la opinión de este empresario, los gimnasios del segmento medio afrontarán mejor esta crisis, ya que tienen una relación precio-calidad más favorable y sus membresías no representan un porcentaje importante del ingreso de sus clientes. "En anteriores crisis algunos socios me han comentado que prefieren salir a cenar una vez menos durante el mes que dejar de asistir al gimnasio", dice Bartsch.

Opinan los grandes operadores:

Javier Petit de Meurville (Megatlon - Argentina): Tenemos una dosis natural de incertidumbre sobre cómo la crisis afectará el crecimiento inicialmente proyectado para 2009, tanto por el comportamiento de consumo de la gente como por el encarecimiento del crédito. Sin embargo, no modificamos nuestros planes de obra: Megatlon Núñez, Rosario, y para 2009 Pilar y Nordelta.

Ricardo Issa (Premier - Bolivia): Tuvimos un año muy bueno pese a los problemas sociales del país y la recesión económica. Para 2009, tenemos varios proyectos, como la apertura de una sede en la ciudad de Tarija y el inicio de la construcción del gimnasio más grande de Bolivia, en la ciudad de Santa Cruz.

Liliana Azcarrunz (Go Fitness - Bolivia): En la medida que la crisis afecte a los ingresos de nuestra economía por bajas en los precios de los recursos naturales (minerales e hidrocarburos) y en la llegada de remesas del exterior, es

posible que tenga un impacto negativo sobre el sector. Por eso hay que trabajar más y mejor, ajustar presupuestos y mejorar las ofertas para hacer más atractivo el gimnasio.

Richard Bilton (Cia Atlética - Brasil): Ante la situación presente hay que poner el foco en toda la línea de inversión y pensar de una manera conservadora. Nuestra industria es antidepresiva y necesaria para mantener la salud de las personas. Durante mucho tiempo, nuestro negocio fue considerado superfluo, pero hoy está más maduro. Los administradores de gimnasios tienen que poner el foco en su caja. Nosotros seguimos con nuestros planes de expansión, con la apertura de un nuevo gimnasio en Manaus y otro en Puerto Alegre.

Edgard Corona (BioRitmo - Brasil): El 2008 fue un buen año, con un mercado en crecimiento. El que viene puede ser difícil, con reducción de ventas y pérdida de clientes. Como medidas a tomar: reducir costos y postergar inversiones.

Luciana Forti Mankel (Curves - Brasil): Sentimos la dificultad en conseguir créditos a buen precio para hacer inversiones en el negocio. Pude haber una reducción de base de socias y una desaceleración de las ventas. El foco está puesto en seguir agregando valor al servicio. En 2009, lanzaremos en Brasil y en Argentina la nueva tecnología CurvesSmart.

Fritz Bartsch (Pacific Fitness - Chile): Pienso que hemos sido menos afectados por la crisis que los mercados desarrollados. En 2009 sentiremos alguna disminución en nuestras ventas, pero no graves. Pacific Fitness mantendrá al 100% sus proyectos de apertura.

Nicolás Loaiza (BodyTech - Colombia): Ante el panorama actual se puede dar una disminución del consumo en general y una pérdida de confianza de los inversionistas. En algunos países de América latina pegará más duro que en otros, dependiendo de la estabilidad macroeconómica. Hay que ser muy prudentes con los presupuestos y las inversiones. Esperamos crecer 40 por ciento en Colombia y acelerar el crecimiento en Perú.

14 años transformando
necesidades en resultados objetivos

Grupo Roan



EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES

SERVICE

Bicicletas / Cintas / Escaladores / Elípticos / 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.

Ian Rondón (Gold's Gym - Caribe y Centroamérica): Frente a la situación financiera mundial, la decisión de nuestra empresa es la de actuar con precaución. No obstante, dentro de los planes está la apertura de por lo menos dos nuevas unidades en República Dominicana.

Helmuth Bolzman (Gold's Gym - Perú): Los factores más críticos se pueden dar a nivel financiero, los bancos podrían incrementar sus tasas de interés activas, lo que afectaría el crecimiento mediante capital bancario. Los gimnasios debemos ser más agresivos en el desarrollo de alianzas con marcas y empresas de reconocido prestigio cuyos servicios estén vinculados al fitness. Nuestros proyectos principales se relacionan con el repotenciamiento de los gimnasios existentes.

Andrés Capriles (Gold's Gym - Venezuela): La crisis mundial afectará los precios del petróleo, que es la principal fuente de ingresos del país y sobre la cual se ha sustentado el boom de consumo de los últimos años en Venezuela. Creemos que los ingresos discrecionales de la población caerán dramáticamente. Además, tenemos la expectativa de que en sólo unos meses estaremos en un entorno poco benigno para nuestra industria, con alta inflación y poco acceso al crédito bancario. A largo plazo, seguimos creyendo en el gran potencial del sector pero hemos decidido ser muy conservadores durante los próximos meses.

Medidas para afrontar la crisis

"Para superar una crisis, hay que prepararse aún cuando ésta tenga poco o ningún efecto sobre el sector. En el peor de los casos, la empresa estará en mejores condiciones de enfrentar la realidad que se le presente. Y en el mejor escenario, el beneficio se verá maximizado", explica Martínez, de Consultnova. En tal sentido, el consultor agrega que las empresas deben generar estrategias basadas en enfoques no sólo financieros, sino en entender que los clientes también están cambiando.

Según **Pablo Viñaspre**, de la consultora española **Wellness & Sport Consulting**, el foco hay que ponerlo en

todas aquellas personas que son **socias del gimnasio y lo utilizan poco**. Es decir, en quienes consideran que no rentabilizan lo que pagan por el gimnasio y son sensibles a darse de baja en épocas de crisis como la actual. En esta línea aconseja: "Las medidas pueden pasar por hacer que consuman más servicios y que vengan más al gimnasio, o incluso por crear modelos de cuotas diferentes, más baratas pero con número de accesos limitados".

Los consultores coinciden en que el sector tiene que seguir **trabajando por la calidad del servicio y no entrar en una baja indiscriminada de precios**. Es común en estos períodos que los empresarios bajen sus cuotas porque no están vendiendo. Pero si todos hacen lo mismo, cae la percepción de valor de los consumidores respecto al mercado del fitness y tienden a comprar a bajo precio.

"Esto ya sucedió antes y los gimnasios que mejores resultados tuvieron fueron los que invirtieron para mejorar sus servicios y lograron un diferencial en el mercado", asegura el consultor brasileño **Ricardo Cruz**.

Para este especialista lo más recomendable es invertir en **mantener los clientes actuales**, mejorando la calidad del gimnasio, para que ellos perciban que vale la pena la inversión. "Asimismo, es importante fortalecer la imagen de la empresa dentro de su mercado de actuación, para que las personas miren a su gimnasio como la mejor opción de salud, entretenimiento y fitness", explica Cruz.

Elio Bustos, titular de la **Consultora en Marketing BP**, señala que el mercado de hoy exige nuevas capacidades para poder subsistir o crecer y ante ello recomienda: elegir qué segmento de mercado tiene mayor potencial de crecimiento y enfocarse con exclusividad en él; diferenciarse por la creatividad e innovación en la forma en que se comunica la variable competitiva; y crear nuevos modelos de negocios, donde la mayoría de los costos sean variables y no fijos. ■

(*) Periodista



XITALYFORCE
BIOMECAÁNICA Y FUERZA EN ACCIÓN



Bicicleta Alta Montaña
Patente Nº 71717
Desarrollo Argentino
La sensación de lo real
\$1750.-



Bici Sport
Patente Nº 71716
\$1250.-

Estos precios no incluyen I.V.A.

Showrooms: CENARED. Muñiz 1520. Ituzaingo. (Prov. de Bs. As.)
Puntos de venta: Av. Rodolfo López Nº 1575 (Quilmes) - Tel. (54 11) 4254-0337 / 4257-0454
info@xspinning.com.ar - www.xspinning.com.ar - www.xitalyforce.com.ar

Por Justin Tamsett (*)

Estrategias para minimizar el impacto de la crisis



Justin Tamsett

1. Tome una actitud positiva. Deje de ver las noticias. Se va a infectar. Concéntrase en lo que puede hacer y no en lo que le genera preocupaciones. Tome cinco minutos para una reunión diaria de ajuste de actitud con su personal. Recomiendo el Libro Amarillo de la Actitud ¡Sí! de Jeffrey Gitomer. Léalo ahora.

2. Comunicarse regularmente con su personal, con plena honestidad. Manténgalos informados e involucrados. El servicio a los clientes es aún más importante ahora. Desaliente al personal a hablar de la crisis entre sí y con los miembros. Convierta a su gimnasio en una estación de energía positiva donde sus clientes y prospectos puedan recargarse para afrontar su día a día.

3. Prepárese para una recesión más larga de lo que dicen los medios o usted piensa. Los próximos 12 a 18 meses son críticos. Usted no podrá crecer mucho durante ese tiempo, pero puede fortalecerse en algunos aspectos y aprovechar la onda expansiva cuando la marea cambie. Investigaciones muestran que las ganancias importantes ocurren en épocas difíciles y no en momentos buenos.

4. Ésta es definitivamente la mejor época para sacar a sus competidores del mercado comprándolos. Invítelos a tomar un café, hable con ellos, visite sus clubes, explore posibilidades. Y, por el contrario, si usted decide vender su empresa sepa que recibirá un precio muy bajo en pago por la misma.

5. Establezca metas realistas para lo que resta de 2008 e incremente los incentivos para su gente de modo que no se rindan.

6. Inspire y conduzca a su equipo. Oriente el liderazgo hacia una actitud "me anticipo y pruebo" en lugar de una "espero y reacciono".

7. Examine todos los costos, línea por línea, en su cuenta de gastos. Cada costo es negociable.

8. Replantear sus promociones y grilla de clases. Varios estudios han reportado aumentos en el estrés, la ira, la irritabilidad y la fatiga, además de dificultades para dormir. Estas son las **nuevas necesidades de sus miembros y clientes potenciales**, y tiene que prestarles atención. Tome en cuenta estas ideas:

- **Disponibilidad:** Cuando un miembro, que es un usuario regular del gimnasio, le dice que no puede afrontar la cuota, analice su caso y hable con él para ofrecerle un pase libre por dos meses. Esto lo están haciendo algunos clubes con sorprendente impacto. La noticia se difunde y sus miembros están orgullosos de usted.

- **Despidos o suspensiones:** Ofrezca membresías gratis si la gente fue despedida o suspendida debido a la actual "crisis". Pida que le muestren su notificación de despido o suspensión para obtener tres meses bonificados en el gimnasio. Cuando se trata de un miembro, su cuota regular se reanuda después de esos tres meses, a menos que siga desempleado.

- **Miembro de tiempo limitado:** Puede ser utilizado como una promoción de bajo costo para mantenerlos interesados en continuar pagando sus cuotas mensuales. Elija una franja de horario con poco movimiento, por ejemplo de 11 AM a 2 PM y ofrezca una "Membresía Mediodía" por una fracción de su cuota regular. ■

(*) Director de Active Management. Se graduó en la Escuela de Fitness Management de IHRSA. Fue Presidente de la Asociación de Centros de Fitness. jt@activemgmt.com.au



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**



vitnik.com



Sentite
VITNIK
Desafiá la rutina

GABY HENRIKSEN

Formá parte de la marca deportiva y de tiempo libre líder en venta por catálogo.

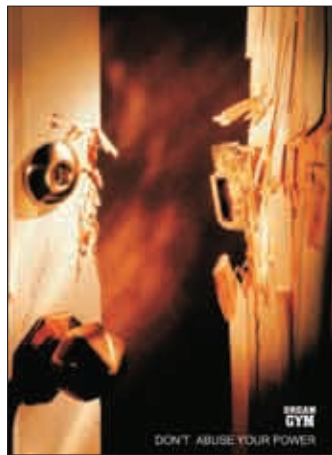
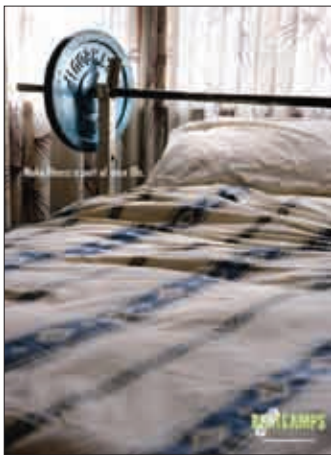
Las mejores piezas en cada colección en catálogos de alto nivel.
Comisiones de hasta 30%. Podés comenzar a trabajar con **cero costo** de inversión inicial.
Sumate a Vitnik. Ingresá en:
www.vitnik.com

Las mejores publicidades *del fitness*

Mercado Fitness presenta una selección de campañas publicitarias de clubes y gimnasios de distintos puntos del planeta, que se destacan por su creatividad, impacto y eficacia.



Empresa: The Little Gym Inc. (Estados Unidos)
Texto: Nosotros los cansamos por vos. De nada.



