

mercado FITNESS

Contar con una piscina es sin duda un gran diferencial para cualquier club deportivo. Pero los elevados costos operativos que involucra demandan optimizar al máximo los recursos para convertirla en una unidad de negocios rentable. La seguridad, el mantenimiento del agua, el uso de los vestuarios y la gestión de los recursos humanos son los puntos críticos que mayor atención requieren.

Negocios bajo el AGUA



Concurso “¿Quién sabe?”

Se trata de un programa de capacitación y motivación de empleados creado en Brasil por la red de gimnasios Cia. Athletica.

Los mayores y su salud

Un estudio de TNS Argentina revela que sólo 4 de cada 10 adultos mayores hacen actividad física en forma regular.

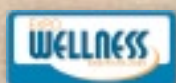
Nace G+ en Uruguay

Dos empresas concretaron una alianza que dio nacimiento a una red que hoy tiene 5 clubes en Montevideo.



DESCUBRÍ *LA NUEVA*
LÍNEA DE CINTAS DE TROTE
KIPRUN 2009

Lanzamiento exclusivo Expo Wellness 2009. Visítanos en el stand #D20.



Sobre los prejuicios

Cuántas veces en nuestras vidas los prejuicios nos privan de un momento de alegría, de un perdón, de un nuevo trabajo, de un viaje, de un amigo que no fue o de una mano tendida con sinceridad. Lamentablemente son muchas. Los ejemplos propios y ajenos que podría relatarles se amontonan en este instante en mi retina.

Quizás sean un mecanismo de defensa, miedos todavía huérfanos, inseguridades heredadas o auto-generadas, intolerancia ante las diferencias, o simplemente pura ignorancia vestida de traje. No lo sé, pero la mayoría de las veces, sobre todo cuando quedan en evidencia, los prejuicios pesan, molestan, son incómodos.

Ahora, me pregunto: ¿es posible hacer una lectura de algo o de alguien totalmente desprejuiciada? Difícil, muy difícil, si no imposible, porque hacerlo demandaría de nosotros borrar años de educación, de experiencias, de creencias... todo el cúmulo de información que nos define como individuos y nos hace únicos. Es imposible.

Para no ser víctimas de nuestros prejuicios y vivir atrapados por una visión obtusa y sesgada del mundo, no hace falta borrar nada ni olvidar quiénes somos, de dónde venimos o qué hicimos. Sencillamente debemos ignorarlo todo en forma voluntaria. Abandonar los prejuicios no es un acto inconsciente, sino un acto de voluntad.

Y, aunque no siempre sea posible, cuando lo logramos, nos sentimos liberados, más livianos de equipaje, más cómodos al andar, con menos ataduras, más dispuestos a dejarnos sorprender por el mundo que nos rodea y por la vida que nos toca vivir.

Gracias por acompañarnos,
Guillermo Vélez

10 Concurso “¿Quién sabe?”:

Se trata de un programa de capacitación y motivación de empleados desarrollado en Brasil por la red de gimnasios Cia. Athletica.

30 Nuevas cámaras en el interior:

Gimnasios de las ciudades de Mar del Plata y de Concordia decidieron agruparse y constituir sus propias cámaras empresarias.

34 La temperatura ideal en el gimnasio:

Conozca qué recomienda el Colegio Americano de Medicina del Deporte en su “Guía de Normas y Directrices para Gimnasios”.

46 Área Fitness sale al ruedo en Rosario:

El gimnasio tiene 1400 m2 y cuenta con un staff de 20 empleados. Su construcción demandó una inversión de US\$ 400 mil dólares.

47 Uso de desfibriladores:

En España, una investigación señala que 40 % de los casos de muerte súbita podría evitarse si los gimnasios tuvieran siempre un desfibrilador a mano.

48 Negocios bajo el agua:

Contar con una piscina es sin duda un gran diferencial para cualquier club. Pero sus elevados costos demandan optimizar al máximo los recursos.

74 Los adultos mayores y la salud:

Un estudio de TNS Argentina revela que menos de la mitad (4 de cada 10) de los adultos mayores hace actividad física en forma regular.

79 Remar mejora la salud:

Estudios realizados en Estados Unidos revelan que el remo de interior mejora la resistencia y la flexibilidad en personas mayores de 60 años.

LATINOAMÉRICA

87 Lanzan Smart Fit en Brasil:

Edgard Corona, fundador y propietario de la cadena de gimnasios BioRitmo, lanzó un nuevo modelo de negocios que apuesta al bajo costo.

90 Body Xchange:

Se trata de un programa introductorio a la actividad física que fue creado en 2005, en República Dominicana, por expertos de Body Shop Athletic Club.

92 Nace G+ en Uruguay:

Dos empresarios concretaron una alianza que dio lugar al nacimiento una red de clubes independientes que hoy tiene 5 sedes en Montevideo.

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.

INTERPLAZA HOTEL · CÓRDOBA · ARGENTINA

EXPO GIMNASIOS



VIERNES 25 DE SEPTIEMBRE
de 17 a 21 hs.
SÁBADO 26 DE SEPTIEMBRE
de 9 a 20 hs.

máquinas de musculación, cintas de trote, bicicletas, elípticos, remos, aparatos de pilates, plataformas vibratorias, pisos deportivos, software de gestión, indumentaria para fitness, colchonetas, trampolines, bandas elásticas, barras, mancuernas, respuestos e insumos, sistemas de entrenamiento, toallas sintéticas, consultoría, libros, capacitación, etc.

TODO EN UN MISMO LUGAR



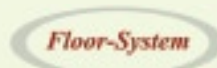
Las siguientes empresas estarán presentes en esta exposición

PLATINUM SPONSOR

GOLD SPONSORS



SILVER SPONSORS



Informes e inscripción: (011) 4115 3524 o 25 / victoria@mercadofitness.com

CONFERENCIAS/09 MERCADO FITNESS PAÍS más cerca tuyo

25
SEPTIEMBRE

26
SEPTIEMBRE



Javier Petit de Meurville
(Argentina) 09:00 hs

Trabaja desde 1996 en la red de clubes Megatlon, donde ocupó el cargo de gerente de Unidad de Negocio y gerente de Sucursal. En la actualidad, es Gerente de Marketing y Relaciones Institucionales.



Gabriela Retamar
(Argentina) 15:30 hs

Profesora Educación Física, INEF de Buenos Aires. Se ha desempeñado como presentadora y educadora de instructores de Fitness Grupal en 23 países. Actual directora técnica de Body Systems LatinAmerica.



Daniel Leynaud
(Argentina) 10:10 hs

Contador Público y Máster en Administración de Negocios –Universidad de Belgrano. Máster en Dirección Estratégica de Negocios – Les Heures (Universidad de Barcelona). Vicepresidente de Se Stesso S.A.



Pablo Acevedo
(España) 16:40 hs

Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, ISEF - Montevideo, Uruguay. Máster en Gestión Económica de Entidades Deportivas, Universidad de Barcelona, España.



Elio Bustos
(Argentina) 11:40 hs

Contador Público - Universidad Nacional de Córdoba. Magister en Dirección de Empresas - Universidad Católica de Córdoba. Actualmente se desempeña como director de BIP Consultora de Marketing.



Ricardo Cruz
(Brasil) 18:10 hs

Profesor de Educación Física, Facultades Metropolitanas Unidas, San Pablo –Brasil-. Tiene un posgrado en Administración Deportiva. Ha trabajado como consultor de gimnasios en Brasil, Argentina, Uruguay, Chile y Colombia.



Jordi Uñias
(España) 12:50 hs

Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, INEFC-Barcelona. Máster en Gestión del Deporte y el Ocio, Loughborough University, Inglaterra. Director de itik Consultoría del Deporte y Ocio.



Fabio Saba
(Brasil) 19:20 hs

Máster en Educación Física, Universidad de San Pablo (Brasil). Coordinador del postgrado en Administración y Marketing Deportivo de la Universidad Gama Filho. Director de Saba Consultoría en Negocios Deportivos.



25
SEPTIEMBRE

Seminario Fitness Management

Fundamentos de la Gestión de Gimnasios

4 horas a cargo de FABIO SABA

COSTOS DE INSCRIPCIÓN	SEMINARIO (DÍA 25)		CONFERENCIAS (DÍA 26)		AMBOS DÍAS	
	Pesos	Dólares	Pesos	Dólares	Pesos	Dólares
	\$ 190	U\$ 50	\$ 290	U\$ 80	\$ 400	U\$ 105

Descuentos por grupo: De 2 a 4 personas: 5% • De 5 a 10 personas: 10% • De 11 o más personas: 15%

Medios de Pago: Efectivo ó Cheque Personal • Depósito o Transferencia Bancaria • Tarjetas de Débito/Crédito

Estos precios no incluyen IVA.



Nueva Línea S-SERIES



Adquiera la nueva línea S de Startrac a un increíble precio, y con garantía de 3 a 5 años.



ARGENTINA: Humboldt 125 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel.: (011) 4855-6722 y rotativas - E-mail: ventas@systemfit.com.ar
Sitio web: www.impactfitness.com.ar
URUGUAY: Tel.: (005989) 4540563 - E-mail: fliacarvalho@gmail.com

Únicas bicicletas oficiales de SPINNING®

Spinner® Velo

Spinner® Pro

Spinner® Elite

Spinner® NXT



ARGENTINA:
Humboldt 125 - Ciudad Aut. de Bs. As.
Tel.: (54 11) 4855-6722 y rotativas
E-mail: ventas@systemfit.com.ar

URUGUAY:
Tel.: (005989) 4540563
E-mail: fliacarvalho@gmail.com

www.impactfitness.com.ar

SPINNING®

Un concepto que sigue creciendo.

Si busca bicicletas, el mercado le ofrece muchas opciones. Pero si busca un negocio exitoso, con el respaldo de una marca líder en el mundo, usted tiene una única alternativa.



ARGENTINA: Humboldt 125 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel.: (011) 4855-6722 y rotativas - E-mail: ventas@systemfit.com.ar
Sitio web: www.impactfitness.com.ar

URUGUAY: Tel.: (005989) 4540563 - E-mail: fliacarvalho@gmail.com

Spinning® es una marca registrada de Mad Dogg Athletics, inc. y es utilizada bajo licencia de Mad Dogg Athletics, Inc.

DISTRIBUYE

SOLUCIONES DEPORTIVAS

MINI TRAMP

Reforzados para clases intensivas.

Características:

Diámetro total: 1mt.

Superficie de salto: 80cm.

Estructura en caño de de 25mm x 2 mm

Patas huecas empotradas con regatón en acero.

Sistema de sujeción por 36 resortes cincados .

Funda cubreresortes incluida.

Garantía: 6 meses.



\$300

12 CUOTAS SIN INTERES

EN TODAS LAS CARJETAS DE CREDITO

EQUIPO COMPLETO CON MANIJA

Características:

2 Discos de 5 Kg. + 2 discos de 2.5 Kg. + 2 discos de 1 Kg.

Relleno de metal y cemento.

Garantía: 12 meses.

CONSULTAR POR RACKS ORGANIZADORES.



\$135

12 CUOTAS SIN INTERES

EN TODAS LAS CARJETAS DE CREDITO

SONNOS
SOLUCIONES DEPORTIVAS

DISTRIBUYE SOLUCIONES DEPORTIVAS: FLORENCIO VARELA 1912 SAN JUSTO | CP 1754.

TEL 4651-4692 | 4484-1114 | SONNOS@LIVE.COM.AR | SOLUCIONESDEPORTIVAS@LIVE.COM.AR

SONNOS.COM

קולקציה 10

SCHNELL

WWW.SCHNELLSPORT.COM

Concurso "¿Quién sabe?"

Programa de capacitación y motivación de empleados

Cía. **Athlética** cuenta hoy con una docena de gimnasios en 10 ciudades brasileñas y con un **equipo de 1200 colaboradores**, de los cuales 70 por ciento es profesional o estudiante de educación física. Además, la empresa tiene un programa de pasantías del que recluta a la mayor parte de su mano de obra.

A fin de mantener actualizados a sus profesionales, la firma les ofrece con frecuencia cursos y manuales técnicos que contienen los nuevos avances y tendencias del mercado mundial del fitness. En esta línea, Cía. Athlética invirtió más de 100 mil dólares en el desarrollo de una intranet cuya principal función es justamente capacitar a su personal.

Pero a pesar de ser ésta una herramienta bastante completa y accesible a todos los empleados, resultó imprescindible para la empresa crear un **estímulo extra que motivase** especialmente al staff del área técnica a establecer una rutina de acceso a la intranet a fin de mantenerse constantemente actualizados.

El desafío fue entonces encontrar la manera de crear me-

Fue desarrollado en Brasil por la red de gimnasios Cía. Athlética para premiar a aquellos colaboradores que mayores conocimientos demuestran en un concurso.

canismos que garantizaran que todos los profesionales -no sólo los del área técnica- se mantuvieran actualizados mediante el uso de esa red. Para lograrlo, la empresa desarrolló

un **programa de incentivos** cuyo fin fue recompensar las iniciativas de estudio y de actualización.

El programa, que nació en 2008, se llamó "**¿Quién sabe?**" y se llevó a cabo en dos etapas: una selectiva, con pruebas individuales, y otra en forma de *Quiz Show*, en la que se premió a los ganadores del concurso con un viaje de cinco días al exterior, que incluyó pasajes aéreos y hospedaje.

La prueba individual, que no era obligatoria, se realizó en todas las unidades de la red y consistió en 100 preguntas, a responder bajo el sistema *multiple choice*, de las cuales 60 estaban vinculadas a educación física, 10 a productos de la empresa, 15 a atención a clientes y ventas, 5 a la historia de la compañía y 10 sobre información general.

Esta prueba se realizó en forma simultánea en los gimnasios, fuera del horario de trabajo para que todos los empleados pudieran participar. Quienes realizaron el examen, entregaron sólo las respuestas y se llevaron consigo las preguntas.



FITNESS LINE JBH EQUIP

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 - info@jbhequip.com.ar - www.jbhequip.com.ar

Al día siguiente, se divulgaron las respuestas correctas para que cada empleado evaluara su desempeño.

Las pruebas fueron corregidas por profesionales del departamento de marketing, que eran los únicos que tenían acceso a los resultados de las evaluaciones de cada empleado. Para la prueba final, por cada unidad de la red, clasificaron como representantes un empleado del área técnica, uno del sector administrativo y un gerente.



El Quiz Show -la prueba final- se realizó durante el encuentro anual de gerentes de la compañía, un evento de cinco días de duración en el interior de San Pablo. Para los clasificados, el hecho de poder participar de esa reunión fue un premio en sí mismo, ya que pudieron ser parte de todas las actividades y no sólo del concurso.

Durante la competencia, el público, compuesto por gerentes y directores de la red, participó alentando a los equipos de cada unidad. El concurso evocaba a un programa televisivo, con shows musicales y de humor que le dieron glamour. La primera noche se realizó la etapa clasificatoria y durante la segunda se hicieron las semifinales y la final.

Para comunicar el concurso a los empleados y lograr la mayor participación posible, la empresa puso énfasis en el premio: *el viaje de tus sueños a Nueva York*. Dos meses antes del comienzo de la primera fase, se colocaron car-

teles alusivos a esa ciudad y a la actividad física (Ej. King Kong en el Empire State sosteniendo una mancuerna).

En paralelo, películas con las mismas asociaciones de ideas eran reproducidas en los televisores de los gimnasios para generar mayor expectativa, sin hacer una mención explícita al concurso. Además, se creó la comunidad "¿Quién sabe?" dentro de GenteCia, la red de relaciones virtuales para clientes y empleados de Cia Athletica.

Desde allí, se alentaba a los usuarios a interpretar esos carteles y campañas televisivas. Las respuestas más creativas fueron premiadas con artículos deportivos. Todas las novedades y pistas se iban publicando en Internet y en pocos días "¿Quién sabe?" pasó a ser la comunidad más numerosa, con más de 200 participantes.

La comunicación oficial sobre el concurso se realizó junto con la difusión de su reglamento, durante el lanzamiento de la Intranet. Todo el contenido que debía ser estudiado para las pruebas estaba dentro de la Intranet y del sitio web de compañía. A lo largo de este proceso, se realizaron campañas internas de e-mail marketing.

Para la segunda edición del concurso, en 2009, no se realizó una campaña de incógnitas para generar expectativas, pues el nombre "¿Quién sabe?" ya era conocido entre los empleados. La innovación en la versión de este año del concurso fue que los socios de la red eligieron, mediante una votación, el premio final (un viaje de 10 días a Sudáfrica).

El concurso es hoy un *hit* dentro de la estructura de la empresa y se transformó en una gran vitrina para los participantes. En su primera edición, involucró a cerca del 60 por ciento de los empleados de la red en la primera fase. Y en su segunda edición, en 2009, 73 por ciento de los colaboradores de Cia. Athletica participó de "¿Quién sabe?".

A raíz de este concurso, en dos años, la participación en capacitaciones ofrecidas por la compañía a sus empleados creció del 73 al 100 por ciento. Además, los mismos empleados crearon grupos de estudio para profundizar conocimientos antes de las pruebas e incluso algunas unidades organizaron exámenes simulados para entrenar a sus equipos.

Por otro lado, dos logros, que no eran inicialmente parte de los objetivos del proyecto, fueron conquistados con agradable sorpresa. El primero fue la participación espontánea de los clientes, que percibieron la política de valoración del conocimiento por parte de la compañía. Y el segundo, el reconocimiento hacia la excelencia técnica del proyecto por parte de los profesionales de la educación física del mercado. ■

(*) Gerente de ventas corporativas de Cia. Athletica y secretaria ejecutiva del ICA (Instituto Cia. Athletica).

INDUSTRIA ARGENTINA

IDEAL GIMNASIOS

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

compañía
argentina
de lockers



RANDERS®

- Carga Máxima: 120Kg.
- Rueda Cromada de 18Kg.
- Consola electrónica para sala de cardio.
- Movimiento central con rulemanes.
- Apoya brazos reforzados.

INDOOR BIKE
PROFESIONAL

899SP



¡MÁS DE 1000 UNIDADES
YA FUNCIONANDO EN EL PAÍS!

\$1290 + IVA

EMBREEX



550



570



575



563

PURO ENTRENAMIENTO



DISTRIBUYE Y GARANTIZA
ARGENTRADE SRL

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

EXPO WELLNESS

ARGENTINA 2009

Jueves 22 y viernes 23
de octubre de 10 a 20hs.
Centro de Exposiciones
Costa Salguero
Pabellón 4

Visítenos en la Expo más importante de la industria del Fitness y el Wellness.
Sea parte de esta muestra que reunirá a los principales proveedores del sector,
todos para usted, en un solo lugar.



Participe por importantes premios
reconfirmado su registro o acreditándose en

www.expowellness.com.ar

Para más información comuníquese via email: expowellness@axgevents.com

Para participar como expositor comuníquese con Matías Capmany
Email: mcapmany@axgevents.com | Teléfono: 5031 AXIS (2947)

ORGANIZAN



20% OFF
EN ARC
TRAINER

ENTRENÁ CON CYBEX.

LÍDER MUNDIAL EN EQUIPAMIENTO DE GIMNASIOS.

Ella entrena con equipos CYBEX cardio y fuerza. Equipos que tienen su origen en la ciencia del ejercicio y la medicina del deporte, diseñados para fortalecer el cuerpo siguiendo su movimiento natural.

En CYBEX hacemos más que imaginarnos un mundo sano. Lo creamos.

CYBEX

Argentina: Pablo Raffinetti - Tel : (5411) 4777-9239 - praffinetti@cybexintl.com.ar

Chile: Andrés 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.

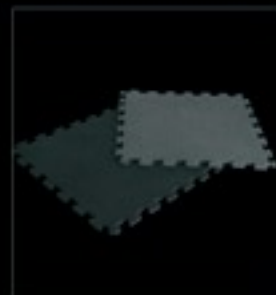
www.cybex.com

MIR®

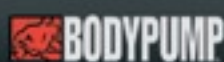
● ● ● ● FITNESS



PIENSO LLEGAR
PIENSO MIR



DISTRIBUIDORES OFICIALES



PIEDOS DE PROTECCION ENCASTRABLES

FÁBRICA

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

SHOPS

- Jerónimo Salguero 1923, Capital
- Humahuaca 3850, Capital

¿QUERÉS MEJORAR TU CALIDAD DE VIDA?
MIRÁ **OUR TIME TV**
www.ourtimefitness.com.ar





WWW.EQUIPMILLENNIUM.COM

PLANES FINANCIEROS A LA MEDIDA DE CADA CLIENTE

LA MEJOR RELACION PRECIO, PRODUCTO, CALIDAD DEL MERCADO



**ASESORAMIENTO A
EMPREENDEDORES**

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



Por Gabriela Retamar (*)

La nueva era del *fitness grupal*

Debemos comenzar a ver a los instructores de clases colectivas con otros ojos, ya que éstos no son ajenos a la gran metamorfosis que atravesó nuestra industria en los últimos años. Hoy para muchos gimnasios el fitness grupal representa más del 60 por ciento de sus ingresos y para algunos expertos éste es el deporte del futuro.



En los últimos años es creciente la falta de empatía entre propietarios de gimnasios e instructores de fitness grupal. La disconformidad de unos con otros, en líneas generales, es mutua. La mayoría de los instructores ni siquiera tiene en claro que el gimnasio es un negocio y que la problemática de la desertión de clientes los involucra a ellos también.

Ocurre que en el mercado actual, a un instructor de fitness grupal ya no le alcanza con recibir formación técnica externa para mantenerse competitivo. La industria ha sufrido una gran metamorfosis y aquellos instructores de clases colectivas que sepan adaptarse y transitar esos cambios tendrán mejores oportunidades laborales en el futuro.

A continuación describiré los 4 cambios principales a los que hago referencia:

1) De "ilusión de profesor" a empresa

La mayoría de los gimnasios en Argentina son manejados por instructores de fitness o por profesores de educación física. Veinte años atrás, podíamos soñar con tener nuestro propio gimnasio, sólo con el título bajo el brazo, un montón de ilusiones y una cuota de fanatismo por esta actividad, pero con ningún conocimiento comercial o administrativo.

Con los años, la falta de una gestión profesional llevó lamentablemente al fracaso a la mayoría de esos emprendimientos. El "creómetro", como patrón de comportamiento, se transformó en el mayor enemigo de los propietarios de gimnasios y administradores de clubes deportivos que no supieron medir resultados ni gerenciar sus empresas.

Esto también es válido para el Instructor de Fitness Grupal que aún hoy "cree" que su clase funciona bien o mal, según su propia percepción de la realidad. Pero no sabe si ésta es rentable o no, porque nadie le habla de números ni de promedios de participación de clientes, para que éste sepa si su rendimiento en la sala es realmente efectivo.

Es hora que el Instructor de Fitness Grupal comience a trabajar conociendo, en principio, la visión, la misión y los valores que tiene su gimnasio como empresa. Luego, deben fijárseles metas y objetivos concretos, que le permitan al propietario o al coordinador del gimnasio evaluar su desempeño y tomar decisiones acertadas.

2) De "coordinador" a Fitness Manager

Históricamente la principal tarea del coordinador de un gimnasio ha sido tener su bolso listo en el vestuario, con una muda extra de ropa, para subirse a la



**Fuimos los primeros,
somos los primeros.**

P-equipe fue la primera empresa argentina dedicada a la fabricación de equipamiento para el Método Pilates y aún hoy lidera el mercado.



LÍNEA PREMIUM

Calidad Superior

Para uso intensivo

Libre de mantenimiento

Estándares de calidad internacional

Post-venta garantizada



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



tarima y cubrir a los instructores de fitness que faltan sin aviso previo. El coordinador funciona la mayoría de las veces como un verdadero fusible que resuelve lo urgente, pero no lo importante.

Hoy las necesidades cambiaron y ese coordinador tiene que transformarse en un administrador de la Sala de Fitness Grupal. Para esto, debe obtener datos precisos sobre su cronograma de clases, semana tras semana, midiendo variables esenciales que muchas veces ni conoce: desde promedios de participación hasta factores de ajuste.

Gran parte de esa información debe compartirse con los instructores de fitness grupal en reuniones periódicas de trabajo para evaluar desempeños en forma objetiva y establecer nuevas metas, generales e individuales. Un instructor que trabaja sin objetivos y sin el liderazgo mínimo de un Fitness Manager está, invariablemente, de paso por el gimnasio.

3) De "alumno" a cliente

Los gimnasios no tienen alumnos, tienen clientes. Y los clientes son del gimnasio, no del instructor. Un número importante de instructores no conoce o resiste todavía estos conceptos. Y esto sucede porque la mayoría se formó en el ámbito de la educación física o en instructorados en los que aún se ma-



neja el binomio "instructor - alumno" y no se contempla, en su plan de formación, al gimnasio como empresa o ámbito laboral.

Las palabras son tan poderosas que generan realidades. Instalar la palabra "cliente" en el lenguaje de los instructores es el paso inicial para que estos puedan dimensionar su verdadera misión como agentes de salud y bienestar dentro del gimnasio.

Una recomendación: no deje a los instructores de clases colectivas afuera de las capacitaciones en marketing, servicio y atención al cliente que usted contrate para el resto de su personal.

4) De "instructor" a Coach Grupal

Gimnasios muy importantes de Alemania, Suiza y Austria, por citar algunos países del primer mundo, tienen en sus entradas o en sus áreas de recepción carteleras con fotos de todo su personal. Y también colocan murales en los que sus *Group Coaches* - así los llaman en lugar de instructores- publican información sobre sus clases grupales.

Para la mayoría de estas empresas, los Instructores de Fitness Grupal son agentes fundamentales en el cambio de comportamiento de sus clientes. Crean en ellos, creen en la magia de las clases colectivas y los entrenan



para acompañar a los clientes en el logro de sus objetivos, ayudándolos a superar sus límites.

Cuando el instructor es entrenado para tratar con personas, se convierte en el agente más poderoso para retener clientes y aumentar drásticamente las participaciones en las salas de fitness grupal.

En conclusión...

Desde Body Systems percibimos que estos 4 núcleos de cambio representan los principales puntos de conflicto entre los gimnasios y sus instructores. Esto se traduce en altos niveles de rotación de instructores y en la insatisfacción que experimentan los propietarios de gimnasios a la hora de conformar sus equipos de trabajo.

Sin embargo, también existen casos exitosos de clubes que establecen políticas modernas de reclutamiento, selección, monitoreo y liderazgo de sus instructores, que les permiten a éstos transitar con mayor facilidad los cambios. Por eso crecen, son rentables y crean sentido de pertenencia, algo difícil de encontrar en nuestro mercado. ■

Profesora de Educación Física, INEF de Buenos Aires. Se ha desempeñado como presentadora y educadora de instructores de Fitness Grupal en 23 países. Actual directora técnica de Body Systems. gretamar@BodySystems.org

**AGUA CALIENTE, CALEFACCION
CLIMATIZACION DE PISCINAS
HOTEL - 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



ULISES 7

MONUMENTAL

CONVENCION INTERNACIONAL DE
RITMOS | FITNESS | PILATES

14/15 | **MACABI**
NOVIEMBRE
2009 | Tucumán 3135
Capital Federal

EL MEJOR EVENTO DEL AÑO

En sólo dos días, los profesionales
que te inspiran y las novedades
que tenés que conocer.


