

mercado Fitness

EL FACTOR HUMANO



Casi un tercio de las dificultades que enfrentan los empresarios del fitness están vinculadas con la gestión de sus empleados. Las mayores problemáticas son: falencias en el nivel de formación, baja motivación y compromiso, altas tasas de rotación y, para colmo de males, inexistencia de legislación laboral específica que regule al sector.

6^{TA} CONFERENCIAS
MERCADO
FITNESS 2010

El poder de la capacitación

La formación continua del *staff* refuerza en sus integrantes el comportamiento deseado de cara a sus miembros.

Bar: claves para instalarlo

Aspectos centrales a considerar: ubicación dentro del club, tamaño, personal a cargo y confección del menú.

Philippe Walch, reportaje

Para el presidente de Holmes Place Health Clubs Iberia la fidelidad de los clientes es la clave de la rentabilidad.

SALÍ a CORRER

CON LA NUEVA LINEA DE CINTAS DE TROTE

KIPRUN 2010



 **KIP MACHINES**

Av. Pte. Roque Sáenz Peña 615 Of. 520 - Tel: (011) 4327-2963 • BUENOS AIRES
www.kipmachines.com • 0810 444 0108 • ventas@kipmachines.com

¿Y por qué, papi?

Los chicos tienen la maravillosa capacidad de cuestionar todo, pero como aún carecen de respuestas propias para la mayoría de las incógnitas que se les plantean, somos nosotros –los adultos– quienes debemos saciar su hambre voraz por explicaciones. Sus días son un permanente descubrir de mundos nuevos que hacen del “por qué” su juego más divertido.

Pero con el paso de los años, además de ganar centímetros de cintura y perder cabello, se diluye entre los rígidos callos de nuestras manos esa natural facilidad para cuestionar casi todo con la inocencia, la ingenuidad y la honestidad que nos caracterizaban cuando aún teníamos las mejillas rosadas, la manos suaves, la sonrisa fácil y menos de un metro de altura.

Perdemos de vista que todos nuestros hábitos, hasta los más cotidianos, son el resultado de un proceso cíclico en el que intervienen pensamientos, interpretaciones, sentimientos y comportamientos. La repetición de esos hábitos, en el devenir de la vida, nos hace menos flexibles, menos ágiles mental y emocionalmente y, por lo tanto, más reticentes al cambio.

El problema es que la vida en sí misma es un torrente continuo de cambios que se superponen unos a otros, día tras día, y basta con mirarnos al espejo cada mañana para comprobarlo. Frente a una verdad de tanto peso, podemos resistir, a riesgo de quebrarnos, o ceder, adaptarnos y dejar que nuestra energía fluya hacia donde sea necesario.

En esta desafiante tarea de crecer como individuos, la peculiar capacidad de cuestionar día y noche –las veces que haga falta– nuestros pensamientos, interpretaciones, sentimientos y comportamientos nos harán tan libres y felices como cuando teníamos las mejillas rosadas, las manos suaves, la sonrisa fácil y nos pasábamos el día preguntando: “¿Y por qué, papi?”

Gracias por acompañarnos.
Guillermo Vélez

12 “Los socios felices son fieles a la marca”

Ésta es la clave de la rentabilidad en este negocio, según Philippe Walch, presidente de Holmes Place Health Clubs Iberia.

26 ¿Conocemos a nuestros clientes?

Conocer en profundidad las percepciones y expectativas de los miembros le permitirá optimizar sus índices de fidelización.

39 Foro Latinoamericano de Gimnasios

Se llevó a cabo el 11 de marzo en San Diego, Estados Unidos. Participó más de un centenar de empresarios del fitness.

40 Claves para el éxito de un gimnasio

Ubicación y accesibilidad, posicionamiento y notoriedad, ambiente, nivel de instalaciones, equipamiento, tecnología y liderazgo.

48 El factor humano

Casi un tercio de las dificultades que enfrentan los empresarios de clubes y gimnasios están vinculadas con la gestión de sus empleados.

58 Buen servicio, sinónimo de capacitación

La formación continua del *staff* ayuda a reforzar en sus integrantes el comportamiento deseado de cara a sus clientes.

68 Qué tener en cuenta al instalar un bar

Su ubicación dentro del club, su tamaño, el personal a cargo y la confección del menú son aspectos centrales a considerar.

76 Estudio de TNS Argentina

El 25% de la población consume alimentos de bajas calorías, sobre todo las mujeres, los mayores y la gente de alto nivel socioeconómico.

LATINOAMÉRICA

86 Snap Fitness crece en México

Llegó al país en 2009. Tiene en la actualidad 3 unidades, y proyecta 15 en funcionamiento y 30 vendidas para finales de 2010.

89 Go Fitness & Spa se traslada

Tras una inversión de 200 mil dólares, se instalará en Megacenter La Paz, el nuevo centro comercial de esa ciudad boliviana.

90 Medidor de calorías para Twitter

Está destinado a los usuarios de esa comunidad *online* y fue lanzado en marzo por la red brasileña de gimnasios Companhia Athletica.

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. Silvana Maceratesi

Diseñado Gráfico: DG. Lucas M. Lepera

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.

6^{TAS} CONFERENCIAS MERCADO FITNESS 2010

Creemos juntos

Almeris Armiliato
MÁXIMOS RESULTADOS



Profesor de Educación Física, especialista en fisiología humana. Tiene un posgrado en Marketing y Gestión de Personas. Es director de la consultora brasileña Inner GP.

Carlos Kaplún
EMPRESAS DE FAMILIA



Consultor y profesor universitario, especializado en empresas de familia. Ha llevado su experiencia de más de 25 años a Brasil, Chile, Uruguay, Perú, Estados Unidos y España.

Fabio Saba
RETENCIÓN



Tiene una maestría en Educación Física en la USP. Es profesor del posgrado en Administración y Marketing Deportivo de la Universidad Gama Filho (Brasil).

Gabriela Retamar
INSTRUCTORES



Profesora de Educación Física, INEF (Buenos Aires). Trabajó como presentadora y educadora de Fitness Grupal en 23 países. Actual directora Técnica de Body Systems.

Joana Doin
LEGALES



Abogada especialista en derecho laboral. Asesora jurídica de las principales redes de gimnasios de Brasil. Conferencista internacional de IHSA y Fitness Brasil.

Jordi Viñas
EQUIPOS DE TRABAJO



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

Juan Carlos Santana
TENDENCIAS



Máster en Ciencias del Ejercicio (Florida Atlantic University). Referente mundial en entrenamiento funcional. Director del IHP en Boca Raton, Estados Unidos.

Luis Amoroso
ERRORES A EVITAR



Arquitecto especializado en ingeniería económica, con 30 años en el mercado del fitness. Ha dictado conferencias en Argentina, Chile, Uruguay, Brasil, Paraguay, Perú y Portugal.

SILVER SPONSORS



El **22 y 23 de abril, 17 especialistas** van a ayudarte durante **2 días** a repensar tu negocio, a anticipar y a resolver conflictos, a planificar tu futuro y a concretar tus proyectos... En definitiva, van a ayudarte a **crecer como empresario**. No faltes.

SALGUERO PLAZA EVENTOS - BUENOS AIRES - ARGENTINA



Jorge Osorio
PROGRAMAS CORPORATIVOS

Fisiólogo del ejercicio y ergónomo, con estudios de posgrado en Estados Unidos y en Suecia. Autor de 8 libros sobre ejercicio, salud y trabajo. Dirige su propia consultora.



Dídac Font
SPONSORSHIPS

Licenciado en Ciencias de la Actividad Física. MBA especializado en Sports Management, Coventry University (Inglaterra). Actual gerente de Operaciones del Club Balthus (Chile).



Ricardo Boudon
LEALTAD DE CLIENTES


Profesor de Educación Física, (Universidad Metropolitana, Chile). Especialización en Gestión y Marketing Deportivo (Universidad Mayor). Gerente de Greenland Club.

LOS GANADORES DEL CONCURSO GIM




Miguel Guidardini
VALORES

Profesor de Educación Física (INEF). Consultor organizacional. *Coach* en Management y Liderazgo. Actual presidente del Centro de Managers Deportivos (CeMaDe).



Ricardo Cruz
GESTIÓN DE VENTAS

Profesor de Educación Física, Facultades Metropolitanas Unidas, San Pablo, Brasil. Tiene un posgrado en Administración Deportiva. Es director de la consultora B2F.



Paulo Akiau
LIDERAZGO

Profesor de Educación Física, con 30 años de trayectoria en el fitness. Hizo aeróbica de competición y coordinó la cadena Runner. Fundó y dirige Body Systems Brasil.



Teresa Genesin
NEGOCIACIÓN

Licenciada en Organización de Empresas, *Coach* y máster en PNL. Directora de los cursos "Conducción Gerencial" y "Coaching y Liderazgo" de la Universidad de Belgrano (Argentina).



Rubén González
CONTROL DE GASTOS

Profesor y licenciado en Educación Física. Licenciado en Administración de Empresas. Trabaja en la red Megatlon desde 1993. Actual gerente Regional, con 9 clubes a cargo.

PLATINUM SPONSORS



GOLD SPONSORS





LIDERAZGO Y GESTIÓN PARA COORDINADORES

Seminario de 4 horas a cargo de **Fabio Saba**

FECHA: 22 DE ABRIL DE 2010

HORARIO: 9.30 A 13.30

LUGAR: SALA B – SALGUERO PLAZA EVENTOS.

DIRIGIDO A COORDINADORES DEPORTIVOS DE CLUBES Y GIMNASIOS.

El coordinador es un gerente que, entre otras funciones, debe: realizar diagnósticos, investigar, identificar adversidades, negociar, tomar decisiones que aumenten la productividad y comprender las necesidades tanto de los clientes como de sus colaboradores, para equipos que puedan lograr su máximo desempeño.



DE LA INTENCIÓN A LA REALIZACIÓN

Seminario de 5 horas a cargo de **Luis Amoroso**

Inscríbese
ahora.
100 cupos
disponibles

FECHA: 22 DE ABRIL DE 2010

HORARIO: 15.00 A 20.00

LUGAR: SALA B – SALGUERO PLAZA EVENTOS.

DIRIGIDO A PROPIETARIOS, GERENTES Y ADMINISTRADORES DE CLUBES Y GIMNASIOS.

EL "PASO A PASO" DE LOS PROCESOS DE VENTA, TELEMARKETING Y RETENCIÓN

- Conozca los puntos clave de cada proceso.
- **Rearme sus rutinas de trabajo.**
- Organice mejor sus tareas para controlar a su *staff*.

(*) Quienes estén inscriptos para los dos días de conferencias, sólo deberán abonar 50% del costo de inscripción al seminario para participar del mismo.





VENTAS PARA RECEPCIONISTAS E INSTRUCTORES

Seminario de 4 horas a cargo de **Ricardo Cruz**

FECHA: 23 DE ABRIL DE 2010

HORARIO: 9.30 A 13.30

LUGAR: SALA B – SALGUERO PLAZA EVENTOS.

DIRIGIDO A RECEPCIONISTAS, INSTRUCTORES Y PERSONAL DE VENTAS.

- ¿Cómo iniciar la comunicación para conquistar la confianza del visitante?
- ¿Cómo lograr que el visitante se sienta cómodo y nos facilite la información necesaria para concretar el cierre de la venta?
- ¿Cómo presentar al gimnasio para que el visitante perciba que es la mejor opción que tiene?
- ¿Cómo concretar ventas de manera más efectiva?
- ¿Cómo generar nuevas ventas futuras a partir de ventas actuales?