Empresa: Bootcamps (Australia)
Texto: Haga del fitness una parte de su vida.

Empresa: Dream Gym
Texto: No abuses de tu poder.

Empresa: Radiant Gym (India)
Texto: Es más difícil para la obesidad atrapar a los que están corriendo.

Empresa: Radiant Gym (India)
Texto: ¿Es usted hoy el doble del hombre que solía ser?



Empresa: Companhia Athletica (Brasil)
Texto: ¿Cuánto puedes levantar?

Empresa: Companhia Athletica (Brasil)
Texto: ¿Cuánto puedes levantar?

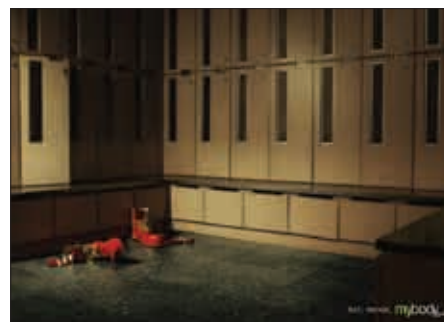
Empresa: Companhia Athletica (Brasil)
Texto: ¿Cuánto puedes levantar?



Empresa: Godoi Muscle Gym (Agencia Longplay, San Pablo, Brasil)



Empresa: Godoi Muscle Gym (Agencia Longplay, San Pablo, Brasil)



Empresa: Mybody Gym (Nueva Delhi)
Texto: Comé, bebé, y Mybody Gym.



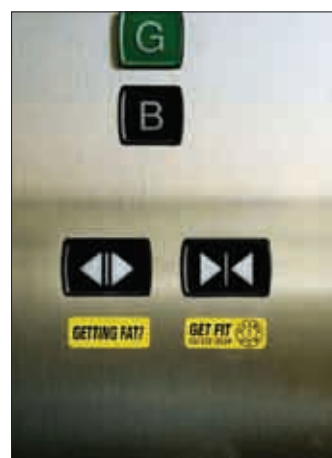
Empresa: Powerhouse Gym (EE.UU.)



Empresa: Powerhouse Gym (EE.UU.)



Empresa: Powerhouse Gym (EE.UU.)



Empresa: Gold's Gym
Texto: ¿Engordando? Adelgazá. (Gold's Gym, llamá a este teléfono)



Empresa: Nautilus Fitness Center (Venezuela)
Texto: Inscripciones abiertas.



Empresa: Gold's Gym Perú
Texto: La confianza para hacer lo que necesitas.



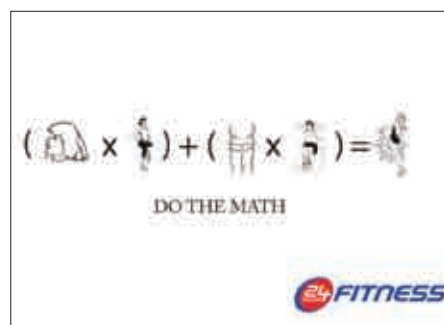
Empresa: Gold's Gym
Texto: Programa intensivo de pérdida de peso para las que van a ser novias.



Empresa: Boom Fitness (EE.UU.)
Texto: La fuerza está a la vista



Empresa: Boom Fitness (EE.UU.)
Texto: La fuerza está a la vista



Empresa: 24 Hour Fitness (EE.UU.)
Texto: Hacé el cálculo

Nueva página web

Fitness Gym, empresa dedicada a la fabricación de equipamiento para gimnasios, renovó totalmente su página web www.maquinasdegimnasios.com.ar "El nuevo sitio tiene más dinámica, ofrece más información, con fotografías de todas las líneas: Deluxe, Carga Libre, Cardiovascular, Econoline y Body Exercise Pilates", comenta **Fabián Raineri**, titular de la firma.

La empresa produce sus equipos en el partido de Quilmes, al sur del Gran Buenos Aires. Además, tiene presencia en el mercado europeo a través de **Fitness Gym Italia**, ubicada en Via Cairoli 16 Bregnano, Provincia di Como (Italia).



Expansión en Rosario



La empresa **GMP Equipamientos**, fabricante de máquinas y accesorios para pilates, yoga, rehabilitación y fitness, inauguró un nuevo taller de producción y venta de más de 300 m², ubicado en la zona sur de Rosario (Santa Fe). Este local se suma al showroom que la firma posee en **El Portal Rosario Shopping**.

"Nuestra propuesta es reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad de nuestros productos y por el excelente servicio post venta que ofrecemos", comenta un vocero de la firma.

Más información en www.gabrielmarti.com.ar

biomax
HIITE SYSTEM

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

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

SATURNA
SUPPLEMENTS

Precios promocionales a gimnasios y comercios

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

"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

SATURNA
SUPPLEMENTS

Llega Quuz Cycle

Fitness Beat presenta su bicicleta Quuz para clases grupales de ciclismo interior. "La bicicleta es importada y cumple con todos los requisitos internacionales para clases de este tipo. Tenemos muy buenas expectativas ya que es un producto con una excelente relación precio/calidad. Además ofrecemos un año de garantía", comenta **Jorge Parlagrecco**, socio gerente de Fitness Beat.



La Quuz Cycle tiene una rueda de inercia de 22 kilos cromada, centro eje con rulemanes, pedales de aluminio, freno de emergencia, pintura epoxi, asiento protector de próstata y porta caramañola. El precio promocional de la bicicleta es de 1.600 pesos (iva incluido). Por más información escribir a info@fitnessbeat.com.ar

Studio Pilates en Palermo

La reconocida presentadora internacional, **Verónica Ponieman**, acaba de abrir su propio Studio Pilates en un edificio antiguo de tipo señorial, ubicado en el barrio porteño de Palermo. "Abrir este local es realmente un sueño que tengo hace muchos años", comenta su propietaria.

El estudio tiene 85 m², cuenta con oficina, vestuario, recepción, más la sala de pilates equipada con la línea **VP by Concepto**. Tiene dos reformers (uno con torre), un Cadillac, dos chairs, dos spine correctors y un ladder barrel. El espacio está diseñado para trabajar sesiones en circuito completo para 8 clientes a la vez.

Además, en el estudio, ubicado en calle Billinghamurst 1709, se dictan workshops internacionales: en noviembre se realizó uno con **Kathy Corey**, y en febrero se dictará uno con **Michael King**. Por más información escribir a vponieman@personalpilates.com.ar



Verónica Ponieman



Dotra

La mejor



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

Precios sin IVA.

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

Nuevos pisos semicompactos

La empresa **Parkegom**, fabricante de pisos de goma eva para gimnasios, clubes, natatorios e institutos de artes marciales, ofrece una nueva línea de pisos semicompactos encastrables para el área de peso libre del gimnasio.

Miden 0,70 x 1,18 metros y tienen 10 y 12 mm de espesor. "Estos pisos tienen un alto grado de memoria por lo que a pesar de los golpes de las pesas vuelven a tomar su conformación habitual", explica Adolfo Keurikian, titular de la firma.

La dureza ronda entre 40 y 45 shore A, "y a pesar de que no son indestructibles, podemos garantizar que, con un buen trato, tienen una larga vida en cualquier sala de musculación", afirma.

Más información en www.parkegom.com

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

Lanzamiento de Carthage

Con la premisa de que la actividad física y los tratamientos estéticos son los mejores aliados para modelar el cuerpo, **Laboratorio Carthage** ofrece a gimnasios, centros de estética, spa, fitness center y hoteles su nueva **crema para masajes humecto-nutritivos y descontracturantes**.

"Esta crema contiene una exclusiva mezcla de activos naturales con propiedades terapéuticas, energizantes, estimulantes, regeneradoras, reafirmantes y descontracturantes", señala un vocero de la firma.

"El concepto wellness está cobrando mayor protagonismo en los centros de fitness y por ello crece la demanda de productos focalizados en el bienestar y la salud del cuerpo y la mente", destacan desde Carthage.

Para más información visitar www.carthagebeauty.com



Ldpil.com abre estudio



La empresa **Ldpil.com**, dedicada a la fabricación y venta de equipamientos y accesorios para el Método Pilates, inauguró su primer Estudio de Pilates en Acassuso, al norte del Gran Buenos Aires. "Tenemos pensado seguir abriendo locales y además queremos ofrecer franquicias a emprendedores", comentan **Luis Curci González** y **Diego Palmese**, fundadores de la empresa.

Los empresarios señalan que están vendiendo muchos equipos a emprendedores que desean insertarse en el mercado. "Ofrecemos no sólo aparatos sino también un asesoramiento integral sobre ambientación del local, instalación de los equipos y aspectos económico-financieros del negocio". Más información en www.ldpil.com

Barcelona
BIOMECANICA



En diciembre de 2008 Barcelona presenta su LINEA DE ALTO RENDIMIENTO diseñada con la colaboración de HORACIO ANSELMI

TODO PARA SU GIMNASIO

- >> LINEA BARCELONA
- >> OLIMPICA
- >> ALTO RENDIMIENTO
- >> ESCALADORES - BICICLETAS - ACCESORIOS
- >> DISEÑOS EXCLUSIVOS - MÁQUINAS A MEDIDA

PROVEEDORES DEL CLUB ATLÉTICO BOCA JUNIOR

Showroom y ventas: Machado 1544 - Castelar

Fábrica: Guido 860 - Morón

Email: edu_barcelona@live.com.ar

Tel: (54 11) 4483-0246 / Cel: 156 675-0651

Fitness 360 se renueva Lockers, un valor diferenciado

Fitness 360 renovó su sección **360 Laboral** para que todos los gimnasios y empresas de fitness publiquen sus búsquedas laborales. "Ahora las empresas cuentan con más herramientas para su proceso de reclutamiento y selección de personal, con búsquedas rápidas, ágiles y resultados concretos", comenta **Gustavo Duca**, director de Fitness 360.

Entre las nuevas incorporaciones, las empresas pueden acceder a un CV más completo del postulante, con información detallada, visualizar su video de presentación, personalizar la oferta laboral con el fin de optimizar la búsqueda del candidato, "y muchas nuevas ventajas pensadas exclusivamente para el mercado del fitness", asegura Duca. Para más información visitar www.fitness360.com

"Contar con lockers en los vestuarios de un gimnasio es un valor agregado para el cliente ya que le brindan comodidad y seguridad", opina **José Manuel Forcada**, gerente general de **Compañía Argentina de Lockers**, empresa que comercializa lockers (alquiler y venta) en todo el país y en el exterior hace más de 15 años.

"Nuestros productos están pensados para un alto tránsito de usuarios, poseen cerraduras de seguridad con llaves de codificación magnética (para evitar copias en cerrajerías), con sistema de extracción de cilindros (protección jurídica), con accionamiento a moneda o ficha", explica Forcada. Este último sistema es el más usado por gimnasios, spa, hoteles, centros de recreación, etc.

La compañía ofrece muebles de diferentes modelos, medidas y colores. Para quien está pensando en colocar lockers en su gimnasio, Forcada sugiere comenzar con un mínimo de 12 puertas, tanto en vestuarios de mujeres como de hombres. Esto demandará un espacio aproximado de 1,52 metros por cada módulo. El plazo de instalación en Capital Federal es de aproximadamente 15 días.



La empresa ofrece mantenimiento post-venta a convenir con el cliente y en caso de alquiler está incluido en el servicio. Para más información en www.argentinadelockers.com.ar

 **Idpil.com**
Equipamiento J. Pilates

calidad experiencia
servicio
fabricación de todos los equipos





Por Ricardo Cruz (*)

Revender el gimnasio *todos los días*

La clave para garantizar el crecimiento de su empresa radica en lograr que sus clientes compren su servicio una y otra vez, porque encuentran en su empresa las soluciones que buscan para sentirse bien consigo mismos.

En mercados maduros, con una gran oferta y una demanda con bajo nivel de crecimiento, se torna difícil incrementar el número de clientes. Más allá del sector en que está cada empresa, la competencia también llega desde otras industrias que ofrecen soluciones diferentes a las mismas necesidades de sus potenciales clientes.

Como si esto fuera poco, cada persona interactúa, por día, con alrededor de 3 mil marcas distintas, que buscan conquistar su atención y finalmente venderle algún producto o servicio. Frente a este escenario, la pregunta lógica sería: **¿Cómo garantizar el crecimiento de una empresa?**

Conserve a sus clientes actuales

Es cada cada vez más complicado atraer clientes nuevos y ser la elección de los consumidores, habiendo tantas opciones en plaza. Por eso hoy el foco en todas las industrias está puesto en mantener a los clientes en la empresa, o sea, como decimos en el mercado de gimnasios, retenerlos.

Ya sea un comercio, una fábrica o una empresa de servicios, la clave pasa por **venderle varias veces al mismo cliente**. En gimnasios usamos comunmente el término renovación de planes. Cada vez que renovamos una mem-

bresía, estamos vendiéndole una vez más al mismo socio. A esta acción yo le llamo "**reventa©**".