¡UN ENCUENTRO IMPERDIBLE!



INFORMES E INSCRIPCION

4784.1074 / 4855.0186

www.ulisespuiggros.com

ULISES PUIGGROS 
FITNESS SERVICES

info@ulisespuiggros

Fitness
Beat 

info@fitnessbeat.com



EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

PROLINE X

ESTILO Y CALIDAD
UNA ELECCION INTELIGENTE...

LINEA AEROBICA



CODIGO 10000 XP V8
CINTA ELECTRONICA
PROFESIONAL
PROLINE XP

NUEVO
MODELO

SWING FIT

PLATAFORMA
VIBRATORIA

- Programación de intensidad manual.
- 3 opciones de programas preestablecidos.
- Moderno diseño y solida estructura especial para uso intensivo en gimnasios, spa y centros de rehabilitación.



NUEVO
LANZAMIENTO

Fabricada y garantizada por
Máquinas Sanmartino srl.



CODIGO 10007 A
INDOOR BIKE



CODIGO 10010
ESCALADOR ELIPTICO
CON TRABAJO DE BRAZOS

LINEA PILATES

- REFORMER
- COMBO CHAIR
- LADDER BARREL
- CORRECTOR ESPINAL
- MEDIO TRAPECIO
- BOX



CODIGO 12000 A
REFORMER PRO LINE
DELICADA COMBINACION
DE METAL Y MADERA



CODIGO 2006 -A
SILLON
DE CUADRICEPS

Fábrica y Ventas:

Las Heras 978 • (5800) Rio Cuarto - Córdoba
• Telefax: (0358) 4648213 - Tel.: (0358) 4640414
Celular: (0358) 154 203393 - 156-541184

maquinassanmartino@arnet.com.ar

WWW.MAQUINASSANMARTINO.COM

ENVIOS
A TODO EL PAIS





Por David Miller (*)

Estrategias de marketing para el crecimiento

Al intentar delinear un conjunto de principios y prácticas que tienen como fin lograr el crecimiento de un club o gimnasio son varios los puntos a tener en cuenta. A continuación, presentamos un esbozo de los principales:

- Los errores y aciertos más comunes en el marketing de gimnasios.
- Cómo maximizar las acciones de marketing con poco presupuesto.
- Promociones de bajo costo.
- Campañas exitosas e ideas creativas para atraer nuevos miembros.

Existen **distintos tipos de gimnasios**, unos más grandes, otros más pequeños, todos **con diferentes necesidades**. Brindar respuestas que satisfagan específicamente a todos no es posible.

Aquí se tratará de **proponer parámetros** que puedan ser aplicados, algunos **conceptos e ideas** que quizá no sean nuevas, pero que se puedan ver con una **óptica renovada** para **ponerlas en práctica** de inmediato.

1ra premisa: el equipo de ventas

Así se denomina al conjunto de personas que tiene la responsabilidad de vender membresías, contestar las llamadas telefónicas de gente que pide información y atender a los visitantes que llegan por primera vez a asesorarse. Cumplen una tarea indelegable, distinta de la que realizan las recepcionistas.

2da premisa: esfuerzo localizado

En el caso de las cadenas de gimnasios, el esfuerzo debe ser localizado, o sea, particular de cada unidad o sucursal, independientemente de las acciones hechas a nivel general. Ya sea una cadena o un club pequeño, un esfuerzo de marketing localizado, es decir, más concentrado en el área de influencia comercial primaria del gimnasio, tendrá un **mayor nivel de éxito**.

3ra premisa: no hay reglas fijas

¿Cuál es el principio a respetar para aumentar la demanda? **No hay reglas fijas**. No es posible establecer un parámetro que pueda utilizarse en todos los gimnasios. **Depende de factores específicos** que varían según las ca-



Campañas exitosas e ideas creativas para atraer nuevos miembros.

No todos conocen lo que su barrio les ofrece.

racterísticas de cada gimnasio, de su ubicación, de su visibilidad y accesibilidad, de la competencia, del nivel socioeconómico de la población de la zona, de la densidad demográfica, etc.

Conocer estas premisas le permitirá poner en práctica adecuadamente en su empresa un **programa** de procedimientos y recursos tendiente a aumentar las ventas. Lo importante es **ponerse en marcha** en esa dirección.

Los errores más comunes

- **No hacer nada versus tratar de hacerlo todo.** Muchas veces, el problema primordial es que no se hace ningún esfuerzo de mercadotecnia. Se instaló el club, se cuenta con instructores, programas y actividades, pero no se informa a la comunidad el mensaje de que existe este club. No se establece un plan de difusión. Se realizan acciones sin medir resultados y sin saber en qué dirección nos llevan.
- **No involucrar a los usuarios.** Los miembros del club son una parte muy importante del marketing, particularmente en los clubes independientes, que no cuentan con presupuestos

importantes. Cuando existe la posibilidad de hacer algún tipo de acción de mercadeo, como una fiesta social o una "master class", se debe tratar de involucrar a la mayor cantidad de miembros posible así como a la comunidad.

- **No involucrar a la comunidad cercana.** Los barrios que conforman cualquier ciudad están compuestos por diferentes comunidades. El gimnasio, en cada uno de ellos, debe hacer un esfuerzo para reunir al conjunto de las personas de la zona en distintas actividades. ¿Cómo? Ofreciendo visitas gratis, por ejemplo, para que una vez al mes o cada tres meses, cualquier vecino pueda conocer las instalaciones y lo que éstas ofrecen.

- **Publicidad masiva.** Probablemente sólo en el caso de las grandes cadenas de gimnasios se tenga el capital suficiente para utilizar medios masivos de comunicación. Sucede que los **costos** para anunciar en radio, televisión y periódicos de gran alcance, **son muy altos.** Entonces, los gimnasios y clubes independientes necesitan darse a conocer en un radio determinado de cuadras, muy restringido, a fin de **crear una comunidad dentro de la comunidad que ya existe.**

Los aciertos

- **Visitas corporativas.** Con un esquema bien estructurado, con una base de datos sobre las empresas o entidades cercanas al gimnasio, se puede lograr que esas empresas o comercios de la zona, se acerquen con sus empleados y hagan uso de sus instalaciones.

Por lo tanto, hay que esforzarse para llegar al director general al director de Recursos Humanos y convencerlos de los beneficios que la actividad física acarrearía para el personal que trabaja en una actividad sedentaria o estresante. Hay que mostrarles las mejoras que la empresa obtendría al contar con trabajadores que rinden de manera más eficiente en sus tareas.

- **Reparto de volantes.** Es una actividad esencial que no se puede delegar. **Es una tarea de investigación para el dueño o encargado del gimnasio.** Es una manera de interiorizarse y de saber cuál es el mundo que lo rodea. Negocios, colegios y demás instituciones del barrio deben ser visitadas.

Mucha de la gente que vive en el entorno del gimnasio tiene una rutina determinada. Sale a diario de su vivienda en vehículo y regresa en las tardes por el mismo camino. **No todos conocen lo que su barrio les ofrece.** Gracias al reparto de volantes, sus vecinos recibirán en mano o en sus casas la información sobre su empresa.

- **Publicidad zonal.** Significa buscar opciones que realmente den frutos. Alguien que vive alejado del gimnasio



MTD Gym

www.mtdgym.com.ar

Con palanca de acero super reforzada \$ 1.200
Calidad garantizada

Ficha Técnica

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

Moderno Indoor Bike

Caminador elíptico profesional

Alte. Brown 504 Capital Federal / Te: (011) 155 821 8961
México 653 (2000) Rosario / Santa Fe.
Te: (0341) 4575721/4585976/4553057 / 07newedal@infovia.com.ar

El esfuerzo de marketing debe ser localizado.



es muy poco probable que se inscriba. El grueso de los miembros vive o trabaja en las cercanías del club. Entonces las **revistas barriales** son una muy buena alternativa para hacer que el gimnasio sea conocido por este grupo de gente.

Cómo maximizar las acciones de marketing

El esfuerzo debe ser localizado. Hay que concentrarse y conocer a fondo el área de influencia comercial primaria del gimnasio. Las promociones deben basarse en el conocimiento global del barrio y considerar el nivel socioeconómico de sus habitantes.

Intercambios comerciales y alianzas. A partir del conocimiento proporcionado por el estudio del mercado se pueden convenir estrategias de intercambio comercial con empresas o comercios de la zona. La peluquería del barrio, la lavandería, el videoclub, un restaurante, todos pueden resultar excelentes aliados de su gimnasio.

Ofertas atractivas y adecuadas. Evaluar lo que conviene para el negocio es una tarea que **se renueva cada tres meses**. Lo que era productivo en un momento dado puede no serlo hoy. Esta práctica proporciona certezas sobre si lo que ofrecemos sigue siendo atractivo y adecuado para la zona.

¿Cómo se realiza esa evaluación? **Haciendo preguntas** y realizando **campañas de mercadotecnia, promociones y descuentos**. Así se evalúa el producto y sus características respecto del potencial comprador.

Involucrar al equipo de trabajo. Pueden surgir **ideas nuevas** e interesantes a partir del momento en que su equipo de trabajo se siente parte de la empresa. Pueden no ser ideas totalmente definidas ni acabadas, pero a partir de un bosquejo podría surgir una obra de arte antes no imaginada.

Arriesgarse. Ciertas tácticas de venta, como por ejemplo el otorgar un pase de invitado, pueden generar opinio-

nes encontradas entre sus colaboradores. El mayor riesgo pasa por el hecho de que puede aumentar considerablemente el número de usuarios que utiliza el gimnasio y que no paga.

La finalidad es siempre **promocionar el club**. Si el pase de cortesía se obsequia a aquellos miembros que pagan puntualmente para que inviten a dos personas más, el riesgo es mínimo y puede resultar muy beneficioso.

Promociones de bajo costo

Utilizar el dinero ajeno: premios atractivos que promocionen otras marcas. Se trata de hacer promociones, no de gastar dinero. Se realizan **intercambios** con terceras marcas o empresas, para que el cliente obtenga **descuentos** en productos que sean **de su interés**, en el momento de la inscripción. Esto se logra evaluando primero el nivel socioeconómico de los habitantes donde está ubicado el gimnasio y entablando relación con los demás comercios.

Programa de fidelización: Los usuarios satisfechos del gimnasio son sus mejores promotores. La **publicidad boca a**



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.**

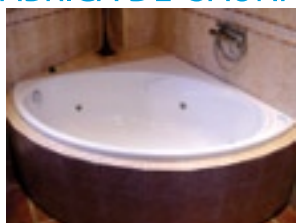
Una poderosa herramienta a la hora de tomar decisiones en base a la elaboración de Informes, Gráficos y Estadísticas.

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
 Visitenos en www.controlgym.com.ar

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

Lo importante es hacer. Mantenerse alerta y actuar.

boca es cada vez más importante en las decisiones diarias. Existen estudios que revelan que un alto porcentaje de consumidores confía en las recomendaciones de amigos y conocidos a la hora de elegir los productos que van a comprar. A los usuarios que acerquen gente interesada al gimnasio, se les puede ofrecer un descuento en su cuota o algún beneficio extra.

Cupones y certificados para premiar a los usuarios actuales: Otras actividades que suele tener un gimnasio, como spa, masajes, entrenamiento personal, guardería etc., se pueden promocionar ofreciendo una sesión gratis o un descuento determinado para el primer mes de uso.

Artículos patrocinados por terceros: Los programas de promociones son muy efectivos. Rifas, regalos navideños, etc. Existen muchos días festivos durante el año, pero es necesario encontrar algo que despierte a la gente y le llame la atención -una vez más, es una cuestión de saber cuál es el perfil de la comunidad- para lograr su entusiasmo con la campaña.

Es fundamental una **estructura de comunicación que funcione**. Todos los usuarios tienen que enterarse de los beneficios que pueden obtener con la promoción. Hay que **involucrar a los instructores**, a los **vendedores**, a las **repcionistas**, con una anticipación considerable a la fecha festiva.

Conclusión

No existe una regla fija para asegurar el éxito en un programa de mercadotecnia.

Cada uno tiene que definir los parámetros y los factores a tener en cuenta que existen en las cercanías del club para poder determinar dónde y cómo se utilizan esos recursos en su programa de marketing.

La empresa requiere un plan creado y planeado con antelación. Conviene anticiparse a la temporada que se avecina para contar con herramientas con las que actuar. Y también hay que evaluar constantemente el plan vigente para tener la seguridad de que es el más conveniente.

La estructura del plan tiene que **ser lo suficientemente flexible** como para poder reaccionar ante los factores que están cambiando constantemente en el mercado.

Se tiene que buscar más allá de lo convencional. Hay muchas ideas que pueden parecer poco aplicables, pero que puestas en práctica resultan muy exitosas. **Lo importante es hacer. Mantenerse alerta y actuar.** ■

(*) Referente de la industria mejicana de clubes, dirigió la revista Clubes & Gimnasios y encabeza hoy la consultora Sports Clubs International.

HAY UN SISTEMA SUPERIOR PARA EL TRATAMIENTO DEL AGUA EN PISCINAS CUBIERTAS.

Con **HIDRION**, el revolucionario sistema que ioniza el agua, las piscinas cubiertas van a estar cristalinas y saludables, sin algas, ni hongos, ni virus, ni bacterias. **BASTA DE CLORO** y productos químicos en la piscina, que afectan la piel y corrompen las instalaciones. **HIDRION** es un equipo fácil de instalar en el circuito de agua de la piscina intercalado entre la bomba y el filtro, que ioniza el agua automáticamente cuando funciona la bomba. **HIDRION** es un sistema ecológico de extraordinario éxito en Europa.

El diagrama ilustra el sistema Hidrion instalado en un circuito de agua de una piscina cubierta. El agua fluye desde un filtro hacia una bomba, luego a través de un interruptor diferencial y un controlador de ionización, para finalmente pasar por una celda ionizadora antes de regresar al filtro. Una imagen de una piscina cubierta se muestra en el centro del diagrama.

Hidrion
TRATAMIENTO DE PISCINAS

REPRESENTANTE EXCLUSIVO
Controles y Servicios SRL
controlserv@fibertel.com.ar

0-800-266-0607

www.naopressao.com.ar



tiempo libre

NÃO
PRESSÃO

fitness

Senador Morón esq. Mattaldi - Bella Vista - Buenos Aires - Argentina
En Argentina: 011 4666 9484 / 15 6514 5100 - Exterior: +5411 4666 9484 / +54911 6514 5100
Email: naoindumentaria@hotmail.com

10th IHRSA FITNESS BRASIL LATIN AMERICAN CONFERENCE & TRADE SHOW

DEL 22 AL 24 DE OCTUBRE | TRANSAMÉRICA EXPO CENTER | SAN PABLO, BRASIL

Oradores Principales



Ricardo Amorim



Flávio Godinho



Casey Conrad



Ginha Nader

¡INSPIRACIÓN PARA INNOVAR!

CONGRESO

Con foco en la innovación y en las nuevas dimensiones que la tecnología digital ofrece, reunimos a especialistas renombrados dentro y fuera del sector del fitness y el bienestar, con experiencia internacional y con una visión aguda sobre las perspectivas futuras de crecimiento de esta industria, que mejora la calidad de vida de millones de personas.

FERIA COMERCIAL

Con 16.000 m² y más de 130 expositores, en este espacio se realizarán lanzamientos de nuevos productos y servicios de las empresas líderes de la industria del fitness y el bienestar.

INFORMES E INSCRIPCIONES

www.fitnessbrasil.com.br

FITNESS SHOP

www.fitness-shop.com.ar

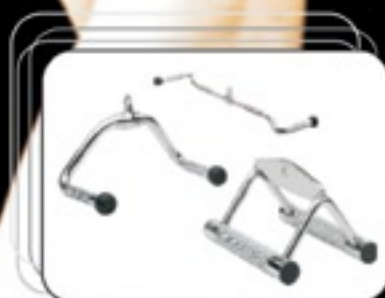
Franquicias - Ventas por mayor y menor.

Equipamientos para el hogar y gimnasios.

Accesorios Fitness, Boxeo, Natación, Artes Marciales.

Envíos a todo el país.

Los mejores descuentos a Gimnasios.



EVERLAST

ULTIMATE NUTRITION

body sculpt

Universal Nutrition

speedo

SCHNELL SPORTWEAR

SUDAMERICAN FITNESS

EMBREEX

PRECOR

RANDERS®

CONSULTAS: www.fitness-shop.com.ar . fitnessshop@live.com.ar

ALBERTI 1687 . Tel.: (0223) 451 2073 - CATAMARCA 1663 . Tel.: (0223) 491 0739

Mar del Plata - Buenos Aires - Argentina

ENTRE RÍOS

Concordia tiene su Cámara de Gimnasios

La ciudad de Concordia, en la provincia de Entre Ríos, ya cuenta con su propia Cámara de Gimnasios. La misma está integrada por la mayoría de los centros de acondicionamiento físico que funcionan en esa localidad entrerriana. Según los directivos de la entidad, los objetivos de la Cámara son:

- Unificar criterios de funcionamiento relacionado con esta actividad;
- Mejorar la calidad del servicio;
- Concientizar a la población de los beneficios de hacer actividad física;
- Actualización de técnicas;
- Organización de eventos.

La Cámara de Concordia prevé mantener reuniones periódicas para analizar los asuntos de interés para el sector. Los gimnasios que la integran actualmente son: Atenas, ATP, Azarián, Axion Fitness, Club Vasco, GymDance, CIN, Collage, El portal, El tiempo del equilibrio, Evolution, Fitness Gym, Maranhao, Neo Gym, Nikaia, Performance, Praxis, Sol Naciente, Swimming. ■

Comisión Directiva

La comisión directiva de la flamante cámara está compuesta de la siguiente manera:

- Presidente: Héctor Amengual (Maranhao)
- Vice Presidente: Juan Presas (Neo Gym)
- Secretario: Julio Gonzáles (Fitness Gym)
- Pro Secretario: Verónica Torrano (Praxis)
- Tesorero: Martín Landa (Performance)
- Pro Tesorero: Alberto Voscoboinik (Sol Naciente)
- Vocales Titulares: Mateo Orlandini (Nikaia), Maximiliano Loiacono (El Tiempo Del Equilibrio), Federico Díaz (El Portal).
- Vocales Suplentes: Guillermo Avio (Azarian), Andrea Ponce (Atenas), Dante Joannas (Axion Fitness) Rogelio Cáceres (ATP) Marcelo Ianello (Club Vasco).



Venta mayorista de barras y discos olímpicos, agarres, mancuernas, trampolines, colchonetas y gym balls (3 diámetros) 65-75-85 c/inflador

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



Soluciones y servicios Electrónicos

SERVICIO Y ASESORAMIENTO TECNICO ESPECIALIZADO EN CLUBES Y GIMNASIOS

AUDIO - VIDEO - TV - SONIDO & ILUMINACION PROFESIONAL - MUSICA FUNCIONAL - ACUSTICA - CONTROL DE NIVEL SONORO - ELECTRONICA GENERAL

- * Instalaciones
- * Mantenimiento Preventivo
- * Reparaciones
- * Aislación de Ruido

+ 54 11 155 4124879 + 54 11 46117210
www.sys-electronicos.com.ar
info@sys-electronicos.com.ar



POLAR

Distribuidor Oficial en Argentina

Tel. 011 4716-0857
Cel. 15-62869034
info@universogym.com.ar

Polar - Garmin - Suunto - Sigma - Tressa - Reebok
Oregon Scientific - Plataformas Vibratorias - Pro Space - Casio

www.universogym.com.ar



33 EQUIPAMIENTOS MÉTODO PILATES

www.33pilates.com.ar

COMPRE EN FÁBRICA SIN INTERMEDIARIOS

Tel. (03488) 154 09189 / (03488) 469226 / info@33pilates.com.ar

En Mar del Plata también



El 27 de agosto pasado, en instalaciones del Plaza Club de Mar del Plata, quedó conformada la **Cámara Marplatense de Titulares de Centros de Acondicionamiento Físico y/o Prácticas Deportivas (CAMDEP)**. Estuvieron presentes los propietarios de los siguientes gimnasios: K10, Squat Gym, LongZhu, Frontini, Flex, Axion, CEAf, Merodio, Solana, Fusion, Elfos, Evolution, Gol's, Mares, XSport, Vitalite, y de los natatorios Aguas Blancas, Frontini, Rosso, Stadium, Lafayette, Plaza Club.

La CGA en Expo Wellness 2009

La Cámara de Gimnasios de Argentina (CGA) estará presente en la edición 2009 de **Expo Wellness**, que tendrá lugar los días 22 y 23 de octubre en el predio ferial de Costa Salguero, en Buenos Aires. En este evento, la CGA atenderá las consultas de sus asociados y de aquellos clubes y gimnasios que deseen asociarse. Además el plantel ejecutivo de la cámara dictará una charla informativa sobre la labor de esta entidad.

"Es importante contar con el compromiso y la participación de todos los que integran este sector en Argentina. Por eso, no pueden faltar a este encuentro", destaca un vocero de la CGA. Las siguientes empresas apoyan el trabajo que la cámara viene realizando: Uranium Fitness, Mir Fitness, Admit One, Gatorade e Intrawebs. Por más información visite www.camaradegimnasios.org.ar



Visítenos en el stand A-15
Y obtenga importantes descuentos en su compra.



FENIX Machines[®]

REPUESTOS & ACCESORIOS PARA EQUIPAMIENTOS DE MUSCULACION INDOOR CYCLE Y PILATES






**NUEVOS SERVICIOS
VENTA DE EQUIPAMIENTO**

Profesional y Residencial

MAQUINAS DE MUSCULACIÓN
BICICLETAS DE INDOOR
EQUIPAMIENTO CARDIOVASCULAR
EQUIPOS DE PILATES
(IMPORTADOS Y DE LAS PRINCIPALES MARCAS DEL PAÍS).




**Reciclado de Equipos Usados
Garantía en todos los artículos**




ENTREGA INMEDIATA EN TODO EL PAIS

**DISTRIBUIDOR EN CAPITAL FEDERAL
SATURN SUPPLEMENTS**

Flores: José Bonifacio 3101 | 4613-0025
Balvanera: Av. Entre Ríos 662 Local 7 | 4381-9362







Ricardo Rojas 1253 | Quilmes | Bs. As. | Argentina
Te: (54-11) 4200-1798 / 1444 | id: 301*1931 / 2
Cel.: 15 - 6593 - 7320
E-mail: info@fenixmachines.com.ar
Site: www.fenixmachines.com.ar

Plataformas vibratorias

DKN Technology en Argentina

Esta marca, de origen francés, llega al país de la mano de Mir Fitness. La empresa pondrá especial énfasis en la capacitación y certificación de los entrenadores.

La firma **Mir Fitness** es el flamante representante oficial para Argentina de las plataformas vibratorias **DKN Technology**. Según **Gustavo Miranda**, titular de Mir Fitness, el modelo que están importando es el **DKN XG10**. "Se trata de una plataforma profesional, apta para gimnasios, con sistema de vibración **WBD (Whole Body Vibration, vibración total del cuerpo)**, es decir que no es oscilatoria", destaca el empresario.

Esta plataforma DKN tiene dos años de garantía y un valor de mercado de 5200 dólares americanos. "El precio incluye además la capacitación para 2 profesores y también para 2 personas del área comercial del gimnasio, que serán las que estén a cargo de la venta de los programas de entrenamiento con la plataforma", agrega Miranda.

"Además -prosigue-, con la compra del producto, el gimnasio recibe materiales de promoción como remeras y pósters". Miranda tiene planeado poner especial énfasis en la capacitación y certificación de profesores. "A quienes ya se hayan certificado con nosotros, vamos a ofrecerles formación continua on-line", asegura el empresario.

Para Miranda el principal diferencial de su producto es el precio. "Ofrecemos una plataforma de excelente calidad, a menor precio que otras similares. El chasis de nuestro equipo es de acero, el panel de control tiene un entrenador virtual que indica la posición correcta del ejercicio, cuenta con 5 programas de entrenamiento, su forma rectangular hace que sea muy cómoda para entrenar y posee una estética muy moderna", concluye. ■

Más información en www.mirfitness.com.ar

Gustavo Miranda, Jean-Pascal Ralhier y Mathieu Roques



FITNESS GYM

Equipamiento Integral para Gimnasios

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

¡Nueva Línea!
Lanzamiento

Fitness
GIRCO SYSTEM

Giro Tonic

"Única en Argentina"

Deluxe

Carga

Cardio
Vascular

ECONOLINE

Body &
Exercise
Plans



Resistencia **Cero**

"CINTA PROFESIONAL USO INTENSIVO"

3 HP RC-07



Visitenos en www.maquinasdegimnasios.com.ar y en www.resistenciazero.com.ar **EMPEZAMOS A TRABAJAR EL FINES DE SEMANA TECNICO**





Escalar. Dar zancadas. Hacer pasos largos, cortos. Hacia arriba, hacia abajo. Resistente. Más resistente. Hacia adelante. Hacia atrás. Repetir.

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

Precor ofrece un paquete completo con la calidad en su equipo de Fuerza, superioridad Cardiovascular, Entretenimiento accesible, y Servicios completos.



REPRESENTANTE Y SERVICIO TÉCNICO
EXCLUSIVO EN ARGENTINA Y URUGUAY



ARGENTRADE SRL

TEL: 0221-471 2323 • mktg@randers.com.ar

PRECOR®

© 2009 Precor Incorporated

¿Cuál es la temperatura ideal dentro del gimnasio?

El rango ideal de temperatura del aire en los clubes de fitness es de 20 a 22 grados, según lo establece el **Colegio Americano de Medicina del Deporte (ACSM)** en su "Guía de Normas y Directrices para Gimnasios y Centros de Salud".

Según esta publicación, **vestuarios y pasillos** se sienten confortables para los usuarios a 22 grados. Durante los meses de verano, estas áreas se pueden mantener, sin recibir quejas, a una temperatura ligeramente superior para ahorrar en costos de refrigeración.

En las **zonas de ejercitación**, es preferible que la temperatura esté cerca de los 20 grados. Una temperatura muy por debajo de ese nivel sería un derroche innecesario de electricidad. Y, por el contrario, una temperatura por encima de los 22 grados puede resultar muy incómoda y provocaría el malestar de los socios que están entrenando.

Humedad y movimiento del aire inciden en la forma en que los miembros perciben la temperatura. Una alta humedad hará que el espacio se sienta viciado y los socios tendrán la sensación de un ambiente caluroso, aunque la temperatura del aire esté en un rango cómodo. Los ventiladores harán que los miembros se sientan más a gusto, ya que el aire en movimiento provocará la evaporación más rápida del sudor de la piel.