Personal Trainer - UN NUEVO RUMBO PARA TU CARRERA

Seminario de 5 horas a cargo de **Almeris Armiliato**

FECHA: 23 DE ABRIL DE 2010

HORARIO: 15.00 A 20.00

LUGAR: SALA B – SALGUERO PLAZA EVENTOS.

DIRIGIDO A ENTRENADORES PERSONALES

TRANSFORMÁ TUS CONOCIMIENTOS Y CARISMA EN UN MUY BUEN INGRESO ECONÓMICO.

- Claves para posicionarte y diferenciarte.
- Cómo agregarle valor a tus servicios.
- Qué herramientas de comunicación usar.
- Las técnicas de negociación a aplicar.
- La neurolingüística en las ventas.



BONUS TRACK

Juan Carlos Santana:

¿Qué tipo de entrenador eres?



TARIFAS DE INSCRIPCIÓN

Vigencia	Precio x persona	
	Pesos	Dólares
Hasta 29-01-10	\$ 150	U\$ 40
Hasta 26-02-10	\$ 190	U\$ 50
Hasta 26-03-10	\$ 230	U\$ 60
Hasta 16-04-10	\$ 270	U\$ 70
En el lugar del evento	\$ 310	U\$ 80

■ Estos precios no incluyen IVA.

■ 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 o cheque personal.
- Depósito o transferencia bancaria.
- Tarjetas de crédito.

SPINNING

Únicas Bicicletas Oficiales



eSpinner®



Spinner® Velo

Spinner® Pro



Spinner® NXT

Spinner® Elite



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.: (54 11) 4855-6722 (líneas rotativas)

E-mail: ventas@systemfit.com.ar



Nueva Línea S-SERIES



Cintas



Bicicletas



Elípticos

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

Distribuidores Exclusivos de STAR TRAC en Latinoamérica:

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

BOLIVIA
DxT Corp/ Miami
USA. 001-305 915 3263

CHILE
Global Fitness
Tel. (56-02) 2194748
murquiza@energy.cl
USA. mcarranza@startrac.com

COSTA RICA
Soluciones Fitness
506- 8848-9276
506- 2229-4724
lgonzalez@solucionesfitness.com

ECUADOR
Fitness Shop
59-3-84-606-703
fitness.shop.ecuador@gmail.com

EI SALVADOR
Star Trac
USA.001-626-831-0599
mcarranza@startrac.com

GUATEMALA
Sportmec
Tel. 502-2376-9000
monica@sportmec.com
www.sportmec.com

HONDURAS
Star Trac
USA.001-626-831-0599
mcarranza@startrac.com

MÉXICO
Gimports de Mexico
Tel. 52-66-2215-6345
52-66-2215-6372
direccion@gimports.com
www.gimports.com

NICARAGUA
Star Trac
USA.001-626-831-0599
mcarranza@startrac.com

PANAMÁ
Fitness Shop
507-208-2568
lduarte@athletic.com.co

PARAGUAY
Chacomer S.A.E.C.A
595 21 518 0384
bkathler@chacomer.com.py

PERÚ
Compañía Fitness
511 (273) 3168
cecilia@ciafitness.com.pe

URUGUAY
59-8-9454-0563
59-82-708-3210
fliacarvalho@gmail.com

VENEZUELA
Big Fitness Venezuela
58-416-638-4838
jbrunet61@hotmail.com
USA. (954) 914-2911
bigfitness@cfl.rr.com

URUGUAY

Tel.: (005989) 4540563

E-mail: fliacarvalho@gmail.com

www.impactfitness.com.ar

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

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

TODAS LAS CARJETAS DE CREDITO



SONNOS®
SOLUCIONES DEPORTIVAS

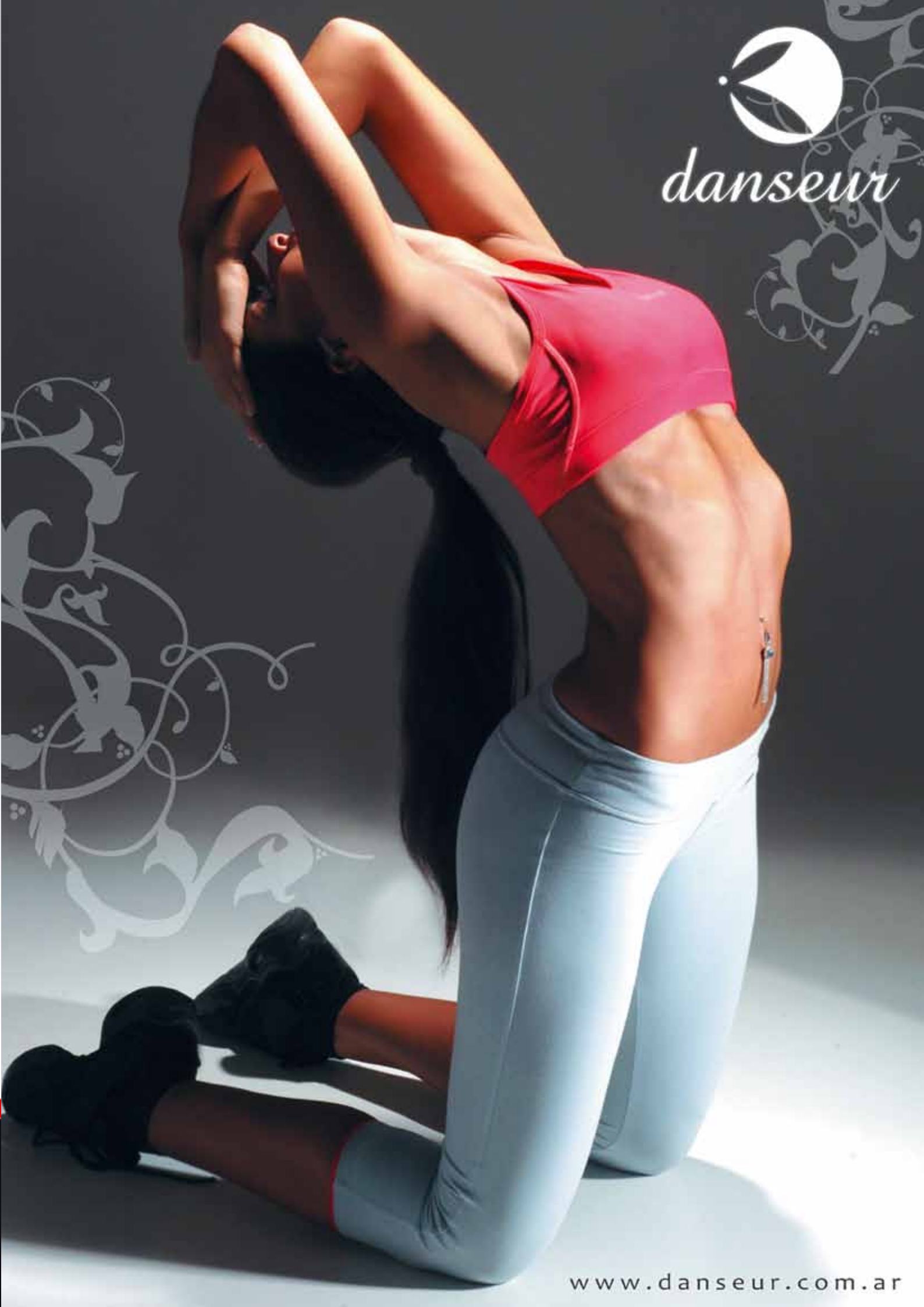
DISTRIBUYE SOLUCIONES DEPORTIVAS: FLORENCIO VARELA 1912 SAN JUSTO | CP 1754.

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

SONNOS.COM



danseur



“LOS SOCIOS felices SON FIELES A LA MARCA”

Ésta es la clave de la rentabilidad en este negocio, según Philippe Walch, presidente de Holmes Place Health Clubs Iberia, una cadena de clubes que tiene actualmente 28 centros en España y Portugal y más de 100 mil miembros activos.

Holmes Place Iberia es una de las mayores cadenas de gimnasios de la Península Ibérica. Cuenta con 28 clubes en España y Portugal, 11 de los cuales se encuentran en Madrid, Barcelona, La Coruña y Zaragoza. La red, que incluye las marcas Holmes Place y Europolis, posee más de 100 mil socios, mayormente hombres y mujeres de entre 30 y 50 años, con un nivel económico medio-alto.

En Holmes Place, el valor promedio de la membresía ronda los 103 dólares al mes, aunque varía según el club. Las sedes de esta cadena europea tienen entre 3.000 y 5.000 m² de superficie, están ubicadas en zonas urbanas, cercanas a complejos de oficinas y zonas residenciales, y en su mayoría se encuentran en centros comerciales.

Mercado Fitness entrevistó a **Philippe Walch**, presidente de **Holmes Place Health Clubs Iberia**, quien analiza la industria del fitness de España, opina sobre el mercado latinoamericano y comparte algunas claves para tener clubes rentables.

—¿Cómo describe el estado actual de la industria española del fitness?

—En España el sector ha pasado en las últimas dos décadas de tener instalaciones únicas y exclusivamente dedicadas a la mejora de la condición física, a ser auténticos clubes de fitness y *wellness*, con todo tipo de servicios anexos a la cultura del cuerpo y el bienestar integral de la persona.

El número de centros de fitness en España ha aumentado hasta los casi 13 mil, con 100 mil empleados en todo el sector, y ocupa el segundo lugar en Europa en facturación. De esta forma, la actitud y la formación del capital humano de los clubes se consideran un recurso principal para la compleja competitividad y sostenibilidad de la empresa.



Sobre Holmes Place

Holmes Place Health Clubs es una multinacional inglesa que opera en el mercado del fitness desde 1979. Originaria de Chelsea, Londres, la empresa se ha expandido a nivel europeo. En 2001 abrió en España su primer club y cuatro años más tarde, en 2005, los centros de este país y los de Portugal fueron adquiridos por un consorcio de empresas de fondos de gestión, creándose la marca **Holmes Place Health Clubs Iberia**. La cadena Holmes Place también cuenta con gimnasios en Austria, República Checa, Alemania, Grecia, Hungría, Israel, Polonia y Suiza.

Este mercado, todavía en proceso de maduración, muy viado en algunos aspectos, debe seguir la línea de muchos sectores, en los que la innovación y la investigación han hecho que se desarrollen de una manera más rápida y segura.

—En la actualidad, ¿cuáles son los mayores desafíos para la industria?

—Sin dudas es educar a las personas para que experimenten los beneficios que aporta a su salud la práctica de ejercicio físico de forma regular. Cuando alguien se inscribe en alguno de nuestros clubes y empieza a entrenar, podemos ofrecerle la experiencia de sentirse bien y, a partir de ella, que mejore su calidad de vida.

—¿Qué dificultades les presenta hoy el negocio?

—La gran dificultad es la falta de retención de socios. Todas las empresas españolas de fitness trabajan para que los socios sean constantes con su entrenamiento. En Holmes Place hemos desarrollado con éxito el programa **+2X Semana**. La propuesta consiste en realizar un seguimiento muy personalizado durante las diez primeras semanas, después de su inscripción. Por su parte, los socios deben comprometerse a entrenar un mínimo de dos veces a la semana. De esta forma, ellos ganan un hábito de vida saludable y nosotros conseguimos fidelizarlos.

FITNESS LINE EQUIP **JBH**

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
V. Cardoso 1401 - Ramos Mejía - Pcia. de Buenos Aires

Tel./Fax: (54 11) 4228-6141 4228-3182 - info@jbhequip.com.ar - www.jbhequip.com.ar



—¿Cuáles son las tendencias en el fitness para los próximos años?