La **reventa©** es la clave para mantener a un individuo como usuario de nuestros servicios. Todos los profesionales del gimnasio deberían entender la importancia de la acción de vender y para ello necesitan ser y estar capacitados.

Consideraciones a tener en cuenta:

- Toda persona desea con la compra de un producto o servicio la solución a una necesidad no satisfecha que la incomoda. En otras palabras, esa persona busca sentirse bien, tranquila, realizada, segura, exitosa, aceptada por la sociedad, etc. **Existe un factor emocional muy importante que desencadena la decisión de compra** y la elección del proveedor. ¿Usted sabe qué sienten sus clientes?
- Usualmente los vendedores definen su función como "mostrar los servicios del gimnasio" y demostrarle a los visitantes que son mejores que la competencia. Los profesores, por su parte, suelen afirmar que la venta no es su responsabilidad y que su papel en la empresa se restringe a dar la mejor clase posible.

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
athleticservices@ciudad.com.ar / www.athleticservices.com.ar

NITREC
EQUIPAMIENTOS PARA GIMNASIOS
bicicletas indoor - elípticas - pilates

www.nitrec.com.ar
nitrec@yahoo.com.ar
(011) 4283-2265 / 15-5106-0346
Mizzilli 345 - Tomás de Zamora

envíos al interior



Pero, ¿con qué finalidad?, ¿cuál es el objetivo? El foco, tanto de vendedores como de profesores, suele estar puesto en el producto que ofrecen y no en las necesidades de los clientes. Sucede que no entienden aún que **su función principal es ofrecer una solución** a los problemas que trae consigo cada cliente.

- Si desea conservar a un cliente deberá ofrecerle la mejor solución a sus necesidades. De lo contrario, éste buscará en otra empresa la respuesta que mas le satisfaga. Por eso, los vendedores deben **oír atentamente lo que cada visitante desea** y ofrecerle la mejor solución. Una vez realizada la venta, hay que verificar que el cliente esté satisfecho con los resultados obtenidos.

- En lugar de pensar su tarea como "dar clases", los profesores deben **atender las necesidades de cada cliente**, prescribiéndole un adecuado programa de actividad física, que lo mantenga motivado. Paso siguiente, debe acompañarlo en el proceso y realizar los cambios necesarios para lograr su satisfacción.

La evaluación física regular del cliente tiene un papel muy importante en mostrar esos beneficios. Pero más allá del

aspecto físico, recuerde que sus servicios también promueven cambios psicológicos y sociales en sus socios.

Si el cliente no percibe que está obteniendo los resultados esperados, dejará de usar sus servicios, eventualmente no vendrá más al gimnasio y por último cancelará su membresía. Haga un esfuerzo para capacitar a todo su staff en ventas y para que comprendan la importancia de **revender el gimnasio todos los días**.

- Desde la arquitectura, la comunicación visual, la limpieza de las instalaciones y el mantenimiento de los aparatos, hasta la interacción entre las personas que están en el gimnasio (clientes o profesionales). Todo promueve sensaciones y desencadena emociones, extremadamente importantes en la percepción de calidad del servicio. En este punto radica la diferencia entre una empresa y otra.

- El cliente debe saber la importancia que tiene la actividad física y también el por qué de cada ejercicio que realiza a fin de lograr sus objetivos. De esta manera, si algún día piensa en desistir del gimnasio, tendrá el conocimiento necesario para tomar la mejor decisión para sí mismo.

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

FÁBRICA
GMP
EQUIPAMIENTOS

Senti la diferencia

STRIDE®
Tecnología, Diseño e Innovación
 en la fabricación de equipamientos para gimnasios

» **Discos**
 » **Barras**
 » **Mancuernas**
 » **Pelotas**
 » **Colchonetas**
 » **Tobilleras**
 » **Equipos de Pilates**

Sillón de Cuádriceps

Bicicleta Indoor

Multicadavera Doble

CONSULTE PLANES DE FINANCIACION CON CHEQUES Y TARJETAS DE CREDITO

VISA

MasterCard

AMERICAN EXPRESS

Húsares 2232 - Quilmes Oeste - Bs. As. - Arg. - Tel: 54 11 - 4200-1078
 Cel: 155 506-0813 - www.stride.com.ar - info@stride.com.ar

Por eso, es de suma importancia para la retención, la transmisión de conocimientos del profesor al socio. Pero, este pasaje de información será difícil si los encuentros entre ambos son demasiado esporádicos y tienen un intervalo muy grande entre sí. **El contacto regular y constante con el cliente favorece su retención.**

- Pensando en el aspecto motivacional, el ser humano en general busca nuevas experiencias y emociones diferentes para satisfacerse. Es común escuchar de los socios que se aburren de la actividad física y que no se sienten motivados para ir al gimnasio. Más allá de la falta de conocimientos sobre lo que hace, **el hecho de tener un estímulo igual, repetido, es uno de los factores de desmotivación.**

El acompañamiento constante del socio permite que el profesor detecte ese tipo de problemas y realice alguna acción correctiva, que va más allá de modificar el programa de entrenamiento, sino que procura lograr nuevos estímulos y sensaciones para el socio, renovando su motivación y voluntad de ir al gimnasio.

- En la actualidad, el común de los gimnasios actúa de manera reactiva: el cliente pide y la empresa ejecuta. Pero una buena prestación de servicios tiene que ser proactiva, hay que ir al encuentro de los deseos no verbalizados del cliente. Para ello es necesario capacitar a sus profesionales para identificar esos deseos y anticipar los pedidos o reclamos de los socios.

- Busque e identifique en su zona a las empresas con mejores niveles de atención al cliente y observe qué hacen para ser consideradas las mejores. Esas empresas interfieren en la percepción de calidad de sus clientes. Con ellas van a comparar a su gimnasio. Por eso debe entrenar a su staff para que entregue exactamente lo prometido en el momento de la venta. El camino es simple, pero requiere trabajo.

Los clientes pasan entre 80 y 90 por ciento del tiempo en el gimnasio en contacto con el profesor. Ojalá algún día, al preguntarle a algún profesor qué hace, me diga: **"Entrego soluciones que ayudan a las personas a concretar sus sueños y garantizan su permanencia como clientes dentro de nuestra empresa"**.

Ese día, los socios van a apreciar todavía más su trabajo, pues percibirán el valor que la actividad física tiene en sus vidas y promoverán de manera consciente y activa el bienestar de todos los que los rodean. ¡Éxitos!■

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

Lanzamiento de “ÁREA A”

Se trata de un centro especializado en el diagnóstico y tratamiento de pacientes con sobrepeso, obesidad, hiperobesidad y sus patologías asociadas.



En septiembre pasado se inauguró en Palermo (Ciudad de Buenos Aires) **Área A**, un centro de diagnóstico y tratamiento de enfermedades relacionadas con la nutrición. El mismo está conformado por un equipo multidisciplinario de especialistas, encabezado por **Alicia Langellotti Drescher**, directora médica de la institución.

En este centro se atienden a pacientes con sobrepeso, obesidad, hiperobesidad y sus patologías asociadas, como bulimia, anorexia y otros trastornos alimentarios. “Con ayuda profesional todos podemos ejercitar recursos propios y así lograr un cambio en nuestros hábitos para modificar la relación que tenemos con la comida”, explica Langellotti Drescher.

En Área A sostienen la teoría de la no restricción alimentaria y apuestan a los “planes nutricionales flexibles, fáciles de llevar a la práctica, tendientes a conseguir un descenso de peso que permita al paciente mejorar su estado clínico, sentirse bien psíquica y socialmente y que, al mismo tiempo, pueda mantener ese descenso”, señalan los especialistas.

El cuerpo de profesionales está conformado por médicos nutricionistas, psiquiatras, pediatras, cirujanos, licenciados en nutrición, psicólogos y profesores de educación física. “El arte del equipo tratante consiste en descubrir y darle prioridad a los factores que tienen más importancia en cada individuo en el momento de la consulta”, dice Langellotti Drescher. ■

PREOCUPACIÓN

En Argentina aproximadamente 60 por ciento de la población padece sobrepeso y obesidad. Lo más preocupante es el incremento de la obesidad, diabetes 2 y síndrome metabólico en la infancia y adolescencia, según informan estudios realizados en los tres hospitales pediátricos de la Ciudad de Buenos Aires. Para Langellotti Drescher “es fundamental encarar planes de prevención de la obesidad desde el nacimiento, o mejor aún desde la gestación”.

Para más información llamar a los teléfonos (011) 4823-7460 / 4821-1921, o visitar www.areaa.com.ar



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

“Hoy la mayoría toma algún suplemento”

Asegura Douglas Shull, CEO de Saturn Supplements Inc., respecto a lo que sucede en Estados Unidos con relación a los suplementos nutricionales.

En Estados Unidos, la industria de suplementos tiene más de 30 años. Pero recién a principios de los 90 el común de la gente empezó a darles más importancia. “Hoy la mayoría toma algún suplemento para mejorar y mantener su salud y bienestar”, asegura **Douglas Shull**, CEO de Saturn Supplements Inc. en Estados Unidos.

Desde 1989, Shull lleva adelante su empresa totalmente enfocado en el mercado internacional. Cuenta con una red de 30 distribuidores en todo el mundo, que comercializan su línea de productos compuesta por más de 90 suplementos nutricionales, en sus diferentes categorías: suplementos deportivos, proteínas, vitaminas, minerales, quemadores de grasa, energizantes, etc.

Tipos de productos vendidos (EEUU)

- 60% proteínas, aminoácidos, y otros suplementos deportivos.
- 20% quemadores de grasas y energizantes.
- 20% vitaminas y minerales.

En **Argentina** más de 80% del consumo lo realizan deportistas.



Douglas Shull, CEO de Saturn Supplements INC., junto a Fabián Lavalle, CEO y director técnico de la filial Argentina.

“Cuando tienes 30 distribuidores, tienes 30 legislaciones diferentes. Uno de los mayores desafíos es trabajar con las embajadas y los gobiernos de cada país, donde los requerimientos y las regulaciones son distintos. A veces puede demandar entre 3 y 4 años lograr el registro y aprobación para la apertura de una unidad”, explica el ejecutivo, quien estuvo de visita recientemente en Buenos Aires.

La filial argentina de Saturn lleva 15 años en el mercado. **Fabián Lavalle**, CEO y director técnico de la misma, opina que en el país falta más conocimiento sobre qué son los suplementos y qué aporte hacen a la salud. “Los médicos y nutricionistas no están acostumbrados a usarlos. Sigue siendo un producto muy dirigido al fisicoculturista, aunque va extendiéndose al resto de los deportes”, sostiene.

En Argentina, el gimnasio es el canal de distribución más fuerte para este tipo de productos. Pero de a poco se abren cada vez más locales dedicados exclusivamente a la venta de suplementos. Según Lavalle, las farmacias podrían ser un muy buen punto de venta, porque el farmacéutico transmite confianza al consumidor. “Sin embargo, salvo excepciones, no se abocan aún a vender estos productos”, añade.

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

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

Supergym

"Ningún socio puede olvidarse los dedos..."

www.supergympro.com.ar

entretiempp

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 / entretiempp@live.com.ar
www.entretiemppweb.com.ar

Productos más populares

En el último tiempo creció la venta de proteínas y aminoácidos, creatina, nutrición para deportistas, vitaminas y minerales. Lavalle comenta que sobre esos productos, que eran los iniciales, había más supuestos que información científica valedera. "Ahora con nuevos estudios, bien realizados, se dieron cuenta que funcionan y se está volviendo a lo básico: las proteínas y distintos tipo de aminoácidos".

Shull destaca que hay un mercado muy interesante en el segmento de 60-70 años, con productos para las articulaciones, o aceite de pescado para regularizar el colesterol, los triglicéridos y aportar beneficios para el sistema cardiovascular. "Esto se ha hecho muy popular en los Estados Unidos y de a poco se va transmitiendo a otros países", indica.

En cuanto a la nutrición deportiva: se está haciendo foco en un aminoácido específico, la arginina, que reporta grandes beneficios no sólo para el deportista sino que se está comenzando a usar en afecciones como hipertensión, angina pectoris, impotencia y disfunciones vasculares en general. Inclusive, "los médicos están aconsejando a sus pacientes que tomen estos suplementos", afirma Shull.

En Estados Unidos, en cambio, la mayoría de la gente elige comprar los suplementos en tiendas exclusivas, donde pueden recibir asesoría de un especialista. Shull señala que si bien ha crecido mucho la compra de estos productos por Internet, "todavía 80% de las ventas se concreta en tiendas". ■

Saturn Magazine Fitness & Wellness



Con una tirada de 3000 ejemplares, acaba de publicarse el primer número de **Saturn Magazine Fitness & Wellness**, una revista de distribución gratuita de la firma **Saturn Supplements**.