Es necesario tener presente que el diseño de las instalaciones y el uso que se les da puede provocar cambios significativos en los rangos de temperatura a respetar. En las zonas más activas se tendrá 20, 21 o 22 grados, según el calor generado por los equipos cardiovasculares, lo cual depende de la cantidad de equipos y de sus patrones de uso.

Los niveles de humedad, el flujo de aire y el intercambio de aire con el exterior son también variables importantes a considerar, dependiendo del clima del lugar y las características físicas de la estructura. **Incluir ventiladores** estratégicamente colocados, en el techo o alrededor de la sala, mejora la circulación del aire, disminuyendo de esta forma la necesidad de poner en marcha equipos de refrigeración o de calefacción.

Establecer un estándar para la **sala de clases grupales** es más que un desafío, ya que las diferentes disciplinas pueden presentar diversas necesidades de temperatura. Yoga, estiramiento y algunas clases basadas en colchonetas requieren temperaturas más cálidas (entre 21-23 grados), mientras que las clases de alta intensidad, con gran ocupación, pueden requerir ajustes que lleven la temperatura a 18-20 grados. ■



La empresa británica **Big Ass Fan** fabrica ventiladores con la ingeniería HVLS que significa alto volumen y baja velocidad. Es decir que mueven gran cantidad de aire por su tamaño (desde 1,80 metros hasta 7,30 metros de diámetro) a baja velocidad. Esto último se traduce en menos energía utilizada para la operación.

Con este tipo de ventilador, muy silencioso, se logra una constante circulación, eliminando el estancamiento y el aire viciado que a menudo permanece en las instalaciones deportivas, resultando efectivos para contrarrestar el factor humedad que afecta a los centros de fitness.

Para más información visitar www.bigassfans.com

Note: Este artículo fue escrito para IHRSA por Rob Bishop, de Elevations Health Club (USA), y Bonnie Patrick Mattalian, presidente de The Club Synergy Group Consultants (USA).

La mayor fábrica de fitness para el hogar ahora equipa tu gimnasio



Directo de Fábrica



Loc. Martínez 4796-2801-47176736 - Urquiza 4553-8961/74 - Rivadavia 47225588 - Rosario (0341) 4492422 - Mendoza (0261) 5243693/4 - Córdoba (0351) 40767077 y los mejores Shopping del país. Merca Fitness, S.R.L. - Av. Alvarez Thomas 1899 - Capital Federal

Athletic se reserva el derecho de proceder cambios de orden técnico y de diseño sin previo aviso. Promoción válida hasta agotar stock. de 50 unidades de Extrem 3000 Bh y Extrem 2000 Bvp y 130 unidades de Extrem 2000 Bs. Las fotos son solamente ilustrativas.

Bicicleta marca Athletic Modelo Extreme 2000 Bvp. Origen China.



Promoción: con la compra de 4 unidades, la 5ª te la llevás sin cargo

Bicicleta marca Athletic Modelo Extreme 2000 Bs. Origen China.



Bicicleta marca Athletic Modelo Horizontal 3000 bh. Origen China.



www.athletic.com.ar

Athletic

BEST FOR LIFE

Te ofrecemos la más amplia variedad en equipamiento profesional para tu gimnasio, con entrega inmediata de toda la línea y al mejor precio del mercado. Comprobalo visitando nuestro showroom o solicitando vendedor y catálogo.

TE 9929 EP

Caminador elíptico profesional



Programable. Gran computadora digital con sistema de gráfico de barras y varios programas de ejercicio incorporados. Medición de pulso.

TE 8890 M

Escalador Profesional



Resistencia variable en varios niveles para ejección. Gran computadora central. Indicación de pulso cardíaco por sistema de contacto. Medidas 121 cm. largo x 77 cm. (ancho) x 160 cm. (altura).

TE 9925

Caminador elíptico profesional



Caminador Elíptico/Escalador. Equipo 2 en 1. Pedales ajustables. Computadora digital multifunción. Resistencia variable y ajustable en hasta 8 posiciones. Medidas de 1,30 m (largo) x 0,64 m (ancho) x 1,67 m (alto)

TE 9971/1EP

Bicicleta Electromagnética



Bicicleta Electromagnética. 21 programas incorporados, incluyendo Programa con frecuencia cardíaca.

TE 9905

Bicicleta Magnética Profesional



Computadora con display Jumbo. Medición de frecuencia cardíaca de alta precisión. Equipada con hand pulse. 8 niveles de resistencia. Manubrio ajustable en altura. Asiento regulable en altura

TE 103 PRO/AC

Cinta Motorizada Profesional



Motor de 3HP CA de Verdad! (cuando compares no olvides de comparar el motor)



Motor de C.A de 3 HP. Vel. de 1 a 22 Km/h. L. elect h/ 18 %. Gran computadora con display LCD color azul de fondo y "backlight", caracteres color blanco, 8 programas de entrenamiento incorporados + 1 manual banda de rodamiento de 155 x 58 cm.



TE 106 PLUS

Cinta Motorizada Profesional



Plegable. Motor 2,5 HP. C.C Vel de h/20 Km/h. L. elect h/15%. Gran computadora 20 programas. Sistema de ventiladores, zócalo para conectar MP3 con 2 parlantes incorporados. Banda de 150 x 51 cm.

TE 9917

Bicicleta Magnética Profesional



Computadora de display Jumbo, mide tiempo, velocidad, distancia, pulso, calorías. Medición de grasa corporal. Equipada con Hand Pulse. Asiento regulable en distancia.

TE 943 A

Indoor Bike Profesional



Indoor Bike. Única en su categoría. Diseño de última generación. Volante de inercia de 18Kg. Con freno central. Asiento regulable en altura y distancia

TE 948 PRO

Indoor Bike Profesional



Indoor Bike de excelente estética y gran robustez. piñón fijo, volante de inercia de 18Kg. Manubrio con apoya brazos y varias posiciones. Asiento regulable horizontal y verticalmente. Pedales con punteras. Sistema de variación de resistencia por sistema de palanca.

TE 9510

Bicicleta Magnética Profesional



Bicicleta Recumbent de alta performance. Excelente diseño y terminación estética, en colores rojo y gris oscuro

'Reasons to Run', según ASICS

Por qué corren los europeos

En Europa se realizan anualmente un total de 494 maratones. Y en los últimos 12 meses, 33 por ciento de las mujeres europeas ha comenzado a correr. Ante estos datos alentadores, la marca de calzado deportivo ASICS encargó la realización de una encuesta para determinar cuáles son los motivos que llevan a la gente a correr.

Ponerse en forma -para el 54% - y **perder peso** -para el 40%- son las dos principales razones por las que los europeos comienzan a correr. A medida que pasa el tiempo, los avances no son sólo físicos sino también mentales y los corredores descubren otros beneficios en esta actividad como diversión (34%) y aliviar el estrés (35%).

Estos datos surgen de la investigación 'Reasons to Run' de ASICS, realizada por el instituto Synovate entre más de 3500 atletas de Gran Bretaña, Francia, Italia, España, Holanda, Bélgica y Alemania. En la actualidad, en estos países hay unos 80 millones de corredores. Aproximadamente 36 por ciento de los europeos de entre 15 y 65 años corre regularmente por calles, parques, bosques y gimnasios del viejo continente.



En media, los europeos desean perder 6,1 kilos cuando corren. Los británicos son los que más llevan a sus bebés a correr; los italianos tienen el porcentaje más elevado de miembros en clubes para correr (13%); los alemanes son corredores diligentes a los que no les gusta abandonar; y los franceses corren principalmente por diversión.

Para los españoles correr es una parte importante de sus vidas. De hecho, su pasión por este deporte los lleva a correr, como media, diez veces al mes, lo que los convierte -junto a los italianos- en la nación que más corre de todas. A la hora de correr, los españoles son más propensos a buscar compañía y prefieren hacer esta actividad en horas de la tarde.

Para más detalles sobre esta investigación visite www.everythingaboutrunning.asics.eu ■

Fuente: PRNewswire

Diseño, calidad y el mejor precio del mercado

Equipamiento integral para Gimnasios

XFIT

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

PROMO 11
Bicicletas Indoor
+
Tarima para profe
\$12.300

Bicicleta Indoor

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

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

CONTROL DE ACCESO POR
Huella digital y Tarjetas

TODO EN UNO

"Ningún socio puede olvidarse los dedos."

www.supergympro.com.ar

ChiRunning®

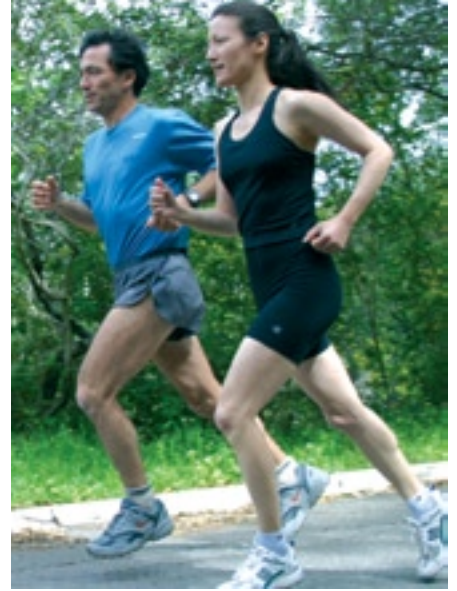
Correr sin riesgo de lesiones

En Estados Unidos más de 24 millones de personas corre con regularidad. Y 65 por ciento de los corredores en ese país se ve obligado a dejar de correr, al menos una vez durante el año, a causa de una lesión. A esto hay que sumar otros tantos que abandonan la actividad definitivamente por ese motivo o por el temor a sufrir daños permanentes.

Ante esta realidad, **Danny Dreyer**, un experimentado corredor norteamericano, desarrolló **ChiRunning®**, una técnica mediante la cual procura enseñar a los corredores la forma correcta de trotar, desde un punto de vista biomecánico, en consonancia con las leyes de la física y con los antiguos principios del movimiento que están presentes en el Tai Chi.

ChiRunning® combina el enfoque interno y el flujo del Tai Chi con la fuerza y la energía de correr para crear una nueva forma y filosofía, que elimina los latidos fuertes del corazón, el dolor y el daño potencial de las lesiones. Al igual que en Yoga, Pilates y Tai Chi, con esta técnica se trabajan los músculos de la zona central, buscando integrar el cuerpo y la mente para así alcanzar el bienestar como un resultado a largo plazo.

Uno de los aspectos en que mayor énfasis pone esta técnica es la postura, ya que el cuerpo debe estar bien alineado, las caderas en armonía con los tobillos, los hombros con las caderas, y el cuello erguido, pero siempre libre de tensiones y en una misma línea con el mentón. De este modo, el cuerpo fluye



a medida que avanza en su carrera.

Para lograr una postura alineada mientras se corre, los músculos abdominales situados detrás del ombligo deben estar firmes para así permitir que la pelvis se balancee suavemente al ritmo de cada paso. El pie es otro punto importante a tomar en cuenta, ya que lo primero que se debe apoyar en el suelo es la parte media de la planta. Así la distribución del peso es más natural y el impacto sobre las articulaciones es menor. ■

Más información en www.chirunning.com

esféricos estudio
de María del Huerto Segura

CAPACITACIONES
EsferoDinamia
Pilates on the Ball

Distribuidor Exclusivo
de Balones ITALY
y Accesorios de Pilates

www.esfericos.com.ar / info@esfericos.com.ar
Tel.: (54 11) 4941-2836 / (011) 15-6196-9419

NUEVOS ESPESORES

- 5mm
- 7mm
- 10mm

BONIFICACIONES ESPECIALES

PROTEC ENCASTRABLE
PISOS DE GOMA PARA CLUBES Y GIMNASIOS

MATERIAL RECICLADO

MAT PRO
DISTRIBUIDORES OFICIALES

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

Fábrica de camas de pilates

RC MÁQUINAS

\$2799 Precio sujeto a cambio sin previo aviso

Tel: 03541 425714, Cel: 03541 15577745, r.c.maquinas@gmail.com

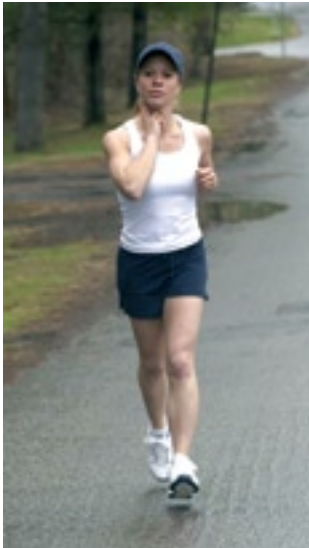
SOMOS FABRICANTES

NEW SPA

Cabinas de Ozono - Cápsulas Termoadelgazantes - Camas Solares
Aparatos de Pilates - Hidromasajes - Saunas - Duchas

TE: (011) 153 037-1975 / 153 004-2999
www.new-spa.com.ar

El uso del podómetro



La promoción de la actividad física para prevenir la aparición de patologías cardiovasculares, diabetes y otras enfermedades crónicas se ha convertido en un asunto prioritario en las sociedades desarrolladas, cada vez más amenazadas por los problemas derivados del sedentarismo.

El desafío es conseguir que los ciudadanos se muevan asiduamente y alcancen los 30 minutos diarios de ejercicio que recomienda

la **Organización Mundial de la Salud**. En un estudio realizado en Australia y publicado en 'PloS Medicine', se comprobó que una de las **estrategias más eficaces** para que la población se mueva es **el uso del podómetro**: un pequeño dispositivo que cuenta los pasos que se dan y que sirve de guía y estímulo para observar si se alcanza el número ideal de **10 mil pasos diarios**.

Los autores del estudio llegaron a esa conclusión luego de analizar seis estrategias para incitar a la población a llevar una vida más activa: los efectos del programa **TravelSmart**, una campaña para que la gente se desplace menos en automóvil y circule por caminos destinados a los transeúntes; pedir consejo al médico de familia y que éste les indique sesiones de ejercicio físico tuteladas por un fisiólogo; ejercicios y explicaciones al respecto difundidas por Internet; y campañas informativas en medios de comunicación.

No obstante, según los investigadores señalan en este trabajo, "es altamente probable que **poner en marcha al mismo tiempo todas las estrategias** que hemos evaluado sea lo más eficaz a la hora de conseguir una mejora significativa en el estado de salud de la población y un ahorro de costos a los sistemas sanitarios". ■

Lanzan celular con podómetro

Motorla lanzó su modelo **MOTO W7**, un equipo 3G de gama media baja, dirigido al segmento joven que disfruta del deporte y la música. Este equipo tiene incorporado un podómetro, aplicaciones de fitness y acelerómetro sensible a los movimientos del cuerpo, a la orientación y a los gestos de las manos. Además, incorpora la aplicación Midomi que permite que el celular reconozca la música que el usuario canta o tararea. ■

Fuente: www.ebizlatam.com

GO

¡Mover para Gente Activa!

Enterate de nuestras propuestas comerciales haciendo click en el link Mayoristas de www.planetago.com o comunicate al teléfono: 54 341 4452062

Locales Exclusivos:
Corrientes 966 : Roca 962 : San Lorenzo y Mitre : Mendoza 3838 : San Martín 5069 :
Córdoba 7862 : Hiper Libertad L.923

Rosario - Santa Fe - Argentina



Por Pablo Acevedo (*)

Cómo incrementar el consumo interno

Los centros deportivos con mayores tasas de crecimiento en el número de usuarios no son necesariamente los que experimentan mayores incrementos en sus volúmenes de ingresos. De hecho, existen otras vías para aumentar la facturación, básicamente, **fomentando que los usuarios que ya están en el club consuman más**: esto es incrementar el consumo interno.

La rentabilidad del servicio de una empresa se puede medir en función del margen unitario multiplicado por el volumen y dividido por la inversión.

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Margen unitario} \times \text{volumen}}{\text{Inversión}}$$

Fórmula Dupont

Esta ecuación refleja que a menor inversión, mayor será el margen de beneficio. Pero si bien esto suena como la situación ideal, también existe un resultado oculto que es producto de ese mayor volumen. Esto es: masificación y por lo tanto mayor incomodidad para los usuarios.

La estrategia de toda empresa es gestionar en función del control de sus costos y aumento de sus ingresos. Pero ésta no debería basar sus ingresos únicamente en la captación de nuevos socios y en su fidelización, sino también en generar un entorno dinámico que incremente el consumo interno de los mismos. Debe obtener la máxima rentabilidad de sus socios, logrando que el excedente que éstos estarían dispuestos a gastar fuera lo dejen dentro del club.

Crear necesidades de consumo interno tiene además una estrecha relación con la mejora en la percepción de calidad del servicio. Cada servicio adicional que se ofrece a los clientes le agrega valor a la empresa y la diferencia de las demás en el mercado. Cuantos más productos que satisfagan las necesidades de los usuarios se ofrezcan, mayores son las probabilidades de mejorar el servicio y de lograr, en consecuencia, un incremento económico significativo.

Este planteo no se va a centrar en la presentación de una cartera de productos para el consumo interno, si no en la descripción de una serie de indicadores que le ayudarán a identificar a sus usuarios más fidelizados y a descubrir su potencial de consumo.

Antes de comenzar debe tener presentes las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los factores que más influyen en la satisfacción de los clientes?
- ¿Cómo hacer que el cliente valore más lo que tiene o se le ofrece?
- ¿Cómo capitalizar el área de servicios para lograr mayores ventajas económicas? ¿Qué productos comercializar detrás de un buen servicio?
- ¿Cómo buscar al cliente que valoriza más el servicio (pagará más)?

Estas preguntas permiten reflexionar sobre la importancia de conocer la dinámica interna de los usuarios, la rela-

Reformer portátil y plegable para Método Pilates



Optimice el uso del espacio en su gimnasio



Reformer abierto: Largo 2,20 mts.
Ancho 57 cm. Espesor 36 cm.
Reformer cerrado: Alto 1,30 mts.
Ancho 57 cm. Espesor 36 cm.
Peso Total: 23 kg.

Un producto ideal para convertir su salón en un espacio de usos múltiples y/o dar clases del Método Pilates a domicilio.

¡Un producto para distinguirse!



Ciudad Jardín El Palomar (Bs.As) - Argentina (54 11) 4751-8503 / 7609

Cel. 15-3041-9176/75 - homereformer@gmail.com - www.homereformer.com.ar

Productos y calidad
Internacional.
Ahora también
exportamos a Italia



ción entre crecimiento de ingresos por consumo interno e incremento del ratio de ingresos por abonado, así como también ingresos por metro cuadrado.

A continuación presentaré un menú de diferentes indicadores con una breve descripción para que puedan comenzar a conocer, identificar y analizar mejor a sus asociados. De algunos de estos indicadores se desprende un informe que puede ser el punto de partida para una mejor gestión, basada en el fomento de un mayor consumo interno.

He separado los indicadores en dos grupos:

1. **Socios:**
2. **Ingresos:**

Socios:

- "Core Members": socios que van al gimnasio 100 días o más al año.

Este indicador señala qué porcentaje de sus asociados asiste al centro con mayor frecuencia. Es importante identificarlos, cuantificarlos y conocer su evolución: si están creciendo, si decrecen o si su número se mantiene constante. Conociendo los orígenes de su demanda, se pueden lanzar distintas acciones para modificar los comportamientos de los clientes y filtrar aquellos que más interesan a la empresa. Se pueden hasta ofrecer servicios distintos en función de sus expectativas de compra y ajustarlos a sus necesidades particulares.

An advertisement for Le Corps Pilates studio. The background is a vibrant green field under a blue sky with white clouds. A woman in a black leotard is performing a Pilates exercise on a reformer machine. The text "Le Corps" is written in a large, stylized blue font. Below it, "Equipamiento - Capacitación" is written in a smaller, white font. At the bottom left, the contact information is listed: "Virrey del Pino 2237 C.A.B.A. Belgrano", "(54 11) 4780-1085 / 5786-0458", "lecorppilates@yahoo.com.ar", and "www.lecorppilates.com.ar".

Le Corps
Equipamiento - Capacitación

Virrey del Pino 2237 C.A.B.A. Belgrano
(54 11) 4780-1085 / 5786-0458
lecorppilates@yahoo.com.ar
www.lecorppilates.com.ar

Informe de socios más asiduos: Muestra qué socios han usado más el club durante el último mes. Permite fomentar un uso constante del club y premiar a los socios más fieles.

- *Número de socios por franja horaria:*

Se puede analizar cuáles son las franjas horarias en las que el club es más concurrido y así planificar campañas de captación de socios en momentos del día con menos volumen de explotación. Una solución puede ser una adecuada oferta de productos que descomprima la aglomeración de gente en las salas de actividades. Ejemplo: crear servicios complementarios que desvíen la atención del socio del producto principal. Esto significa gestionar correctamente el desequilibrio oferta-demanda por franjas horarias, evitando la saturación de clientes en el club, evitando que el nivel de demanda supere al de los recursos.

Ingresos:

- *Ingresos por consumo interno de los socios.*

Permite identificar lo que gasta cada socio y analizar el aumento de su consumo dentro de la instalación. Una correcta política de ventas puede generar un incremento de las necesidades de consumo interno.

Es posible encontrar una relación entre el número de socios que asiste cada día y lo que gastan diariamente. De este modo, se calcula la media de consumo diario por socio, se identifica a los que más gastan y se puede calcular la media de ingresos por día, por mes y por año. No siempre el que más concurre al club es el que mayor consumo interno genera.

- *Ingresos por perfiles de compra*

Permite mejorar la segmentación de los socios respecto de sus hábitos y perfiles de compra. Asimismo posibilita identificar no sólo lo que gasta sino en qué: información útil para fomentar ventas cruzadas y planificar la oferta en base a elementos de personalización del servicio.

- *Ingresos por metro cuadrado.*

Le ayudará a estudiar fórmulas que identifiquen la máxima explotación de una instalación por metro cuadrado (m²). Ratios de ingresos por m², como rentabilidad total de la instalación por m² y áreas de mayor explotación por m² (sala de indoor, estudio de pilates, etc.).

Por ejemplo, si se relacionan el número de metros cuadrados por socio y el ingreso por metro cuadrado es posible valorar si la instalación está saturada de usuarios, si su política de precios es la adecuada o si su rentabilidad por m² es la óptima.

- *Media de tiempo de utilización de la instalación por socio / Ingreso por consumo por socio:*

Se puede analizar el tiempo que pasa cada socio en la

instalación y calcular cuánta gente entra por hora. Ésta es una medida más de análisis para la funcionalidad del club. Si se relaciona con el consumo que hace el socio, quizá llegue a concluir que a mayor tiempo de permanencia en el club por parte del usuario, mayor es su consumo y mayor es el costo variable (¿o no?).

Informe de "uso durante la semana"

Este informe es vital a la hora de mostrar el número de socios que han usado la instalación durante la última semana. Le ayuda a identificar las horas y días de mayor afluencia, lo que es muy útil para el calendario de clases y la planificación de los turnos de trabajo del personal. Además pueden realizarse valiosas comparaciones mensuales y anuales.

- *Rotación de socios. Vida media del socio.*

Analizar los socios que se dan de baja y de alta cada mes. Ver la vida media de los socios en el club y analizar el porqué de las bajas. Esto le ayuda a conocer las causas de deserción y a tomar medidas para evitar que la gente se marche y consecuentemente disminuir así la rotación. La venta de un servicio complementario puede frenar que un socio cancele su cuota. Ejemplo: clientes asiduos al restaurante de la instalación, servicio de entrenamiento personalizado, etc.

Informe de vida media del socio: Le muestra la duración media de todos los socios en la instalación. Se trata de un informe muy útil, ya que indica cuánto tiempo se mantienen los socios en el club (tasa de fidelización).

Informe de "no uso": El período crítico para los socios, en lo que respecta a su fidelización, son los primeros 30 días en el club. Varios estudios han demostrado que cuántas más veces asista el usuario durante su primer mes, más tiempo permanecerá allí. Además, durante ése periodo es cuando mayor predisposición al consumo tiene. Entonces, si se le vende por ejemplo un bono de almuerzos, esto le asegura que por lo menos vendrá al club a comer.

Lo más importante respecto de estos indicadores orientativos no es estudiarlos por separado sino relacionarlos entre sí para poder analizar su empresa con mayor precisión. Cada sector y cada mercado tienen características propias, de modo que los resultados para una y otra empresa nunca son los mismos. Sin embargo, estos indicadores pueden **marcarle una línea de actuación** a la hora de planificar mejor su oferta de servicios complementarios.

A modo de ejemplo les ofrezco un modelo de tabla que refleja una escala que permite premiar a los socios que más consumen al mes. Esta tabla muestra en una primera columna la escala de ingresos por consumo interno. Aquí debe situar a los socios que más han consumido en el mes y sus premios correspondientes. También refleja los costos y el beneficio final de la operación.



FÁBRICA DE APARATOS Y ACCESORIOS DE
PILATES, FITNESS Y REHABILITACIÓN
IMPORTADORES DIRECTOS

Reformers



Aluminio



Premium



SEMIESFERA

Es un accesorio único, muy liviano y que se puede usar de ambos lados. Muy solicitado para rehabilitación. Viene con Manual de Ejercicios Básicos y DVD.

Plataformas Vibratorias

Modelo 7201

Para uso profesional o personal, más económico que otras opciones disponibles en el mercado. Velocidad hasta 30 Hz.



Novedad

Modelo 6101

Ideal uso personal.



Modelo 8301

Ideal para uso profesional, es un modelo robusto con mucha funcionalidad y con una plataforma más grande.



Fábrica: Maipú 2976 | Rosario | Show Room - Portal Rosario Shopping

Móvil: 0341 156 903022 . Tel: 0341 568 2434 - ventas@gabrielmarti.com.ar - www.gabrielmarti.com

Fabricantes e Importadores Directos - Distribuidores en Mendoza, Córdoba y Buenos Aires

Sistema de entrenamiento

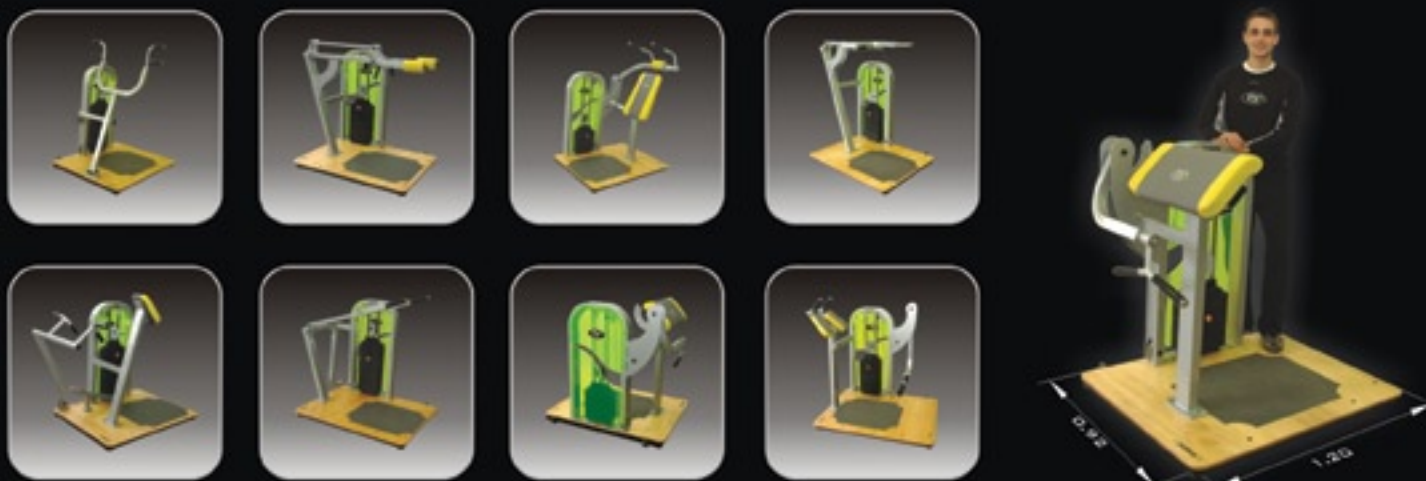
(Seguro - Dinámico - Eficaz)



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



ELEGIMOS SUPERARNOS PARA NO SER SUPERADOS

OTRO PASO MÁS EN LA EVOLUCIÓN

Visita el nuevo **centro de entrenamiento rápido**, conocé todas las ventajas y beneficios para tu gimnasio.