—Es difícil establecer qué nos reserva el futuro próximo. Es posible observar en la evolución del sector, cómo las tendencias cambian cada diez años, aproximadamente. Durante los años 80, cuando llegó el fitness a la sociedad española, estaba ligado al culturismo y al aspecto físico; en los 90, el furor inicial se desvió hacia actividades con mayor componente aeróbico y con el objetivo de reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares; en la década actual, lo principal es la toma de conciencia del cuerpo y del bienestar en un sentido global.

—Por favor, mencione las principales características de sus centros de fitness.

—Los clubes de Holmes Place procuran ser el tercer espacio en la vida de sus miembros, después del hogar y la ofici-

na. Por este motivo ofrecen un gran abanico de servicios: área de fitness con equipamientos de última generación, amplia variedad de clases dirigidas, centros de estética, spa, restaurante y cafetería, peluquería, zona Wi-Fi, etc.

Además, en 2010, la cadena ha apostado fuerte por ofrecer a sus socios el *functional training*. Y para ello ha realizado una gran inversión, tanto a nivel económico y de formación de su personal como en logística.

—¿Qué características tienen las zonas donde instalan sus centros?

—Nuestros clubes están ubicados en zonas urbanas, cercanos a complejos de oficinas y zonas residenciales. Esto facilita a los socios escoger el horario más conveniente para entrenar: antes de entrar al trabajo, previo al almuerzo o al concluir su jornada.

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



Generadores de vapor
Termotanques industriales
Calderas para calefacción
Climatizadores de piscinas

Constitución 3227/29 - Cap. Fed. - Tel.fax: (011) 4931-0183/0294
www.calderassantero.com - info@calderassantero.com



**GENERADORES DE
AGUA CALIENTE**

ANTISARRO - DE TRES O
MAS CIRCUITOS
TODO EN UN SOLO EQUIPO
- Menos Espacio
- Menos Calorías
- Más Rendimiento
- Más Duración





RANDERS®



- Monitor con back light.
- Amplia superficie de banda.
 - Resistencia 150 kg.
 - Programas.
 - Control de pulso.
- Opcional Inclinación Electrónica.

CINTA
MOTORIZADA
ARG555



LANZAMIENTO

2010

EMBREEX



899SP



210



570



575

PURO ENTRENAMIENTO



DISTRIBUYE Y GARANTIZA
ARGENTRADE SRL

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

—¿Cuáles son las claves para lograr una buena rentabilidad en este negocio?

—Desde mi punto de vista, la mejor forma de conseguir una buena rentabilidad es ofrecer a nuestros socios instalaciones con equipamientos de última generación, con un servicio inmejorable y atendiendo siempre sus necesidades y sugerencias. De esta forma conseguimos que sientan el club como su tercer espacio vital. Los socios felices son personas que se fidelizan con la marca. Ésta es la clave de la rentabilidad.

—¿Trabajan con franquicias?

—Sí, lo hacemos bajo la marca **Fitness WorX**. Ofrecemos a emprendedores, empresarios y compañías la oportunidad de tener sus propios gimnasios, con el estilo de gestión Holmes Place, en modo franquicia. Holmes Place ofrece a sus franquiciados soluciones que suponen la mejor base para el éxito: soporte de marketing, formación y apoyo en la apertura, soporte durante el funcionamiento, equipamiento y sistemas informáticos, arrendamientos y seguros, imagen y *know-how*, y recomendaciones financieras.

—¿Cuál es su opinión sobre el mercado de América Latina?

—Igual que en el resto del mundo, el potencial es inmenso. Nunca hubo una época en la historia en la que una industria haya tenido la impresionante oportunidad de modificar el hábito de vida de las personas. Seguramente Brasil y Argentina son los países más avanzados y que lideran esa región.

—¿Están interesados en este mercado?

—La cadena Holmes Place Iberia, de momento, sólo abarca España y Portugal.

—¿Cuáles son las perspectivas a futuro?

—Tenemos un ambicioso plan de expansión por toda la Península Ibérica que empezó en 2008 y que seguirá en los próximos años. El objetivo es convertirse en la cadena de clubes de fitness más importante de España y Portugal. ■



Las franquicias de Holmes Place

Existen dos tipos de franquicia Fitness WorX:

FITNESS WORX ESTÁNDAR

Es la réplica de los clubes Holmes Place para espacios menores y permite a quien toma una franquicia elegir lo que quiere incluir en su instalación. Se trata de un gimnasio con un diseño elegible, un acondicionamiento más detallado y un circuito con máquinas de muy elevada calidad. Se caracteriza por su inversión media y alta rentabilidad.

Dimensiones: 400-1.200 m².

Inversión: a partir de 116 mil dólares (no incluye obra civil).

FITNESS WORX LITE

Está basado en los entrenamientos Express de 30 minutos de duración dirigidos por un profesional de alta calificación y permite solventar el principal obstáculo de la actualidad para no hacer deporte: el factor tiempo. Se trata de un gimnasio con diseño cerrado, con un acondicionamiento básico y un circuito de máquinas que permite entrenar todos los grupos musculares de forma secuencial. Se caracteriza por su baja inversión, fácil gestión y alta rentabilidad.

Dimensiones: 200-400 m².

Inversión requerida: a partir de 61 mil dólares (no incluye obra civil).

Fuente: www.holmesplace.pt/hp/es

INDUSTRIA ARGENTINA



IDEAL PARA GIMNASIOS,
CLUBES Y NATATORIOS

COMPANIA ARGENTINA DE LOCKERS

LOCKERS SHERIFF

GARANTÍA DE CALIDAD Y SEGURIDAD

- ★ sistema operativo de cierres para cada necesidad
- ★ llaves no duplicables
- ★ tamaños standard y a medida
- ★ alquiler y venta

www.argentinadelockers.com.ar
Casafoust 642 (1416) C.A.B.A.
Tel.Fax: (54 11) 4777-7555

LÍDER MUNDIAL EN EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS, HOTELES, EMPRESAS Y CONDOMINIOS.



20% OFF
EN ARC TRAINER

+ RENDIMIENTO
- TIEMPO

CERO LESIONES

Argentina: Pablo Raffinetti - Tel : (5411) 4777-9239 - praffinetti@cybexintl.com.ar
Chile: Aquiles Gómez (56 2) 4687895 - 4687894 (56 9) 2334818 - agomez@edusport.cl
Director Regional de Ventas para América Latina y el Caribe: Jaime Fairfoot - jfairfoot@cybexintl.com.ar
www.cybexintl.com

CYBEX

MIR

●●●● FITNESS

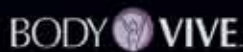
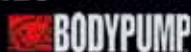
Todo para tu gimnasio

Accesorios, Indumentaria Deportiva y Equipos

Estudio Ourtime: www.ourtimefitness.com.ar



DISTRIBUIDORES OFICIALES



FABRICA

Helguera 5245, Capital
Tel/Fax: 4574-4842/43

SHOPS

• Jerónimo Salguero 1923, Cap. Fed.
• Humahuaca 3850, Cap. Fed.

PISOS DE PROTECCION ENCASTRABLES

Conoce nuestros últimos videos
WWW.MIRFITNESS.COM.AR

Fuerza y Belleza van de la mano



XX
II
Z
O



www.equipmillennium.com

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

Innovamos desde
el DISEÑO, las FORMAS, los MATERIALES y el CONCEPTO.

Para los más exigentes hoy presentamos:

SIGNOS

Otro paso más en la evolución.



líder en equipamientos para gimnasios

Dr. A. Schweitzer 3421 | Quilmes | Buenos Aires | Argentina
Tels.: 54 11 4278-3072 / 73
www.equipamientosfox.com | ventas@equipamientosfox.com
Industrias Gold S.R.L.

MANAGEMENT TOUR

“Una bomba de conocimientos”



Así calificó al seminario de gestión dictado por Fabio Saba en Mendoza uno de los 68 asistentes al evento. Bariloche y Salta se preparan para recibirlo en mayo y en junio, respectivamente.

“Excelente, motivador, completo, claro, entretenido, ágil, profesional, inspirador, valioso, educativo, práctico, preciso, útil, provechoso, productivo, interesante, revelador, espectacular, impresionante, dinámico, aplicable”. Así calificaron en Mendoza al seminario internacional de

gestión dictado por el consultor brasileño Fabio Saba.

Este evento, realizado el 20 de marzo, fue el primero de una serie de seminarios que Mercado Fitness organizará durante el primer semestre de 2010 en

Reformers



Aluminio



Premium

Plataformas Vibratorias

MODELO 7201

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

MODELO 8301

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



FABRICANTES E IMPORTADORES DIRECTOS

Pacheco de Melo 2738 - Tel. (011) 4806 8320 - BUENOS AIRES

Maipú 2976 - Tel. (0341) 568 2434/35 - ROSARIO

ventas@gabrielmarti.com.ar - www.gabrielmarti.com





Fabio Saba



el interior del país. De esta primera cita del Management Tour participaron 68 empresarios y profesionales del fitness de Mendoza, San Juan, San Luis, Chile, Córdoba y Buenos Aires.

El seminario contó con el valioso apoyo de los siguientes sponsors:

Equipamientos Fox, Body Systems, Pilatesland, Mir Fitness, DeportSalud y Concept2. Las próximas ediciones de este evento de formación se llevarán a cabo en Bariloche, el 8 de mayo, y en Salta, el 5 de junio. Por más información puede llamar al siguiente teléfono (011) 4115-3524 o 25. ■



Ventas en gimnasios

Ya salió el libro de Fabio Saba y Marco Túlio Pimenta, *Ventas en gimnasios. El gimnasio al servicio del cliente en la construcción de relaciones a largo plazo.*

Una lectura de 152 páginas para propietarios, gerentes, coordinadores y profesionales que actúan en gimnasios y clubes deportivos.

Para adquirirlo puede comunicarse al teléfono (011) 4115-3525 o escribir a: roberto@mercadofitness.com

EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS



ESTILO Y CALIDAD
UNA ELECCION INTELIGENTE...

PROLINEX

LINEA AEROBICA

CODIGO 19000 XP V6
CINTA ELECTRONICA PROFESIONAL PROLINE XP



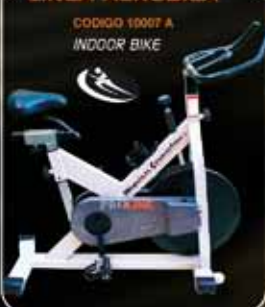
SWING FIT

PLATAFORMA VIBRATORIA
Especialmente diseñada para uso en Gimnasios, Centros de estética y rehabilitación

NUEVO LANZAMIENTO
Innovadora y patentada por Maquinas Sanmartino s.r.l.

LINEA AEROBICA

CODIGO 19007 A
INDOOR BIKE



PRO LINE KIDS

DORSALERA COMBINADA PARA NIÑOS



LINEA MAX

DORSALERA COMBO MAX



LINEA MAX

BANCO PLANO



LINEA PILATES

CODIGO 12000 A
REFORMER PRO LINE
Delicada combinación de metal y madera



- REFORMER
- CHAIR
- CADER BARREL
- CONECTOR ESPAL
- MEDIO TRAPECIO
- BELLA

Fábrica y Ventas: Las Heras 978 • (5800) Río Cuarto - Córdoba • Telefax: (0358) 4648213 • Celular: (0358) 154 203393
maquinassanmartino@arnetbiz.com.ar • maquinassanmartino@hotmail.com.

WWW.MAQUINASSANMARTINO.COM

ENVIOS
A TODO EL PAIS





*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



Por Teresa Genesin (*)

GTAS
MF
2010



Los gerentes que vienen

Los nuevos tiempos imponen pensar a largo plazo, desarrollar visión, diseñar estrategias y construir una actitud de flexibilidad ante los cambios. La realidad de hoy invita a fomentar la creatividad y la innovación en forma permanente.

inspirar confianza, trabajar para la gente, desafiar el statu quo y hacer lo correcto tiene que ver con valores que están siendo redimensionados dentro del mundo de los negocios.