"Nuestro objetivo es informar sobre la relación entre una adecuada nutrición, la suplementación y el ejercicio para mejorar la calidad de vida y el rendimiento deportivo", dice **Fabián Lavalle**, CEO y director técnico de la firma en Argentina.

La publicación es realizada en papel ilustración color, tiene ocho carillas, más las tapas, y en principio será de periodicidad trimestral. Para el próximo número, que saldrá a principios de febrero de 2009, "la meta es crecer tanto en número de páginas, contenidos y auspiciantes", afirma Lavalle.

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

Mercado Fitness festejó SU 5^{TO} ANIVERSARIO

Mercado Fitness cumplió cinco años en el mercado y lo festejó con un cocktail el pasado 25 de septiembre, en un hotel de Capital Federal. A la celebración asistieron proveedores del sector, así como propietarios y gerentes de clubes y gimnasios. Hubo música, comida, magia y hasta una sorpresa para los asistentes.

Sucede que en este evento se realizó también el lanzamiento oficial de la versión digital de la revista. "Con este novedoso recurso tecnológico, nuestro objetivo es llevar el contenido que desarrollamos a una mayor cantidad de empresarios del sector", señaló Guillermo Vélez, director editorial de Mercado Fitness.



Guillermo Vélez, Editor de Mercado Fitness.



Leandro Deltrozzo, Silvina Maceratesi y Guillermo Vélez.



Javier Maldonado, Director de K-Dreams.

La versión digital de Mercado Fitness permite a los lectores tener un acceso rápido y seguro a todo el contenido informativo de la edición impresa. Se pueden navegar las páginas de un modo muy realista, aprovechando las ventajas y recursos que ofrece la tecnología: contactar a proveedores o columnistas, descargar archivos, ver videos, etc. Visite www.mercadofitness.com.ar





www.BodySystems.net

Body Systems
Latin America



Inspirando **cambios positivos**
en la vida de las personas a través de **experiencias**
en **Fitness...** a toda hora y en todo lugar

Feliz 2009!!!



Av. Córdoba 2415 1°P. C1120AAC. Capital Federal, Buenos Aires, Argentina. Teléfono: (+54 11) 4964-5557. E-mail: info@BodySystems.org

Gimnasia Femenina

Nació IN30® en Córdoba



A principios de noviembre abrió sus puertas en Córdoba **IN30® Gimnasia Femenina**. Este particular gimnasio, ubicado en Barrio Jardín, llega al mercado con la promesa de cambiarle la vida a las cordobesas en tan sólo 30 minutos.

"No sólo cuidamos el cuerpo de nuestras clientas, sino también su tiempo", asegura **Walter Cámara**, creador de **IN30®**. "Aplicamos el método gimnasia en 30 minutos y usamos equipamiento hidráulico (isocinético), lo que nos permite trabajar la fuerza tanto en la flexión como en la extensión del músculo", explica.

En este circuito de 16 estaciones, el nivel de esfuerzo lo regula cada clienta, que recibe en forma permanente la asistencia de un profesor. Además, un especialista le ofrece asesoramiento nutricional y se realiza un test inicial de aptitud física a quienes llegan a **IN30®** por primera vez, para luego controlar sus resultados mes a mes.

La propuesta de **IN30®** está dirigida a mujeres de todas las edades, que no tienen tiempo y buscan mejorar su condición física "en un espacio de contención, con atención personalizada y rutinas fáciles de realizar". O sea,

"todo lo contrario de lo que ocurre en un gimnasio común", remarca Cámara.

"A diferencia de otras propuestas similares importadas que llegan enlatadas y son menos flexibles, nuestros programas están adaptados a las necesidades del consumidor local. Una clienta de **IN30®** nunca repite la misma clase, durante el primer año en el gimnasio, lo cual hace todo menos monótono", explica.

Las variantes en el circuito se producen en los tiempos de pausa de 30 segundos, entre estación y estación. "Usar toda una pausa para saltar sobre una tarima solamente, es aburrido", dice Cámara. "En nuestro caso -prosigue- cada profesor varía la actividad a realizar durante la pausa activa".

Expansión y franquicias

En el mediano plazo, Cámara proyecta iniciar un agresivo plan de expansión en todo el país mediante el sistema de franquicias. "Vamos a desarrollar un cuidadoso trabajo sobre los atributos de marca, para que ésta se desarrolle vigorosamente y genere valor económico", promete el empresario.

Cámara aspira a abrir otras 6 unidades de **IN30®** en Córdoba a lo largo del

año 2009. "Luego planeamos avanzar sobre otras ciudades importantes del interior, abriendo un local por mes a partir de 2010. Y por último, cuando encontremos el socio adecuado, daremos el gran salto a Buenos Aires", anuncia.

La superficie mínima requerida para montar un **IN30®** es 100 m². El objetivo es llegar a trabajar con 250 clientas al mes aproximadamente. La mensualidad media a cobrar ronda los 100 pesos (30 dólares). Y son necesarios entre 2 y 4 empleados. "Como negocio, es una inversión segura y rentable", destaca el empresario.

Según Cámara, como franquiciados busca a emprendedores independientes que deseen desarrollar un negocio orientado a la salud. "No necesariamente deben tener experiencia en fitness. Pueden ser dueñas de centros de estética o salones de belleza, por ejemplo, que quieran añadir este servicio a su propuesta", señala. ■

Más información sobre esta empresa en www.in30.com.ar

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.

G-I-G*

División
Aromatizaciones

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



Soluciones y Servicios
electrónicos e informáticos

SERVICIO Y ASESORAMIENTO TECNICO ESPECIALIZADO EN CLUBES Y GIMNASIOS

AUDIO - VIDEO - TV - SONIDO &
ILUMINACION PROFESIONAL - MUSICA
FUNCIONAL - ACUSTICA - SISTEMAS
INTEGRADOS AUTOMATIZADOS Y
ROBOTIZADOS - ELECTRONICA GENERAL

- Instalaciones
- Mantenimiento Preventivo
- Reparaciones
- Aislación de Ruido

155-4124879 / 156-8186640

syselectronicos@fibertel.com.ar

Fábrica de Equipamiento Profesional para Gimnasios

EVOLUTION
CENTER

Envíos
a todo el
País



TOBILLERAS



BANDAS
ELASTICAS



COLCHONETAS



PELOTAS

BICICLETAS
FIJAS



PELOTAS



ESCALADOR



REFORMER METÁLICO



MINITRAMP
super reforzado



QUANTES

Solicite nuevo catálogo
de productos



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



¿qué significa esta oportunidad para usted?

Interacción y contacto cara a cara con los mayores
profesionales de la industria del fitness y el bienestar
en el evento líder a nivel mundial.



Disertantes
especiales



28va. Convención Internacional & Feria Anual IHRSA

DEL 16 AL 19 DE MARZO DE 2009 | SAN FRANCISCO, CALIFORNIA, ESTADOS UNIDOS

INSCRÍBASE HASTA EL 30 DE DICIEMBRE A PRECIO PROMOCIONAL

Contacte a Jacqueline Antunes por email, ja@ihrsa.org o llame +617 951 0055. *No se pierda el programa especial con traducción simultánea al español y el Foro Latinoamericano de Gimnasios, moderado por Guillermo Vélez.

International Health, Racquet & Sportsclub Association | Seaport Center, 70 Fargo Street, Boston, MA 02210 USA | www.ihrsa.org/convention

Mantenimiento de equipos electrónicos

Aunque no parezca, los sistemas de audio, video e iluminación profesional que utiliza en su club o gimnasio sufren un desgaste con el paso del tiempo. El uso periódico, la humedad, la temperatura ambiente y el oxígeno del aire son factores que afectan directamente la durabilidad y el correcto funcionamiento de los equipos, situación que se incrementa con la llegada del verano.

“Si a esto le sumamos conectores flojos, cables en falso contacto, terminales sucios, malos tratos y alta potencia, los sistemas colapsan”, explica **Andrés Segura**, de la empresa **Soluciones y Servicios Electrónicos**.

Desde la firma explican que el camino óptimo para lograr la mejora continua y sistemática de la efectividad de los equipos es realizar un **mantenimiento preventivo**, es decir “llevar los equipos al estado óptimo de funcionamiento obteniendo economías en el costo de su ciclo de vida”, afirma Segura.

Y contrariamente a lo que se cree, el especialista señala que el foco de atención en este tipo de mantenimiento debe ponerse sobre los nuevos equipos, de manera de prologar su vida útil y rentabilidad.

Ventajas del mantenimiento preventivo: Mejorar la rentabilidad, satisfacción del cliente, proporcionar cero fallas, cero defectos. “Además, de este modo se mejora la disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de audio y video, y se crea un ahorro de dinero notorio en el transcurso del tiempo”, indica Segura. ■

Para más información escribir a syselectronicos@fibertel.com.ar



solución ARG
sarGym Manager®

Software de administración

Management de planes

Débitos automáticos

Control de acceso

Servicio Premium

La solución en management más avanzada del mercado

www.solucionARG.com

Taller de Fitness



Los días 11 y 12 de octubre se realizó en la ciudad de Corrientes (Argentina) el primer **Taller de Fitness de Entrenamiento Cardiovascular**. Del evento participaron más de 180 profesionales, entre los que había profesores de educación física, instructores de musculación, aeróbica, pilates, y entrenadores personales.

"El taller superó nuestras expectativas, tuvimos participantes locales y de provincias vecinas. La gente se fue muy contenta", comenta **Vicente Farías**, titular del gimnasio **Le Club Cardio & Fit**, a cargo de la organización.



Las temáticas desarrolladas en el taller fueron: cardiofitness (evaluación global y testeo), resucitación cardiopulmonar (RCP), monitores de frecuencia cardiaca, nutrición y deporte. El evento contó con el auspicio de la Asociación de Gimnasios de Corrientes, Gatorade, Temis Lostaló y Show Sport, entre otras empresas. ■

CERTIFICACIÓN OFICIAL

Plataforma vibratoria Physioplate Globus

Ergowin, representante exclusivo en Argentina de las plataformas vibratorias **Physioplate Globus**, organiza una Certificación Oficial el 6 de diciembre en la Ciudad de Buenos Aires. La jornada será dictada por el doctor **Rubén Argemi** y el profesor **Horacio Anselmi**, y está destinada a profesores de educación física, médicos deportólogos, kinesiólogos y esteticistas.

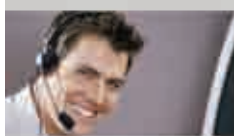
Los contenidos de la certificación versarán sobre las vibraciones mecánicas, aspectos fisiológicos y aplicaciones en el deporte, fitness, belleza y rehabilitación.

Los asistentes recibirán el certificado Curso Master Novo Modo.

Para más información llamar al teléfono (011) 4139-7437 o vía mail a info@globusdeargentina.com.ar

KROMAX *las Máquinas*

**Para mantenernos
en contacto
incorporamos nuevas
vías de comunicación.**



(011) 4755-3179

NUEVO TELEFONO

(011) 4752-2554

MSN

kromaxdiemaschine@hotmail.com



Cardio Equipment



**ACCESORIOS
BICICLETAS COMPUTARIZADAS
CINTAS COMPUTARIZADAS
ELIPTICOS COMPUTARIZADOS**

www.KROMAX.com.ar

Buenos Aires Rep. Argentina

Santa Rosalía 1976

San Andres

info@kromax.com.ar

BARRERA



RADICAL FITNESS

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

El poder de la música *en el deporte*



La selección adecuada de la música a escuchar mientras se hace actividad física puede aumentar la resistencia de una persona. Para realizar una correcta elección es necesario tener en cuenta: edad, sexo, personalidad y familiaridad del sujeto con las canciones, entre otros factores.

Elegir correctamente la música a escuchar mientras se practica un deporte puede **incrementar la resistencia física de las personas en 15 por ciento** y lograr que los ejercicios cardiovasculares sean más eficaces. Así lo señala una investigación realizada en la Universidad de Brunel, del Reino Unido.

El estudio, a cargo del psicólogo deportivo **Costas Karageorghis**, se basó en una serie de modelos conceptuales que este profesional desarrolló durante 20 años. Para ello, consideró distintos factores que determinaban las cualidades motivadoras de la música y cómo se podían emplear esos efectos en el deporte.

"**No cualquier música es buena** -señala el especialista-. Las mejores canciones para realizar ejercicio de moderado a intenso tienen entre 120 a 140 pulsos (batidas) por minuto, y se conocen en la música clásica como *Allegro* y *Vivace*".

Karageorghis, a quien le gusta experimentar con pop y con rock, asesora a gimnasios sobre qué música utilizar en sus clases. "**Nada de poner la radio todo el día suene lo que suene**", remarca. En su opinión, "muchas de las clases colectivas tienen éxito sólo por la música". Por ese motivo en un gimnasio o en un club es importante

tener un buen repertorio de canciones, con un tiempo adecuado.