SPORT CLUB Cecchina
Bartolomé Mitre 1625
Capital Federal

DR. SCHWEITZER 3421 | QUILMES | BUENOS AIRES | ARGENTINA

TELS.: 54 11 4278-3072 / 73

VENTAS@EQUIPAMIENTOSFOX.COM

INDUSTRIAS GOLD S.R.L.

ESCALA DE FIDELIZACIÓN SEGÚN CONSUMO INTERNO AL MES

INGR. CONSUMO PROD. INTERNO	REGALOS	COSTOS		BENEFICIO	
		\$	%	\$	
200	MERCHANDISING (CAMISETAS, PETATES, MOCHILAS, ETC)	\$5,00	98%	195	
300	MERCHANDISING (CAMISETAS, PETATES, MOCHILAS, ETC)	\$5,00	98%	295	
400	MERCHANDISING (CAMISETAS, PETATES, MOCHILAS, ETC)	\$5,00	99%	395	
500	1 SERVICIO ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$20,00	96%	480	
600	2 SERVICIO ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$40,00	93%	560	
700	3 SERVICIO ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$60,00	91%	640	
800	4 SERVICIO ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$80,00	90%	720	
900	5 SERVICIO ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$100,00	89%	800	
1000	1 MENSUALIDAD + ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$120,00	88%	880	
1100	2 MENSUALIDAD + ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$140,00	87%	960	
1200	3 MENSUALIDAD + ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$160,00	87%	1.040,00	
1300	4 MENSUALIDAD + ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$180,00	86%	1.120,00	
1400	2 MESES + 3 MESES AMIGO + 5 ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$300,00	79%	1.100,00	
1500	3 MESES + 3 MESES AMIGO + 5 ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO O MASAJE	\$400,00	73%	1.100,00	

Para analizar

Una instalación deportiva tiene una media de 300 visitas diarias, con 290 días de trabajo operativo al año. Si cada día, 100 de sus 300 visitantes consumen una bebida energética a \$ 1 dólar, el ingreso diario será de \$ 100 dólares. Y si el costo de esa bebida es el 50 por ciento de su precio de venta, el beneficio diario para el club sería de \$ 50 dólares, o sea, 300 dólares a la semana (6 días hábiles) y \$ 14.500 dólares al año (290 días hábiles).

Ahora bien, ¿por qué no conseguir que en vez de 100 sean 200 los visitantes que consuman bebidas? ¿Y por qué no ofrecerles, además de esas bebidas, una barrita energética, ropa deportiva, cremas o artículos de higiene? En fin, las posibilidades, según las preferencias, motivaciones e intereses de sus socios, son inmensas. ¡Aprovéchelas! ■

(*) Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Máster en Gestión Económica de Entidades Deportivas (Barcelona, España). Consultor de itik. pablotraining@yahoo.es

Hicimos la proteína más rica y más soluble del mercado! Platinum Whey Pro.

Elaborada con proteína importada WPC de Glanbia Nutritionals (líder mundial en proteína). Ideal para estimular el desarrollo y la definición de masa muscular!! Es instantánea y no deja grumos!! En sabores vainilla, frutilla y chocolate!

Proteína de Origen USA

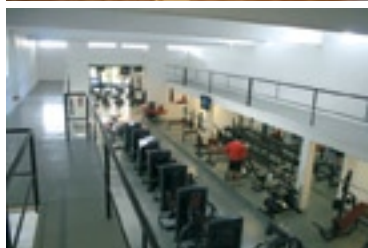
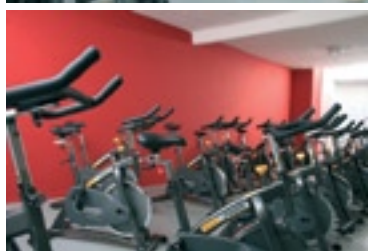
Precio Lanzamiento \$99.

Servicio al cliente
0810 222 6891 / enasport.com
 administracion@enasport.com.ar

ENA
 Sport nutrition

AREA FITNESS

Abren nuevo gimnasio en Rosario



A principios de agosto abrió sus puertas en Rosario -Argentina- el gimnasio **Área Fitness**, cuya construcción demandó una inversión de 400 mil dólares. "Es una gran apuesta al mercado del fitness con la creación de 20 puestos de trabajo para profesionales rosarinos", destaca **Luciano Torres**, titular de la empresa.

El flamante gimnasio, ubicado en Dorrego al 100, cuenta con una superficie de 1.400 m². Tiene 4 salones para clases múltiples, un espacio para ejercicios cardiovasculares con 20 bicicletas para RPM e indoor cycle y un sector de musculación con más de 40 aparatos. El gimnasio fue equipado por las marcas **Johnson** y **Uranium Fitness**.

Además ofrece pilates con camas, step, gimnasia localizada, Bodypump y Bodycombat. Sus instalaciones cuentan con vestuarios con sauna, un área social y un área verde de relajación. "Estos espacios fueron pensados para que los socios se distiendan y puedan generar lazos. Así buscamos diferenciarnos de la competencia", resalta Torres.

La pre-apertura se realizó el 27 de julio pasado. A partir de ese día se abrió

la inscripción y las instalaciones para quienes quisieran conocerlas. Hubo promociones y regalos para los primeros 50 clientes. Al cabo de 20 días de funcionamiento, 245 rosarinos ya se habían convertido en socios de Área Fitness, y para el mes de septiembre proyectan alcanzar los 500 socios. ■



Fiesta de inauguración

El 6 de agosto pasado se realizó en Rosario (Santa Fe) el cocktail de inauguración de Área Fitness con una fiesta para 300 personas. Hubo shows en vivo, desfile de indumentaria deportiva, invitados especiales y regalos. La inauguración contó con la presencia de empresarios del sector, entre ellos, **Gabriel Orbuch**, presidente de Fitness Company, la empresa proveedora del equipamiento del gimnasio.

Un solo lugar. Todas las superficies...



Eco Black Sport.
Piso de goma fabricado con un 80% de caucho reciclado de neumáticos, 20% de caucho EPDM color y aglomerante poliuretánico libre de solventes.
Encastrable | Espesor 7 mm | Aislante
Extraordinaria durabilidad
Antideslizante | No propaga el fuego
Amigable con el Medio Ambiente | Varios colores

Floor-System

Fábrica de Pisos Deportivos.



Fábrica: Rawson 839 Haedo
Tel: +54 11 4597-4020/4628-8144
Pcia. de Buenos Aires
www.floor-system.com.ar



Desfibriladores en gimnasios Reducirían la muerte súbita 40%



Foto: Hilton Buenos Aires

El 40 por ciento de los casos de muerte súbita podría evitarse si las instalaciones deportivas tuvieran siempre un desfibrilador a mano. Así lo afirmó el reconocido cardiólogo **Josep Brugada**, durante el **Congreso de la Sociedad Europea de Cardiología**, realizado recientemente en Barcelona, España.

Brugada presentó un estudio que analiza 404 casos de fallecimiento por muerte súbita en personas que practicaban deporte de manera habitual. El trabajo reveló que solo 28 por ciento de los fallecidos tenía algún factor de riesgo o patología coronaria conocida y que en la mayoría la arritmia que causó la muerte -recuperable en 40 por ciento de los afectados- se había producido en una instalación deportiva.

Por ello, Brugada, quien es presidente de la **Asociación de Arritmias de la Sociedad Europea de Cardiología**, reclamó una legislación 'clara' que obligue a instalar desfibriladores semiautomáticos en los centros deportivos y que garantice la formación del personal para reconocer una pérdida de conocimiento, realizar masaje cardiaco y aplicar el aparato al paciente.

El especialista explicó que ante una pérdida de conciencia por arritmia se dispone de entre cinco y diez minutos para reanimar a la persona, y que por lo tanto deberían instalarse desfibriladores en lugares públicos "del mismo modo en el que se instalan extintores".

Otros estudios presentados en el citado congreso revelan que la práctica regular de ejercicio físico reduce a la mitad el riesgo de infarto de miocardio y de ictus -infarto cerebral- al aumentar la estabilidad eléctrica del corazón y reducir el riesgo de padecer arritmias, también en pacientes que ya han sufrido alguna enfermedad cardiovascular.

El investigador en Epidemiología y Genética Cardiovascular del Instituto Municipal de Investigación Médica de Barcelona, **Roberto Elosua**, explicó que el ejercicio también reduce la magnitud de los infartos de miocardio en caso de que se produzcan. Asimismo, aumenta las células madre precursoras de las endoteliales que recubren las arterias, mejorando su funcionamiento y capacidad de dilatación. ■

Fuentes: El Periódico - La Vanguardia - Qué.es



TRAINING PROGRAM

PUESTO DE AUTOCONSULTA MULTIMEDIA
Incorpore Calidad a sus Servicios.

Para recibir más información:
tp@amayasociados.com.ar
 +54 0351 - 152417379




BENEFICIOS CONCRETOS

IMAGEN
La incorporación de TRAINING PROGRAM como un Puesto de Autoconsulta Multimedia, jerarquiza y eleva la imagen de su empresa, colocando al alcance de sus Clientes tecnología de última generación.

SERVICIO
Al poner a disposición de sus Clientes mayores recursos, se le está brindando un mejor servicio.

PUBLICIDAD Y MARKETING
Los kioscos multimedia son una excelente herramienta de publicidad y marketing.

Negocios bajo el agua

Contar con una piscina es sin duda un gran diferencial para cualquier club deportivo. Pero los elevados costos operativos que involucra demandan optimizar al máximo los recursos para convertirla en una unidad de negocios rentable. La seguridad, el mantenimiento del agua, el uso de los vestuarios y la gestión de los recursos humanos son los puntos críticos que mayor atención requieren.

Para cualquier gimnasio o club deportivo tener una piscina representa un **gran diferencial** en su oferta de servicios. Por sus características, en el medio acuático pueden convivir desde bebés hasta personas de la tercera edad. La actividad física en el agua **no tiene prácticamente contraindicaciones**, a tal punto que los médicos la recomiendan para la rehabilitación y tratamiento de afecciones en sus pacientes.

En la opinión de **Cristina Barcala**, profesora de educación física y especialista en gimnasia acuática, "en el agua se puede ofrecer una gran variedad de opciones en materia de ejercitación para aquellas personas que requieren de actividades menos agresivas para el cuerpo". En esa línea, **Alex Silva**, a cargo de la gerencia de **Club Biguá**, en Montevideo (Uruguay), da un ejemplo concreto: "Los adultos mayores tienen más posibilidades de movimiento en el agua, disfrutan más y socializan más en ella".

Sin embargo, tener una piscina, o más de una, conlleva costos operativos importantes que en la mayoría de los casos -según los operadores- superan a los de un gimnasio. Uno de los motivos es que "la cantidad de personal necesario para llevar adelante un natatorio es mayor que la requerida en un gimnasio", explica **Diego García**, director de Deportes de **Open Park Wellness Center** en San Justo, al oeste del Gran Buenos Aires.

Por eso es necesario **optimizar al máximo los recursos**, sobre todo porque esta actividad suele tener bajas importantes en época de vacaciones (cae la demanda, pero la mayoría de los costos se mantiene). "En los meses de baja, la caída oscila entre 20 y 30 por ciento", destaca **Fabiana Tassi**, gerente del Departamento Acuático de la red brasileña **Cia. Athletica**, sede Morumbi Shopping, en San Pablo (Brasil).

En el **Club Balthus**, de Santiago de Chile, encontraron una manera de optimizar recursos privilegiando en la selección de personal la **contratación de profesionales polivalentes**. "Nuestros profesores están capacitados para realizar distintas funciones dentro la organización. Por ejemplo, tenemos un profesor de natación que también es especialista en relajación y masajes", explica **Lorena Olivares**, coordinadora del club.

Algo similar hicieron en **Uno Bahía Club**, donde el natatorio está integrado con el resto de las actividades. "Esto nos permite compartir con todo el club no sólo a los profesores, sino también al personal de ventas y de mantenimiento, lo cual significa importantes ahorros para la empresa", destaca **Edgardo Piangatelli**, gerente del lugar.

Además, en este club de Bahía Blanca, al sur de provincia de Buenos Aires, sus tres piscinas se construyeron dentro

**PRO CLUB
manager**

SOFTWARE DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE ACCESO
PARA PEQUEÑOS Y MEDIANOS GIMNASIOS



del mismo recinto: hay una de 12 por 25 metros, otra de 6 por 10 metros y una tercera de 8 por 4 metros. Cada una tiene profundidades y temperaturas distintas ya que se realizan actividades dirigidas a diferentes públicos. Así el club logra **ahorros importantes en calefacción y mantenimiento del agua**.

En esta línea, el consultor brasileño **Ricardo Cruz**, quien actualmente administra **Wet Academia** en San Pablo (Brasil), destaca que en un natatorio no sólo es importante contratar a la cantidad adecuada de profesionales, que permitan atender la demanda de clases, sino que hay otras aristas a considerar. "También es prioritario programar compras con proveedores, negociar los mejores precios y realizar un mantenimiento preventivo de las instalaciones para extender su vida útil", remarca.

Los puntos críticos

En el hemisferio sur, a partir del mes de agosto se inicia el período de alta para la actividad cuando empiezan a retornar los clientes a las clases acuáticas. "Durante el resto del año -según Cruz- las piscinas trabajan al 70 u 80 por ciento de su capacidad".

Esto significa que durante estos meses hay espacio para crecer en el negocio y entonces es fundamental **maximizar el potencial del natatorio** para así lograr el rendimiento esperado. En la opinión de Piangatelli, "el nivel óptimo de ocupación de la piscina es siempre superior al 90 por ciento de su capacidad".

Pero junto con la llegada de los clientes aparecen y/o se potencian los puntos más críticos de este negocio. A saber: la seguridad, el mantenimiento y la temperatura del agua, los estudios bacteriológicos, la utilización de los vestuarios en horas pico, y sobre todo gerenciar

los recursos humanos y lograr su compromiso hacia el natatorio.

En materia de seguridad, según **Fernando Terrilli**, integrante de la **Cámara Argentina de Natatorios (CADEN)**, "todos sabemos que somos carne de cañón a la hora de cualquier accidente en la piscina". Por eso recomienda contar con "un muy buen seguro de responsabilidad civil" y además remarca que "para estar cubiertos, en el caso de un siniestro, deben contar con la habilitación municipal definitiva (no provisoria)".

Por su parte, **Eduardo Lucero**, también de la CADEN, detalla sólo algunas de las normas de seguridad que la ley exige: "Guardavidas permanente -con su debida libreta habilitante-, cartel indicador en zona profunda, rejilla de protección en toma de agua, barandas -si hay balcones- con altura mínima de 66 centímetros, botiquín de primeros auxilios, libro de actas o de accidentes y un servicio de emergencias médicas".

En lo que respecta al mantenimiento, en Uno Bahía Club la incorporación de tecnología les ha permitido conservar el agua y las instalaciones en óptimas condiciones. "Compramos un robot limpiador del fondo y paredes, que aparte de mejorar la limpieza de la piscina, evita que debamos tirar agua al pasar el barrefondo", explica Piangatelli.

Además en las piscinas de este club bahiense utilizan equipos de cloración automáticos, que permiten ahorrar cloro y actualmente sus directivos están evaluando la posibilidad de adoptar un sistema más moderno de ionización del agua. "Con esto se reduce al mínimo el cloro en el agua, lo cual además de generar un ahorro hace que el medio acuático se menos agresivo para los usuarios", sostiene Piangatelli.

NUEVO LIBRO
236 Páginas

Pablo López de Viñaspre

Adquiera su ejemplar ahora llamando al
(011) 4115-3524/25

U.S.C.
Wellness and Sport Consulting

mercado fitness

LA RUTA DEL MANAGEMENT EN EL FITNESS

PATROCINADOR
IPRECOR
Move Beyond

Más Información: info@mercadofitness.com



En cuanto a la temperatura del agua, lo más difícil según García es **"conformar a públicos con necesidades diferentes"**. En este sentido, el director de Deportes de Open Park señala: "Mientras que natación para bebés requiere de una temperatura cercana a los 34°, los nadadores del grupo de entrenamiento la necesitan por debajo de los 29° y los usuarios iniciales -que suelen estar estáticos por más tiempo- piden una intermedia".

En los casos que coexistan en el agua dos actividades al mismo tiempo, según **Gustavo Umansky**, titular de la firma **Manantiales**, proveedoras de insumos para el mante-

nimiento de piscinas, "hay que sectorizarlas considerando que en la zona más profunda de la piscina la temperatura suele ser menor que en el sector más bajo".

En materia de vestuarios, la mayor dificultad radica en que todos los clientes se concentran allí al mismo tiempo, antes y después de una clase. "Para garantizarles un mayor confort, lo ideal sería tener una ducha y un armario por cada socio en las horas pico. Pero como esto es muy difícil, hay que buscar un equilibrio entre la capacidad del vestuario y la distribución de los clientes en los diferentes horarios", explica Cruz.

Piscinas todo el año

Una alternativa para aquellos clubes que tienen piscinas al aire libre y desean cubrirlas para explotarlas todo el año la ofrece la firma **Lona Sur**. "Nuestro sistema de cubiertas consiste en un armazón metálico, sobre el cual se tiende un tejido de poliéster cubierto con pvc de ambos lados", explica **Omar Aruanno**, responsable comercial de la firma.

"La lona se coloca antes del otoño -prosigue Aruanno- y permanece prácticamente hasta fines de la primavera. En verano se saca, dejando la estructura metálica. Por las inclemencias del tiempo, en veranos con mucha lluvia, algunos natatorios deciden dejar el techo y así no pierden ningún día de piscina".

El tiempo de fabricación en taller de una carpa para una piscina semi-olímpica ronda los 75 días y el tiempo de montaje es de 5 días. **Lona Sur** no cotiza los trabajos por metro cuadrado sino que realiza sus presupuestos en función de cada pedido particular.

Open Park cuenta con tres piscinas climatizadas, que cubren más de 1200 m², y tiene 480 m² destinados a tres vestuarios exclusivos para el natatorio: damas, caballeros y un tercer espacio cuyo uso varía según horario (por la mañana se emplea para colegios o mujeres y por la tarde como vestuario de madres con niños o de padres con niñas).

Con relación a los recursos humanos, en la opinión de Tassi, "el flujo de usuarios sólo puede incrementarse si estos reciben una buena atención por parte del staff técnico". Para la gerente de Cia. Athletica son **los propios profesores quienes deben incentivar el retorno de los usuarios** a la próxima clase. "De ellos depende que la frecuencia de uso y la retención se mantengan en los niveles esperados", destaca.

Programas y equipamientos

Varios de los consultados sostienen que **la natación es uno de los deportes que menos evolucionará** en los próximos años. En cambio, en materia de clases grupales de hidro-gimnasia, en todas sus variantes, hay mucho aún por hacer. "Por eso, hay que prestarle atención a las tendencias del

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

Consulte por Zonas Disponibles para Distribución

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

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



mercado y experimentar con programas especiales para diferentes segmentos”, opina Ricardo Cruz.

Sobre este tema Cristina Barcala apunta: “Un natatorio tiene costos muy altos y **sólo con escuela de natación y pileta libre no es rentable**. Por eso, la gran mayoría incorpora las clases de gimnasia acuática a su oferta. Pero es necesario que empiecen a trabajar seriamente en esta actividad y a segmentar por objetivos a sus clientes”.

Para Olivares, de Balthus, lo importante es innovar “ofreciéndole al socio servicios de buena calidad y con diferentes alternativas como hidroterapia para adultos mayores, hidrogimnasia para embarazadas, natación para bebés, entre muchas otras opciones”. En coincidencia, García destaca que “contar con una amplia e innovadora oferta de actividades favorece a la captación de distintos públicos”.



Cómo optimizar la capacidad del natatorio

Por Luis Amoroso

En esta época del año, cuando retornan los clientes a la piscina, todos parecen disputarse los mismos días y horarios. Esto provoca que rápidamente el natatorio alcance su ocupación máxima durante las horas más demandadas, haciendo que se pierdan ventas potenciales simplemente por la no disponibilidad de vacantes.

El camino para revertir esta situación es **gerenciar la demanda de forma pro-activa**, anticipando medidas cuyo fin será ocupar los horarios menos buscados, efectuando cambios con los clientes actuales, antes del comienzo de la temporada. Para esto, una alter-

nativa es crear actividades para niveles avanzados fuera de la hora pico.

Pero, previamente, es necesario establecer una estructura pedagógica, con objetivos predefinidos, y exponer a los clientes actuales a la necesidad de efectuar cambios de horario apuntando a darle continuidad al proceso de desarrollo de su actividad.

Por otro lado, limitar la venta de planes de corto plazo -como el mensual- en los horarios de mayor requerimiento es también una forma de evitar que el natatorio pierda. Además es recomendable realizar un control regular de la

frecuencia con que asisten los clientes y no conservar a aquellos cuyo pago está vencido y además no vienen con regularidad, porque ocupan vacantes mientras el natatorio tiene lista de espera.

Asimismo es el gerente o el propietario es quien debe orientar las ventas con el objetivo de equilibrar el número de clientes a lo largo de la semana, pues es natural que tanto el lunes durante la mañana como el viernes por la tarde/noche el lugar se encuentre vacío. Por eso, antes de efectuar una venta, tenga en mente el mejor día y horario para el natatorio y busque conducir la decisión del cliente hacia la elección de los mismos.



ITALYFORCE

Modelo registrado Nº 71717
BIOMECÁNICA Y FUERZA EN ACCIÓN



Bicicleta Alta Montaña

Patente Nº 71717

Desarrollo Argentino

La sensación de lo real

Bici Sport

Patente Nº 71716



**DISPONEMOS
DE STOCK**

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.italyforce.com.ar



En Club Biguá de Montevideo (Uruguay) ofrecen un amplio abanico de actividades acuáticas como clases de buceo, waterpolo e hidrogimnasia para adultos, entre muchas otras,

y también desarrollan programas cortos como "Aprenda a nadar en 24 clases". Según Alex Silva, gerente del club, las preferencias de sus usuarios son las siguientes:



Claves para el mantenimiento del agua

Por José Cwaik (*)

Para que usted pueda realizar un correcto mantenimiento de su piscina y pasar una temporada sin dolores de cabeza, deberá controlar detalladamente: bombas, cañerías, llaves exclusas, filtros, pre-filtros, skimmer, y elementos de limpieza de fondo, paredes y bordes de la piscina.

Mantener el agua en buenas condiciones depende de una serie de factores, que son los que detallo a continuación: cantidad de usuarios; entorno de la piscina; tipo de agua para reposición y alimentación; tipo de desinfección, electrólisis UV, ozono, cloro, etc.; tipo de control de parámetros - automático o manual.

En la actualidad existen en el mercado una cantidad de aparatos inteligentes como los robots limpiapiscinas o los controles de parámetros automáticos, que ya están muy desarrollados y son de gran ayuda para alcanzar el objetivo de mantener la piscina en excelentes condiciones durante todo el año.

Con respecto al agua, es importante tener en cuenta el equilibrio permanente del pH y del cloro. Si el pH no se corrige en primera instancia y se lo coloca entre 7.0 a 7.4 ppm, el cloro rinde hasta 50 por ciento menos, originando un desperdicio innecesario.

Hoy los controladores automáticos pueden medir en forma precisa, inalámbrica y remota todos los parámetros de la piscina, dosificando los productos en la medida justa. Los robots limpiadores, por su parte, se encargan de todo el mantenimiento del cubo de la piscina - tanto del cepillado, del barrido y del filtrado del agua.

Con estas dos herramientas se logra un ahorro significativo de mano de obra, agua y energía, ya que funcionan dejando el agua en la piscina y la suciedad adentro del robot, ahorrando hasta 50 por ciento de cloro y con un bajo consumo de 24V. Esto produce economía de electricidad y -en el caso de piscinas climatizadas- también de gas.

En síntesis, los cinco puntos más importantes para el mantenimiento de una piscina son:

- 1) **Verificar la carga filtrante:** la misma se debe cambiar en el caso de piscinas públicas una vez por año.
- 2) **Mantener el pH entre 7.0 a 7.4 ppm:** éste se controla con ácido clorhídrico y es una medida excepcional, no rutinaria.
- 3) **Mantener el cloro entre 1.0 a 1.5 ppm:** sugiero comenzar a reemplazar el cloro por sistemas de electrólisis, cuya versión más avanzada es el Oxineo - desinfección de agua por placa de diamante.
- 4) **Colocar un controlador de parámetros automáticos y de dosificación de productos.**
- 5) **Colocar un robot para la limpieza del cubo de agua:** dado que es éste el sistema más eficiente que existe en la actualidad.

(*) Encargado de comercialización de Maytronics para Aguas SRL. josec@maytronicsla.com



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**



- **Adulto mayor:** hidrogimnasia, hidroterapia y relax;
- **Adulto joven:** hidrogimnasia, natación y deportes sociales;
- **Adolescentes:** natación, nado sincronizado, waterpolo;
- **Niños:** enseñanza de natación;
- **Familia:** piscina recreativa.

JIG Argentina, fabricante de equipamientos para gimnasia acuática - bicicletas, caminadoras, mini-trampolines y steps- ofrece junto a **Cristina Barcala** soluciones integrales para natatorios. Entre éstas, cuentan con programas de formación para entrenadores en disciplinas muy variadas como:

- **AquaSystem Bc.:** Descenso de peso en agua.
- **AquaCycle:** Clases de bicicleta en el agua.
- **AquaJump:** Ejercicio de bajo impacto sobre trampolines acuáticos.
- **AquaRun:** Entrenamiento de resistencia que utiliza un caminador acuático.
- **AquaStep:** Se emplea un step especialmente diseñado para el agua.
- **AquaTraining:** Se realiza con un elemento de arrastre llamado Evo Acuatic.
- **AquaTeraphy:** Programa preventivo que aprovecha las propiedades físicas del agua.