Así como el mundo, también el liderazgo organizacional ha sufrido una profunda transformación en los últimos años. Se ha modificado la manera de entender el concepto de liderazgo y se ha cambiado, por ende, la manera de ejercerlo.

Dirigir y liderar son conceptos diferentes que, aunque ambos resulten interdependientes y complementarios, se encuentran sumamente interconectados.

Sin embargo, es importante detenernos en sus diferencias. ¿Cuáles son las principales diferencias entre el trabajo del directivo y el del líder?

Según **Warren Bennis**, experto en liderazgo de la Universidad de Harvard:

- El directivo administra; el líder innova.
- El directivo es una copia; el líder es original.
- El directivo se concentra en los sistemas y las estructuras; el líder se concentra en la gente.
- El directivo se centra en el control; el líder inspira confianza.
- El directivo tiene una visión de corto plazo; el líder, una perspectiva a largo plazo.
- El directivo tiene la pregunta cómo; el líder, qué y por qué.
- El directivo dirige su mirada a la línea de base; el líder, al horizonte.
- El directivo imita; el líder crea.
- El directivo acepta el statu quo; el líder lo desafía.
- El directivo es el clásico buen soldado; el líder es él mismo.
- El directivo hace las cosas bien; el líder hace lo correcto.

Podemos conceder cierto grado de idealismo en la forma en la que Bennis propone pensar el liderazgo. Pero el hecho de

Los nuevos tiempos imponen pensar a largo plazo, desarrollar visión y diseñar estrategias, construyendo así una actitud de flexibilidad ante los cambios. La realidad de hoy invita a **fomentar la creatividad y la innovación en forma permanente.**

Las organizaciones del siglo XXI necesitan, a su vez, desarrollar gerentes del siglo XXI.

Los subordinados, por su parte, necesitan confiar en sus superiores. Es inútil buscar al "culpable para cortar la cabeza" cuando se cometen errores. Hay que remitirse al líder formal, responsable de la conducción del área en la que se produjo ese error, y entender qué pasó.

No estamos diciendo que no se señale el error y se evite analizarlo, pero hacerlo en un ámbito de comprensión y respeto; extrayendo una enseñanza del mismo y generando los recursos para que no vuelva a repetirse.

El líder, asimismo, está permanentemente expuesto a la mirada de los demás, desde sus superiores hasta sus subordinados. Sus comportamientos tienen "reflejos".

El aprendizaje que tenemos por delante es adquirir la capacidad de desarrollar flexibilidad. Porque nuestra rigidez nos quiebra.

En síntesis, la formación gerencial necesaria y esperada para el siglo que comienza, según los expertos Miguel Ángel Vicente y Héctor Larocca, requiere de:

- Mentalidad y comportamiento flexibles.
- Posición ambulante e itinerante (el gerente peregrino).

- Colocación en el centro de la organización, mirando tanto de manera circular como radial.
- Actuación heurística-experimentación, búsqueda-prueba y error, y aprendizaje.
- Comportamiento desestructurado con capacidad para generar nuevas ideas y compartir mesas interdisciplinarias.
- Capacidad de liderazgo en el sentido de motivador de los recursos humanos y el reconocimiento no autoritario.
- Desarrollo de una capacidad contextualizada, filtrando los acontecimientos del entorno para adaptar la organización a las nuevas realidades.
- Elaboración de escenarios futuros en función de las señales de información exógena y contextual. ¿Qué vamos a hacer?
- Diseño de agendas de trabajo dinámicas y cambiantes, oportunas y sustantivas.
- Participación, riesgo y capacidad negociadora.
- Tendencia a la socialización, apertura, predisposición al diálogo como instrumento de participación efectiva.
- Motivación y estimulación del personal hacia la delegación efectiva y responsable por los resultados. Delegación, sobre la base de la confianza en los subordinados.
- Probabilista y permeable.

- Interpretación de la organización integrada en un contexto de límites difusos.

En las actuales organizaciones todavía existen muchos jefes que no han desarrollado, en sí mismos, aspectos de liderazgo, y aún son pocos los gerentes que han tomado conciencia de la necesidad de desarrollar aspectos de liderazgo en su gerenciamiento.

¿Es importante que los directivos incorporen aspectos de liderazgo para gerenciar las organizaciones del siglo XXI? Yo diría que es imprescindible. Máxime, teniendo en cuenta el contexto hipercompetitivo que los actuales escenarios turbulentos e inciertos imponen.

Para finalizar, quiero dejarle una pregunta a modo de reflexión. Nuestros gerentes, socios y accionistas, ¿están más cerca de la jefatura que del ejercicio cotidiano del liderazgo? ¿Y los profesionales?

¿Cuál es su opinión? ■

(*) Licenciada en Organización de Empresas. Coach y máster en PNL. Directora de los cursos "Conducción gerencial" y "Coaching y liderazgo" de la Universidad de Belgrano, Argentina. teresa.genesis@ub.edu.ar

Fitness Beat

MUSICA Y ACCESORIOS PARA FITNESS



> EQUIPOS DE AUDIO

Compactores con pitch
Amplificadores, Baffles.
Instalaciones de audio para gimnasios

> SERVICIOS

Musicalización e iluminación
Edición digital de música y video
Multicopiado de cds, dvds, videos.

> ACCESORIOS

Bandas elásticas / Mancuernas
Body kits / Pesas / Steps

MINI QUUZ®

MEDIDAS
0,75 X 0,37 X 0,10 m



QUUZ CYCLE®



nueva indoor
bike QUUZ
a precio
promocional.

STEP QUUZ®

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



EQUIPOS OFICIALES PARA BODY PUMP®



MINITRAMP POWER JUMP®

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



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

info@fitnessbeat.com.ar

REPRESENTANTE EXCLUSIVO FITNESS BEAT CONSULTE POR ZONAS PARA DISTRIBUCIÓN



Por Jordi Viñas (*)

6TAS
MF
2010

¿Conocemos a nuestros clientes?

Captar nuevos socios es más arduo que fidelizar a los existentes. Por eso, es fundamental conocer en profundidad sus percepciones y expectativas, para planificar las acciones que permitan optimizar los índices de fidelización.

cionalmente, el gerente obtiene dichos datos por la vía de la observación directa, combinada con el análisis de los indicadores cuantitativos que se obtienen del software utilizado para la gestión del centro deportivo.

Elementos como el perfil personal y profesional de los clientes, la frecuencia con la que asisten al gimnasio, los servicios que utilizan y sus niveles de consumo interno son indicadores característicos de una información cuantitativa. Pero estos registros deben complementarse con datos cualitativos, como son las actitudes, comportamientos y deseos de los clientes vinculados con la oferta de servicios del gimnasio.

En épocas de crisis, la captación de nuevos clientes se convierte en una tarea ardua que lleva a muchas empresas a optar por la fidelización de sus clientes existentes. Éste es el momento en el que la organización se encuentra con el dilema de qué iniciativas deberá llevar a cabo para **optimizar los índices de fidelización**.

La información es el soporte para la toma de decisiones en la gestión operativa de una organización. Se deberá contar con **información cuantitativa y cualitativa**. Tradi-

Las herramientas para recabar información válida para los indicadores cuantitativos no resultan útiles para los de carácter cualitativo, puesto que la complejidad de los comportamientos y expectativas de los clientes no puede reducirse a un análisis estadístico numérico, ya que se tendería a reducir en exceso la realidad, perdiéndose en el camino una valiosa información.

A continuación se propone un proceso de actuaciones en el marco de la **planificación operativa** que permita ob-

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 corroen 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.



Hidrion®
TRATAMIENTO DE PISCINAS

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

0-800-266-0607

tener información cualitativa sobre los socios para una **toma de decisiones profesional**, sustentada en **información de calidad**. Dicho proceso se organiza en dos fases a lo largo del año (véase gráfico 1).

Fase I: Encuesta sobre la valoración del funcionamiento del club

Será la principal fuente de información sobre las actitudes y deseos de la masa social. La obtención de la información se realizará por medio de un cuestionario dirigido a un volumen importante de clientes, para garantizar que los resultados obtenidos sean extrapolables al

resto de los clientes de la organización. A continuación, las principales características para la preparación de dicha encuesta:

Contenidos del cuestionario

Una vez definida la metodología para la administración del cuestionario, será fundamental identificar los **elementos que se quieren conocer** para elaborar las preguntas del mismo. Se incorporarán preguntas vinculadas con la **satisfacción general del cliente**, tanto en el servicio como en las infraestructuras, que se irán reproduciendo anualmente para permitir su comparación histórica en la medida en que año tras año se vaya realizando dicha encuesta.

Las preguntas de satisfacción se complementarán con otras, más vinculadas con la **estrategia** que la organización sigue, y estas últimas se podrán ir modificando en posteriores encuestas. En resumen, el cuestionario debería abordar la **totalidad de las diferentes áreas del negocio** para garantizar una visión global del funcionamiento del centro.

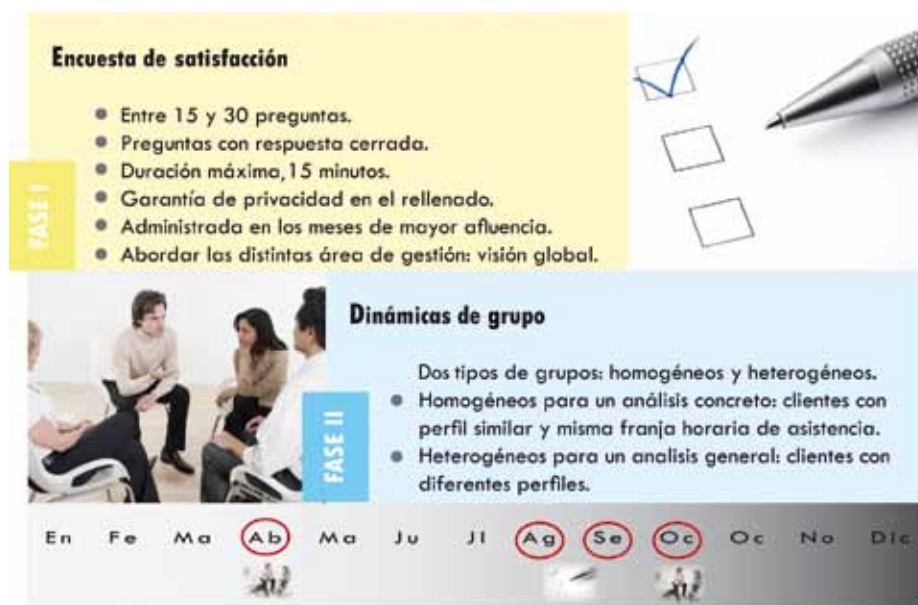


Gráfico 1. Fases para la obtención de información de los clientes.

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



CONTROL GYM

SOFTWARE ADMINISTRATIVO Y DE CONTROL PARA GIMNASIOS, CLUBES, CENTROS DE PILATES, NATATORIOS, SPAS, CENTROS DE ARTES MARCIALES





- // Funcionando actualmente en clubes y gimnasios de primer nivel en todo el país.
- // Capacitación y Soporte post-venta.
- // Datos de Socios y Profesores.
- // Control de Acceso compatible con lectores de códigos de barras, lectores de huella, molinetes, etc.**
- // Vigencia de Múltiples Actividades por Socio.
- // Caja Diaria. Impresión de Comprobantes.
- // Ventas y Stock de Artículos.
- // Asistencia de Profesores y Control de Clases.
- // Planillas de Reserva de Turnos.
- // Socios Potenciales y Gestión de Marketing.**

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

SCE Sistemas

Seriedad, Compromiso y Experiencia en el desarrollo de software administrativo y de control orientado a gimnasios
Tel: (54 11) 4958-1711 / info@controlgym.com.ar
 Visítenos en www.controlgym.com.ar

La muestra

Para obtener el número necesario de cuestionarios respondidos (muestra), con el fin de garantizar que los resultados sean extrapolables al total de los clientes, se deberá seguir la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

n = Número necesario de cuestionarios respondidos.