LAS CLAVES DEL ESTUDIO

La investigación partió con una base de datos que contenía 1.200 canciones de gran variedad de música motivadora de distintos géneros. Para restringir la selección, Karageorghis realizó cuestionarios a los deportistas que integraban el estudio y acotó la cantidad a una lista de entre cuatro y diez piezas.

Se emplearon en la investigación diversas disciplinas deportivas tales como: tenis, ciclismo y básquet femenino, ya que cada actividad tiene características propias que necesitaban que la selección musical fuese distinta. Finalmente, se tuvo en cuenta la personalidad del sujeto para escoger los temas.

Además gracias a esta investigación se percibió que: las mujeres preferían música más melódica y pausada, con menos percusión; las personas de más edad mostraban mejores respuestas ante canciones más lentas y relajantes; mientras que las personas extrovertidas preferían música rápida y ruidosa.

A tener en cuenta

La melodía y la armonía de las canciones generan respuestas afectivas, como sentirse bien, y el ritmo de la música permite la llegada al arousal, el rendimiento óptimo teniendo en cuenta la activación fisiológica y psicológica del cuerpo.

Al mismo tiempo, la música hace que el individuo olvide los efectos negativos de la actividad física, como la fatiga. "La sincronización musical es un elemento muy importante. Los deportistas llegan incluso a obviar los síntomas de fatiga hasta alcanzar la extenuación voluntaria", explica Karageorghis.

La selección de las canciones depende completamente de la persona que esté escuchando y de la actividad física que realice. "Un joven norteamericano que corre maratones no tiene por qué motivarse con la misma música que un hombre chino de mediana edad que practica tai-chi", afirma el experto.

El contexto en el que se encuentra la persona, su forma de ser y el tipo de música es determinante para la eficacia del ejercicio. Hay que tener en cuenta quiénes son los cantantes que con frecuencia despiertan en el deportista connotaciones negativas. De aquí la importancia de la planificación y el conocimiento del individuo.

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

Amador Cernuda, psicólogo de la Federación Española de Gimnasia, explica el proceso: "La música actúa como elemento que activa una parte del cerebro y motiva a la persona en su rutina deportiva. La paradoja está en que muchas veces el problema lo crea la misma música. La canción entra en el cerebro, la frecuencia de la melodía afecta al sistema nervioso y puede tener consecuencias negativas".

Es muy importante que no baje el nivel motor de la actividad y el tipo de disciplina que se realice. "Hay deportes en los que con sonatas de Mozart los atletas incrementan la resistencia y esas piezas únicamente llegan a los 50bpm (bits por minuto), mientras que otras canciones de pop o rock pueden perjudicar la concentración. La música pop en principio potencia la actividad, pero en algunos momentos llega a sobrepasar al atleta sobreexcitándolo", detalla Cernuda.

Otro factor es la **familiaridad de las canciones**. Si se conoce la música, su acción es más eficaz. La familiaridad provoca que la reacción ante el impulso musical sea más intensa. Sin embargo, la sobreexposición a la misma canción o al mismo grupo reduce esta tendencia; de ahí que la **variedad en la selección** de los temas sea uno de los pilares básicos para que la música logre un efecto positivo en la persona.

Otros factores como la edad, el sexo o la personalidad extrovertida o introversa son determinantes en la respuesta del deportista. ■

Fuentes: www.diaariomedico.com/ www.elpais.com

Proyecto "River Gym"

Un gimnasio flotante en Nueva York

Una idea futurista y ecológica: un gimnasio que se traslada por el agua usando la energía corporal generada por quienes se ejercitan en él.



El innovador "River Gym" es nada más y nada menos que un gimnasio flotante, que se mueve sobre el agua aprovechando la energía generada por sus miembros al hacer actividad física. El proyecto, desarrollado en Estados Unidos por el arquitecto **Mitchell Joachim** y el entrenador personal **Douglas Joachim**, obtuvo un premio en un certamen sobre conceptos originales organizado por una revista neoyorquina.

Se trata de una nueva tipología en materia de gimnasios urbanos contemporáneos. Según sus creadores, "el River Gym intenta desafiar nuestras innatas habilidades locomotoras y propioceptivas, mientras sincrónicamente se modifica el ambiente". El proyecto tiene varios atractivos: es futurista, ecológico, saludable y entretenido.

"Ya no más encierro en grandes cubos incrustados en medio de la ciudad, entre el cemento y los bocinazos. Ahora la gente podrá disfrutar de una maravillosa vista paseando por el río mientras se ejercita", prometen los autores del proyecto.

Estos gimnasios flotantes viajarían en circuito por los ríos East y Hudson, de Nueva York, y estarían equipados con

dispositivos de depuración, que ayudarían a mitigar la contaminación del agua. Además facilitarían el transporte de cargas de diversas líneas de ferry y podrían remolcar otros botes que trasladan gente por la ciudad.

El proyecto incluye navíos de diferentes tamaños. Por lo tanto, algunos gimnasios tendrán sólo unos pocos miembros para impulsar la embarcación en su círculo navegable. Mientras que otras unidades flotantes más grandes requerirán de una población superior de socios y sólo se utilizarán durante las horas pico.

"Hay que imaginar estos nuevos centros de fitness como una serie micro islas que flotan suavemente y rotan en quince minutos como un bucle por el río con una exquisita y siempre cambiante vista panorámica", explican los creadores.

En las márgenes de cada cuenca hidrográfica, un muelle serviría de punto de partida. Éste estaría equipado con armarios, mostrador de recepción, kioscos con comida saludable, etc. "La idea es que las personas tengan fácil acceso a su gimnasio flotante para viajar hacia y desde múltiples puntos de la ciudad", explican. ■



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

mercado
FitnessMERCADO 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

Visual Fitness Planner (VFP)

Una imagen vale más *que mil palabras*

Gracias al programa informático VFP es posible mostrarle en pantalla a una persona, mediante imágenes 3-D y animaciones, cómo se verá después de iniciar un plan de actividad física y de alimentación saludable.

El **Visual Fitness Planner (VFP)**, desarrollado por la firma norteamericana **Inter-Image**, es una herramienta informática mediante la cual es posible anticiparle a una persona cómo lucirá físicamente luego de haber iniciado su programa de entrenamiento y alimentación saludable. "Le da a quien visita un gimnasio razones tangibles para concretar la compra", dice **Mario Bravomalo**, creador del VFP.

"Permite a los gimnasios –prosigue el empresario– atraer más miembros, aumentar la conversión de ventas y mejorar sus niveles de retención. Ya que gracias al VFP, el individuo puede observar la transformación corporal que experimentará al asociarse a un club, comenzar a entrenar y seguir una dieta equilibrada". En pocas palabras, **el individuo compra porque ve la transformación física que desea.**

En la opinión de Bravomalo, la industria del fitness genera 20,5 mil millones de dólares **vendiendo solamente promesas y esperanzas.** "Este sector siempre ha sufrido por la incapacidad de demostrar en forma concreta y tangible cómo sus productos y servicios van a beneficiar a sus clientes", afirma el empresario.

PRINCIPALES BENEFICIOS:

- Educa y motiva a los miembros a iniciar y mantener un estilo de vida saludable.
- Aumenta la disposición emocional de los miembros a la compra de servicios adicionales del club.
- Conduce al aumento de las ventas de membresías, entrenamiento personalizado y otros servicios pagos.
- A través de la personalización, el sistema se convierte en la plataforma de entrenamiento para nuevos empleados.
- El sistema es adaptable a la evolución de las necesidades de cada empresa.





“Con VFP –continúa- hemos creado la herramienta necesaria para mostrarle a la gente **cómo se verá después de bajar de peso** y mejorar su forma física”, añade. Ingresándole algunos datos, el VFP puede calcular qué tan saludable es una persona, su nivel de estado físico, qué apariencia tiene su cuerpo, qué riesgos de enfermedad enfrenta y –lo más importante- qué puede hacer para mejorar.

El software crea una imagen 3-D del cuerpo del individuo –antes y después- y estima el tiempo que le llevará a éste lograr sus objetivos. “La persona puede hasta llevarse consigo la fotografía de cómo se ve hoy y cómo se verá después. Esto sirve como un motivador para comprometerse más con su entrenamiento”, explica.

Según Daron Allen, CEO de Inter-Image, “en general, la gente no sabe qué riesgos enfrenta su salud. Nuestro software les permite **interpretar visualmente** en qué estado se encuentran y, lo que es más importante, les dice de qué manera pueden mejorar su condición. Así se **incrementa la disposición emocional** de la persona a concretar la compra en el momento que visita el gimnasio”.

En la opinión de Allen, “nuestra tecnología de imágenes en tres dimensiones **revolucionará la forma de hacer marketing y de vender fitness**, al proveer a los operadores del mercado la capacidad para demostrar su eficacia y darles así a sus clientes una razón tangible de compra del servicio”.

“El VFP –agrega- es mucho más que un software, es una herramienta tecnológica que **transforma completamente este negocio**. Sirve para atraer más visitantes, mejora la conversión de ventas del staff e incrementa los niveles de retención”.

Más de 250 clubes de fitness en todo el mundo ya han implementado con éxito este sistema informático. ■

Para obtener más información sobre el VFP y descargar una versión de prueba visite www.myvfp.com

Empresa de Nutrición Argentina

NUEVOS PRODUCTOS

NUEVO AMINO MASTICABLE

NUEVO SABOR FRUTILLA

NUEVA PROTEINA POTENCIADA

FIRE EDITION

WHEY X PRO

MAXIMO PORCENTAJE DE PROTEINA POR DOSIS

Proteínas + Taurina Creatina Glutamina Antioxidantes

NUEVO SABOR VAINILLA MAX

GRATIS VASO MEZCLADOR

NUEVO SABOR

ENA SPORT NUTRITION

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

12 claves para prevenir robos

Los gimnasios y los clubes no están exentos de sufrir robos por parte de ladrones profesionales. En este artículo de IHRSA usted encontrará algunas maneras de proteger a sus miembros y pertenencias.

1. Establecer controles: El personal de la recepción debería saber siempre quién está entrando y saliendo del gimnasio. Asimismo deben estar preparados para enfrentar a quienes tratan de escabullirse sin control. Para esto, es necesario realizar un contacto visual con todos los usuarios que llegan. La **posibilidad de ser identificado es un poderoso elemento de disuasión** a los posibles ladrones.

2. Atención con los invitados: Algunos gimnasios restringen el acceso en calidad de invitados sólo a aquellos individuos que son referidos por un socio, en lugar de permitir que cualquier persona que camina por la calle ingrese como invitado.

Independientemente de su política al respecto, exija **que todos los invitados completen una tarjeta de registro** antes de utilizar sus instalaciones. Una vez que se haya realizado este paso, solicite una identificación con fotografía para comprobar que la información registrada sea verdadera y correcta.

Mientras un invitado está en el gimnasio, retenga su licencia de conducir u otro tipo de documento, y, antes de devolverlo, debe fotocopiarlo y registrar fecha y hora de la visita. Otra idea es utilizar una cámara digital para fotografiar a cada visitante.

3. Luces, cámara, acción: Colocar cámaras de video en las entradas y salidas de los vestuarios. Algunos gimnasios



usan falsas cámaras para disuadir a los ladrones. Otros ocultan sus cámaras a fin de que los delinquentes no disminuyan su apariencia.

4. Recorrida al azar: Que el personal acostumbre **recorrer con frecuencia vestuarios, estacionamiento**, y otros lugares, para disuadir -in situ- algún posible hecho delictivo. Si puede, contrate uno o más guardias de seguridad para estas dos áreas clave, donde los bienes de sus miembros pueden ser desatendidos.

5. Cerraduras: Recordar a los clientes que no concurren al gimnasio con objetos de valor, ni que los dejen en sus vehículos. Además debe publicar recordatorios destacados en el boletín de noticias y en la cartelera del gimnasio, señalando que **su empresa no se hace responsable de ninguna pérdida o robo**.

Recordarles también a los socios la importancia de cerrar con llave sus armarios. Invierta en buenas cerraduras y desaliente el uso de candados con combinación, que son más fáciles de abrir. Si usted proporciona llaves para los lockers, póngalas en pulseras para que el socio las lleve en la muñeca o en el tobillo y no las pierda.

Considere además la posibilidad de instalar en una pared pequeñas cajas de seguridad -similares a las que hay en aeropuertos-, cerca de la recepción, para aquellos casos en que los socios concurren al gimnasio con objetos de

Le Corps
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 EQUIPAMIENTOS

La mejor manera de cuidar a tus clientes.
La mejor suplementación natural.

BiobodyX
Suplementación Inteligente

Llámanos al 011-4584-6734
o mandanos un mail a: info@biobodyx.com.ar
y averiguá cómo mejorar la performance de tu gimnasio.

Consultá la promo gimnasios

valor. Asegurarse de que billeteras, joyas, teléfonos, computadoras portátiles y otros artículos estén guardados y seguros a la vista de los empleados y clientes.