Una vez que se ha realizado la selección de los programas de actividades a ofrecer a los clientes y de los equipamientos necesarios a tal fin, llega el momento de difundir correctamente las alternativas que ofrece el natatorio con el objetivo de captar nuevos clientes que ayudarán a recuperar la inversión realizada en los programas.

"Al iniciar una campaña de marketing es importante -según Ricardo Cruz- **enfocar la comunicación al público objetivo del natatorio**, empleando un lenguaje dirigido a esas personas. Y hay que hacerlo en las épocas del año en las que el consumidor está más dispuesto a comprar este tipo de servicios, como por ejemplo a partir de agosto".

A la hora de fijar aranceles, según Silva, las alternativas son varias y puede hacerse en función de estas variables: el horario del día, la frecuencia de uso, el tipo de actividad o la estación del año. "Además, hay que tener presente como una opción interesante el arriendo de la piscina a colegios en los horarios ociosos", destaca. ■

(*) Periodista.

Nota: Las declaraciones de Fernando Terrilli y de Eduardo Lucero, miembros de la CADEN, fueron extraídas de una conferencia que ofrecieron en Expo Fitness 2005 en Costa Salguero (Buenos Aires).

P&P
EQUIPAMIENTO PILATES

La Vida que buscas

¡¡MAS QUE UN EQUIPO DE PILATES!!

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

Diseñó: ourtimefitness.com.ar

Open Park abre gimnasio en shopping

Open Park Wellness Center, un complejo de piscinas, gimnasio y spa con sede en zona oeste del Gran Buenos Aires, montará su primera sucursal y lo hará en San Justo Shopping, el centro comercial que Continental Urbana abrirá a fines de noviembre.

La apertura del gimnasio, que tendrá 1000 metros de superficie y generará 40 nuevos puestos de trabajo, está prevista para marzo de 2010. Pero los directivos de Open Park planean iniciar la pre-venta en noviembre desde una oficina comercial en el Shopping.

"Las expectativas son grandes porque es el primer centro comercial de La Matanza, con lo cual esperamos que sea muy concurrido. Además vamos a compartir el predio con marcas líderes como Mimo, Lacoste, Selú y Narrow, entre otras", remarca **Diego García**, director de Deportes de la empresa.

El nuevo gimnasio contará con un área de musculación y entrenamiento cardiovascular, equipada con aparatos de última generación, y con tres salones de fitness grupal. "El mayor desafío es iniciar el gerenciamiento paralelo de una

segunda unidad y hacerlo bien, sin descuidar a la primera", señala García.

Con una inversión total de 25 millones de dólares, San Justo Shopping estará integrado al predio de Wal Mart San Justo, donde hoy ya funcionan el Supercenter Wal-Mart, un complejo de cines Cinemark, un Easy Home Center, un patio de comidas, una estación de servicio YPF, un lubricentro y 2.100 cocheras propias de uso gratuito.

En una primera etapa San Justo Shopping abrirá al público con 80 locales comerciales distribuidos en 10 mil m² de área bruta locable, con locales de moda, deportes, libros, música, electrónica, entretenimiento, gastronomía, gimnasio, área de juegos para los más pequeños y lugares de esparcimiento para toda la familia.

Según datos recabados por los inversores, dentro de las áreas de influencia de San Justo Shopping viven aproximadamente 1,2 millones de personas. Además, este mercado de consumidores se destaca por haber tenido en los últimos una de las tasas de crecimiento más altas de Argentina. ■



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



SK 9000 BIKE



**Cuando el deporte
se convierte en
Koncept: SK Line**

SK 9100 ELÍPTICA



SK 9900 RECUMBENT



SK 6950 CINTA MOTORIZADA



REPRESENTANTE Y SERVICIO TÉCNICO
EXCLUSIVO EN ARGENTINA



ARGENTRADE SRL

TEL: 0221-471 2323 • mktg@randers.com.ar



Megatlon llegó a la Antártida

La red de clubes **Megatlon** realizó -a través de la Fuerza Aérea Argentina- una donación de equipamientos para instalar un gimnasio en la Base Antártica Vicecomodoro Marambio.

“La iniciativa surgió de uno de nuestros colaboradores, Arturo Dewey, gerente de Servicios Corporativos, que tenía vínculos con personas que realizaban campañas en la Antártida. Entonces, nos enteramos que durante el período de estancia en la base (12 meses), las personas suelen verse afectadas por la falta de actividad física producto en parte

de las bajas temperaturas”, explica **Fernando Storchi**, director de Megatlon.

Por tal motivo, un equipo de la empresa se puso en contacto para iniciar conversaciones y analizar la factibilidad de llevar hasta la Base Marambio un gimnasio acorde a las necesidades de sus residentes. “El proyecto fue aceptado con mucho entusiasmo desde el primer momento. Lo más complejo fue el traslado de los equipamientos porque tenían que ser llevados hasta la Antártida en un avión Hércules de Fuerza Aérea Argentina”, agrega **Fernando Kleiman**, director de Megatlon.

Luego de varios viajes, en los que se transportaron bicicletas, máquinas de musculación, colchonetas, pesas y cintas de trote, se comenzaron a acondicionar las instalaciones. El lugar elegido para montar el gimnasio más austral del mundo fue un espacio ubicado en el salón de usos múltiples, en una de las alas de la base.

Este gimnasio se inauguró a comienzos del mes de mayo pasado y desde entonces los habitantes temporales de la base Marambio, principalmente personal destinado a investigaciones ambientales, disfrutaron de realizar actividad física, que les permite estar en forma para enfrentar las duras condiciones climáticas en los meses de invierno, cuando el termómetro desciende hasta los 30 grados bajo cero.■

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.

Nuevo caminador acuático
Programa de entrenamiento
AquaRUN y AquaTHERAPY

Bicicleta oficial de Aqua Cycle
by Cristina Barcala.
Cursos y Certificaciones.
www.cristinabarcala.com.ar

Desarrollada y patentada por

JIG
ARGENTINA



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

FUTURO FITNESS
Creatividad + Tecnología

¿Usted quiere aumentar sus ventas?
¿Usted fideliza sus clientes?
¿Usted necesita organizar su gimnasio?
¿No sabe como hacerlo?

NOSOTROS SI

SISTEMA DE FIDELIZACIÓN DISEÑADO PARA GIMNASIOS
SOLUCIONES DE MANAGEMENT Y MARKETING

www.futurofitness.com.ar - info@futurofitness.com.ar
(011) 15 4188-0945



LA MEJOR FORMA DE
EQUIPAR SU EMPRESA

BIKE MACHINE
FITNESS

ROSARIO

Tucumán 1304 - Tel.: (0341) 4400931

Mitre 913 - Tel.: (0341) 4477500

www.bikemachine.com.ar

bikemachine@bikemachine.com.ar

**INVIERTA
CALIDAD**

Representantes Exclusivos



Movement

DAIWA
Fitness

Los Mejores
Precios

Seriedad y
Respaldo

Servicio Técnico
Especializado

PERFORM

CAMINADOR ELIPTICO

- Doble Manubrio para brazos.
- 16 Niveles de Carga.
- Computadora Digital 7 funciones.
- Hand Pulse.



PERFORM

BICICLETA HORIZONTAL

- Resistencia Regulable.
- 16 Niveles de Carga.
- Computadora con 7 funciones.
- Hand Pulse.



BiciMundo

GYM & FITNESS



CÓRDOBA

Rivadavia 301 esq. Lima - Tel.: (0351) 4221665

Alvear 444 - Tel.: (0351) 4237655

Av. Castro Barros 367 - Tel.: (0351) 4743505

www.bicimundocordoba.com.ar

bicimundo@arnet.com.ar

DAIWA

INDOOR BIKE

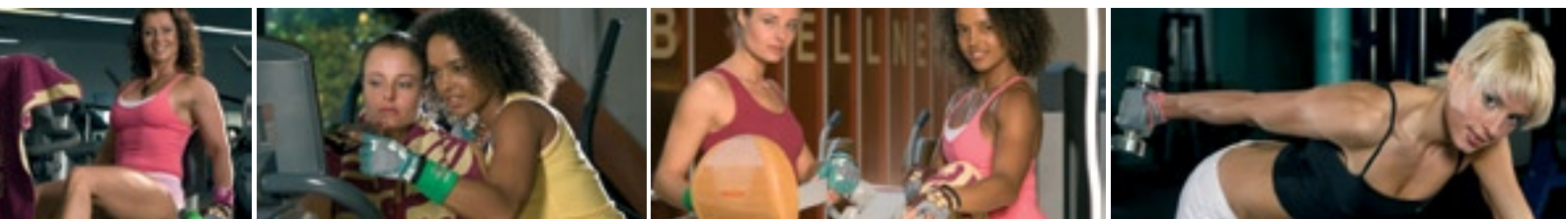
- Disco de Inercia de 21kg
- Sistema de Freno de Emergencia.
- Estructura Reforzada.
- Asiento y Manubrio Regulables.
- Pedales Aluminio con punteras.



CINTA MOTORIZADA **LX160**

- Motor de corriente alterna.
- Sistema de absorción de impactos.
- Inclinación manual.
- Interruptor de emergencia.





REPÚBLICA CHECA

Guantes para apertura de lockers y control de acceso



En el gimnasio **Fitness Korzo** de la ciudad de Sumpark, al nordeste de República Checa, los socios abren y cierran sus lockers utilizando un chip con tecnología RFID (identificación por radiofrecuencia) que está integrado

a los guantes que usan para entrenar. Este sistema también puede ser empleado para el pago de comidas, bebidas y servicios como masajes, entre otros.

Esta herramienta tiene como fin brindar mayor comodidad al socio, ya que evita que éste deba cargar una credencial de acceso, llaves o dinero. Fue desarrollada por la empresa **Mad Max Sportwear**, fabricante de los guantes, junto a **Inspire**, encargada del desarrollo del software. "Encontramos que la tecnología RFID es la mejor para los gimnasios porque no es demasiado costosa y es posible integrarla en lockers, máquinas expendedoras y sistemas de acceso",

destaca **Petr Hermann**, ejecutivo de la empresa.

El sistema utiliza etiquetas RFID circulares que miden menos de 1 mm de espesor y 25 mm de diámetro, y se colocan en un bolsillo del guante derecho. Aunque las etiquetas están encapsuladas en plástico, deben quitarse para el lavado del guante.

"Los clubes de fitness están yendo hacia un modelo de auto-servicio, por eso sus operadores están constantemente buscando maneras de automatizar una variedad de procesos para poder reducir así el número de empleados que necesitan", indica Hermann.

Mad Max Sportwear lleva vendidos más de 20 mil pares de estos guantes en treinta países. Los comercializa por Internet y en tiendas de artículos deportivos en Austria y República Checa.

Para más información visitar <http://es.madmax.eu> ■

ALPH SPORTS TOWEL
TOALLA SINTETICA PARA USOS DEPORTIVOS
Súper Absorbente - Fácil traslado - Mínimo espacio
No necesita secarse !!! Única Original Made in Japan

Visítanos en
EXPO WELLNESS (Argentina)
Stand C-39

Representante Latinoamérica en Argentina. Tel: (02477) 411-550. Exterior: +54 2477 411-550
ventas@productos-exclusivos.com
www.productos-exclusivos.com

CENTRO ROUST
REEDUCACION POSTURAL GLOBAL
PRESENTA LA REVOLUCION EN EL FITNESS

La clase body-mind que faltaba en su gimnasio

La Globalidad en su Salón de Fitness

CURSOS EN EL INTERIOR DEL PAÍS 2009

- CORRIENTES
- MENDOZA
- CÓRDOBA
- NEUQUÉN

GPG
Gimnasia Postural Global

Esta técnica es ideal para satisfacer las necesidades de poblaciones especiales como deportistas, adultos mayores, embarazadas, personas con dolores de columna, etc.

Tel.: (011) 4393-2446 / rpgcentro@yahoo.com.ar / www.rpgcentro.com.ar

RADICAL
FITNESS

FIGHT DO
RADICAL FITNESS

**HOME
EDITION**

**FIGHT DO
LLEGA A LOS HOGARES
DE TODO EL MUNDO!**



FIGHT-DO HOME EDITION

**UN DVD DISEÑADO PARA CREAR FANÁTICOS QUE
ASISTIRÁN A LOS GIMNASIOS SOLO EN BÚSQUEDA
DE ESTE SISTEMA DE ENTRENAMIENTO!**

Radical Fitness International - Breaking all Limits!

Tel/Fax: (011) 4381-7061 • Moreno 1755 - Buenos Aires - Argentina

Para más información comunícate vía e-mail a Radical Fitness International: info@radicalfitness.net

FITNESS
BOXEO
MMA



EVERLAST



www.leadingbrands.com.ar
Distribuye Leading Brands SA para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia.
info@leadingbrands.com.ar - (5411) 4782 7132

GIMNASIOS a domicilio



En la ciudad de Córdoba, Argentina, **Gym Delivery Trainer**, una empresa de entrenamiento personalizado, cuenta con gimnasios móviles que le permiten ofrecer sus servicios a domicilio. "De esta manera, nuestros clientes no tienen que trasladarse a un gimnasio, sino que éste se dirige, con su personal, a la casa del cliente o donde él prefiera", explica **Alberto Mendoza**, director de la empresa.

El staff de la firma está compuesto por profesionales graduados en el **Instituto del Profesorado en Educación Física (IPEF)**. El equipamiento con el que trabajan estos profesores está compuesto por: bancos multiusos, barras, mancuernas, pesas, pelotas, colchonetas, stops y bandas, entre otros elementos.

Bajo el slogan "El gimnasio va a tu casa", esta empresa ofrece sesiones individuales o grupales de una hora. La tarifa oscila entre 40 y 60 pesos -10 y 15 dólares - por hora de clase. Entre otros servicios ofrece: fitness, estética femenina y masculina, motricidad infantil, trabajos especiales para deportistas, entrenamientos grupales con objetivos, rehabilitación de lesiones y entrenamiento para golfistas.

"Este año nuestra clientela nos dio un fuerte respaldo avalando el trabajo realizado, ya que contamos con 60 abonados antes de comenzar la temporada de primavera", destaca Mendoza. Esta firma cordobesa proyecta consolidarse en el mercado local durante el segundo semestre de 2009 para luego desembarcar con su propuesta en 2010 en otras ciudades del país. ■

Para más información visitar www.gymdelivery.com

Envíos a
todo el país



Fábrica de Equipamiento Profesional para
Gimnasios, Hoteles y Spa



Línea Pilates



Línea Musculación / Aeróbica



Accesorios Fitness / Musculación

Show Room Av. E. Olmos 431 - Local "B" - Córdoba. Tel: (0351) 4118866 / Móvil: (0351) 155099115

Fábrica Los Alemanes 5872 - Los Boulevares - Córdoba. Tel: (03543) 423732

e-mail: ventas@evolutioncenter.com.ar

www.evolutioncenter.com.ar



SMG Sports, tester de Adidas



Desde principios de agosto, Adidas lleva adelante en Argentina la promoción **Aditest** con miras a la maratón que organiza la marca de las tres tiras en la Ciudad de Buenos Aires para el mes de octubre próximo. Todo cliente interesado en la compra de un par de zapatillas Adidas para running podrá probarlas en los locales comerciales de la firma.

El gimnasio **SMG Sports** será tester del local ubicado en el shopping Paseo Alcorta. "Al ser Adidas sponsor oficial de nuestro centro, creímos que la interacción entre ambas empresas era propicia para este lanzamiento", destaca **Edgardo Azzarita**, coordinador general de SMG Sports.

Cada cliente que visita el local de Adidas puede ingresar al gimnasio a realizar el test de las zapatillas y cuenta con el asesoramiento de profesionales de ambas empresas. En esta línea Azzarita añade: "Además, Adidas le brinda a nuestros asociados 20 por ciento de descuento en toda compra que realicen de sus productos".

Guillermo Vélez en IHRSA Fitness Brasil

El director editorial de la revista **Mercado Fitness** ofrecerá una conferencia, por segundo año consecutivo, en la convención de **IHRSA Fitness Brasil**, el principal evento de negocios de la industria brasileña de clubes y gimnasios, a realizarse en San Pablo (Brasil) entre los días 22 y 24 de octubre próximo.

Bajo el título "Oportunidades en el mercado Latinoamericano", Vélez explicará cuáles son los principales operadores del sector y los mercados más dinámicos de la región. Asimismo realizará un repaso sobre los principales desafíos que enfrentan estas empresas y cómo planean superarlos. Por otro lado, se referirá a los nichos de mercado como alternativas de crecimiento y a la necesidad de los gimnasios de comprometerse con la comunidad y el medioambiente.

Esta conferencia tendrá lugar en la Sala América (Transamérica Expo Center) el día 22 de octubre entre las 16.15 y las 17.30. Por informes e inscripciones visite www.fitnessbrasil.com.br

EQUIPAMIENTO | ACCESORIOS | DESARROLLOS DEPORTIVOS | LINEA CARDIO

Barcelona
BIOMECANICA

PRESENTA SU LINEA DE
ALTO RENDIMIENTO

Barcelona
POR H. ANSEMI



PROVEEDORES DEL CLUB ATLÉTICO BOCA JUNIORS

TODA LA LINEA DE MAQUINARIA PARA GIMNASIO EN DOS PRESENTACIONES
LINEA BARCELONA - LINEA OLIMPICA

Cel. 15-6675-0651

edu_barcelona@live.com.ar

Showroom y ventas: Machado 1544 - Castelar / Fábrica: Guido 860 - Morón



Lanzan Training Program

Se trata de un puesto de autoconsulta que permite a los usuarios del gimnasio revisar en forma instantánea sus planes de entrenamiento. Este producto fue desarrollado por la firma **Amaya & Asociados** y se lanzó en la ciudad de Córdoba a fines de septiembre.

Training Program es una innovadora herramienta con la que clubes y gimnasios pueden mejorar la comunicación con sus clientes, jerarquizar su imagen y, al mismo tiempo, diferenciar su servicio del de la competencia, colocando al alcance de sus usuarios mayores recursos tecnológicos para ponerse en buena forma física.

Asimismo, este kiosco multimedia sirve a la vez como un excelente canal de publicidad, ya que puede también

utilizarse para promocionar productos y servicios de la empresa mediante imágenes y sonidos. Además, permite realizar juegos interactivos con los socios y concursos con premios, que atraen la participación de los visitantes.

A través del Training Programa también pueden realizarse encuestas a los usuarios y de este modo conocer sus preferencias de consumo. Para recibir información sobre este producto escriba a sysgym@amayasociados.com.ar o llame al (0351) 152 417379.

Dejanos tus noticias

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

tu rutina no tiene limites,
ENERGIA RENOVABLE
Suplementación Nutricional de Avanzada

GENTECH
/ General | Engineered | Nutritional | Technology |
www.gentech.com.ar

En suplementación elegí solo la mas alta calidad.
Productos desarrollados en laboratorio medicinal,
bajo estrictas normas microbiológicas y sanitarias.

Accesorios para fitness y boxeo



La firma **Leading Brands**, con oficinas en la Ciudad de Buenos Aires (Argentina), importa y comercializa accesorios para clases de fitness de la marca norteamericana **Everlast**. Entre otros productos para gimnasios, clubes y casas de deportes, vende: colchonetas, bandas de látex, mancuernas, tobilleras y pelotas para esferodinamia.

Asimismo Leading Brands comercializa los productos para boxeo profesional y amateur que caracterizan en todo el mundo a esta emblemática marca norteamericana, como guantes, cabezales, protectores, bolsas, peras e indumentaria para la práctica de este deporte. Por otro lado, esta empresa es también licenciataria en Argentina de las marcas Prince Tennis y Kooga Rugby. Para más información www.leadingbrands.com.ar

Corner de ropa deportiva

La firma **Maxima Active**, dedicada a la fabricación y venta de ropa deportiva, anuncia el lanzamiento de su **MXM Corner Comercial**, desarrollado para ampliar su canal de distribución dentro del mercado de clubes y gimnasios. "Esta iniciativa surgió de la necesidad de buscar una vía alternativa para distribuir nuestros productos a través de un canal menos explotado", explica **Julián Bottegoni**, vocero de la empresa.

"Los gimnasios -prosigue- son el medio ideal para llegar al consumidor que buscamos y además todavía no existe en el mercado una propuesta completa e integral en cuanto a la venta de indumentaria dentro de ese ámbito". Según Bottegoni, el MXM Corner contempla todas las necesidades que un gimnasio puede tener al momento de vender prendas deportivas. Para más información visitar www.maxima-active.com.ar

Life Fitness presenta su Serie Óptima



Desde **Fitness Company**, representante exclusivo de Life Fitness en Argentina, aseguran que la Serie Óptima es la solución más completa en equipos de fuerza, desarrollados para gimnasios que quieren ofrecer a sus usuarios un ambiente dinámico, versátil y atractivo, aún cuando no cuenten con un área espaciosa. "Con un diseño compacto, estos equipos son fáciles de usar, ya que permiten movimientos intuitivos que se adaptan a un amplio rango de niveles de destreza", explican.

Por otro lado, las placas y gráficos muestran los puntos de ajuste y configuración, eliminando así cualquier factor de intimidación. Además, los ajustes mínimos aseguran un entrenamiento rápido y cómodo. Desde Fitness Company remarcan que los equipos de la Serie Óptima han sido "diseñados y probados para superar los más exigentes estándares de seguridad y rendimiento a nivel mundial". Por más información sobre estos productos visite www.fitnesscompany.com.ar



AZTECA
ALQUILER Y VENTA DE APARATOS
PARA EL MÉTODO PILATES

Tel. (54 11) 4729-2313
Cel. 15 5746-0419
Info@pilatesazteca.com.ar
www.pilatesazteca.com.ar



ESPECIALISTAS EN CONTROL DE ACCESO A GIMNASIOS

GIMNASIOS
NATORIOS
CLUBES

SISTEMA
LLAVE EN MANO

Optimice el
control de
socios
fácilmente



MOLINETES - BARANDAS - CREDENCIALES - BIOMETRIA

GSD GSDTECNOLOGIA Tel: (5411) 4941-0478
Cel: 15-5780-6814

GRUPO SILICON DINAP S.R.L. :: Pavón 2721 :: Ciudad de Buenos Aires
www.gsdtecnologia.com.ar :: info@gsdtecnologia.com.ar

Toallas deportivas sintéticas



AION Sports Towel es una toalla sintética de origen japonés, ideal para la práctica deportiva, ya que es superabsorbente, suave, ultraliviana, ocupa poco espacio, es fácil de lavar y tiene larga durabilidad. Esta toalla está fabricada 100% en PVA japonés, un material muy absorbente, esponjoso, de fina textura y muy manuable. Además, posee un estuche plástico para transportarla con facilidad. Sus medidas son 680 x 430 mm. Para más información visitar www.productos-exclusivos.com

Alquiler de aparatos para Pilates

La empresa **Azteca Pilates** se especializa en el montaje integral de estudios de pilates y ofrece en alquiler equipamiento para esta disciplina. "Es un servicio ideal para gimnasios o centros de estética que no tienen el dinero para realizar la inversión inicial o bien no quieren asumir el riesgo", explica **Sergio Jarrie**, titular de la empresa, quien además agrega: "Se firma un contrato de alquiler de 6 a 12 meses iniciales y posterior venta del equipo (similar al leasing)". Por informes llamar al (011) 155 746 0419.

Presentan nueva página web



La firma **Ozono Fitness**, dedicada a la fabricación de equipamientos de musculación e indoor bike, acaba de lanzar su nuevo sitio web www.ozonofit.com.ar en que presenta toda su gama de productos, con fotografías y especificaciones técnicas de fabricación.



Equipamiento J. Pilates



LDPIL.COM lanza la distribución exclusiva de **BSHAKER** para Latinoamérica



Motor de 263 vatios, Frecuencia 35 a 50 hz. ●
 Manillar de agarre antideslizante y diseño elegante y ergonómico ●
 Programable para intervalos de 30, 60, 90 segundos ●

- Potencia: 300 W
- Frecuencia: 30, 35, 40, 50 Hz, interval - 5 Hz
- Tipo Vibración: Vertical
- Timer: 30 - 60 - 90 segundos

better body, better life



CONVENCIÓN ROSARIO

FITNESS & SALUD

3 y 4 OCTUBRE • 2009
U.S.A.R. / SALTA 2555 / ROSARIO

7 CONGRESOS SIMULTANEOS

- **FITNESS GRUPAL:** *July Alcántara (Brasil) / Pablo Ferrigno / Niverika Majster
Jorge Gavilán / Viviana Maturó / Adrián Poloni / Luciano Sorop / Gustavo Bartolomé
Mariela Mobilia / Alejandra Pereyra / Vanesa Mocián Díaz*
- **YOGA Y TÉCNICAS CORPORALES:** *Nancy Nakazato / Mario Di Santo
Zang Zhi Guo / Verónica Ponierman / Marcela Bernadba / Teodoro Amicó / Liliana Fontana
Victoria Ghidinielli / Claudia Sánchez / Valeria Armas / Daniel Capello*
- **ENTRENAMIENTO DEPORTIVO Y PARA LA SALUD:**
*Horacio Anselmi / Claudio Galasso / Mario Di Santo / Luciano Agliero / Martín Mackey / Alejandro Pascual
Claudia Fraklich / Marina Faes / Tomás Pierucci / Jorge Presenqui*
- **MASAJES Y ESTÉTICA CORPORAL:** *Cristina Moules Moyano (España)
Valeria Barbero / Ariel Costantín / Agustina Fernández / Oscar Gómez / Carlos Oiesta / Eliana Ali
Graciela Palomeque / Joel González / Enrique Zaccheo / Soledad Ledesma*
- **NUTRICIÓN GENERAL Y DEPORTIVA:** *Sergio Verbe / Anahí Berrocal
Leonardo Ferraretto / Mario Groberrman*
- **PILATES CON EQUIPAMIENTOS:** *Verónica Ponierman / Paula Fasano
Alejandro Díaz / Valeria Armas / Claudia Sánchez / Sandro Dip*
- **CICLISMO DE INTERIOR:** *Gonzalo Rubio / Jorge Gavilán*



FORMACION EN FITNESS Y SALUD

san martin 1376 • rosario • (0341) 4407553
contacto@amicivirtual.com.ar
www.amicivirtual.com.ar

Nuevas plataformas vibratorias



La firma **Ergowin**, representante exclusivo de **Globus** en Latinoamérica, agrega a su línea de plataformas vibratorias dos nuevos modelos: Globus My Power XL con vibración triplanar (motor de 2hp, 4 velocidades, 20 programas) y el modelo oscilante Globus Wave 100 (potencia 200 watt, 3 programas preestablecidos). Por más información visite www.globusdeargentina.com.ar

Sonnos abre local multideportes



La empresa **Sonnos**, fabricante de accesorios para clubes y gimnasios, acaba de inaugurar un local comercial en zona oeste del Gran Buenos Aires. La tienda tiene 250 m² y un depósito de 100 m². "Creamos un espacio multi-deporte para la venta por mayor y por menor de artículos deportivos", indica **Ariel Osso**, titular de la empresa.