N = Número de socios.

Z = Nivel de confianza. Habitualmente trabajaremos con una $Z = 1,96$, que significa un nivel de confianza del 95%. Es decir, los resultados obtenidos serán válidos para el 95% de los socios.

p y q = Se utiliza para casos en que conocemos segmentos de la población investigada con claras características homogéneas. Para la encuesta de valoración entre socios se propone la máxima indeterminación, esto es $p = 0,5$ y $q = 0,5$.

d = Nivel de precisión o margen de error. Se debería trabajar con un margen de error de entre el 3% y el 5%. Es decir, los resultados obtenidos serán válidos para el total de los socios con una oscilación $\pm 3\%$ o $\pm 5\%$. Por lo tanto $d = 0,097$ en el caso del 3% o $d = 0,095$ en el caso del 5%.

Ejemplo: si el gimnasio posee 3.000 socios, para contar con un margen de error del 5%, la fórmula para determinar la muestra sería:

$$n = \frac{3.000 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,095^2 * (3.000-1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 103 \text{ cuestionarios}$$

Análisis de los datos

La información obtenida debería analizarse con un programa estadístico (se recomienda el SPSS, www.spss.com) para **evaluar en profundidad** los resultados. Como efecto de este proceso se obtendrá una fotografía de la **percepción que los clientes tienen del gimnasio**. Sin embargo, el trabajo de análisis no termina aquí. Para que esos datos se conviertan en información útil para la gestión del centro, existe una metodología simple pero muy efectiva llamada **ventana de orientación al cliente**.

Ventana de orientación al cliente

Consiste en agrupar preguntas relacionadas y ponderarlas de acuerdo con el nivel de importancia que se le otorga desde la dirección del gimnasio. El nivel de importancia se dirimirá en función de los **objetivos operativos y estratégicos** de la organización. A modo de ejemplo, se presenta el análisis de los resultados obtenidos en un contexto en que la prioridad a nivel comercial es la fidelización de los clientes (véase gráfico 2).

Gráficamente, esta tabla se representaría del siguiente modo (véase gráfico 3).

En el ejemplo, el cuadrante superior izquierdo (en amarillo) identifica aquellas áreas a priorizar por parte de la dirección para conseguir los objetivos de fidelización previstos.

Fase 2: Dinámicas de grupo con clientes del gimnasio

En la primera fase se ha obtenido una valiosa información que permite **identificar problemas y orientar políticas de actuación**. Sin embargo, no dice nada sobre las causas de dichos problemas o de posibles propuestas de mejora para subsanarlos. Para conseguir este tipo de información de los clientes, se deberán organizar **sesiones grupales o dinámicas de grupo con ellos**.

Proceso	Media satisfacción	Importancia relativa
1 Calidad en el servicio de atención al cliente	4,92	18%
2 Proceso de captación de nuevos clientes	6,50	8%
3 Proceso de cobro de la mensualidad	8,00	7%
4 Programas deportivos	8,70	24%
5 Programas de actividades complementarias	4,20	9%
6 Mantenimiento	8,40	14%
7 Limpieza	4,20	20%
TOTAL	6,42	100%



Gráfico 2

indumentaria
deportiva



tiempo libre
fitness

Se acercaron a Não Pressão,
compraron nuestras prendas y
lograron el éxito junto a nosotros.



Paulina Vigo / Rosana Melano
(Prov. de Jujuy)

Propietarias y profesoras del exclusivo Pilates Gym. Superaron todas sus expectativas triplicando sus ventas, organizando desfiles e imponiendo Não Pressão en su provincia.



Daniel Modola
(José C. Paz, Bs. As.)

Contador Público Compro Não Pressão, abrió un local exclusivo de nuestra marca, superando mes a mes sus propios records de venta. Éxito total en su zona



Agustin Adams
(Bariloche)

Profesor de Educación Física. Propietario de Inch Fitness impuso la marca en esa turística y hermosa ciudad duplicando sus ventas.



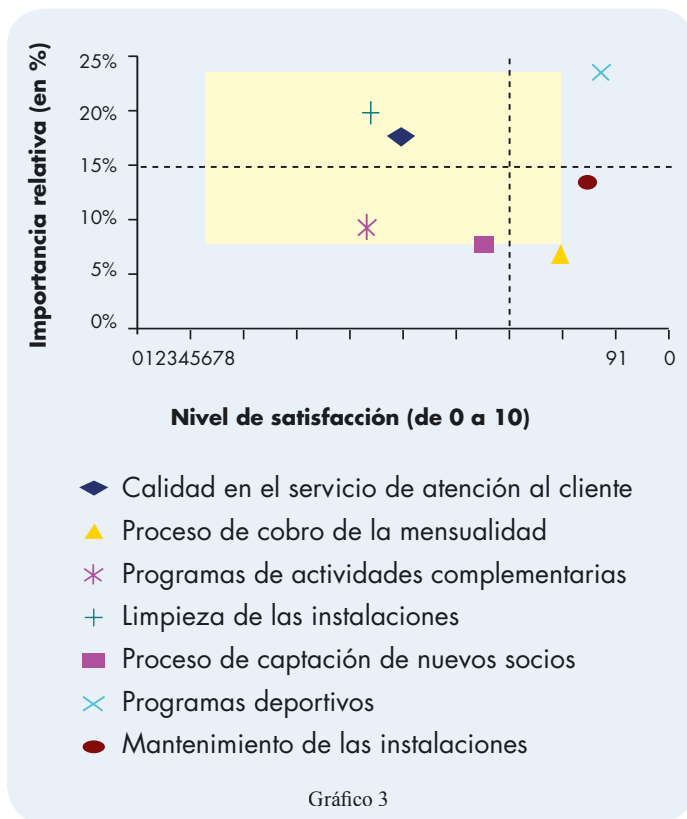
Silvia Macri
(San Miguel, Bs. As.)

Docente - Directora de Colegio Comenzó como vendedora independiente, luego abrió su local de ropa deportiva "Mandarina" donde vende Não Pressão y pronto inaugurará otro en la misma localidad.



Jorge Diaz
(Prov. de Santa Fe)

Profesor de Educación Física y propietario de New Life Gym. Excelente vendedor de Não Pressão. Forma parte de nuestro éxito



En estas sesiones se valorarán los resultados más interesantes de la encuesta, así como posibles propuestas iniciales sobre acciones orientadas a mejorar los resultados obtenidos. El grupo debería tener **entre 8 y 12 personas**, y lo recomendable es que la duración de la sesión no supere los **75 minutos**.

Organización de las dinámicas de grupo

Existirán dos formas para seleccionar a los clientes que participarán en las dinámicas. Se podrán considerar grupos con características personales y de utilización del centro homogéneas entre ellas, o bien grupos con características heterogéneas (véase gráfico 1). Los grupos

homogéneos serán interesantes para analizar problemas o actuaciones concretas que inciden en un segmento determinado de clientes. En cambio, con grupos heterogéneos se analizarán procesos generales en el centro y que afectan y son transversales a diferentes áreas funcionales de la organización.

Análisis de los datos

La información obtenida de estas dinámicas puede no corresponderse con la opinión de la mayoría de los clientes. Por ello, el análisis de los resultados deberá hacerse interpretando el contexto en que se han producido las opiniones y el segmento de clientes que representa dicha opinión. Es decir, es una información de gran valor por su nivel de profundidad y detalle que deberá ser interpretada por la dirección del centro.

La combinación de estas dos técnicas de análisis garantiza un acopio de información amplio y completo de los clientes. Por ello, facilitarán la toma de decisiones operativa desde dos vertientes: primero, permitirán conocer en profundidad sus percepciones y expectativas; y segundo, se obtendrá información sobre las causas de los problemas surgidos y propuestas de posibles soluciones al respecto.

Con esta información el gerente dispondrá de los fundamentos para garantizar la excelencia en su oferta de servicios y la innovación en éstos y en nuevos productos, acordes con las necesidades en los mismos. Estos dos elementos resultan, pues, fundamentales en los procesos de fidelización de clientes en un centro deportivo. ■

(*) Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, INEFC-Barcelona. Máster en Gestión del Deporte, Loughborough University, Inglaterra. Director de Itik Consultoría. jvinas@itik.cat

Encuesta de valoración, véase ejemplo sobre el contenido del cuestionario en http://www.itik.es/user_files/106/encuesta.pdf



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 .



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, Entrenamiento 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

ESPAÑA

Nuevo portal para controlar la dieta



DietaOn propone a sus pacientes tres formas de seguir sus tratamientos:

- **Online:** dirigido a personas de cualquier parte de España que no tengan tiempo para asistir a la consulta con su dietista o que no dispongan de un centro cerca de su domicilio.
- **Presencial:** en varios centros asociados con los que tienen acuerdos de colaboración, que pueden ser clínicas de estética, spas, gimnasios, farmacias, etc. Actualmente cuentan con seis centros en Madrid y programan próximas aperturas.
- **A domicilio:** especialmente pensado para personas con problemas de movilidad o que no dispongan de un centro dietético cerca de su casa.

DietaOn es un emprendimiento virtual y presencial cuyo principal objetivo es ofrecer planes nutricionales personalizados a gente de cualquier parte de España, poniendo a su disposición herramientas *online* que le permitan seguir su evolución en todo momento.

“En DietaOn buscamos una pérdida de peso sana y definitiva, basada en una adecuada reeducación alimentaria y en un cambio de hábitos del paciente, sin intervención de sustitutos alimentarios y siempre con la atención personalizada de un dietista”, explica **Cynthia Rodríguez**, nutricionista coordinadora de DietaOn.

A su vez, todos los pacientes de DietaOn disponen de un espacio personal en Internet desde donde pueden con-

tactar a su dietista en tiempo real, descargar sus dietas en formato digital, ver sus gráficos de evolución, verificar su lista de objetivos, etc. “Es una herramienta perfecta para comprobar la eficacia de los tratamientos”, asegura Rodríguez.

Este emprendimiento “es el resultado de la unión de la profesionalidad de nuestros dietistas diplomados y la tecnología actual, que permite a los pacientes comprender su evolución nutricional”, concluye la coordinadora. Los aranceles dependen del tipo de tratamiento y la duración del mismo, pero se ofrecen servicios desde 16 dólares. ■

Para más información visite www.dietaon.com

FRANQUICIA

OPORTUNIDAD COMERCIAL

APTA PARA ENTIDADES DEPORTIVAS Y PARTICULARES

GRUPO CAMBIAR
Tratamiento de Sobrepeso y Obesidad

Módulo 1



ZONAS DISPONIBLES EN TODO EL PAÍS (CONSULTE!)

Módulo 2



- Alta Rentabilidad.
- Alta Tasa de crecimiento.
- Rápida amortización.

Módulo 3



SOLICITE ENTREVISTA

Avda. Ricardo Balbín 2625 - Ciudad Jardín - Lomas del Palomar (1684)
Provincia de Buenos Aires - grupocambiar@gmail.com
Tel. 011- 4751- 8503 www.grupocambiar.com.ar

Le ofrecemos la más amplia variedad en equipos de gimnasia con entrega inmediata de toda la línea y el mejor precio del mercado. Comproballo visitando nuestro Showroom

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 8890M

Escalador Profesional



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

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.