6. No olvidarse de los vehículos: El estacionamiento es especialmente atractivo para los ladrones porque los clientes a menudo dejan objetos de valor en sus vehículos, por lo menos durante una hora, lo que permite suficiente tiempo para el atraco y el escape.

Asegúrese de que el estacionamiento esté bien iluminado y vigilado. Considere la posibilidad de instalar cámaras de video allí. Solicite a la policía de la zona que incluya a su estacionamiento en las rutas de patrullaje.

7. Ponga a trabajar a sus miembros: Pedir a los socios -a través de carteles y comunicación verbal- que informen al personal de recepción o administración sobre cualquier persona sospechosa que vean. Los socios agradecerán la preocupación por su seguridad y sus pertenencias, y hasta pueden reconocer a ladrones.

8. Coloque sus computadoras a trabajar: Usar sistemas informáticos que permitan que la fotografía de quien ingresa al club aparezca en las pantallas ubicadas en recepción cuando la persona pasa su tarjeta de identificación, reduce la probabilidad de que impostores utilicen credenciales perdidas o robadas.

Sistemas de seguimiento o cualquier registro fiable de las personas que están presentes en el gimnasio en un determinado momento, pueden ayudar a identificar a los ladrones después de cometidos los ilícitos. Cuando se produce un robo, por ejemplo, podrá estudiar la lista de presentes para detectar a posibles autores.

Además, al determinar con el sistema en qué horarios del día y qué días de la semana están sucediendo la mayor cantidad de robos, usted estará en condiciones de aumen-

tar la seguridad y el control en su empresa durante esos momentos.

9. Atención con las llaves: Cestas o estantes, donde los clientes pueden dejar o tomar las llaves por su cuenta, representan un riesgo, ya que son de fácil acceso también para los ladrones.

10. Ubicación de los lockers: Si está diseñando o renovando los vestuarios, considere la instalación de armarios en ángulo, a 45 grados de las paredes. Esto no sólo crea una mayor amplitud de espacio, sino que también elimina la posibilidad de ocultamiento entre las filas perpendiculares de armarios.

11. No descarte un trabajo interno: Lamentablemente, los empleados no pueden ser automáticamente descartados como posibles autores del delito cometido. Por eso considere la posibilidad de verificar los antecedentes penales de una persona antes de contratarla. Si se producen robos, registre qué empleados estuvieron presentes en cada ocasión para ver si hay una tendencia determinada.

12. Compartir información: Usted puede tener la tentación de guardar silencio cuando se produce un robo, por temor a ahuyentar a los posibles y actuales clientes. Sin embargo, es importante informar a su personal y a los miembros cuando sucede un hecho de estas características. Alguien puede haber visto u oído algo que ayudaría a resolver el caso. Además, sus clientes apreciarán la advertencia y el hecho de que usted esté tomando medidas al respecto.

También es importante notificar a los demás gimnasios de la zona, ya que los ladrones suelen trabajar en equipos y pueden afectar a varios clubes en un período corto de tiempo. Además, debe alentar a las víctimas que sufrieron un robo en su gimnasio a denunciar el incidente a la policía. ■



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



FUNDACIÓN PROPIA

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

Deportes para combatir la depresión

Un estudio realizado recientemente entre más de siete mil jóvenes de entre 15 y 16 años en Finlandia señala que **existe una relación entre el sedentarismo y los problemas del ánimo y conducta.**

En la encuesta, cada joven debía reportar su nivel de actividad física y responder preguntas sobre su salud emocional. La investigación comprobó que los varones que hacían menos de una hora de ejercicio vigoroso a la semana presentaban más síntomas de depresión y ansiedad que aquellos que eran más activos físicamente.

En el caso de las mujeres se repitió el fenómeno, pero además registraban más problemas de salud, como dolores musculares, resfríos y alteraciones de conducta. En ambos casos, se vieron más dificultades para prestar atención y entablar relaciones sociales que las que presentaban sus pares deportistas.

El ánimo de un adolescente que practica actividad física mejora gracias al ejercicio, pues éste **estimula la producción de endorfinas y serotonina**, neurotransmisores relacionados con la alegría y sensación de bienestar. ■



Dieta con ejercicio es mejor

Una nueva investigación, de la **Universidad de Pittsburgh**, en Estados Unidos, confirma que combinar la dieta con el ejercicio ayudaría a los adultos mayores con sobrepeso a adelgazar sin perder masa muscular.

El estudio, que incluyó a 64 personas de entre 60 y 75 años con sobrepeso u obesidad, halló que los que adelgazaban con dieta y ejercicio tenían una mejor aptitud física y conservaban más masa muscular que los que sólo hacían dieta. El ejercicio ayudó también a quemar más grasas para obtener energía.

Los resultados sugieren que la mejor receta para que los adultos mayores adelgacen sería unir dieta con ejercicio. Según el doctor **Bret H. Goodpaster**, uno de los investigadores del estudio, "hacer sólo dieta no proporciona otros beneficios del ejercicio, como el aumento de la aptitud física y la capacidad de quemar grasa".

Aunque bajar de peso le hace bien a las personas con sobrepeso u obesidad, también induce la pérdida de masa muscular, un problema que se puede contrarrestar con ejercicio habitual. La investigación, publicada en el Journal of Applied Physiology, sugiere que preservar la masa muscular es muy importante para los adultos mayores porque la fragilidad aumenta el riesgo de discapacidad y de enfermedad. ■



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 basamos las decisiones que tomamos.

SE SORTEARÁN IMPORTANTES PREMIOS ENTRE QUIENES COLABOREN CON ESTA ENCUESTA.

PARTICIPÁ INGRESANDO A WWW.MERCADOFITNESS.COM.AR

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

Los sedentarios tienen más apetito

Las personas sedentarias queman menos calorías y tienen más apetito que aquellas que practican actividades moderadas como caminar. Así lo indica un estudio de las Universidades de Massachusetts y de Misuri, en Estados Unidos, que fue presentado en la Conferencia de la Sociedad Fisiológica Americana.

“La inactividad puede aumentar la percepción de hambre y disminuir la de saciedad”, asegura Barry Brown, uno de los autores de la citada investigación. Las conclusiones de los científicos contradicen la creencia popular de que cuanto más energía se gasta más hambre se tiene y viceversa.

Para llegar a ese resultado, los investigadores sometieron a seis personas jóvenes, delgadas y en buena forma física -dos mujeres y cuatro hombres- a tres situaciones distintas a lo largo de tres jornadas, después de mantenerlos durante varios días alimentándose con una dieta equivalente en calorías al gasto físico realizado.

En la primera de las situaciones, los voluntarios se mantuvieron físicamente activos -pero sin realizar ejercicio- durante 12 horas, en las cuales sólo se les permitió sentarse 10 minutos cada hora, e ingerir un número de calorías equivalente al desgaste energético. Las actividades realizadas incluyeron caminar, ordenar papeles, recoger libros y doblar ropa.

En la segunda, los jóvenes estuvieron inactivos durante 12 horas, hasta el punto de moverse sólo en silla de ruedas, y recibieron las mismas calorías que consumieron. La tercera situación consistió en mantenerse inactivo y consumir un número de calorías proporcional.

A los voluntarios les fueron entregados cuestionarios sobre su apetito, en los que revelaron tener más hambre, sentir un mayor deseo de comer y encontrarse menos saciados cuando estuvieron inactivos. ■



 **GLOBUS**
Sport & Medical Company

**TECNOLOGÍA EUROPEA
APLICADA AL FITNESS**

ELECTROESTIMULACIÓN INTELIGENTE

EQUIPOS DIGITALES PORTÁTILES



**NUEVO
GENESY 1000**

PLATAFORMA VIBRATORIA

PHYSIOPLATE: SESIONES DE 20 MINUTOS



CONSULTÁ LA PROMOCIÓN ESPECIAL MERCADO FITNESS

PARA MAYOR INFORMACIÓN COMUNÍQUESE
011 4139-7437 - info@globusdeargentina.com.ar
www.globusdeargentina.com.ar

¿Necesita una máquina multifuerza?

Conozca aquí las diferentes opciones que hay en plaza, según marcas, modelos y precios, y analice cuál es la mejor alternativa para el salón de musculación de su gimnasio.



Empresa: Fitness Gym
Precio: \$ 4.400 + I.V.A.
fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar



Empresa: Equipamientos FOX
Precio: \$ 5.870 + I.V.A.
ventas@equipamientosfox.com



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



Empresa: x spinning
Precio: \$3800.00 + I.V.A.
info@xspinning.com.ar



Empresa: Evolution Center
Precio: \$ 2.394 + I.V.A.
ventas@evolutioncenter.com.ar



Empresa: Cybex
Precio: U\$S 4,970 + I.V.A.
praffinetti@cybexintl.com.ar



Empresa: JC Máquinas
Precio: \$ 1736 + I.V.A.
jcmaquinas@infovia.com.ar



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

Alquileres

Compras

Donaciones

Empleos

Fondos de Comercio

Permutas

Proyectos

Servicios

Ventas

WWW.FITNESSBROKER.COM.AR

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
\$ 2.200

Combo Chair
\$ 1.400



Barrel
\$ 1.100

PROMOCIÓN

Box + Jumping \$ 300

Precios + IVA.

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



Sistema Registrado por UP DOWN

- Diseños Exclusivos
- Nuevos Modelos
- Equipos de Alta Calidad

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

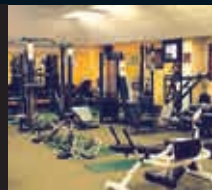
5800 - Río Cuarto - Cba. - Argentina

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 7ºD (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



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



BodyTech llega a Perú

La cadena colombiana acaba de desembarcar en Perú con la reciente adquisición de Gym El Polo, en Lima. Además, con miras a fortalecer su crecimiento, la compañía se asoció con un fondo de capital privado para desarrollar un plan de inversión de 20 millones de dólares.

Inverdesa S.A., operador de **Bodytech**, la cadena colombiana de centros médicos y deportivos, acaba de desembarcar en el mercado peruano con la reciente adquisición, el pasado 1 de octubre, de **Gym El Polo**, uno de los gimnasios más exclusivos de Lima, ubicado en el distrito de Monterrico.

“Con la compra de este gimnasio, iniciamos **una nueva etapa de desarrollo en la compañía**, enfocada básicamente a la consolidación de la empresa en el mercado regional”, comenta **Nicolás Loaiza**, presidente de la Bodytech.

Inverdesa S.A., operador de la marca **Bodytech**, pasó de tener 26 unidades en julio de 2007 a 37 en octubre de 2008, con un área de 70 mil m² de servicio para sus más de 65 mil afiliados. Para 2008, la firma proyecta ingresos anuales por 35 millones de dólares, cifra que sería 60 por ciento mayor al cierre del año anterior.



“Nuestra experiencia en Colombia nos ha permitido desarrollar una clara estrategia de incursión en el mercado peruano, donde nos focalizaremos en el desarrollo de un concepto innovador basado en el logro de resultados de nuestros afiliados”, asegura **Roberto Estrada**, gerente general de Bodytech en Perú.

Con miras a fortalecer y potenciar la presencia de la marca en el mercado peruano, **Inverdesa S.A. se asoció con ACCESS SEAF SAFI**, organización especializada en la administración de fondos de capital privado, filial de SEAF Management LLC, una administradora global de fondos de capital privado en economías emergentes.

La alianza tiene como principal objetivo el desarrollo de un **plan de inversión inicial de 20 millones de dólares**, cuya primera etapa está enfocada en el crecimiento orgánico e inorgánico de la marca Bodytech en Perú, de manera que pueda competir con los principales jugadores locales.



Nicolás Loaiza

Como parte de su plan de expansión internacional, BodyTech ha estudiado el mercado latinoamericano de cerca, detectando -según afirman desde la compañía- oportunidades de negocio en Ecuador, Argentina, Chile, Venezuela, México y Brasil. "Hicimos cambios en nuestra estructura interna para asegurar el crecimiento internacional y la operación en cada uno de los países donde tendremos presencia", comenta Loaiza.

La llegada a Perú

Según Estrada, "se eligió a Perú como punto de partida principalmente por las grandes oportunidades de crecimiento del país y por las ventajas identificadas

en el producto que ofrece Bodytech con respecto a la oferta actual". Con la compra de **Gym El Polo**, la cadena colombiana inicia su operación en el mercado peruano, donde proyecta abrir 20 locales en Lima y en provincias.

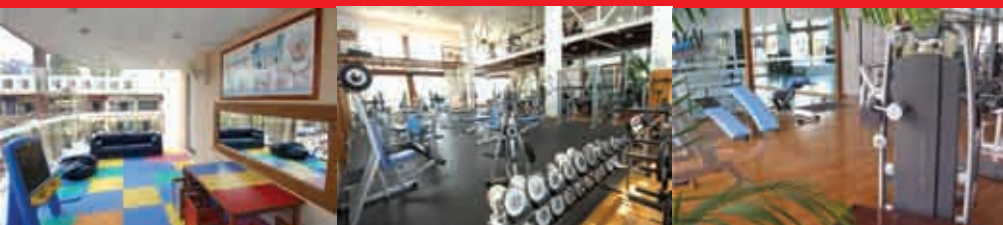
Gym El Polo abrió sus puertas en 2002 y desde sus inicios ha sido reconocido como un exclusivo centro de entrenamiento, por su diseño de vanguardia y por su ambiente natural. Tiene 1.800 m², con área de entrenamiento cardiovascular, musculación, salón de clases grupales, sala de Spinning, estudio de pilates reformer, salón de box, cancha de squash, spa, cafetería y guardería.