Además Sonnos lanzó una nueva línea de bandas elásticas y presentó también su más recientes desarrollos: los discos plásticos rellenos, con agarre, para salón de aeróbica, junto a la nueva barra anatómica, ambos pertenecientes al kit de localizada de 17 kilogramos", explica Osso. Para más información visitar www.sonnosweb.com

Se buscan vendedores y distribuidores



Argenttrade SRL, empresa abocada a la importación y comercialización de aparatos de gimnasia de **Randers** y representante exclusivo en Argentina y en Uruguay de las marcas **Embreex**, **BH Hi Power** y **Precor**, busca vendedores y distribuidores para todas sus líneas de equipamiento.

La búsqueda está orientada a personas conocedoras del mercado del fitness, con un marcado perfil comercial, que sean proactivas, tengan buena presencia y también movilidad propia. La empresa ofrece: capacitación integral en ventas, muy buenas condiciones laborales y concretas posibilidades de desarrollo profesional. Los interesados pueden enviar su CV por e-mail a sgrigera@randers.com.ar

Go abre tienda insignia en Rosario



La empresa **GO Diseños para Gente Activa** inauguró en Rosario (Santa Fe) su tienda insignia en la que centralizará sus principales operaciones: diseño, confección, control de calidad, administración, ventas mayoristas y expedición. El nuevo local cuenta con más de 200 m² sectorizados en mujer, hombre y niños. "Se destacan los detalles de decoración que cautivan al público tanto visualmente como por la comodidad de sus espacios", destaca **Hernán López Ferrando**, socio gerente de la firma. Para más información visitar www.planetago.com.ar

Fight Do (Home Edition)



Radical Fitness junto a **Fitness Beat** acaban de lanzar al mercado el DVD **Fight Do Home Edition**. "Apuntamos a que este programa de entrenamiento llegue a toda la gente que no asiste al gimnasio y que no conoce aún los beneficios de la actividad física. Sabemos que a través de Fight Do podemos motivarlos a que empiecen a ejercitarse", destaca **Nathaniel Leivas**, presidente de Radical Fitness.

El DVD contiene "una clase muy simple pero muy intensa, con la que pueden quemarse hasta 900 calorías. La música fue seleccionada especialmente y

son todas canciones muy motivantes. El final cuenta con una sesión de técnica pura para asegurarnos de que todos entiendan perfectamente la manera de ejecutar los movimientos", señala Leivas.

En Argentina lo comercializan Radical Fitness y Fitness Beat. En el resto del mundo se va a distribuir a través de los agentes franquiciados de Radical Fitness y de los distribuidores de Fitness Beat. El costo al público en Argentina es de 35 pesos. Por más información visitar www.radicalfitness.net

REINO UNIDO

Gobierno pide a sus ciudadanos que se pongan en forma

Preocupado por la salud de sus ciudadanos y la de sus arcas, el Gobierno del Reino Unido ha llamado a la población sedentaria a levantarse, salir y ponerse en forma para ayudar a aliviar la carga que implica un estilo de vida poco saludable sobre la economía.

El Servicio Nacional de Salud del Reino Unido destina 3.000 libras (unos 4.850 dólares) por segundo para combatir enfermedades que podrían prevenirse con el ejercicio físico. Es por ello que el Gobierno busca alentar a las personas a salir en sus bicicletas, ir a las piscinas locales o sencillamente a bailar.

El objetivo es que los ciudadanos se pongan en forma de cara a los Juegos Olímpicos de Londres de 2012. "Somos una nación amante de los deportes, pero simplemente no somos tan activos como deberíamos", destaca **Andy Burnham**, secretario de Salud.

ESPAÑA

Arrestan a un propietario de gimnasio

El propietario del gimnasio **Fitness Center** de la Plaza de Cubos de Madrid fue arrestado por la policía local y puesto a disposición de la justicia a fines de julio pasado, tras el cierre repentino de su centro deportivo. El propietario del lugar, **Sergio Sánchez Esteban**, de 26 años, está acusado de estafar a los socios de su gimnasio.

Sánchez asegura que se vio obligado a cerrar por la mala situación económica que atravesaba, y que en ningún momento pretendió estafar a sus clientes. Asimismo, señala que su intención es vender las máquinas del gimnasio para intentar devolver las cuotas que pagaron los socios, a los que se les ha ofrecido la posibilidad de convalidar sus inscripciones en alguno de los otros cinco gimnasios que su familia tiene en Madrid.

La familia de Sánchez adquirió Fitness Center hace un año y medio, y en esa época contaba con alrededor de 1.800 socios. Pero al momento del cierre, el gimnasio tenía unos 1.200 clientes que pagaban una tarifa mensual de 35 euros.

Fuente: El Mundo

biomaX
INERT 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

¿Buscás calidad?

Los productos Saturn se fabrican en Estados Unidos y son importados directamente a la Argentina de la misma manera que se comercializan en el país de origen.

Saturn: La diferencia entre ser o parecer importado...

"SATURN SPORT NUTRITION CENTER"
www.saturnargentina.com.ar
ventas@saturnargentina.com.ar
José Bonifacio 3101 [Cap. Fed.] CP: C1406GYO
Tel/Fax: (011)4613-0025
Envíos a todo el país
Distribuidores de repuestos y accesorios para equipamientos de gimnasio Fenix Machines



Por Sandy Coffman (*)

Claves a la hora de programar actividades



Si tuviera que buscar otro nombre para mi libro *"Programas exitosos para clubes de fitness y salud: 101 ideas rentables"*, lo llamaría *"Háganlo divertido"*. Porque eso es exactamente lo que un buen programa de actividades hace por un gimnasio. **La programación de clases demanda creatividad** y es la que permite convertir a la actividad física en una experiencia social divertida para los miembros del club. Así ganan ambas partes: los socios están felices y saludables y la empresa crece y es más rentable.

Pero a no cometer errores, porque a pesar de ser divertida e innovadora, la programación de actividades es también un gran negocio y nunca existió una época en nuestra industria en la que los principios para la creación de experiencias divertidas y productivas fueran más importantes. Usted tiene un enorme abanico de actividades que puede ofrecer a sus socios inmediatamente, pero lo más importantes es que lo haga de una manera divertida.

Diversión es la clave para tener un programa de actividades exitoso. Déle a su staff, a sus directores, a sus instructores y a sus entrenadores las herramientas que les permitan convertir cada actividad del gimnasio en una experiencia exitosa, tanto para sus clientes como para su negocio. Veamos juntos a continuación algunas claves que

le permitirán mejorar el programa de actividades que usted ofrece actualmente.

1) Desarrolle excelentes directores de programación

Usted no puede asignar las tareas de programación de actividades a cualquier persona de su equipo y esperar que tenga éxito. La programación requiere más que ideas. Demanda una planificación cuidadosa y un entendimiento profundo sobre cómo interactúan el gimnasio, el staff y los clientes. Comúnmente se venden membresías o clases según el tipo o la cantidad de equipamiento disponible. Y aunque la infraestructura es importante, es la personalidad del gimnasio la que hará que la gente siga viniendo a entrenar.

Los miembros activos de larga data valoran su club en términos de reconocimiento, de relaciones y de camaradería. Usted puede ofrecer una evaluación física y tres sesiones de entrenamiento con un instructor, pero la mayoría de los miembros no se comprometerá a regresar regularmente. Pero, si en cambio, a una actividad básica le añade algo de diversión, bajo la forma de un concurso con premios, y le suma un componente social, seguramente logrará una mayor, más regular y más entusiasta participación.

2) Agrupe a la gente

No todas las actividades son para todas las personas. Cada programa debe ser creado para un grupo específico de gente que comparte un interés común por esa actividad. Los grupos a los que me refiero también tienen en común: nivel de agilidad física, disponibilidad de horarios, personalidades, edades y quizá también género. Ésas son las cualidades que motivan la creación de relaciones y de amistades entre las personas. Por eso, si en su gimnasio se desarrollan actividades para grupos específicos de individuos que tienen algo en común, usted tendrá mayores probabilidades de tener éxito.

Crear grupos de personas es la base del negocio del fitness. La experiencia de un socio en un club consiste principalmente en "ser parte de". Sus miembros se unen al gimnasio para ser parte de grupos más pequeños, conformados por personas con las que puedan relacionarse. Es decir que cada una de sus actividades se convierte en un club dentro del club. Cuando la gente hace actividad física en grupo se estimulan la camaradería y las amistades, lo cual lo acerca a usted al objetivo de mejorar su retención. ¿Por qué? Porque la gente no renuncia a sus amistades.



3) Piense en los clientes que más lo quieren y necesitan

Los gimnasios tienen muy en cuenta a aquellos socios que van a entrenar regularmente. Los empleados y entrenadores son rápidos para decirles un cumplido e incluso darles sugerencias a aquellos clientes que se muestran más receptivos ante un desafío, una nueva actividad o un nuevo equipamiento. Crear programas de actividades para ese tipo de clientes no es difícil, porque la mayoría de ellos está en sintonía con el gimnasio. Incluso, para algunos de



CARDIOFITNESS®
DEPORTE, NUTRICIÓN & SALUD

**MEDICO ESPECIALISTA EN
MEDICINA DEL DEPORTE**

- Orientación médico deportiva
- Evaluación de la capacidad física y consumo máximo de oxígeno
- Dietas personalizadas para mejorar el rendimiento deportivo
- Determinación del somatotipo y composición corporal
- Elaboración de planes de entrenamiento
- Test de la condición física
- Rehabilitación de lesiones deportivas
- Cursos de Capacitación

Dr. Jorge Osvaldo Jarast
Mansilla 3967 - Capital Federal
Tel.: 4833-4706
www.cardiofitness.com.ar



OZONO FITNESS

Equipamiento integral para gimnasios
service, accesorios, repuestos
para máquinas e Indoor Bike

Patada de Gluteo

Indoor Bike

// Parodi 2426 Moreno Bs. As. Argentina //
(54 11) 4468-1037 // (54 11) 15-6537-7376 // ozono_fitness@yahoo.com.ar

ozonofit.com.ar

los miembros más avanzados, que son los que están en buena forma física, ni siquiera se necesita un programa para mantenerlos activos.

Las estadísticas nos indican que probablemente sólo veamos en el gimnasio, en forma regular, al 20 por ciento de los miembros. La mayoría de sus clientes es inactiva -son aquellos que se inscribieron meses atrás pero nunca vienen-. No tienen experiencia alguna en un gimnasio y seguramente caen en la categoría de novatos.

¡Sí!, la mayoría de sus socios necesita que usted los agrupe con otras personas en su misma situación. Ellos necesitan percibir el sentido de pertenencia que el gimnasio les prometió al inscribirse. Necesitan líderes que fomenten en ellos la risa, el entusiasmo y las amistades. Necesitan programas que combinen ejercicio físico con concursos, juegos y experiencias sociales que deseen revivir cada semana. Necesitan programas de actividades que los diviertan. Por eso, la programación debe considerar principalmente a la mayoría de sus miembros, que son los que más lo quieren y necesitan.

Si usted tiene un club con muchas actividades diferentes, déle a sus staff las herramientas para desarrollar programas para cada área: salas de fitness, piscinas, salón de musculación, campos de deportes, etc. Una vez que encuentre su camino en la implementación de programas de manera efectiva, usted será capaz de desarrollar actividades que con seguridad tendrán éxito y se dará cuenta de que la mayoría de los programas puede adaptarse a cualquier club y a cualquier mercado. Por eso, todos en su equipo deberían aprender cómo hacer que los programas de fitness sean divertidos.

De este modo, usted no sólo va a consolidar su empresa sino que hará una contribución extraordinaria para todos. El mundo nos necesita, ahora más que nunca. Debemos estar preparados y con ganas de actuar. ■

(*) Sandy Coffman tiene más de 30 años de experiencia en la industria del fitness. Fue propietaria de tres clubes en Milwaukee (EEUU) durante 11 años. Actualmente, es consultora, conferencista y también autora del libro "Successful programs for fitness and health clubs: 101 profitable ideas". SLCoffman@aol.com

Activewear

Karen Oviano

Panamá 2278 Martínez. 4717-1847 // www.karenoviano.com // info@karenoviano.com

Pilates, Fit-Ball, GPG y Fitness Congreso Internacional Uruguay 2009



Del 6 al 8 de noviembre de 2009, se llevará a cabo el **Congreso Internacional de Pilates, Fit-Ball, GPG y Fitness Uruguay 2009**, organizado por el Grupo Cambiar y Home Reformer. Este evento ofrecerá 22 horas de capacitación con destacados profesionales del sector.

Tendrá lugar en el Hotel "La Posta del Daymán", en Salto (Uruguay), donde los asistentes, además de capacitarse, podrán disfrutar de las piletas termales, jacuzzi y sesiones de masajes, entre otras comodidades.

Los profesionales que ya han comprometido su participación son:

- **Daniel Tangona:** Fitness y entrenamiento personalizado.
- **Cecilia Cano Russo y Verónica Poniemán:** Método Pilates.
- **Martín Roust:** Gimnasia Postural Global (GPG).
- **Nevenka Magíster:** Fit-Ball,
- **Level Fitness:** Entrenamiento personalizado.
- **Mariela Mancini:** Licenciada en Nutrición (Grupo Cambiar).
- **Sergio Romero:** Licenciado en Kinesiología, Fisiatría, Os-

teopata y Profesor Nacional en Educación Física.

- **Laura Argentieri:** Médica especialista en obstetricia y ginecología.

Hay sólo 100 lugares disponibles. Para inscribirse, los asistentes podrán optar entre dos alternativas: 1) adquirir entrada sólo para el congreso durante los 3 días; 2) adquirir entrada al congreso, más alojamiento con pensión completa (3 días - 2 noches). Además aquellas personas oriundas de Buenos Aires que deseen participar, podrán viajar a Salto opcionalmente en charter privado junto con los capacitadores.

"Éste será un congreso de características únicas. Los asistentes recibirán capacitaciones de alto nivel académico en temas poco habituales y muy importantes para su desarrollo profesional", destaca **Gustavo Parano**, responsable de la organización. Además, se realizarán conferencias y talleres con kinesiólogos, fisiatras, osteopatas, obstetras, ginecólogas y nutricionistas. Este congreso cuenta con el auspicio de **Fitness 360 y Mercado Fitness.**

Para más información llamar al teléfono (54 11) 4751-8503 o escribir a homereformer@gmail.com

MIR
FITNESS

MIR FITNESS TRAE
A LA ARGENTINA
LA PLATAFORMA VIBRATORIA
DKN TECHNOLOGY

DKN
TECHNOLOGY

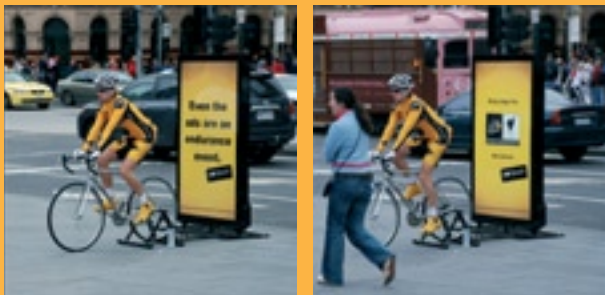
¿Y SI LA VIBRACION FUERA UN DEPORTE ?

El modelo XG10.0 está particularmente adaptado para responder a los criterios de la nueva generación de los centros de fitness, SPAs e institutos estéticos. La XG10.0 es una simbiosis perfecta de acero inoxidable y de pintura lacada, que le aporta un toque estético muy moderno "Urban Design".



2 AÑOS DE GARANTÍA / CAPACITACIÓN EXCLUSIVA





Del gimnasio al Tour de France

Un grupo de 48 personas de Argentina y de Uruguay, conducidas por **Fernando Soldaini**, coordinador de **SMG Cycling** -el programa de ciclismo indoor del gimnasio **SMG Sports**- participaron de la edición 2009 del Tour de France realizada el pasado mes de julio. "Esta carrera de ciclismo, que atraviesa Francia de punta a punta, es el evento deportivo más importante del año para ese país", destaca Soldaini.

El grupo recorrió las últimas 10 etapas del Tour, la mayoría de ellas en Los Alpes. En cada una de esas etapas, transitaron los últimos 80 a 100 kilómetros (cada etapa tiene de 180 a 230 km.) y llegaron algunas horas antes que los corredores profesionales "para poder verlos llegar en vivo, lo cual es una experiencia irrepetible", destaca Soldaini.

A lo largo de este viaje, los integrantes del grupo **pedalearon por cuatro horas seguidas durante nueve días**. En la opinión de Soldaini, "más allá de la preparación física específica, para poder disfrutar este viaje es muy importante tener muchas horas arriba de la bicicleta, de lo contrario se puede volver una tortura".



Johan Bruyneel, entrenador del equipo ganador de 2009 (Astana Team) y ganador de 8 tours más (7 con Lance Armstrong y uno con Alberto Contador) con Fernando Soldaini.

Este grupo **empezó a prepararse 6 meses antes** de la competencia. Al comienzo, fueron 3 veces por semana y luego, al acercarse la fecha, llegaron a entrenar 6 veces a la semana. Según Soldaini, "sin dudas, cuando hay un objetivo tan importante como éste, entrenar se hace bastante más fácil y es un gran aliciente para ir al gimnasio". ■

SMG Sports tiene los derechos para las inscripciones al **Tour de France** a través de Ronan Pensec Travel, uno de los cuatro agentes oficiales de turismo con que cuenta esta competencia. "Debido al éxito de nuestra convocatoria obtuvimos la exclusividad para Latinoamérica para la edición 2010 de este evento", remarca **Fernando Soldaini**.

 **DIGITALsoftware**



 **DIGITALfitness**

 **DIGITALpilates**

 **DIGITALspa**

 **DIGITALclub**

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

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

MARCÁ HOY LA DIFERENCIA, INVERTÍ EN DIGITAL SOFTWARE.

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

Estudio de TNS Argentina

Los adultos mayores y la salud

La gran mayoría (8 de cada 10) le asigna una alta importancia a la alimentación pero menos de la mitad (4 de cada 10) hace actividad física en forma regular.

Un estudio realizado en Argentina por la firma TNS revela que más de la mitad de los adultos mayores considera que su estado de salud es bueno (58 por ciento), mientras que 42 por ciento declara que su estado físico es malo. Por otro lado, siete de cada diez declaran estar preocupados al respecto.

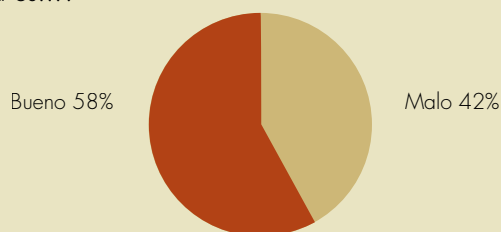
Además, para la extensa mayoría de los entrevistados (81 por ciento), una buena alimentación es fundamental a la hora de llevar una vida saludable. Pese a destacar al ejercicio como otro de los factores de importancia, seis de cada diez adultos mayores declaran no realizar actividad física de ningún tipo.

Problemas de presión, reumáticos y de diabetes figuran entre las dolencias más padecidas mencionadas por los argentinos mayores de 60 años en los últimos 12 meses.

Al respecto **Constanza Cilley**, directora de Investigación de TNS Argentina, comenta: "Diversos estudios de organismos internacionales muestran que el envejecimiento de la población afecta actualmente a una gran cantidad de países. En este contexto, es necesario impulsar un envejecimiento saludable, lo que representa un desafío para gobiernos y empresas, que deberán satisfacer las necesidades del segmento, sobretodo en temas concernientes a la salud".

Estado de Salud

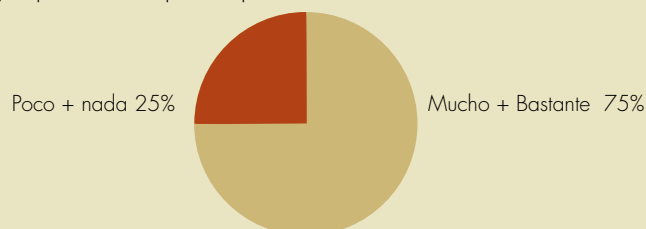
¿Pensando en general, usted considera que su estado de salud es...?



Muy bueno	10%
Bueno	48%
Regular	37%
Malo	4%
Muy malo	1%

Medida en que le preocupa su estado de salud

¿Y qué tanto le preocupa su estado de salud...?



Mucho	35%
Bastante	40%
Poco	16%
Nada	9%

TNS Argentina. Base: Total población de 60 años y más.

14 años transformando
necesidades en resultados objetivos



Roan Service



ROAN PIENSA EN SUS CLIENTES

Con la nueva línea de bactericida **GENETIC**, poderoso gel alcohólico descontaminante y santizante de manos.

ZONAS DISPONIBLES PARA DISTRIBUIDORES .

SERVICE

Bicicletas / Cintas / Escaladores / Elípticos / Máquinas de musculación
Reparación , venta de repuestos y máquinas .

CAMAS DE PILATES

Reparación y venta de repuestos .

Si se analizan los datos obtenidos en los distintos estratos sociodemográficos, se percibe que los hombres están más satisfechos con su estado de salud que las mujeres (64 por ciento contra 54 por ciento respectivamente). Asimismo, la satisfacción aumenta entre los adultos mayores pertenecientes a la clase media y alta (alcanzando a 7 de cada 10 vs. 5 de cada 10 seniors de sectores bajos).

En cuanto a la preocupación que el tema reviste, el estudio arroja que si bien ésta aumenta a medida que se declara un peor estado de salud, la preocupación se mantiene alta también entre los que están satisfechos.

¿Qué hacen los mayores argentinos para estar bien?

Al indagar acerca de cuáles son las tres principales acciones para llevar una vida sana, los mayores de 60 años parecen no tener dudas: 8 de cada 10 declaran en primer lugar *comer sano*. Bastante más atrás aparecen *hacer actividad física* y *tomar mucho líquido*, mencionadas por 4 de cada 10 seniors (35 por ciento). Por su parte, 3 de cada 10 señalan que *estar en familia* es un factor también muy importante para el desarrollo de una vida sana.

El componente *afectivo* adquiere mayor peso a la hora de hablar de una vida saludable entre mujeres: estar con familiares / amigos es aludido por 35 por ciento de las mujeres contra 27 por ciento de los hombres. En cuanto a la realización de actividad física, ésta tiene mejor fama entre los adultos mayores de sectores socioeconómicos medios y altos (alcanzando 44 por ciento vs. 31 por ciento en los niveles bajos).

Más de la mitad de los seniors argentinos lleva una vida sedentaria

Las tres principales acciones que realizan para llevar una vida sana

¿Cuáles son las tres principales cosas que realiza usted para llevar una vida sana?



TNS Argentina. Base: Total población de 60 años y más.

TNS también preguntó acerca de la realización de actividad física y/o deportes. Y así se llegó a uno de los datos más preocupantes que arroja este estudio: el 60 por ciento de este segmento declara no realizar ningún tipo de actividad física (versus 40 por ciento que declara lo contrario).

dob
PESAS

Pesas Dob
Alberdi 383, Villa Lynch
San Martín
Tel. (54 11) 5290-7850/7851
pesasdob@hotmail.com
www.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

Práctica de actividad física / deportes
¿Realiza usted o no alguna actividad física / deporte?



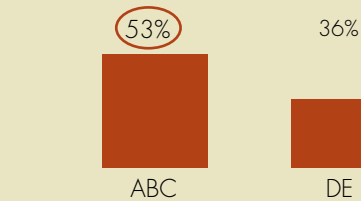
TNS Argentina. Base: Total población de 60 años y más.



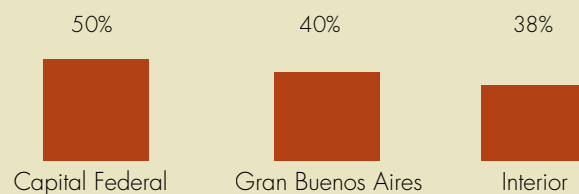
El análisis sociodemográfico de los seniors "activos" muestra que la práctica de deportes no varía por género; sí se observa, en cambio, un significativo aumento en las clases altas (53 por ciento vs. 36 por ciento en los sectores bajos) y entre quienes declaran gozar de buen estado de salud (44 por ciento vs. 26 por ciento de los mayores de 60 años que declaran tener un estado de salud negativo).

Practican actividad física / deportes
Cruce por segmentos

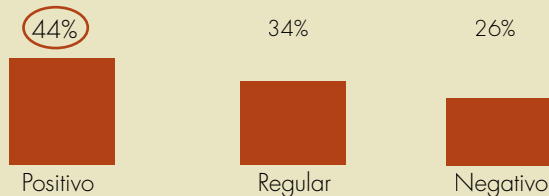
NIVEL SOCIOECONÓMICO



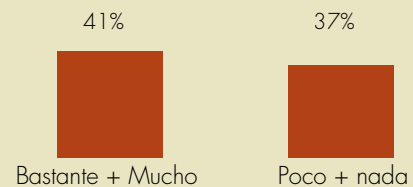
ZONA



ESTADO DE SALUD



PREOCUPACIÓN POR ESTADO DE SALUD



TNS Argentina. Base: Total población de 60 años y más.

En cuanto al tipo de deporte realizado, los resultados son contundentes: 65 por ciento de los adultos mayores de 60 años que realizan algún tipo de actividad física eligen *footing/ caminar*. Bastante más atrás, y mencionada por 2 de cada 10 aparece andar en bicicleta. *Gimnasia* y *Yoga* reciben 9 y 7 por ciento de las menciones respectivamente.

Este estudio es de carácter nacional y fue realizado a través de 609 entrevistas personales domiciliarias a la población argentina mayor de 60 años durante el último cuatrimestre del 2008. ■

Fuente: TNS Argentina (www.tns-global.com)

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

Reformer Plegable, Accesorios, Estante, Cursos NEW, Cadillac Plegable, Valija con rueditas

CON LA COMPRA DE UN REFORMER PLEGABLE TENES EL CURSO DE FORMACIÓN "PILATES DELIVERY" SIN CARGO
 Más información www.martinguidofitness.com / ventas@martinguidofitness.com / Cel. 15-50151816

Ejercicio reduce deseo de comer



Los ejercicios físicos, además de provocar un gasto energético, inducen la producción de una proteína en el cerebro que reduce el deseo de ingerir alimentos, concluyó un estudio realizado en ratones por investigadores del **Instituto Nacional de Obesidad y Diabetes** de la **Universidad de Campinas** (Unicamp), en Brasil.

Los científicos aseguran que la obesidad provoca un proceso de inflamación de baja intensidad en el hipotálamo, la región del cerebro que entre otras funciones controla la saciedad. El hipotálamo de las personas saludables es sensible a la acción de las hormonas insulina

y leptina, que consiguen aumentar la expresión de peptidos en esta región del cerebro y, en consecuencia, reducir el deseo de ingerir alimentos.