Nueva Plataforma

Con doble motor de vibración y tres combinaciones posibles

3 plata
formas
en **1**
única en el
mercado

TE 534L

- Tres tipos de Vibración seleccionables (Vibración Tri-Planar; Vibración Oscilatoria o Vibración Tri-planar y Oscilatoria simultáneamente, seleccionable por el usuario)
- 500 Watts de potencia. (2 motores, 1 para cada vibración)
- 16 Velocidades seleccionables.
- 5 modos.
- Doble control de operación (en consola y en barral central).
- Monitor LCD fondo azul con backlight.
- Amplia plataforma utilizable.
- Peso máximo usuario: 120 Kg.



TE 526C

Plataforma vibratoria profesional
Mov. Oscilatorio,
300 w, 16 velocidades.
Doble control de operación
3 programas incorporados.
Peso máx 100 Kg



TE 526C/VT

Plataforma vibratoria profesional
Mov. Tri-planar.
300 w 16 velocidades
Doble control de operación
3 programas incorporados.
Peso máx 100 Kg.



TE 512F

Plataforma vibratoria profesional
Mov. Oscilatorio,
500 w, 30 niveles,
4 modos de acceso rápido
Peso máx 150 Kg.

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 iv' 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 59 cm.

TE 943A

Indoor Bike Profesional



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

TE 9971/1EP

Bicicleta Electromagnética



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

www.semikon.com.ar

Electromedicina Morales llega a los gimnasios



Esta empresa argentina, con oficinas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, dispone de un departamento para asesorar a los empresarios que decidan incorporar plataformas

vibratorias y aparatología estética a sus gimnasios, hoteles y centros *wellness*.

Electrónica Morales realizó, recientemente, demostraciones en dos sedes de una cadena de gimnasios porteña. "Las plataformas vibratorias y la aparatología son los recursos tecnológicos ideales para músculos y afecciones, y es sorprendente la respuesta positiva de la gente a estas nuevas tecnologías", destaca **Julieta Morales**, gerente de Marketing de la empresa.

"Trabajamos en conjunto con los clientes, los asesoramos técnica y comercialmente, ya que conocemos el negocio de la estética por dentro y por fuera. Eso genera mucha confianza a la hora de elegirnos como proveedores de tecnología", asegura Pablo Vendramini, especialista en aparatología estética y ejecutivo de la empresa.

Con 30 años en el mercado, Electromedicina Morales asesora a kinesiólogos, médicos, cosmiatras y empresarios de la belleza. Más información en www.e-morales.com.ar.

Franquicia del Grupo Cambiar

Grupo Cambiar, empresa dedicada al tratamiento del sobrepeso y la obesidad, acaba de lanzar su franquicia destinada a entidades deportivas y particulares. Se trata de un modelo modular, "que el franquiciado puede incorporar a su voluntad, dependiendo de la actividad comercial que desarrolle, el lugar físico y el nivel de inversión deseado", destaca **Gustavo Parano**, titular de la empresa.

- Módulo 1: Grupo Cambiar: tratamientos para todas las edades y grados de sobrepeso y obesidad, con dietas equilibradas y balanceadas.
- Módulo 2: Home Reformer: estudio del Método Pilates abierto a todo público con especialización en personas con sobrepeso y obesidad.
- Módulo 3: minigimnasio abierto a todo público, con especialización en entrenamiento adaptado a personas con sobrepeso y obesidad.

"Es un negocio de baja inversión, con alta rentabilidad y tasa de crecimiento", indica Parano. El objetivo de la empresa es desarrollar esta franquicia en todo el país. Actualmente, Grupo Cambiar funciona en seis puntos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires. Para más información, llamar a los teléfonos (011) 4751-8503 / 1530419176 o visitar www.grupocambiar.com.ar.

Dejanos 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



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



Del Potro se recupera con Uranium

Después de tratar su lesión, el mejor tenista argentino del momento, **Juan Martín del Potro**, realizó su recuperación física en las instalaciones del gimnasio **elClú**, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, equipado con máquinas de la línea **Uranium Fitness**. El ejercicio con poleas fue el elegido por su preparador físico, **Martiniano Orazi**, para trabajar la rehabilitación de la muñeca del jugador. Más información sobre esta marca de equipamientos en www.uraniumfitness.com.

Plataformas hechas en Argentina

Equipamientos Fox inició la fabricación de plataformas vibratorias para uso profesional en clubes, gimnasios, spa, hoteles y centros de estética. "Este sistema de entrenamiento vibratorio es una novedosa forma de estimulación neuro-muscular que tiene aplicaciones en estética, fitness y rehabilitación", indican desde la empresa.

"Desarrollamos un equipo sólido y compacto con gran variedad en los regímenes de funcionalidad", asegura **Walter Assain**, socio-gerente de la firma. La plataforma vibratoria de Fox pesa 54 kg, tiene una potencia de 550 W, frecuencia de 35 a 60 Hz con 25 niveles de velocidad, vibración vertical transversal, soporta 150 kg y cuenta con 6 programas más ajuste manual. Más información en www.equipamientosfox.com





TRAINING PROGRAM

PUESTO DE AUTOCONSULTA MULTIMEDIA para CLUBES Y GIMNASIOS

Incorporando calidad a sus servicios

TRAINING PROGRAM + SYSGYM Software de Gestión versión 1.0.

Mediante TRAINING PROGRAM, los usuarios pueden consultar en forma instantánea su Plan de Entrenamiento utilizando diversos medios: texto, gráficos, imágenes fijas, sonido, video, estadísticas, etc.

www.trainingprogramcba.com - contacto@trainingprogramcba.com

Software TRAINING PROGRAM - 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
Las Terminales de Autoconsulta, son una excelente herramienta de publicidad y marketing.



SYSGYM

Éste es un software para la administración de Gimnasios, Clubes, Natatorios, Spa, Estudio de Pilates. Cuenta con control de acceso mediante lector de código de barras, lector de huellas digitales, molinetes, etc. Con sede en Córdoba Capital y habiendo logrado una buena aceptación entre sus clientes, SYSGYM procura brindarles a sus usuarios los beneficios que buscan para la gestión de sus negocios.



<http://www.amayasociados.com.ar/sysgym.asp>
sysgym@amayasociados.com.ar

Para información telefónica llamar al (0351) 152417379 desde Argentina ó al (54-9-351) 2417379 desde el exterior.



FENIX Machines®

REPUESTOS & ACCESORIOS PARA EQUIPAMIENTOS DE MUSCULACIÓN, INDOOR CYCLE Y PILATES

NUEVOS SERVICIOS / VENTA DE EQUIPAMIENTO



ENTREGA INMEDIATA EN TODO EL PAÍS
Garantía en todos los artículos

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
 Tel. (54-11) 4200-1798 / 1444 / Id.: 301*1931/2
 Cel.: 15 6593-7320
info@fenixmachines.com.ar / www.fenixmachines.com.ar

Pantalla gigante para encuentros deportivos



La empresa **Multiled** instaló en el estadio de fútbol de Rosario Central una pantalla electrónica gigante con tecnología LED, un sistema de alta definición para la emisión de gráfica y video.

“Es uno de los primeros en Argentina en ofrecer este medio, tal como los grandes estadios del mundo”, expresa **Daniel Carnaghi**, presidente de Multiled S.A.

Estas pantallas, *full color*, resisten los factores adversos de la intemperie. “Al ser modulares permiten una fácil instalación y traslado, logrando las dimensiones pedidas por cada cliente y adaptación a diferentes ámbitos”, señala el ejecutivo. Se pueden aplicar tanto en estadios deportivos como en parques, plazas, eventos, shows, comercios, *shoppings*, conciertos, recitales y encuentros deportivos. Más información en www.multiled.com.ar

Inauguró Punto Fitness

Desde el 1 de marzo la línea de máquinas de **JBH Equip** está presente en la zona Oeste del Gran Buenos Aires, en **Punto Fitness**. El nuevo local comercial, de 150 m², abrió sus puertas en Ramos Mejía, con más de 50 productos en exhibición. “Llegamos a un acuerdo con la firma importadora de máquinas JBH para distribuir los productos en la zona Oeste y en el Gran Buenos Aires”, señala **Oscar Ratto**, flamante distribuidor.



Quienes visiten la tienda encontrarán tanto productos de uso residencial como profesional. “La oferta se completa con una gran variedad de cintas, bicicletas, elípticos, máquinas de musculación, discos, barras, mancuernas y otros accesorios”, destaca Ratto

Punto Fitness está ubicado en V. Cardoso 1401, esquina Pereyra. Permanece abierto de lunes a viernes de 9 a 19 y los sábados de 9 a 14. Para más información se puede llamar al teléfono (011) 4654-3530 o escribir a info@e-puntofitness.com.ar

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



RC - F39

Resistencia **Cero**

“CINTAS PROFESIONALES
USO INTENSIVO”

3 HP RC-07



¡NUEVO! REFORMER

Delux

Sillón de Cuádriceps línea

Delux



Visitenos en www.maquinasdegimnasios.com.ar y en www.resistenciazero.com.ar ENVIOS A TODO EL PAIS. SERVICIO TECNICO





Nada Será Igual...

Seminarios de Clase Mundial para la Gestión Exitosa del Fitness Grupal

GFMi Group Fitness Management instruction.

El exitoso formato de Gerenciamiento de la unidad de negocios Fitness Grupal que colocó a Les Mills en la cima de las empresas dedicadas a la gestión de Negocios relacionados al Fitness. Servicio exclusivo para clientes de Body Systems Latinamerica.

Marketing Plan para Lanzamientos.

La nueva herramienta de formación de Body Systems Argentina para nuevos clientes, sumando planificación para un inicio efectivo con nuestros servicios.

GFMInstructor – Group Fitness Mind Instructor.

Seminario en el que se presenta la mirada moderna y profesional de la gimnasia colectiva que hoy deben poseer y desarrollar los Instructores que se dediquen a esta especialidad. Desarrollado y presentado por Gabriela Retamar – Directora Técnica de Body Systems Latinamerica.

FiiT – Fitness instructor initial Training.

Es la herramienta educativa que acerca tanto a profesionales de la educación física sin formación en Fitness Grupal como a Potenciales Instructores a la enseñanza de estas disciplinas. Una excelente oportunidad para Gerentes y Coordinadores de reclutar futuros instructores con conocimientos técnicos y comerciales para sus instalaciones.

BODYFAN Challenge.

Es un nuevo emprendimiento de Body Systems Argentina para generar fidelidad de los usuarios de nuestros programas de entrenamiento por medio de un evento desafiante y muy emotivo.

Agenda Abril / Mayo 2010.

ABRIL

Viernes 9 – Marketing Plan para Lanzamientos.

Sábado 10 – BODYFAN Challenge!

Sábado 10 – Bolivia, GFMi Group Fitness Management instruction.

Sábado 10 y domingo 11 – FiiT Fitness instructor initial Training.

Sábado 24 – GFMi Group Fitness Management instruction Herramientas Operativas.

MAYO

Viernes 7 – Marketing Plan para Lanzamientos.

Sábado 8 y domingo 9 – FiiT Fitness instructor initial Training.

Viernes 21 – GFMInstructor.

Sábado 22 – GFMi Group Fitness Management instruction Herramientas de Gestión.



FullMak retapizó máquinas en cruceros

La empresa **FullMak**, especialista en tapicería para gimnasios, retapizó los equipos de musculación del crucero "Seabourn Spirit", procedente de Inglaterra, y también hizo un trabajo de mantenimiento y reparación de máquinas en el sector de fitness del crucero "Clelia II", procedente de Grecia.