Adicionalmente, el gimnasio tiene en su interior una laguna artificial con cascadas y plantas, puentes de madera y una pared de gran altura levantada en piedra para practicar escalada en roca. "Desde mi primera visita al Gym El Polo, me sorprendió su diseño. Su atmósfera es muy seductora", comenta el gerente de Bodytech Perú.

Próximamente, "realizaremos una ampliación, pero sin perder su enfoque natural y personal, en aras de brindarle a nuestros socios servicios complementarios y entretenimiento, de manera que podamos asegurar el logro de resultados, que es lo que todos queremos a la hora de inscribirnos al gimnasio", completa Estrada. ■

Referencias:

www.bodytech.com.co / www.gymelpolo.com
www.access-seaf.com



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

Sport City Executive

Una apuesta al segmento “premium”



Lujo y exclusividad para el acondicionamiento físico. Modernos equipamientos, servicios personalizados y asesoramiento integral. Así definen la nueva propuesta que la cadena de gimnasios Sport City presentó en el núcleo corporativo y financiero de la Ciudad de México.

A fines de agosto pasado, la cadena de clubes deportivos **Sport City** inauguró oficialmente las instalaciones del nuevo **Executive Club – Lomas Plaza**, un centro de acondicionamiento Premium, en el cual los miembros pueden disfrutar de un ambiente único de exclusividad y lujo para la práctica deportiva.

Sport City Executive Lomas Plaza **cuenta con un área de 3.800 m²**, moderna tecnología en equipamientos cardiovasculares, peso integrado, peso libre y estiramiento. Asimismo ofrece servicio de entrenamiento personalizado, asesoría en fisiología, biomecánica y nutrición.

También tiene consultorio para examen Biotest y MAT (técnicas de activación muscular), salones especiales para la práctica de Cycle Reebok, clases grupales, una sala especial para técnicas cuerpo y mente, y una piscina semiolímpica. Además, “cuenta con vestuarios pensados como un segundo hogar para el socio, con servicios de alta calidad, comodidad y funcionalidad al mismo tiempo”, señalan.

Esta flamante unidad posee además un área exclusiva para los pequeños, “**Kid City**”, donde se atienden niños de 6 meses a los 12 años de edad, que quedan a cargo de educadoras, psicólogas y pedagogas. El **City Café Restaurante**, por su parte, ofrece comida metropolitana elaborada con productos saludables y naturales –sin conservantes– para cuidar el bienestar de los socios.



Sport City Executive Lomas Plaza está ubicado en el núcleo de los principales centros corporativos y financieros de la Ciudad de México, sobre Boulevard Manuel Ávila Camacho N° 50 y 66, en Lomas de Chapultepec. Este nuevo concepto en clubes urbanos se suma a las otras líneas ya existentes de la cadena Sport City: Fitness, Entrenna, Women’s Workout, Swim, Corporate y College.

Actualmente, la comunidad Sport City está compuesta por 31 centros de acondicionamiento físico y 65 mil socios en toda la república mexicana. ■

Fuente: www.sportcity.com.mx

SALUD >>>

FITNESS SHOP

E C U A D O R

Su asesor en equipos de gimnasia

LINEA PROFESIONAL

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO

SPORTOP
REPUBLICA DE GUAYACIL

BodySolid
BUILT FOR LIFE

BH
FITNESS

Wynn
FITNESS

SportsArt
FITNESS

STARTRAC

SCYBEX

PARAMOUNT
INNOVATING FITNESS

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 >>>

www.fitnessshop.com.ec

A!BodyTech busca socio

La red brasileña tiene previsto desembolsar más de 180 millones de dólares para llegar al año 2013 con 90 unidades y 200 mil socios, alcanzando el puesto número 15 del ranking mundial de gimnasios.

La red de gimnasios carioca **A!BodyTech** busca un socio estratégico para avanzar en su plan de expansión, en los próximos cinco años. Para ello, la empresa contratará un banco que va a actuar como “consejero” en la búsqueda de interesados en una sociedad que debe concretarse en el primer trimestre de 2009.

La meta de la red, liderada por el empresario del área de entretenimiento **Alexandre Accioly** y el ex-banquero **Luiz Urquiza**, es desembolsar 400 millones de reales (más de 180 millones de dólares) para llegar al año 2013 con 90 unidades y 200 mil socios, alcanzando el puesto número 15 del ranking mundial de fitness.

El socio estratégico contará con un máximo de 20 por ciento de participación en el holding. A!BodyTech ya fue buscada por fondos de capital privado para una sociedad. “Esa viene siendo la tendencia internacional. Los fondos de capital privado están notando el potencial de este mercado”, comenta Urquiza.

De hecho, la cadena inglesa Fitness First, con más de 1,1 millón de clientes e ingresos anuales por 700 millones de dólares, fue adquirida en 2005 por el fondo privado BC Partners. Lo mismo ocurrió con Town Sports a manos de los fondos BRS y Farallon. “En Brasil, Gávea, de Armínio Fraga, y UBS Pactual están comenzando a interesarse por este nuevo nicho de negocio”, asegura Urquiza.

La estrategia de la red para crecer en un mercado cada vez más competitivo es priorizar las adquisiciones. Recientemente cerró la compra de **Swimex**, el principal gimnasio de Curitiba. En los próximos días finaliza la adquisición de un gimnasio tradicional del barrio Jardins, en San Pablo. En julio pasado hizo su primer gran negocio al adquirir la red paulista Fórmula por alrededor de 20 millones de dólares.

Más allá de crecer con nuevas unidades de la marca en Río de Janeiro, para 2009, Accioly y Urquiza piensan enfocar su expansión en la región sudeste, con prioridad en San Pablo y Belo Horizonte. También tienen planes de ampliación por medio de sociedades ya firmadas con shoppings como el Vila Velha (ES), el Flamboyant, en Goiânia (GO), y otros de Fortaleza (CE).



Hoy A!BodyTech cuenta con 40 mil socios activos y 20 unidades. Su público objetivo lo componen personas del segmento A y B. “El secreto de este negocio es la escala”, señala Urquiza, adelantando que después de la expansión en Brasil, la red tiene planes de desembarcar en Argentina, México y Miami (Estados Unidos).

La red carioca es administrada por un bloque de controladores conformado por Accioly, Urquiza, João Paulo Diniz, heredero del grupo Pan de Azúcar, y Bernardinho, técnico de la selección brasileña de voleibol. “El plan de abrir el capital fue prorrogado para un mejor momento, pues el mercado de capitales es incierto debido a la crisis financiera internacional”, observa Urquiza. ■

Fuente: Valor Económico

Primer gimnasio PARA NIÑOS

B-Active fue creado exclusivamente para que niños de 5 a 13 años de edad hagan actividad física de manera entretenida y segura. Es el primer gimnasio de este tipo en Chile y sus dueños ya planean nuevas aperturas.

Datos del Ministerio de Salud de Chile señalan que **1 de cada 5 chilenos es obeso** y 20 por ciento de la población infantil sufre este mal. Para el año 2010 habrá en Chile 7,5 millones de adultos obesos y 1,5 millones de niños en igual condición. Por otro lado, 43 por ciento de los niños chilenos es sedentario debido, entre otras cosas, a las horas que pasan sentados en clases, frente al computador o mirando televisión.



En este contexto abrió sus puertas este año en la comuna de Vitacura el primer **gimnasio exclusivo para niños y niñas** de 5 a 13 años de edad. Bajo el nombre **B-Active**, este gimnasio ofrece un programa integral de ejercicios que incluye bicicletas fijas, máquinas de musculación, muro de escalada y estaciones de baile, entre otras actividades, que son supervisadas por un grupo de profesionales.

El programa de ejercicios se adapta a las características psicomotoras de cada niño y a su período de crecimiento. “**El trabajo es individual**. Tratamos a cada niño según sus necesidades y capacidades. No hay competencias ni frustraciones”, señaló a la prensa local **Hila Florsheim-Barron**, gerente de Marketing de B-Active.



Las máquinas con que está equipado B-Active fueron **diseñadas específicamente para niños**. “Ofrecen la posibilidad de ir adecuándolas al tamaño de quien las usa. El peso que tienen es mínimo y cuentan con luces que indican cuándo el niño no está bien ubicado o está haciendo un ejercicio de forma incorrecta”, explica.

“No son productos adaptados –prosigue– sino que fueron desarrollados exclusivamente para este perfil de usuarios”. El programa de B-Active propone un **trabajo integral de actividad física**, con ejercicios aeróbicos y anaeróbicos, de coordinación, de balance y de desarrollo psicomotor.

Según Florsheim-Barron, “el objetivo es enseñarles a los pequeños a **llevar adelante un estilo de vida más saludable**, no sólo para hoy sino también para mañana”. Adicionalmente, B-Active imparte atractivos talleres de Fun Dance, Body Percusión (MayumaKids) y Capoeira para niños desde 4 a 16 años.

Florsheim-Barron asegura que ya **están pensando construir otros gimnasios** en Santiago y en el resto de Chile. Para más información visite www.b-active.cl ■

FULLGYM
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

Logos: Apulse, BodySolid, Steelflex, PRO SPEED, HAMPTON

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

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: 52-999-2-215-6345
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@sporttrac.com

COSTA RICA
Sportec
Tel: 506-598-2229/30
sportec@tracs.com.cr

PANAMA
Fitness Market S.A.
Tel: 507-209-2568
iduarte@athletic.com.pa

PARAGUAY
Chacomer S.A.E.C.A.
Socis Kathie
95 21 518 0384
bkathie@chacomer.com.py

PERU
Fitness Shop Peru
Angela Vaquero
jmartinez@fitnessshop.com.pe

ORLANDO FL. USA.
Big Fitness
Tel: 954-914-2911
bigfitness@cfi.com

VENEZUELA
Big Fitness/ Juan Ramon
Brunet/
Tel: (0212) 963-1565
ó (0416) 636-4838
jbrunet61@hotmail.com

ECUADOR
Fitness Shop Ecuador Cia Ltda.
Nicolás Martínez
Tel: 59-32-228-9514
jmartinez@fitnessshop.com.ec

CHILE
Global Fitness
Tel: 56-2-218-4748
spinchoira@energyfitness.cl

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

BRAZIL
Righetto Fitness Equipment
Tel: 55-19-0789-7607
otavio@righetto.com

URUGUAY
Hi-Fitness
Tel: 59-8945-40663
baccarvalho@rednet.com.uy

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

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

CHILE

Buscan generar energía en el gimnasio

Patricio Marín, estudiante de Ingeniería Civil Mecánica de la **Universidad Técnica Federico Santa María**, trabaja en un proyecto para intervenir las bicicletas de indoor, adaptándoles un sistema que aproveche la energía generada por sus usuarios. Ésta se almacenaría en baterías para su posterior uso en el gimnasio o para la alimentación directa de algunos otros equipos.

En diferentes lugares del mundo se han aplicado sistemas similares con buenos resultados. A partir de bicicletas o cin-

tas para correr se genera electricidad gracias a un dínamo incorporado en estos equipos. El gimnasio **California Fitness**, de Hong Kong, fue de los primeros en implementar esta idea.

En Chile, Marín trabaja en el gimnasio **Vital Center**, de Viña del Mar, que posee 17 bicicletas fijas y dicta 13 clases de indoor a la semana. “El consumo mensual de energía del gimnasio promedia los 760 Kwh, gasto que se busca minimizar por medio de este proyecto”, explica. ■

COLOMBIA

Colombianos inconstantes con el gimnasio

Un estudio realizado en 13 ciudades de Colombia concluyó que gran parte de los habitantes de ese país que se matriculan en un gimnasio terminan desistiendo al poco tiempo. Las razones aducidas –según la investigación– tienen que ver, principalmente, con pereza, falta de dinero o escasez de tiempo.

“Estudios mundiales dicen que los resultados del gimnasio empiezan a verse después de tres meses. Y el primer trimestre es cuando uno puede flaquear, porque es difícil adoptar el hábito”, explica **BodyTech**.

El estudio también señala que muchas personas buscan en los gimnasios bajar de peso o mejorar su apariencia física, pero cometen el error de abandonar la rutina deportiva apenas ven algunos resultados en su cuerpo.