La inflamación impide que el hipotálamo de las personas obesas reaccione a la insulina y a la leptina. El estudio en ratones demostró que la actividad física es capaz de reducir la inflamación del hipotálamo de los obesos y de permitir la normal reacción del mismo a la insulina y a la leptina. Como consecuencia, las personas que practican algún tipo de ejercicio disminuyen su compulsión por la comida.

Fuente: Ciencia Hoje.

Mujeres argentina insatisfechas con su imagen

Según una encuesta realizada por **D'Alessio Irol**, el 95 por ciento de las argentinas se siente insatisfecha con su imagen y sólo el 5 por ciento está conforme con ella.

De las 876 mujeres encuestadas por la consultora, la mayoría se muestra disconforme con alguna parte de su cuerpo y señala especialmente estos aspectos: peso, celulitis o flaccidez. Un dato habla de cierta distorsión de la percepción: el 90% dijo que en algún momento de su vida se sintió gorda (haya tenido o no kilos de más).

Según la misma encuesta, **3 de cada 10 mujeres consultadas no hace actividad física.**

Fuente: Clarín



- > Inteligente
- > Amigable
- > Silencioso

Un completo equipo para el fitness.
Ideal para organizar competencias en el gimnasio.

Concept 2 Remo bajo techo

Good Will R.C.

Colón 593 - Ciudad - Mendoza

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

Bartolomé Mitre 4020 - Capital Federal

Tel. (54 11) 4958-2620 / 4958-5216



SportClub lanzó 33 Minutos



Bajo el slogan "Tu tiempo justo", la cadena de gimnasios SportClub, de Argentina, oficializó el lanzamiento de su propio programa de entrenamiento rápido en circuito.

El 12 de agosto pasado, la sede Cecchina de SportClub, en Buenos Aires, se vistió de fiesta para realizar el lanzamiento de "33 Minutos", un programa de entrenamiento rápido que se realiza en un circuito de máquinas desarrolladas por Equipamientos Fox.

"El objetivo de este servicio es ofrecer tanto a socios como a no socios una alternativa distinta para entrenar", explica Nicolás Wainstein, gerente de Cecchina. Y en esta línea agrega: "El programa fue pensado para personas que buscan, en poco tiempo, lograr objetivos con una actividad simple, eficaz y divertida".

Para lanzar esta nueva actividad, SportClub acondicionó especialmente un área del gimnasio, que bautizó Zona 33'. "El circuito combina ejercicios aeróbicos y de tonificación, que se realizan en media hora, sin horarios prefijados, al

ritmo de la música y con la atención permanente de un profesor de educación física", remarca Wainstein.

Las estaciones de entrenamiento provistas por Equipamientos Fox juegan un papel muy importante en los resultados que ofrece este programa express. "El diseño de los equipos es compacto, moderno y funcional lo cual hace muy dinámico su uso y el paso de un aparato a otro", destaca Gustavo Assain, socio gerente de la firma proveedora.

"Este tipo de circuitos -según Wainstein- ha demostrado su eficacia en millones de personas en todo el mundo, mejorando no sólo la figura y la salud física de quienes lo practican, sino también su vitalidad y bienestar emocional. Además, es una actividad fantástica para bajar de peso y más aún si se acompaña con un plan nutricional".

Para comunicar el lanzamiento de este nuevo programa, Wainstein coordinó una serie de acciones de marketing que incluyó desde gráfica -folletos y carteles- en lugares estratégicos del gimnasio, comunicación directa de profesores a clientes y también herramientas electrónicas como e-mails, Facebook y el sitio web de SportClub. ■



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



GYM HOME



Remar mejora la salud en adultos mayores

Un estudio realizado recientemente en Estados Unidos revela que el remo de interior mejora la resistencia y la flexibilidad en personas mayores de 60 años.



Una investigación realizada en el club **Chatham Health & Swim** de la ciudad de Chatham, en Massachusetts -Estados Unidos- sobre 34 adultos mayores demostró que la totalidad de los participantes obtuvo mejoras del 20 al 34 por ciento en su condición física luego de haber participado regularmente en clases de remo de interior en el club.

Las pruebas se realizaron antes y después de un programa de seis semanas de duración, con sesiones grupales de 30 minutos realizadas en remos **Concept2**. Los participantes, cuyas edades promediaban los 71 años, lograron mejorías notables en exámenes de fuerza y flexibilidad que midieron movimientos funcionales como subir escaleras y caminar.

Cada clase de remo incluyó un periodo de calentamiento y uno de enfriamiento, más un segmento de 5 minutos sobre aspectos técnicos y dos periodos de 3 minutos en los que los participantes remararon, alternando con ejercicios de estiramiento y de fuerza. El 68 por ciento no tenía experiencia previa en remos y varios ni siquiera hacían actividad física.

Los adultos que participaron del estudio se mostraron sorprendidos y felices al notar que el remo les permitía mejorar su resistencia física y fortalecer

sus piernas, sin causar o agravar dolores de rodilla o espalda. Además un grupo importante que sufría dolores transitorios de hombros o rigidez en el cuello también experimentó mejoras sustanciales.

Según **Carol Penfield**, responsable del estudio, mejorías como éstas significan un cambio considerable en la calidad de vida de los adultos. "La habilidad de sentarse, pararse, caminar y conservar la agilidad les permite mantener una vida independiente y evitar lesiones comunes que son producto de caídas", remarca la especialista.

"A diferencia de otros ejercicios -prosi-gue- el remo es único porque se realiza sentado, lo cual permite fortalecer piernas y abdomen sin generar desgaste en las articulaciones. Además pone en acción grandes grupos musculares y hace posible que una persona mejore su condición aeróbica y anaeróbica con movimientos suaves y sin impacto". ■

Aumente la rentabilidad de su negocio...

Plataformas Vibratorias

y maximice sus resultados

deportsalud
the wellness shop

- Vibración planar Use Profesional 1 y 2 motores, 2 computadoras, programas
- Oscilatorias de 1.5 hpl Hasta 18prog y 500 watts de potencia

¡Entrega Inmediata!

CURSOS DE PERFECCIONAMIENTO
SOBRE EL USO CORRECTO DE LA PLATAFORMAS

CERTIFICACION EXCLUSIVA
DEPORTSALUD

Av. Maipu 1769, Vicente López | Tel: (011)4797-4231 / 11-6880-1415 | www.deportsalud.com

Body Systems lanza la revista "Mi Locker"



El nuevo plan de comunicación masiva de **Body Systems LatinAmerica** tiene como objetivo llegar directamente al usuario del gimnasio. Esta estrategia comprende tres canales de comunicación: revista, página web y evento masivo. "El objetivo de **Mi Locker** es generar una comunidad de fitness y multiplicar la idea de que el deporte mejora la calidad de vida", destaca **Yamila Pacalay**, una de las líderes del proyecto.

"**Mi Locker**" es una revista de interés general, que promueve el bienestar, con información relativa al mundo del fitness. Su primer número, que salió a mediados de septiembre, cuenta con 20 páginas y tiene formato A4. En lo que resta del año 2009, saldrán dos ediciones más y en 2010 será una publicación bimestral, que se distribuirá a través de gimnasios e instructores.

La revista cuenta con su propia página web - www.milocker.net - en la que los usuarios pueden registrarse para adquirir beneficios y además de leer la publicación digital. "Por otro lado, estamos planificando un evento masivo, con lugar y fecha aún por confirmar, cuyo fin será que la gente se divierta junto al fitness, con música, sorteos y muchas sorpresas", concluye. ■

NITREC
EQUIPAMIENTOS PARA GIMNASIOS
bicicletas indoor - elípticos - pilates

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

envíos al interior

LIONFORCE
EQUIPAMIENTO DE MUSCULACIÓN EN CONSTANTE EVOLUCIÓN
EQUIPAMIENTO AERÓBICO / ACCESORIOS / ASESORAMIENTO

MÁQUINAS USADAS EN EXCELENTE ESTADO

Puerto de Palos 837 Villa Domínico / Tel (54 11) 4207-8668
Cel.1135469561 / Radio 632*635 / www.lionforce.com.ar

SOMOS FABRICANTES

FULL MAK

SOMOS ESPECIALISTAS

RETAPIZAMOS LAS MÁQUINAS DE TU GIMNASIO

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

H. Yrigoyen 3941. San Justo. Buenos Aires.
Tel. (54 11) 4482-2791 - Nextel ID 568*3378
www.fullmak.com.ar - info@fullmak.com.ar

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

Apple pisa fuerte en los gimnasios



El 3 de septiembre de 2009, la oficina de patentes y marcas de Estados Unidos publicó una solicitud de patente de **Apple** que deja en evidencia la gran importancia que esa compañía le está dando a su programa "Rock The Gym".

El programa actualmente funciona con los últimos equipos cardiovasculares de las marcas Life Fitness, Precor, Star Trac, TechnoGym, Cybex, Freemotion y Matrix, y podría tener cabida en las cadenas británicas de gimnasios Fitness First y Virgin Active.

La patente de Apple muestra cómo cualquiera de sus reproductores digitales, incluido el nuevo **iPhone 3GS**, podría conectarse a diversos tipos de equipos para grabar datos como calorías consumidas, tiempo utilizado, distancia, velocidad, frecuencia cardíaca, presión sanguínea, niveles de oxígeno en sangre, inclinación, resistencia y esfuerzo, entre otros.

El sistema de control deportivo podría transferir esos datos al ordenador del usuario y también permitirle competir con un colega en el mismo gimnasio, ciudad, país o incluso en otro continente. Ésta es la cuarta patente de Apple relativa al deporte en lo que va de año 2009, aunque otras se han ocupado de deportes extremos, monitoreo avanzado de deportes y programas futurísticos para hacer deporte con Apple TV. ■

El sistema de control deportivo podría transferir esos datos al ordenador del usuario y también permitirle competir con un colega en el mismo gimnasio, ciudad, país o incluso en otro continente. Ésta es la cuarta patente de Apple relativa al deporte en lo que va de año 2009, aunque otras se han ocupado de deportes extremos, monitoreo avanzado de deportes y programas futurísticos para hacer deporte con Apple TV. ■

Fuente: www.ipodizados.com



GLOBUS

BEAUTY PLANET

TECNOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN
PARA LA ESTÉTICA INTEGRAL

ELECTROESTIMULACIÓN INTELIGENTE

EQUIPOS DIGITALES PORTÁTILES



NUEVO GENESY 1200

PLATAFORMAS VIBRATORIAS

NUEVO MODELO
VASCULANTE
WAVE 100



MODELO GOLD
Amplitud de Frecuencia
de 15 A 70Hz.

CAVITACIÓN PROFESIONAL

LIPO ZERO 3000



CAPACITACIÓN A CARGO DE PROFESIONALES

+5411 - 4139 - 7437 | info@globusdeargentina.com.ar

www.globusdeargentina.com.ar

REPRESENTANTE OFICIAL

Las mejores campañas publicitarias

Mercado Fitness presenta una selección de ingeniosas y creativas campañas publicitarias de la industria del fitness mundial.



Empresa: SPW Bikes. Agencia Advico Y&R (Suiza)
Texto: Mantente en forma.



Empresa: Gym Box (Reino Unido)
Texto: Antes. Después. Súper entrenador personal.



Empresa: O2 Health Studio (India)



Empresa: Agencia Shalmor Avnon Amichay/ Y&R Interactive (Israel)
Texto: Publicidad de centros de fitness en Páginas Amarillas.



Empresa: Cia Athletica (Brasil)
Texto: Cuanto más feo te ves, más lindo quedarás.



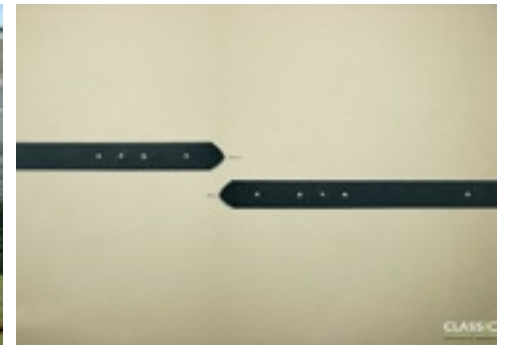
Empresa: Gold's Gym
Texto: Estar con sobrepeso lo hace más difícil. Mantente en forma.



Empresa: Cia Athletica (Brasil)
Texto: Entreno por dos razones: 1) Mi cuerpo es mi casa. 2) A veces alguien viene de visita.



Empresa: Gold's Gym



Empresa: Classic Fitness Center (India)

Texto: Antes. Después



Empresa: Companhia Athletica (Brasil)

Texto: Si usted sintió pena es porque tiene corazón. Entonces cuídalo bien. Problemas cardiacos atacan a más mujeres que todos los tipos de cáncer juntos. Consulte a su médico y practique actividad física regularmente.



Empresa: Gold's Gym

Texto: Somos lo que comemos, lo cual es extraño porque obviamente no comes peras.



Empresa: Bootcamps (Australia)

Texto: Hacé del fitness una parte de tu vida.



Empresa: Wellness Centro de Estética y Salud (Arabia)

Texto: No vale la pena tener el cuerpo de un Dios, si ese Dios es Buda.

Asiento con balanza en una parada de omnibus



La cadena de gimnasios británica **Fitness First** ha llevado a cabo un curioso experimento publicitario en Rotterdam (Holanda). Equiparon una parada de omnibus con un asiento-balanza. Entonces cuando una persona se sienta puede observar en el panel lateral de la parada, con números grandes y bien visibles, cuántos kilos pesa.

Actividad física mejora el sueño en los niños



Los niños que durante el día se mantienen activos y realizan distintas tareas tardan menos en dormirse por las noches, según una investigación realizada por un equipo de pediatría de la **Universidad de Auckland** (Nueva Zelanda).

Por el contrario -afirma el estudio- a los niños sedentarios les cuesta más dormir. De hecho, sus datos muestran que cada hora de inactividad durante el día se traduce en tres minutos de vigilia más, una vez que las luces se han apagado.

"Nuestros resultados enfatizan la **importancia de la actividad física para los niños**, no sólo para mantenerse en forma y controlar el peso y la salud cardiovascular, sino para **promover un sueño adecuado**", comentan los autores de este trabajo, quienes analizaron a 519 niños de una edad media de siete años.

Los investigadores comprobaron, al analizar los datos disponibles, que los niños tardaban, como media, unos 26 minutos en quedarse dormidos y que el verano era la estación del año en la que más les costaba conciliar el sueño.

Fuente: El Mundo

La obesidad, ¿socialmente contagiosa?

Una investigación realizada por especialistas de las universidades de **Harvard** y **California**, en Estados Unidos, señala que la obesidad -como así también la delgadez- es un fenómeno socialmente contagioso. Los especialistas habrían comprobado que si un amigo o familiar cercano de una persona engorda, son muy altas las probabilidades de que ésta también suba de peso.

El estudio se realizó sobre una red social de 12.067 participantes, observándose un total de 38.611 personas vinculadas familiar o socialmente a éstas, durante 32 años. Se concluyó que los amigos en primer lugar y luego los hermanos del mismo sexo tienen una influencia mayor sobre el aumento de peso en comparación con el cónyuge o con los vecinos.

Los investigadores adjudican estos descubrimientos a que las personas que pasan mucho tiempo juntas tienden a tener hábitos alimentarios y de ejercitación similares. Pero además, a que el hecho de tener parientes o amigos obesos modifica la percepción de lo que es un peso saludable.



Fuente: BBC - Infobae - La Gaceta











LINGOTE "DOBLE U" PLASTIFICADO

- Diseñado y desarrollado con matrices exclusivas de Pesas Sol, obteniendo un producto único, con medidas siempre uniformes.
- Plastificado con material de excelente calidad, logrando así que el lingote sea totalmente silencioso y estético.
- Su diseño único y moderno permite cargar y descargar el lingote sin desarmar la máquina, lo que resulta muy beneficioso en el momento del traslado.
- Excelente relación precio y calidad.

SOMOS FABRICANTES

Gral. Lamadrid 847 Villa Adelina Bs.As Argentina / Tel:(54 11) 4766-5016 / pesasdelsol@hotmail.com / www.pesassol.com.ar

AllSquashCourt®

ESPECIALISTAS EN CONSTRUCCIONES DEPORTIVAS



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

RENT A FLOOR nuevo servicio de alquiler de superficies de goma transportables.

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

Pilarte

Equipos y accesorios para Método Pilates



Reformer
\$ 2.400

Combo Chair
\$ 1.500



Barrel
\$ 1.300

PROMOCIÓN

Box + Jumping \$ 300

Precios + IVA.

Informes: Hernán G. Recalde (54 11) 4222-9743 • 4222-1028 • 15-5839-1625
www.pilarte.com.ar • correopilarte@hotmail.com



RESORTES MG

PILATES & FITNESS

DISEÑO + IDEAS + ESTÉTICA

Reformer + Cadillac + Chair

resistencia correcta + duración + identificables.

Ruedas para reformer, verticales y horizontales

Conjunto dientes de sierra para reformer

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

UP DOWN
Ingeniería al Servicio del Fitness

Clases Grupales

Sistema Registrado por UP DOWN

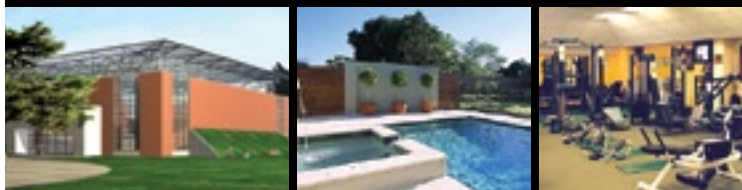
- Diseños Exclusivos
- Nuevos Modelos
- Equipos de Alta Calidad

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

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.

Consulta la promo gimnasios



CGA

Cámara de Gimnasios de Argentina

Organización Argentina dedicada a desarrollar y promover la industria del fitness y del wellness.

OBJETIVOS

Nuestro principal objetivo es Apoyar a los miembros de la CGA en la administración de su negocio propiciando siempre el intercambio de información para lograr el crecimiento y desarrollo constante de su empresa.



ASOCIESE!!

Ser parte de la Cámara de Gimnasios de Argentina es un camino seguro hacia la expansión y el éxito. Forme parte de la CGA y recibirá todos los beneficios que brindamos.

Necesitamos del Apoyo y la participación de todos!!

Av. Corrientes 5260 Capital Federal - (1414) Tel/Fax: 4857-2659 e-mail: info@camaradegimnasios.org.ar / www.camaradegimnasios.org.ar

Ejercicio contra el envejecimiento

Un estudio publicado en **Archives of Internal Medicine** sugiere que el ejercicio produce una gran respuesta en el proceso contra el envejecimiento. "No podemos permanecer jóvenes para siempre, pero con una rutina de ejercicios apropiados podemos hacer que el cuerpo responda o actúe la mejor condición por un tiempo más largo", aseguran los especialistas.

A medida que se envejece comienzan a suceder cambios en el cuerpo: pérdida de tonicidad en los músculos, ganancia de peso, aumento de la presión arterial, disminución de la densidad en los huesos y la salud del sistema cardiovascular se deteriora.

"Cuando consideramos los beneficios del ejercicio -mejora la circulación, disminuye la presión arterial, tonifica



los músculos, reduce el estrés, baja el colesterol, alivia el dolor de la artritis, mejora la flexibilidad, baja de peso, mejora el balance y la estabilidad- la relación entre éste y el proceso de anti-envejecimiento queda clara", señalan.

Los estudios demuestran que los adultos que participan en actividades físicas regulares son biológicamente más jóvenes que los individuos sedentarios de la misma edad, y también tienen una visión psicológica del envejecimiento más positiva. ■

Fi Mental
Training
Soluciones en Gestión

Capacítense para gerenciar su gimnasio con eficiencia:
Ventas - Retención - Finanzas
Recursos Humanos - Planificación
Negociación - Marketing - Coaching

www.fitmental.com / info@fitmental.com
Informes e inscripción:
(54 11) 4331-6698 / 0089 de 10:00 a 18:00 hs.

ROCÓDROMO®
Muros de escalada

(0221)15-508-1352 / 15-501-9378
info@rocodromo.com.ar
WWW.ROCODROMO.COM.AR

Alejandro Díaz
Fabricamos equipamiento para Método Pilates

Cursos de Capacitación para Método Pilates
Pilates reformer todos los niveles
Vuelo Aeróbico en reformer
Control Flex flexibilidad en reformer y esferas
Pilates Podio entrenamiento de la fuerza y equilibrio en reformer

Estudio Pilates Per Lei, Virasoro 1020 / Tel. (54 11) 4982-8105
alejandrodiaz.jump.fly@gmail.com / www.jump-fly.com.ar

EXEL PRO
Con el respaldo de la empresa de servicio técnico líder en el mercado.

BICICLETAS DE INDOOR CYCLE
IMPORTADORES DIRECTOS

Cel.: (011) 15-4058-7195
kapitanpedales@yahoo.com.ar

NEW PLAST

Fabricamos aros, bastones, conos, vallas, discos sumergibles, boyas rompe olas, escaleras de coordinación, varillas para marcación, media esfera de equilibrio dinámico y muchos artículos más.

José Ignacio Rucci 2238 (B1824GYD)
Lanús Oeste - Buenos Aires - Argentina
Tel. (5411) 5290-0992 - 5290-0993

ESCUELAS NEF
NUEVA EDUCACION FISICA

10 AÑOS DE TRAYECTORIA EDUCATIVA CAPACITANDO INSTRUCTORES Y PROFESORES.
INSTRUCTORADOS Y MASTERS.
CONSTANCIAS OFICIALES Y PUNTAJE DOCENTE.

Sedes: Capital, Vicente López, Quilmes, Lanús Este y Morón.
www.esuelasnef.com.ar / info@esuelasnef.com.ar
Informes e inscripción: (54 11) 4331-6698/0089
de Lunes a Viernes de 10:00 a 18:00 hs.

4ta YMCA BODY & MIND INTERNATIONAL CONVENTION
El Congreso de Cuerpo, Mente y Espíritu con una visión holística del movimiento
Técnicas: Stretching, Pilates Mat, Reformer, Watsu, Estirokinesia, Masajes, Columna & Postura, etc.
Fecha: Sábado 24 y Domingo 25 de Octubre
Lugar: Asociación Cristiana de Jóvenes - Reconquista 439 y R. Corrientes

www.marcoibv.com.ar / info@marcoibv.com.ar

West Gym
4488-1575 WGG
CENTER FITNESS SYSTEM

Somos fabricantes. Todas las máquinas profesionales y para el hogar.

OFERTA en discos, barras y mancuernas con topes y a rosca. Cintos y tobilleras de cuero.

Repuestos y accesorios en general.
Colchonetas, tobilleras, steps, rodillos poleas, registros, cables. Sogas elásticas, mosquetones, artículos para boxeo, artes marciales. Bandas para cintas. Reparación.

Maipú 4143. Ciudadela
nieveswestgymcenter@hotmail.com
www.westgym.com.ar

Lanzan Smart Fit

Calidad, simplicidad y bajo costo

Ésta es la fórmula a la que apuesta con su nuevo emprendimiento comercial el empresario paulista, Edgard Corona, fundador y propietario de BioRitmo, una de las redes de gimnasios más importantes del mercado brasileño.

Mientras que el común de los gimnasios líderes de Brasil cobra a sus clientes mensualidades que oscilan entre los 50 y 85 dólares, el empresario **Edgard Corona** acaba de lanzar en su país una nueva opción en materia de centros de entrenamiento, que apuesta a la simplicidad y al bajo costo como sus principales diferenciales.

Corona, quien es además fundador y propietario de **BioRitmo**, una de las cadenas de gimnasios más emblemáticas del mercado brasileño, bautizó **Smart Fit** a su nuevo emprendimiento comercial. Una mensualidad en este gimnasio va de los 26 a los 34 dólares, pero sin embargo ofrece instalaciones cómodas y muy bien equipadas.

“La calidad de Smart Fit es idéntica a la del resto de nuestros gimnasios, pero suprimimos servicios como masajes, bronceado artificial y natación”, explica Corona, quien ade-

más confía en que el público de Smart Fit es diferente al de BioRitmo, con lo cual no teme que el crecimiento de su nueva red termine canibalizando a la más antigua.

La propuesta de Smart Fit fue pensada para un público que, aunque quiera, no pasa muchas horas en el gimnasio. “Son personas exigentes, que quieren pagar sólo por aquello que usan y por el poco tiempo que tienen para entrenar”, explica Corona. “La clave de Smart Fit -según el empresario- es su excelente relación costo-beneficio”.

Este gimnasio cuenta inclusive con un número y una variedad de equipamientos muy superior a la de la media del mercado. “Nuestro foco está puesto en el cliente que tiene poco tiempo para venir al gimnasio y que quiere algo bien específico”, señala **Marco Lara**, director de operaciones de Smart Fit.

Marco Lara y Edgard Corona





A diferencia de lo que sucede con muchos gimnasios de Brasil, en Smart Fit no hay contratos, ni planes semestrales o anuales y tampoco pagos con cheques diferidos. Quien lo desee, puede realizar su inscripción vía Internet para usar el gimnasio todos los días de 6.00 a 22.00 y durante los fines de semana en horarios especiales. “O sea que ofrecemos practicidad, libertad y optimización en la inversión”, resalta Lara.

El proyecto de Smart Fit surgió a comienzos de 2009. Su primera unidad abrió en junio pasado en el barrio de Morumbi, en San Pablo, y ya cuenta con 1500 clientes. Si bien las primeras cuatro sedes se instalarán con capital propio -en San Pablo, Brasilia, Puerto Alegre y Río de Janeiro- Corona anunció sus planes de franquiciar este negocio.

La expectativa de este empresario es alcanzar hasta el año 2014 las 50 unidades propias y las 100 franquicias. Al respecto, Corona dice: “Vamos a inaugurar dos franquicias por cada unidad propia que abramos durante los próximos cinco años, como una forma de estimular el sistema”.

Para abrir una franquicia de Smart Fit la inversión inicial gira en torno al millón de dólares. Este valor contempla el proyecto arquitectónico, la adaptación de la obra civil del inmueble, la compra e instalación de los equipamientos y la tasa inicial de franquicia, que es de 53 mil dólares.

Para obtener una franquicia Smart Fit, además de contar con el capital y residir en la ciudad en la que se pretende operar el negocio, Corona destaca que buscan socios “con gran espíritu emprendedor, identificados con nuestra marca y con el concepto de la red, que estén enfocados y comprometidos con la gestión de sus propios gimnasios”.

Corona espera que Smart Fit contribuya con el 20 por ciento de los 45 millones de dólares proyectados por su compañía como ingresos para 2010. ■

Fuentes: Portal de la Educación Física -Diario de San Pablo- Agencia de Prensa.

MANAGEMENT
EDUCACIÓN CONTINUA
PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO
FITNESS
MANAGEMENT
EDUCACIÓN CONTINUA

Bienestar
Actitud
Compromiso

Contáctenos y maximice el potencial de su negocio...

BODY ACTION CORP

Cia. Athletica abre gimnasio en el Estadio Morumbi

Companhia Athletica de Brasil escogió como locación al **Estadio Morumbi**, perteneciente al **San Pablo Fútbol Club**, para abrir su décimo quinta unidad. La red de gimnasios brasileña invertirá casi 2 millones de dólares para construir la nueva sede en el sector anaranjado de las tribunas del mítico estadio paulista.