"Nuestra empresa fue contratada por una compañía que se dedica al mantenimiento de buques en Argentina. Trabajos de este tipo nos llenan de orgullo y nos dan un reconocimiento a nivel local e internacional", destaca **Marcelo Cristo**, titular de FullMak. Puede visitar www.fullmak.com.ar.

Plataforma vibratoria DKN XG10

MIR Fitness estuvo presente durante el verano en los balnearios de Pinamar, Cariló y Mar del Plata, con propuestas deportivas para los visitantes que incluyeron sesiones en la plataforma vibratoria **DKN XG10**. "Este modelo está particularmente adaptado para responder a los criterios de la nueva generación de centros de fitness, spas e institutos de estética", destaca Gustavo Miranda, socio gerente de la empresa.



MIR es distribuidor exclusivo de estos equipos. Ofrece capacitación posventa y dos años de garantía. Para consultas sobre éste y otros productos de la marca visite www.mirfitness.com.ar.

Fitness Beat, contra la música ilegal

La empresa **Fitness Beat**, patrocinada por los doctores Néstor Vergne y Silvia De Girolamo, inició diversos juicios penales a dos individuos que copian y venden CD y DVD de su producción, "sin nuestro consentimiento, violando la ley 11.723 de propiedad intelectual, que prevé penas de 6 meses a 3 años de prisión", comenta **Rubén Parlagreco**, gerente de Producción de la empresa.

En uno de los casos denunciados, señala Parlagreco que el Tribunal Oral en lo Criminal nº 27 de la Capital Federal resolvió, en la causa nº 2684, que la imputada deberá estar a derecho de presentarse a la Justicia por un año, cuando le sea requerido, y enfrentar un juicio civil por daños y perjuicios.

"Vamos a denunciar a todos aquellos que incurrieren en el mismo delito, iniciando un proceso penal y/o civil para que la gente del fitness no sea engañada por personas inescrupulosas", indica el empresario.

ENA Sport renovó su web

La empresa **ENA Sport**, dedicada a la producción y venta de suplementos nutricionales para deportistas, renovó su página web. Ingresando a www.enasport.com los visitantes encontrarán un sitio ágil, de fácil navegabilidad, que presenta innovaciones en su diseño y oferta de servicios. Además, quienes se registren en la web participarán por una orden de compra de 500 pesos en suplementos a elección.



A la cartera de productos se accede por el menú superior con dos alternativas, los botones "Sport", para deportistas, y "Health", para el cuidado de la salud. Cada uno de ellos muestra toda la gama de suplementos, con imágenes, descripciones, precios y la posibilidad de bajar un archivo PDF con datos y características.

Los visitantes también pueden acceder a las campañas publicitarias gráficas de los productos y los eventos, o enviarlas a un amigo. Y si desean mandar una consulta a la empresa, pueden hacerlo directamente desde el formulario al que se accede con el botón "ENA te ayuda".



MÁS DE 10 AÑOS DE TRAYECTORIA EDUCATIVA
CONSTANCIAS OFICIALES Y PUNTAJE DOCENTE

CARRERAS

- Gestión & Marketing
- Personal Trainer & Musculación
- Técnicas de Gimnasio
- Gimnasia Acuática
- Rehabilitación por el Ejercicio
- Preparación Física Personal & Grupal
- Pilates con Equip. (Reformer)
- Pilates Mat y con Elementos

MASTERS

- Stretching
- Esferodinamia
- Masoterapia
- RCP y Primeros Auxilios
- Ciclismo de Interior
- R.P.G. (Reed. Post. Global)
- Marketing Personal

CONGRESOS (21 Y 22 de agosto)

- 13º Congreso Inter. de Fitness, Wellness, Deportes & Calidad de Vida,
- IX Congreso Nac. de Rehabilitación por el Ejercicio, Preparación Física & Entrenamiento Personal
- VI Encuentro de Marketing de Productos y Servicios de Fitness

SEDES

Capital, Vicente López, Quilmes, Lanús Este y Morón.

Informes e inscripción: (54 11) 4331-6698/0089 de Lunes a Viernes de 10:00 a 18:00 hs.
Web: www.escuelasnef.com.ar / Email: info@escuelasnef.com.ar

IHRSA 2010 **Foro** **Latinoamericano** **de Gimnasios**

El jueves 11 de marzo se realizó en San Diego, California (Estados Unidos), una nueva edición del **Foro Latinoamericano de Gimnasios**. De este evento, que fue parte del programa de la 29ª Convención Internacional & Feria Anual de IHRSA, participó más de un centenar de empresarios del fitness provenientes de diversos países de la región.



La conducción del foro estuvo a cargo de **Joana Doin**, abogada laboralista y asesora jurídica de algunas de las principales redes de gimnasios de Brasil, y de **Guillermo Vélez**, editor y cofundador de la revista **Mercado Fitness**. Las temáticas abordadas por ambos especialistas en esta presentación fueron: indicadores, políticas salariales y legislación laboral.

Del evento participaron ejecutivos de algunas de las redes de gimnasios más importantes de América Latina, como Cía. Athletica, A! BodyTech, Competition y Runner, de Brasil; Sport City y Sportium, de México; Sport Club, de Argentina; Sport Life, de Chile; Gold's Gym, de República Dominicana; y PowerClub, de Panamá. El foro fue patrocinado por Fitness Brasil.

"Este evento ha ido ganando cada vez más importancia dentro de la convención de IHRSA y eso se ve reflejado en la creciente participación de los empresarios latinoamericanos. Esperamos el año próximo tener más tiempo disponible no sólo para presentar contenidos de interés para el sector, sino para promover y facilitar las relaciones entre quienes asistan", señaló Guillermo Vélez. ■

GO

Diseños para Gente Activa

Promo Apertura
Buenos Aires
REMERAS DE REGALO
con tu compra mayor a \$1.99
* no válida para compras mayoristas hasta agotar stock de remeras promo

ROSARIO:
Casa Central: Pte. Roca 962 - Teléfax: 0341 445 2062 - Locales Exclusivos:
Corrientes 966 - San Lorenzo y Mitre - Mendoza 3832 - San Martín 5069 - Libertad L 31

FUNES: Elorza 1988 - **CAÑADA DE GOMEZ:** Lavalle 930

BUENOS AIRES:
Ventas por mayor y menor: J.R. de Velasco 538 - Villa Crespo
ventas@planetago.com - www.planetago.com



Claves para el éxito de un centro de fitness

Ubicación y accesibilidad, posicionamiento y notoriedad, ambiente, nivel de instalaciones, equipamiento, tecnología y liderazgo. Éstos son sólo algunos de los ingredientes en la receta del éxito de cualquier club deportivo.

¿Por qué algunos clubes sobresalen en el mercado? ¿Por qué algunos tienen éxito mientras que a otros centros "similares" les cuesta mantenerse? Para intentar responder a estas cuestiones, vamos a analizar los factores que consideramos más importantes para que una instalación deportiva sea exitosa.

- **Ubicación y accesibilidad:** el factor principal para la elección de un centro deportivo por parte de los clientes

sigue siendo la proximidad a su domicilio o a su lugar de trabajo. Por este motivo es preciso analizar el tipo de cliente que hay en un radio de 10-15 minutos de distancia y adecuar las dimensiones y el tipo de centro a la demanda existente en esa zona.

La accesibilidad es otro aspecto a tener en cuenta. Dependiendo de la población en la que estemos ubicados, puede haber hábitos diferentes respecto de la forma de desplazarse. En algunas poblaciones se camina mucho, mientras que en otras se toma el auto para cualquier desplazamiento, aunque sea corto. Hay otros sitios en los que el transporte público es ágil y permite acceder al club desde zonas más alejadas.

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

Reformer Plegable

Accesorios

Estante

Valija con rueditas

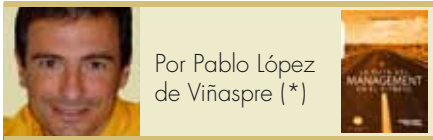
Cursos

NEW

Cadillac Plegable

CON LA COMPRA DE UN REFORMER PLEGABLE TE REGALAMOS EL BOX

Más información www.martinguidofitness.com / ventas@martinguidofitness.com / Cel. 15-50151816



Por Pablo López
de Viñaspre (*)

- **Posicionamiento y notoriedad:** desarrollar un concepto de centro atractivo y diferente al de la competencia y que sea de alguna manera especial, es lo que llamamos un posicionamiento diferenciador. Si a esto lo acompañamos con una buena política de comunicación y con acciones publicitarias bien trabajadas, conseguimos además notoriedad, es decir que nos conozcan y reconozcan en nuestra zona de influencia. Además, si el club está situado en una buena zona, para conseguir más notoriedad es muy importante disponer de una gran fachada que dé a lugares muy transitados.

- **Ambiente:** cuando preguntamos a las personas que han visitado algún club pero que no se han hecho socias, cuál ha sido el motivo por el que no se han apuntado, en muchas ocasiones la respuesta es "por el ambiente". Un centro deportivo no es una tienda a la que entro a comprar una camisa y me marcho. Es un lugar al que concurriré periódicamente y en el que voy a pasar como mínimo una hora. ¡Quiero sentirme a gusto!

El ambiente está relacionado con el posicionamiento del club y con el perfil de cliente al que se dirige. Éste es un aspecto en el que se trabaja muy poco y en el que, según mi punto de vista, no se está arriesgando lo suficiente.

¿No tiene la sensación de que todos los gimnasios son iguales? Parece que todos los nuevos centros que se abren están marcados con el mismo patrón. Creo que un gimnasio que se dirija a gente joven y que intente transmitir dinamismo, socialización, tecnología, etc., no debería tener un diseño parecido a un club que busca clientes mayores de 45 años y que pretende vender exclusividad, tranquilidad, estatus. Por ello, tanto la distribución de espacios como los materiales, los colores, la luz, la decoración y la música, no deberían ser iguales.

- **Nivel de instalaciones:** las expectativas que tiene un potencial cliente cuando entra en un centro deportivo son

cada día más elevadas. Cada vez se tiende más a buscar zonas amplias y abiertas para evitar la sensación de agobio. Los vestuarios son una zona que tiene especial importancia tanto a nivel de limpieza como de confort, por lo que se cuida mucho la utilización de materiales cálidos y de fácil limpieza, además de la incorporación de elementos de valor añadido, como secadores, jabón, colonia, etc.

Si una instalación dispone de pocos metros, se debería buscar un equilibrio entre la cantidad de servicios que se ofrecen y el confort. A veces puede ser más interesante brindar menos servicios, renunciando a ciertos tipos de público, para conseguir una instalación mucho más cómoda para una clase de cliente más específico.

- **Buen equipamiento:** ¿hasta qué punto el cliente actual de un club es sensible a la calidad del equipamiento? En las encuestas que hemos realizado, es uno de los aspectos que más aparecen, por lo que está claro que el cliente tiene sus patrones para valorar qué equipamiento es bueno y cuál no lo es.

No sabemos en función de qué criterios realiza esta valoración, ni siquiera si valora criterios muy concretos o si se deja llevar por una sensación generada por una mezcla de matices. En cualquier caso, es posible que detrás de esta valoración haya aspectos como diseño del equipamiento, comodidad de uso, nivel de ruido, prestaciones, opciones de la pantalla, TV, etc.