En los últimos años ha aumentado significativamente el número de personas que acude a los gimnasios. Según esta investigación, los colombianos prefieren el horario de 7:00 a 8:00 de la mañana para entrenarse, optan por realizar ejercicios en grupo y el rock and roll es la música preferida para sus rutinas. ■

Fuente: www.canalcaracol.com

MEXICO

Quieren regular a los centros de belleza

El diputado local del PAN, **Agustín Castilla Marroquín**, presentó una iniciativa de reforma a la Ley de Salud que sanciona hasta con 262 mil pesos (20 mil dólares) a quienes realicen tratamientos para engrosar algunas partes del cuerpo, como glúteos y senos, o bien reducir medidas corporales, sin estar autorizados.

El funcionario asegura que numerosos centros de belleza, spa, salones de estéticas, gimnasios e incluso domicilios particulares ofrecen estos servicios sin que se tenga la garantía de que su personal sea calificado, con preparación y experiencia.

Esta medida busca dar certeza jurídica y confianza a la población para proteger su salud. “Al no ser hospitales ni clínicas los lugares donde se practican estos tratamientos, no están obligados a cumplir con los requisitos o normas que establece la Ley General de Salud en esta materia”, advierte Castilla Marroquín.

Finalmente, el diputado solicitará a la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) intensificar los operativos de inspección y vigilancia en los mencionados centros de belleza. ■

Fuente: www.eluniversal.com.mx



www.sportmagazine.com.py

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



VENTA

Darío Díaz

Vendo urgente prensa Atletica de 45° marca Sanmartino a \$ 900, excelente estado; vendo 2 bicis indoor a \$ 700 pesos en excelente estado, escucho ofertas. Gral. Cabrera (Córdoba).
TE: (0358) 155 621-072
dariodiaz05@yahoo.com.ar

Juan Castillo

Vendo máquinas laterales, espalda, aductores, abductores, abdominales, completas pero desarmadas, blancas tapizado negro, 75 kg. en lingotes cada una aproximadamente, precio por lote: \$ 4500, más una bici de regalo. Vendo 2 bicis indoor a \$ 850 cada una en muy buen estado, marca Spinbike. San Miguel (GBA).
TE: (011) 153 689-7650
pauneroclub@hotmail.com

Andrés Della Viola

Vendo lote de máquinas y equipamiento de aeróbica, todo completo, no se vende por separado, a \$ 25000. Santos Lugares (GBA).
TE: (011) 4757-9926
unikusgym@arnet.com.ar

Oscar Enciso

Vendo escalador marca Kip Machines modelo 2003 a \$ 3800, perfecto funcionamiento. Caseros (GBA).
TE: (011) 4734-1427
oscar03043@hotmail.com

Mariana Richetta

Vendo 1 sillón combinado de aductores/abductores a \$ 1300, dorsalera con remo bajo a \$ 1100, camilla para piernas a \$ 1100, bancos a \$ 300 cada uno. Las Perdices (Pcia. de Córdoba).
TE: (0353) 155 658-128
marianarichetta@hotmail.com

Marcos Simonte

Vendo mancuernas de fundición: 22 pares de 1 kg., 14 pares de 2 kg., 5 pares de 3 kg., 1 porta mancuerna para 24 pares, total \$ 520. La Plata (Pcia. de Buenos Aires).
TE: (0221) 422-8529
marcossimonte@hotmail.com

Guillermo Cacian

Vendo lockers de chapa muy buen estado, medidas 1,90 mts. por 1,35 mts. por 67cm. de profundidad, 12 puertas, color gris, a \$ 600. Capital Federal.
TE: (011) 156 141-5731
guillecacian@hotmail.com

Aldo Celli

Vendo 2 máquinas cuádriceps-isquiotibiales marca Muskleman en perfecto estado de conservación, pintura y tapizados a \$ 850 cada uno. Vendo prensa 45° marca Muskleman en perfecto estado, con discos y opción a lingotes, mando fotos. Ramos Mejía (GBA).
TE: (011) 4656-7150
winnergym@argentina.com

Guillermo Spandri

Vendo elíptico marca Fox Gold 2 años de uso, impecable; vendo lote de máquinas juntas o separadas bancos y máquinas. Berazategui (Pcia. Buenos Aires).
TE: (011) 4216-9479
guillespandri@hotmail.com

Javier García

Vendo dorsalera combinada alta y baja con 100 kg. de ladrillos, envío fotos. Vendo camilla Magnum Forces plana, combinada para cuádriceps e isquío, acostado con 50 kg., en buen estado, actualmente en uso, a \$ 800. Paraná (Pcia. de Entre Ríos).
TE: (0342) 156 118-941
gimnasioolympiapna@hotmail.com

Marcelo Pinto

Vendo banco plano a \$ 600, banco inclinado a \$ 700, banco de hombros a \$ 700, peck deck a \$ 2300, banco scott a \$ 600, todo menos de 1 mes de uso, marca New Life. Moreno (GBA).
TE: (011) 155 859-6138
marce_isef@hotmail.com

Luciano Ruscelli

Vendo bici indoor a \$ 600, bici horizontal a \$ 1100, y elíptico a \$ 1700, todo marca Fox y en buen estado. Villa Elisa (GBA).
TE: (0221) 154 631-173
complejoforza@yahoo.com.ar

Marcelo Busi

Vendo escalador full con baranda, elíptico y bici recostada, todos los elementos marca Fox en excelente estado, color blanco y tapizado negro. La Plata (Pcia. de Buenos Aires).
TE: (0221) 154 592-170
barba@netverk.com.ar

Gustavo Sottini

Vendo lote completo de máquinas de gimnasia pasiva marca Toning Center, originales, en excelente estado, 7 camas a \$ 8000 el lote completo. Vendo 1000 kg. de discos olímpicos a \$ 6 el kilo. Moreno (GBA).
TE: (011) 156 987-4664
g.sottini@hotmail.com

Horacio Varas

Vendo 1 combo chair y 1 ladder barrel en excelente estado a \$ 2350 los 2. Quilmes (GBA).
TE: (011) 4200-5845
info@stride.com.ar

Emiliano Araíz

Vendo 11 bicis de indoor marca Profesional gym en excelente estado a buen precio. Ramos Mejía (GBA).
TE: (011) 155 497-2912
fitness_emi@hotmail.com

Verónica Copelo

Vendo 110 kg. de discos cromados más portadiscos a \$ 880; 4 pares de mancuernas cromadas a rosca de 3 kg. cada una a \$ 400; sentadilla hack a lingotes a \$ 800; bicicleta de indoor marca Fitness Machine a \$ 800; porta discos a \$ 50 cada uno. Gualaguay (Pcia. de Entre Ríos).
TE: (03444) 156 347-10
fitness370@hotmail.com

Sebastián Lucero

Vendo cinta Vision Fitness T8600 a U\$S 1000 y bici electromagnética Randers con programas a U\$S 250. Villa Elisa (Pcia. de Buenos Aires).
TE: (0221) 155 482-185
sebaflxgym@yahoo.com.ar

Hugo Alberico

Vendo glútera Fox full, muy buena, a \$ 1500, como nueva y 2 elípticos Fox línea full a \$ 2000 cada uno, poco uso, como nuevos. Santa Teresita (Pcia. de Buenos Aires).
TE: (02257) 156 389-66
afullgym@hotmail.com

COMPRA

Claudio Semelak

Compro multifuerza nueva o en buen estado, enviar fotos. Posadas (Pcia. de Misiones).
TE: (03752) 156 050-00
casemelak@yahoo.com.ar

Liliana Gallo

Compro cama pilates en buen estado. Capital Federal.
TE: (011) 4524-2802
sasha_spa@hotmail.com

Sergio Pizzi

Compro bicicletas de indoor importadas o nacionales en muy buen estado, cintas, elípticos, marcas Precor, Technogym, Cybex o Life Fitness. Rada Tilly (Pcia. de Chubut).
TE: (0297) 154 169-333
spizzi@arnet.com.ar

Oscar Smeriglio

Compro aparato de remo que se encuentre en buenas condiciones, usado. Capital Federal.
TE: (011) 4639-6627
dr.smeriglio@hotmail.com

FONDO DE COMERCIO

Walter Ambrogetti

Vendo fondo de comercio de gimnasio 3000 m2 en Quilmes. A metros de la estación de tren. Tiene 2 pisos, subsuelo, patio y frente parqueado. Fue totalmente remodelado en abril de 2008.
TE: (011) 156 098-8356
adurlucas@yahoo.com.ar

Fernanda Tunesi

Vendo fondo de comercio de gimnasio, totalmente equipado y funcionando, con 7 años de antigüedad, ubicado en alta zona de Caballito; 3 salones para aeróbics, 1 de fitness, 3 vestuarios, 2 baños, 1 recepción amplia, precio: \$ 120.000. Capital Federal.
TE: (011) 4585-5925
fertunesi@yahoo.com.ar

PERMUTA

Máximo Prez

Permuta o vendo 15 minitramps Sonnos en excelente estado a \$ 200 cada uno. Castelar (GBA).
TE: (011) 4116-2270
pmax@datafull.com

Jorge Villalva

Permuta por vehículo o vendo, equipamiento completo para gimnasio. Moreno (GBA).
TE: (011) 156 307-2886
waterpolomitre@yahoo.com.ar

ALQUILER

Alquilo salón en barrio norte, en 2do piso, importante gimnasio para actividades afines, uso exclusivo o por hora. Capital Federal.
TE: (011) 4821-1861
silviokoltan@gmail.com

BÚSQUEDA

Pablo Calcagni

Busco socio con local de 600 mts2 mínimo para poner un gimnasio totalmente equipado en cualquier ciudad de la provincia de Bs. As., La Pampa, Neuquén o en la localidad de Bahía Blanca.
TE: (0291) 156 491-385
pablodoryan@hotmail.com

POLAR
LISTEN TO YOUR BODY

Bolivia
www.polarbolivia.com

MUSCULACIÓN

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

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

Empresa: **Cybox**
(011) 4777-9239
praffinetti@cyboxintl.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

Empresa: **X-spinning**
(011) 4254-0337 / 4257-0454
info@xspinning.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

Empresa: **Turby Toy**
4005540
info@superhabil.com.uy

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

Empresa: **Pesas Dob**
(011) 4755-1885 / 1835
info@pesasdob.com.ar

REPUESTOS & INSUMOS

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

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

SUPLEMENTOS & NUTRICIÓN

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

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

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

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

Empresa: **BiobodyX**
(011) 4584-6734
info@biobodyx.com.ar

Empresa: **Gentech**
www.gentech.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: **Solución ARG**
info@solucionarg.com

PILATES

Empresa: **33 Pilates**
(03488) 154 09189
info@33pilates.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@p-equipe.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: **Nitrec**
(011) 4283-2265 / 15-5106-0346
infontitrec@yahoo.com.ar

Empresa: **GMP Equipamientos**
(0341) 421-6955 / 453-5080

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

CAPACITACIÓN

Empresa: **Body Systems**
www.BodySystems.net

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

Empresa: **AES Servicios**
(011) 155-4124879 / 156-8186640
syselectronicos@fibertel.com.ar

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

Empresa: **Vitnik**
www.vitnik.com

ARQUITECTURA

Empresa: **Arquitectura Creativa**
(011) 4554-7458
arquitectura_creativa@yahoo.com.ar

SAUNAS

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

PISCINAS

Empresa: **Floatron**
0-800-266-0607
controlserv@fibertel.com.ar

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

PLATAFORMAS VIBRATORIA

Empresa: **Globus**
(011) 4139-7437
info@globusdeargentina.com.ar

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

ELECTROMUSCULACIÓN

Empresa: **Globus**
(011) 4139-7437
info@globusdeargentina.com.ar



- 11 Sportclub Urquidense
- 21 Open Park
- 31 Megafit Recoleta
- 41 Sportclub Libertador
- 51 Puerto Plata Gymnasia
- 61 La Impresora
- 71 EcoHolds Almogor
- 81 Well Club
- 91 Town Fitness
- 101 Banco Macro



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

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



(011) 4713 5090
www.uraniumfitness.com

EL PAQUETE COMPLETO

ELEVATION™ SERIES

Todo lo que quieres. Todo lo que tus usuarios quieren. Equipada con lo más revolucionario en la industria del fitness, la línea de equipos cardiovasculares de la Elevation™ Series ofrece integración perfecta con iPod®, conectividad con USB y Vistas Panorámicas, la combinación perfecta para que tus usuarios disfruten al máximo del ejercicio y regresen por más.

Life Fitness es la marca #1 en el mundo en equipos de ejercicios para gimnasios. Para más información contacta a nuestros Distribuidores Exclusivos a través de www.lifefitness.com y haz clic en **Latin America**.



BICICLETA RECLINADA
LIFECYCLE® 95R



ELÍPTICA 95X



TROTADORA 95T

BICICLETA VERTICAL
LIFECYCLE® 95C

**CONECTA TU CUERPO
CONECTA TU MENTE**

LifeFitness
WHAT WE LIVE FOR

(+1) 786.521.0318 / www.lifefitness.com