El gimnasio, que albergará un máximo de mil socios, tendrá 1500 m² y abrirá en febrero de 2010, mientras que el contrato entre el club y la empresa vencerá a fines de 2012. Según **Marcos Nisti**, director de marketing de la red, "éste será el primer gimnasio con un número limitado de clientes". Esperan que la demanda sea grande y que haya lista de espera.

Sucede que el gimnasio funcionará inclusive en los días en que estén programados partidos o recitales, transformándose en una especie de palco desde el cual los socios podrán disfrutar del espectáculo

mientras entrenan. "La idea es que sea bien exclusivo, un objeto de deseo para el mercado", afirma **Richard Bilton**, presidente de Cía. Athletica.

Otro diferencial de esta nueva unidad es su integración con la pista de atletismo ubicada alrededor del campo de juego. Por medio de una rampa, los clientes del gimnasio podrán tener libre tránsito entre la pista y las salas de fitness. Esto les permitirá realizar entrenamientos a cielo abierto para carreras de calle, complementados con ejercicios de fuerza en el sector de musculación.

La apertura de este gimnasio forma parte del proyecto Morumbi Concept Hall cuyo objetivo es revitalizar al estadio reuniendo marcas *premium* en su interior. Para esto, ya se han inaugurado allí un bar temático, una librería Nobel, una tienda deportiva de Reebok y Espacio Unyco para eventos, todos con acceso vip para los clientes. ■



Energice su Sala de Cardio.

Presentamos la eSpinner™.



Mi trabajo era el que decidía cuándo yo podía tomar una clase de Spinning®. Pero eso era antes.

Ahora tengo mi propio instructor de Spinner® virtual y la clase con la intensidad que yo busco - en mi propio horario y cuando yo lo desee.

Energice su gimnasio hoy mismo. Visite www.startrac.com/espinner o llame al 001-714-508-3724 001-626-961-8772.

©2009 Star Trac. All rights reserved. Star Trac and the Star Trac logo are registered trademarks of Unisen, Inc. eSpinner™ is a trademark of Mad Dogg Athletics, Inc. SPIN® Spinning® Spinner® and the Spinning logo are registered trademarks of Mad Dogg Athletics, Inc. iPod is a registered trademark of Apple, Inc.



SPINNING

STAR TRAC

expect different.



Body Xchange

Programa intro

Fue creado en el año 2005 en República Dominicana por expertos de la compañía Body Shop Athletic Club. Hoy es un éxito y ya tiene una versión para niños.

Body Xchange es un programa de salud y bienestar físico creado en 2005 por **Body Shop Athletic Club**, en República Dominicana. A través de este programa, esta compañía enseña a sus asociados a llevar un estilo de vida saludable. “Nuestra metodología se basa en que la persona aprenda a entrenar y a alimentarse sanamente”, explica **Fernand Hafon**, gerente general de la unidad Arroyo Hondo de esta firma.

Para el ejecutivo, “ésta es la mejor forma para mantener en el tiempo los resultados obtenidos con el programa, ya que la persona aprende a hacerse responsable por sí misma de sus logros”. Otro aspecto que distingue a Body Xchange -según Hafon- es que no es farmacológico. “Nuestros entrenadores y nutricionistas enseñan a los socios cómo obtener resultados en forma totalmente natural”, remarca.

El programa está compuesto por 36 sesiones de entrenamiento (3 sesiones por semana) y 4 citas nutricionales, en las que se les prepara una dieta personalizada. “Se les realiza un seguimiento y las nutricionistas tienen contacto constante con los socios vía email”, explica Hafon. Desde un comienzo, el programa estuvo destinado al entrenamiento en pareja, por lo cual se incentiva a la gente con descuentos a que se inscriban de a dos.

Además, Body Xchange contempla también 3 talleres motivacionales -al principio, a la mitad y al final del programa- en los que los participantes comparten sus experiencias y logros

Sobre la empresa



Body Shop Athletic Club es una empresa familiar creada en 1986 en Santo Domingo, República Dominicana, por **Anthony Bernal** y su esposa **Noris Rodríguez de Bernal**. En la actualidad,

la firma cuenta con dos megaclubes en los que ofrece una amplia variedad de servicios -fitness, natación, escalada, fútbol, etc.- para un perfil muy diverso de público que incluye a niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.

Tel: 7083210
Cel: 094540563

www.hf.com.uy

info@hf.com.uy

ductorio a la actividad física

con sus compañeros y también con los entrenadores, nutricionistas y el equipo gerencial. Durante estos encuentros, se les da a los socios información y sobre todo consejos para mantenerlos motivados respecto al programa.

En su mayoría, el público que participa de este programa nunca asistió a un gimnasio y está buscando bajar de peso. Sin embargo, Hafon destaca que “también tenemos personas que buscan mejorar su resistencia física, subir de peso o simplemente sentirse mejor”. Body Xchange sirve como un **programa de introducción al mundo del bienestar físico** a lo largo de los primeros tres meses del socio en el club, que es el periodo más crítico y en el que mayores niveles de deserción se registran.

“Luego de que esas personas sienten que han aprendido cómo entrenar y comer sanamente para lograr un buen estado físico, siguen con nosotros en nuestros clubes utilizando el programa de Entrenadores Personales, con el cual pueden satisfacer necesidades más específicas y/o lograr objetivos más exigentes”, indica Hafon. ■



Body Xchange Kids

Este programa tiene su correlato infantil, con la misma duración y frecuencia que el de adultos, pero con una rutina de ejercicios más lúdica y menos rígida. “De esta forma, el niño aprende a ver el ejercicio como una actividad divertida y buena para su salud”, dice Hafon.

En cuanto al programa nutricional, al niño también se le da un trato diferente, con una cita semanal con la especialista, ya que a un pequeño no se lo puede someter al mismo régimen de comidas que se le da a un adulto y es necesario variarle la dieta todas las semanas para que no se aburra.

El fitness paraguayo tuvo su cita



La arquitecta brasileña Patricia Toraro estuvo presente en Wellness Paraguay

Los días 28, 29 y 30 de agosto pasado se llevó a cabo con éxito la tercera edición **Wellness Paraguay**. El evento, que tuvo lugar en el Crowne Plaza Hotel de Asunción, reunió a destacados profesionales del fitness de Sudamérica, que dictaron cursos y talleres sobre diferentes modalidades de gimnasia colectiva. Este evento fue declarado de Interés Turístico por la Secretaría Nacional de Turismo, de Interés Municipal por la Municipalidad de Asunción y de Interés Deportivo por la Secretaría Nacional de Deportes.

FULLGYM
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

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

Alianza estratégica

Crean red de clubes en Uruguay

A mediados de 2009, dos empresarios del fitness uruguayo concretaron una alianza estratégica que dio lugar al nacimiento de **G+**, una red de clubes independientes que cuenta en la actualidad con 5 sedes en Montevideo. Esta unión surgió por iniciativa de **Álvaro Padín**, director y propietario de **Bethel Spa** (3 unidades), y de **Wilson Prenz**, director de los **Gimnasios Personal** (2 unidades).

“Con Wilson nos conocimos en unas conferencias organizadas por Mercado Fitness en Buenos Aires y escuchando tantas ideas en las charlas, le comenté que sería muy bueno aliarnos, ya que nuestros gimnasios están ubicados en diferentes barrios de Montevideo”, comenta Padín. De esa conversación surgió el proyecto de G+ con el objetivo de “sumar nuestro conocimiento, experiencia, recursos humanos e instalaciones para brindar a los clientes un mejor servicio”.

La meta de Prenz y de Padín es “con-

vertir a G+ en la mayor red de clubes de Uruguay”. En su opinión son muchos los beneficios al trabajar unidos: los gimnasios asociados son más competitivos al acceder a economías de escala, tienen mayor poder de negociación frente a proveedores, pueden intercambiar conocimientos, tienen más y mejores recursos humanos y funcionan bajo el paraguas de una marca más fuerte, lo cual redundará en mejores niveles de captación y retención de clientes.

Por su parte, añade Padín, los clientes también obtienen algunos beneficios como: poder ingresar con una única cuota a varios gimnasios de la red lo que les garantiza una mayor variedad de servicios entre los cuales escoger. Según el empresario, “este año esperamos sumar a la red un par de clubes más en Montevideo, otro en

Colonia y es muy probable que si este verano no se suma algún gimnasio de Punta del Este, nosotros vamos a inaugurar un centro propio allí”. ■

Más información visitar www.gmasreddeclubes.com



Wilson Prenz y Alvaro Padín.

POLAR
LISTEN TO YOUR BODY



www.polarbolivia.com



SPORT
MAGAZINE

www.sportmagazine.com.py

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



VENTA

Sebastian Otero

Vendo discos de fundición color gris. 2x15Kg, 8x10kg, 6x5 Kg. y 2 soportes regulables individuales para sentadillas marca Fox.
TE: 02965 - 433712
Email: sebalotero@hotmail.com

Aldo Celli

Vendo baño sauna completo con muy poco uso, 6kwt listo para armar y utilizar. Mando fotos, medidas 2 x 2 x 2.1 mts. \$8500.
TE: 011 - 46567150
Email: winnergym@argentina.com

Mario Guillermo

Vendo bicicleta Zenith Riva en excelente estado, con porta caramañola, inflador, adaptación para freno a disco, computadora, bolso porta herramientas, asiento Trimatic gel, punteras plásticas para correas. Precio \$1300
TE: 011 - 1558368570
Email: maritog78@hotmail.com

Guillermo Napp

Vendo Megaline (3 años) Pec dec, dorsalera c/remo. Prensa oscilante, camilla isquio, cinta 3 HP Power Force.
TE: 011 - 15 3 174 4229
Email: guillermo@nappfc.com.ar

Emiliano Araiz

Vendo 4 bicis de indoor en excelentes condiciones. Cada una a \$850 pesos y las cuatro por \$3000.
TE: 15-5497-2912
E-mail: fitness_emi@hotmail.com

Eduardo Camaeh

Vendo o permuta máquinas de gimnasio y bancos.
TE: 011-5508-2492
E-mail: edu_worldgym@live.com.ar

Federico Ragameni

Vendo 45 equipos de Bodypump oficiales, color negro de 17kg c/u, en buen estado. Son del modelo sin agarre. Cada kit incluye 2 discos de 5k, 2 de 2.5k, 2 de 1.25, barra y topes. Precio \$50 c/u.
TE: 011-46642436
E-mail: ragameni@hotmail.com

Gastón Vallejos

Vendo sillón de cuádriceps, camilla de isquio, pec dec, dorsalera combina-

da, polea doble enfrentada, smith con rodamiento lineales, bancos, 2 bicis indoor, 250 Kg. aprox., todo marca Millennium. Acepto permuta por auto, moto, o camas de pilates.
TE: 155-7638366
E-mail: gaston_roman@yahoo.com.ar

Adrián González

Vendo máquinas sin estrenar, marca Stride línea Classic, color gris.
TE: 011-42903135
E-mail: gimnasioarg@hotmail.com

Andrea De Gennaro

Vendo 11 bicicletas de indoor marca MTD Gym, con sólo 5 meses de uso. Son de color negro, puedo enviar fotos (\$ 1.000 c/u). Además vendo equipo de audio, potencia, parlantes, luces rítmicas, luz negra, ventiladores, etc.
TE: 011-4300-9809
E-mail: draandreadg@yahoo.com.ar

Nicolás Pampillo

Vendo camillas inversoras tipo teeter. Precio \$900 c/u.
TE: 011-4787-3348
E-mail: nicolaspampillo@hotmail.com

Martín González

Vendo 4 bicis de indoor (3 marca Megaline y 1 Fox), color negro, en excelente estado. Precio \$3500 por las cuatro.
TE: 011-15-6908-9799
gymcentroasturiano@yahoo.com.ar

Juan Mateos

Vendo pec dec Muscle Factory, caño grueso. Sin uso. 90 Kg. de carga. Steps fibra de vidrio azules, banco plano con soporte para barra, 2 bicis Maraca PRO-FORM Modelo 775s.
TE: 0221 - 15 4637015
E-mail: jm_mateos@hotmail.com

Marcelo Rago

Vendo multicadecera con 65 Kg., marca Magnum Forces, con 10 años de uso. Precio \$1100. Envío foto.
TE: 011-4604-2157
E-mail: infosportgym@yahoo.com.ar

Esteban Rodríguez

Vendo 6 bicicletas de indoor como nuevas, un mes de uso. Precio 900 pesos cada una.
TE: 011-15-6115-4932
E-mail: esteban_pino@hotmail.com

Boris Tapia

Vendo prensa inclinada con lingotera, marca Uranium. Está en perfecto estado. Es gris metalizada con tapizado rojo.
TE: 011-4836-1516
E-mail: boristapia@sportclub.com.ar

Paula Cimadoro

Vendo lote de máquina con sobrecarga a \$7500. (máquina de glúteos c/40kg., polea simple c/30kg., multicable c/70kg., banco scott, banco p/abdominales, máquina pec dec, camilla p/cuádriceps c/40kg., prensa c/80kg., más banco p/pectorales plano 45°/90°.
TE: 15-3349-5289
E-mail: cimadorag@gmail.com

COMPRA

Matías Lucero

Compró 3 ó 4 bicis para indoor usadas, que estén en la Provincia de Córdoba.
TE: 03582 - 15407087
Email: matiasmoldes@hotmail.com

Martín Carosella

Compró cinta Embreex 570 USADA en buen estado.
E-mail: info@leangell.com.ar

Marisu Pages

Compró plataforma vibratoria en excelente estado.
TE: 0264 - 4230565
E-mail: marisupages@gmail.com

María José

Compró bicicleta para indoor preferentemente de alguien de Buenos Aires.
TE: 011 - 1566565502
E-mail: majocher@hotmail.com

Guillermo Serritella

Compró urgente 2 ó 4 reformer (de madera), pago contado y vendo o canjeo 7 máquinas de gimnasia pasiva a motor Body Shaper. Son para mujeres, glúteos, abdomen, muslos etc.
TE: 02352 - 15482143
guillermoserritella@hotmail.com

Andrés Martín

Compró banco Scott y banco para hacer fondos y abdominales inf. marca Fitness Machine o Fox.
TE: 02627 - 436165
gimnasiooxigeno@hotmail.com

Roberto Vaccaro

Compró máquina musculación para glúteos patada de burro y camilla aductores/abductores.
TE: 02342 - 15505124
Email: rvaccaro@speedy.com.ar

FONDO DE COMERCIO

Diego Menéndez

Vendo gimnasio funcionando dentro de un club, por viaje. Excelente ubicación (Olivos), con nueve años de experiencia en la zona. Alrededor de 100 m2. Máquinas en excelente estado. Máquinas olímpicas. Bicicletas indoor (2 Rebook), cintas y elípticos. 40 socios activos. Valor: U\$ 15.000 (dólares). Olivos (Gran Buenos Aires)
TE: (011) 4797-9202
Cel. 156-7403261
gamenesselroble@hotmail.com

Diego Barquin

Vendo gimnasio completo en musculación. Precio final \$40000. Acepto anticipo y resto a financiar o vehículo como parte de pago. Excelente calidad de máquinas.
TE: 02965 - 15201908
diego40barquin@hotmail.com

Jorge Malysz

Compró Smith Gravedad Cero.
TE: 42144818
Email: malyszprod@hotmail.com

ALQUILER

Miguel Gutiérrez

Asocio o alquilo en excelente punto de Capital Federal, locales de 4x30 y otro de 10x7 ideal gym, pilates, indoor, art. marciales, danza, eventos etc. Hoy funciona complejo deportivo de fútbol 5.
TE: 011 - 45523175
Email: veme2002@gmail.com

Juan Manuel Etchenique

Alquilo gabinete para diferentes usos. Las medidas son de 3,30 x 2,30 M. Esta dentro de un importante gimnasio del barrio de Parque Chacabuco al cual asisten 700 alumnos, el alquiler es de 700 pesos libres de gastos y sin requisitos.
TE: 011 - 44311382
Email: juanetchenique@hotmail.com



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

Alquileres

Compras

Donaciones

Empleos

Fondos de Comercio

Permutas

Proyectos

Servicios

Ventas

WWW.FITNESSBROKER.COM.AR

PUBLICIDADES EN ESTA EDICIÓN

33 Pilates - (03488) 154 09189 / info@33pilates.com.ar
 Aion Sports Towel - (02477) 411-550 / ventas@productos-exclusivos.com
 AllSquash - (011) 4812-9257 / info@allsquashcourt.com.ar
 Amici - (0341) 440-7553 / www.amicivirtual.com.ar
 Aquajig - (011) 4484-6512 / info@jigargentina.com.ar
 Athletic Services S.A. - (011) 4858-3377 / 88 / athleticervices@ciudad.com.ar
 Athletic - (011) 4798-2801 / www.athletic.com.ar
 Azteca - (011) 4729-2313 / info@pilatesazteca.com.ar
 Barcelona Biomecánica - (011) 4628-0651 / edu_barcelona@live.com.ar
 Bici Mundo - (0351) 4221665 / bicimundo@arnet.com.ar
 Bike Machine - (0341) 4400931 / bikemachine@bikemachine.com.ar
 BH Hi - Power - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar
 BiobodyX - (011) 4584-6734 / info@biobodyx.com.ar
 Biomax - (0341) 464-9441 / holiday@citynet.net.ar
 Body Systems - www.BodySystems.net
 Calderas Santero - (011) 4931-0183/0294 / info@calderassantero.com
 CardioFitness - (011) 4833-4706 / www.cardiofitness.com.ar
 Centro Roust - (011) 4393-2446 / rpgcentro@yahoo.com.ar
 Cia. Arg. de Lockers - (011) 4777-7555 / lockers@argentinelockers.com.ar
 Concept2 - (011) 4958-2620 / goodwillrc@gmail.com
 Control Gym - (011) 4958-1711 / info@controlgym.com.ar
 Cybex - (011) 4777-9239 / praffinetti@cybexint.com.ar
 DeportSalud - (011) 4797-4231 / ventas@deportsalud.com
 Digital Fitness - (011) 4711-6168 / contacto@digitalfitness.com.ar
 DKN Technology - (011) 4574-4842 / mir@mirfitness.com.ar
 Embreex - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar
 Ena Sport Nutrition - 08102226891/administracion@enasport.com.ar
 Equipamientos Fox - (011) 4278-3072 / ventas@equipamientosfox.com.ar
 Equipamientos Millennium - (011) 4265-1609 / ventas@equipmillennium.com
 Escuelas NEF - (011) 4331-6698/0089 / info@escuelasnef.com.ar
 Esféricos Estudio - (011) 4941-2836 / 156-196-9419 www.esfericos.com.ar
 Everlast - (011) 4782-7132 / info@leadingbrands.com.ar
 Evolution Center - (03543) 423732 / ventas@evolutioncenter.com.ar
 Fenix Machines - (011) 4200-1444 / ventas@fenixmachines.com.ar
 Fitmental - (011) 4331-6698/0089 / info@fitmental.com
 Fitness Beat - (011) 4784-1074/4787-6588 / info@fitnessbeat.com.ar
 Fitness Company - (011) 4713-5090 / info@fitness-company.com.ar
 Fitness Gym - (011) 4278-2885 / fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar
 Fitness Shop - (0223) 451-2073 / 491-0739 / juliosalerno@hotmail.com
 Floor-System - (011) 4597-4020 / www.floor-system.com.ar
 Full Mak - (011) 4441-3228 / info@fullmak.com.ar
 Futuro Fitness - (011) 15 4188-0945 / info@futurofitness.com.ar
 Gentech - www.gentech.com.ar
 Globus - (011) 4139-7437 / info@globusdeargentina.com.ar
 GMP Equipamientos - (0341) 421-6955 / 453-5080
 Go - (0341) 4452062 / ventas@planetago.com
 Grupo Silicon Dinap - (011) 4941-0478 / info@gsdtecnologia.com.ar
 Gym Home - (011) 4816-5650 / gymhome@fibertel.com.ar
 Hidrion / Dolphin - 0-800-266-0607 / controlserv@fibertel.com.ar
 Hidro World - (011) 4509-6879 / info@hidro-world.com.ar

PÁG.

30
58
85
66
56
30
34
64
62
57
57
55
85
68
37
20
70
58
12
77
25
15
79
73
72
13
45
44
17
86
38
60
61
31
86
21
96
32
29
46
80
56
63
81
43
39
64
78
26
25

Home Reformer - (011) 4751-8503 / homereformer@gmail.com
 HTN Suplementos - (011) 4555-0770 / info@htn-nutrition.com
 Impact Fitness - (011) 4855-8574 / adillen@systemfit.com.ar
 Informática & Deportes - (0341) 4932606 / info@entrenar.com.ar
 JBH Equip - (011) 4228-6141/4228-3182 / info@jbhequip.com.ar
 Kapitan Pedales - (011) 15 4058-7195 / kapitanpedalen@yahoo.com.ar
 Karen Oviano - (011) 4717-4865 / info@karenoviano.com
 Kip Machines - (011) 4327-2963 / hmoavro@kipmachines.com
 LDPIL - (011) 4733-3959 / www.ldpil.com
 Le Corps - (011) 5786-0458 / lecorpilates@yahoo.com.ar
 Lion Force - (011) 4207-8668 / www.lionforce.com.ar
 Máquinas Sanmartino - (0358) 464-8213/maquinassanmartino@arnet.com.ar
 Mat Pro - (011) 4442-1796 / info@mat-pro.com.ar
 Mir Fitness - (011) 4574-4842/43 / mir@mirfitness.com.ar
 MTD Gym - (0341) 4575721 / 07newedal@infovia.com.ar
 Não Pressão - (011) 4666-9484 / naoindumentaria@hotmail.com
 NB Equipamiento - (5411) 4896 2359 / rushvicente@hotmail.com
 New Plast - (011) 5290-0992 / 0993
 New Spa - (011) 153-037-1975 / www.new-spa.com.ar
 Nitrec - (011) 4283-2265 / infonitrec@yahoo.com.ar
 Organización M.L. - info@marcelolevin.com.ar / www.marcelolevin.com.ar
 Ozono Equipamiento - (011) 4468-1037 / ozono_fitness@yahoo.com.ar
 P&P Equipamientos - (011) 4544-6058/9994/info@pypeequipamientos.com
 Parkegom - (011) 4923-2209 / info@parkegom.com
 Pequipe - (011) 4892-0490 / 0540 / info@pequipe.com.ar
 Pesas Dob - (011) 4755-1885 / 1835 / info@pesasdob.com.ar
 Pesas Sol - (011) 4766-5016 / pesasdelos@hotmail.com
 Pilarte - (011) 4222-9743/15 5839-1625 / correopilarte@hotmail.com
 Pilates Delivery - (011) 155-015-1816 / www.martinguidofitness.com
 Pilates Per Lei - (011) 4982-8105 / alejandro.jump.fly@gmail.com
 Precor - (0221) 471-2323 / www.precor.com
 ProClub Manager - proclub@solucionarg.com
 Radical Fitness - (011) 4381-7061 / info@radicalfitness.net
 Randers - (0221) 471-2323 / info@randers.com.ar
 RC Máquinas - (03541) 425-714 / 155-77745 / r.c.maquinas@gmail.com
 Resortes MG - (011) 4687-0041 / resortesmg@fibertel.com.ar
 Roan Service - (011) 4735-2298 (L. 24 hs.) / roan@argentina.com
 Rocódromo - (0221) 15 508-1352 / info@rocodromo.com.ar
 Saturn Supplements - (011) 4613-0025 / ventas@saturnargentina.com.ar
 Schnell Sport - (011) 5272-4500 / www.schnellsport.com
 Semikon - (011) 4208-1285 / ventas@semikon.com.ar
 Soluciones y Servicios - (011) 155-4124879/syselectronicos@fibertel.com.ar
 Sonnos - (011) 4651-4692 / info@sonnosweb.com
 Star Trac - (011) 4855-8574 / info@spinning-ar.com.ar
 SysGym - (0351) 152-417379 / sysgym@amayasociados.com.ar
 Universo Gym - (011) 4713-1676 / info@universogym.com.ar
 Up Down - (0358) 156001268 / info@updown.com.ar
 West Gym - (011) 4488-1575 / nieveswestgymcenter@hotmail.com
 Xfit - (011) 4208-1480 / info@xfit.com.ar
 X-spinning - (011) 4254-0337 / info@xspinning.com.ar

PÁG.

40
50
05
36
11
86
71
02
65
41
80
58
38
16
24
27
80
86
38
80
86
70
53
52
19
75
84
85
76
86
33
48
59
13
38
85
74
86
68
09
35
30
08
04
47
30
85
86
36
51

CALENDARIO 2009

Octubre

14 al 17 - **Club Industry** (Chicago, EEUU).
 15 al 18 - **FitBiz Institute** (Buenos Aires, Argentina).
 22 y 23 - **VI Expo Wellness** (Buenos Aires, Argentina).
 22 a 24 - **IHRSA Fitness Brasil** (San Pablo, Brasil).

Noviembre

11 y 12 - **Fitness is Business** - Congreso Internacional de Gestión y Marketing Deportivo (Barcelona, España).

CALENDARIO 2010

Enero

16 al 20 - **Congreso Internacional de Educación Física FIEP** (Foz de Iguazú, Brasil)

Febrero

19 al 21 - **Salón del Gimnasio** (Madrid, España).

Marzo

6 al 8 - **Salón Internacional Cosm Belleza & Wellness** (Barcelona, España).
 10 a 13 - **IHRSA 2010** (San Diego, EEUU).

Abril

22 y 23 - **6tas Conferencias Mercado Fitness 2010** (Buenos Aires, Argentina).
 29/4 al 2/5 - **FIBO 2010** (Essen, Alemania).

Mayo

Rimini Wellness (Rimini, Italia).

Junio

18 al 20 - **Rio Sport Show** (Río de Janeiro, Brasil)

Agosto

10 al 14 - **IDEA World Fitness Convention** (Los Ángeles, EEUU)

Seguimos Creciendo!



Area Fitness
Rosario



Espacio 02
Córdoba



Redescubra Uranium



Con el respaldo de:
FITNESS
CORPORATION

URANIUM
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 nuestro Distribuidor Nacional al (54 11) 4713-5090 o a través de la Sección Comercial de www.fitnesscompany.com.ar



BICICLETA RECLINADA
LIFECYCLE® 858



ELÍPTICA 95X



TROCADORA 95T

BICICLETA VERTICAL
LIFECYCLE® 95C

**CONECTA TU CUERPO
CONECTA TU MENTE**

LifeFitness

WHAT WE LIVE FOR

www.lifefitness.com

Distribuidor Exclusivo
FITNESS
COMPANY
www.fitnesscompany.com.ar

➤ Casa Central:
Av. San Martín 640 (1672) San
Martín 54-11-4713-5090
info@fitnesscompany.com.ar

➤ Sucursal La Lucila:
Av. del Libertador 3501