Empresas que sobresalen

Además de estos aspectos de diseño o de planificación previa al funcionamiento del club, hay otros, que son internos, que diferencian a las empresas que tienen más éxito. Vamos a comentar a continuación algunos de los que destaca **Jim Collins** en su libro *Empresas que sobresalen* y que

deportsalud
the wellness shop

PLATAFORMAS VIBRATORIAS
9 Modelos

Potencia de entrada **300W/500W/700W** • Motores de **1,5Hp y 3Hp** desde **\$1700**
Unicas Preparadas para Resistir mas de 12hs. Altísima Durabilidad y Resistencia

deportsalud
the wellness shop
8º Curso de Perfeccionamiento + Certificado

DVD • LCD • MP3 • USB

Av. Maipú 1769, Vicente López • info@deportsalud.com
(54 11)4797-4231/11-6880-1415 • www.deportsalud.com

son el resultado de varios años de investigación para identificar los factores que tienen en común las empresas que sobresalen de la media en cualquier sector empresarial.

- **Liderazgo de nivel 5:** los líderes de nivel 5 representan una combinación entre humildad personal y voluntad profesional. Son ambiciosos, pero sobre todo para la compañía, no para ellos mismos. Muestran una gran modestia, son sencillos y humildes. Están decididos a hacer lo que sea necesario para que la compañía tenga éxito y sea una empresa magnífica. Atribuyen el éxito más a factores externos que a ellos mismos; en cambio, cuando las cosas van mal, se culpan a sí mismos y asumen toda la responsabilidad.

- **Primero quién, luego qué:** las empresas que han dado el salto hacia el éxito, empezaron la transformación incorporando al proyecto a la gente adecuada y prescindiendo de la inadecuada, y después buscaron en qué posición colocar a cada una de las personas indicadas. Primero decidieron a quién querían tener en el equipo, y después dónde querían llegar y cómo hacerlo. La decisión sobre si una persona es adecuada o no se basa en



gran medida en rasgos de carácter más que en conocimiento o experiencia.

Estas empresas son muy rigurosas en los siguientes tres aspectos:

- En caso de duda, no contratar, seguir buscando.
- Si sabe que tiene que hacer un cambio de gente, hágalo.
- Destinar a los mejores las mejores oportunidades, no los problemas más graves.

- **Hacer frente a las adversidades:** la mayoría de las empresas ha iniciado un proceso de cambio haciendo frente a las adversidades de un momento concreto. Para eso es necesario crear una cultura en la que la gente tenga la oportunidad de que la escuchen. Esto conlleva cuatro prácticas básicas:

- Liderar con preguntas, no con respuestas.
- Entablar un diálogo y un debate participativo, no coercitivos.
- Analizar la situación, sin culpar a nadie.
- Crear mecanismos de control de "bandera roja", que permitan detectar situaciones que no se puedan ignorar.

- **Una cultura de disciplina:** una cultura con personas disciplinadas evita el exceso de burocracia, ya que permite dar a la gente mayor libertad y responsabilidad dentro de



www.mtdgym.com.ar

Con palanca de acero super reforzada \$1.299
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

Medas 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

AMINO 8



- Suplemento dietario
- Proteínas de origen animal (bovino)
- Alto valor biológico
- Libre de Gluten

Consulte precios por mayor

www.amino8.com
rb@amino8.com - 15 5411 6075



Envíos a
todo el país



Fábrica de Equipamiento Profesional para
Gimnasios, Hoteles y Spa



Línea Aeróbica



Línea Pilates



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



las limitaciones del sistema. La forma de disciplina más importante es la adherencia al concepto de negocio principal y la capacidad de desestimar oportunidades que no entran dentro de este concepto de negocio. A todas las empresas se les presentan oportunidades, pero hay que saber distinguir las que aportan valor al negocio y las que únicamente lo debilitan o desorientan.

- **Utilización de la tecnología:** las compañías con éxito evitan novedades tecnológicas basadas en la moda; sin embargo, son pioneras en la aplicación de tecnologías cuidadosamente seleccionadas. Si la tecnología aporta valor a la actividad principal, entonces intentan ser pioneras, de lo contrario buscan un equilibrio o la desestiman. Utilizan la tecnología como un impulso acelerador de un proyecto, pero no como el elemento básico o justificante del proyecto. En la utilización de los cambios tecnológicos que aparecen, estas empresas suelen tener una aproximación progresiva usando la secuencia "arrastrarse, andar y correr", por lo que hacen una implantación por fases.

- **Proceso coherente:** las transformaciones de las empresas

hasta llegar a ser exitosas pueden parecer drásticas desde fuera, pero internamente suelen responder a procesos lentos y muy organizados. Nunca se producen de golpe, y no son el resultado de una sola acción o programa o innovación definitiva. Las transformaciones sostenibles siguen un patrón predecible de creación/acumulación y ruptura/avance que funciona como un disco gigante y pesado, que necesita mucha energía para empezar a moverse, pero que una vez que está en marcha, va acumulando inercia y aumentando su velocidad hasta que da el salto.

En definitiva, a pesar de la dificultad que tiene identificar factores de éxito comunes a varios clubes deportivos, puesto que cada realidad es diferente, sí estamos convencidos de que el éxito va a depender de la suma de muchos pequeños factores, entre los cuales se encuentran seguramente los que aquí se comentan. ■

(*) Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, con posgrado en Planificación y Gestión de Instalaciones Deportivas. Dirige su consultora y la red de clubes UP Quality Fitness en España.

NITREC
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS
BICICLETAS INDOOR - ELIPTICOS - PILATES

Somos Fabricantes

Muzzilli 345 - Lomas de Zamora
(54 11) 4283-2265 - (15) 5106-0346
www.nitrec.com.ar - infonitrec@yahoo.com.ar

Envíos al interior

antifatiga
antivibratorio
antideslizante
acústico

PROTEC ENCASTRABLE
PISOS DE GOMA PARA CLUBES Y GIMNASIOS

MATERIAL RECICLADO PRODUCTO NACIONAL

MAT PRO
DISTRIBUIDORES OFICIALES
(5411) 4442-1796 info@mat-pro.com.ar / www.mat-pro.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

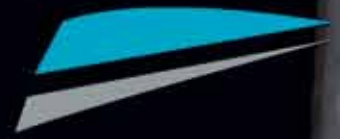
VISA MasterCard

www.33pilates.com.ar

33 COMPRE EN FÁBRICA SIN INTERMEDIARIOS

EQUIPAMIENTOS MÉTODO PILATES

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



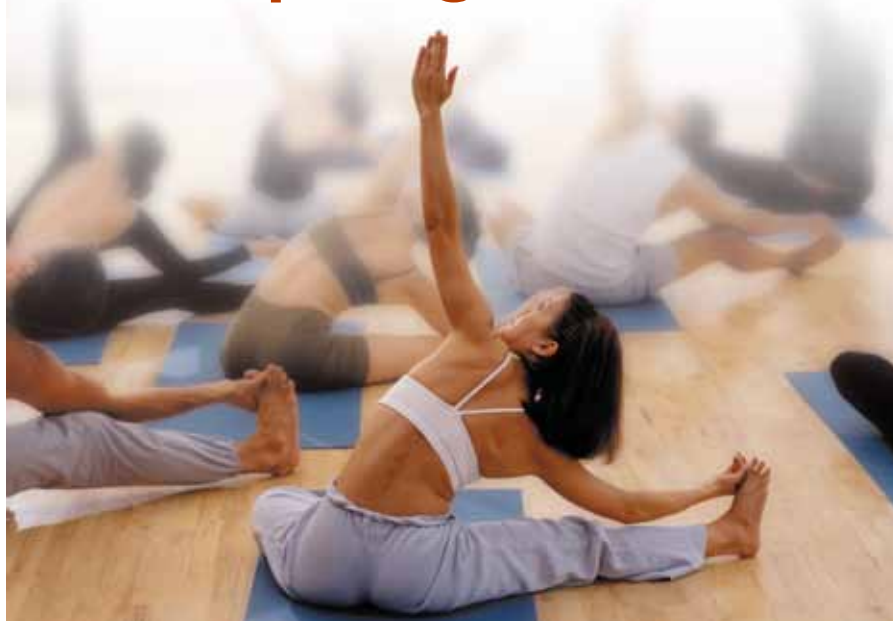
BIZNET

biznet.com.ar



info@biznet.com.ar • Administración y ventas mayoristas: 0341- 4110111 / 4115111

La consideración de costos en la programación de clases



¿Qué hacer cuando una clase tiene lista de espera? ¿Es conveniente agregar otra? ¿Se justifica el gasto? Y si no lo hago, ¿puedo perder clientes? Tres operadores de gimnasios de los Estados Unidos brindan recomendaciones ante una consulta sobre cómo balancear los costos con la programación de las clases.

Consulta: "Nuestros miembros acuden en cantidad a las clases de bicicleta fija, tanto que hemos asignado una sala más grande con más de 30 bicicletas, y aún así en cada clase hay al menos 10 personas en lista de espera. En el balance de costos versus programación de clases estamos atascados. ¿Se debería añadir otra clase con el riesgo de que decaiga la asistencia en algún momento y tener que pagarles a dos profesores en lugar de uno?"

- **Respuesta 1** / **Scott Lewandowski**, de Fitness Formula Corporate.

La **experiencia del usuario es lo más importante**, y ése debe ser el factor a considerar en la decisión final sobre si se agrega o no una clase. Hay 10 miembros que no pueden participar de una actividad y eventualmente podrían dejar el gimnasio. Recuerde, cuesta

más dinero sumar un nuevo miembro que retener a uno actual.

Si no puede añadir más bicicletas en el salón, yo agregaría clases. Los socios que participan en actividades grupales construyen lazos fuertes con sus empleados y con los otros miembros de la clase. Estas relaciones no tienen precio y elevan los niveles de retención.

¿Consideró un calendario de clases grupales según la temporada? Al cambiar la programación trimestralmente, junto con las estaciones, puede eliminar las clases adicionales si los números de participación de miembros comienzan a bajar.

¿Hace un seguimiento de los costos por asistente de cada clase? Conocer ese monto le permitirá identificar los puntos débiles en su grilla de activi-

dades y ayudará a ajustar o a reducir sus ofertas de clases para maximizar el retorno sobre la inversión de sus programas grupales.

- **Respuesta 2** / **Thomas Kulp**, de Universal Athletic Club.

Definitivamente debe añadir otra clase, ya sea antes o después de la actual. Puede encuestar a las personas en lista de espera para establecer qué horario es el más conveniente. Esto también ayudará a crear una sensación de que usted, como operador del club, escucha y responde las necesidades de los miembros.

El costo del instructor es pequeño en comparación con los ingresos adicionales que se obtendrán si mantiene a sus miembros comprometidos y satisfechos.

El número de asistentes probablemente disminuirá durante un tiempo en la clase principal, pero los miembros actuales estarán abiertos a invitar a más gente. En mi experiencia, si usted tiene 30 socios como máximo en la clase actual, muy pronto tendrá entre 40 y 50 entre las dos clases. Y si eso sucede, entonces todos estaremos satisfechos con esas 10 personas en la clase, y usted se las habrá arreglado para indagar qué tipo de clase agregar y en qué horario.

- **Respuesta 3** / **Anne Whiteside**, de Yakima Athletic Club & YAC Fitness.

Sugiero añadir otra clase y anunciar que se evaluará su continuidad en seis semanas. Si la asistencia es bastante alta, se mantendrá. Si no lo es, entonces puede cancelar la clase y no verse obligado a pagar a otro instructor por la baja asistencia. Asegúrese de que el instructor esté al tanto de que se trata de una clase de prueba. ■

Bard[®]
INTERNATIONAL S.A.

Festeja con Bard International sus primeros 25 años!

TECHNOGYM

The Wellness Company™



ADQUIRIENDO UNA CINTA
TECHNOGYM **EXCITE JOG 500**, AHORA PODES ABONARLA
CON UN 50% DE ANTICIPO Y EL SALDO
EN 10 CUOTAS.

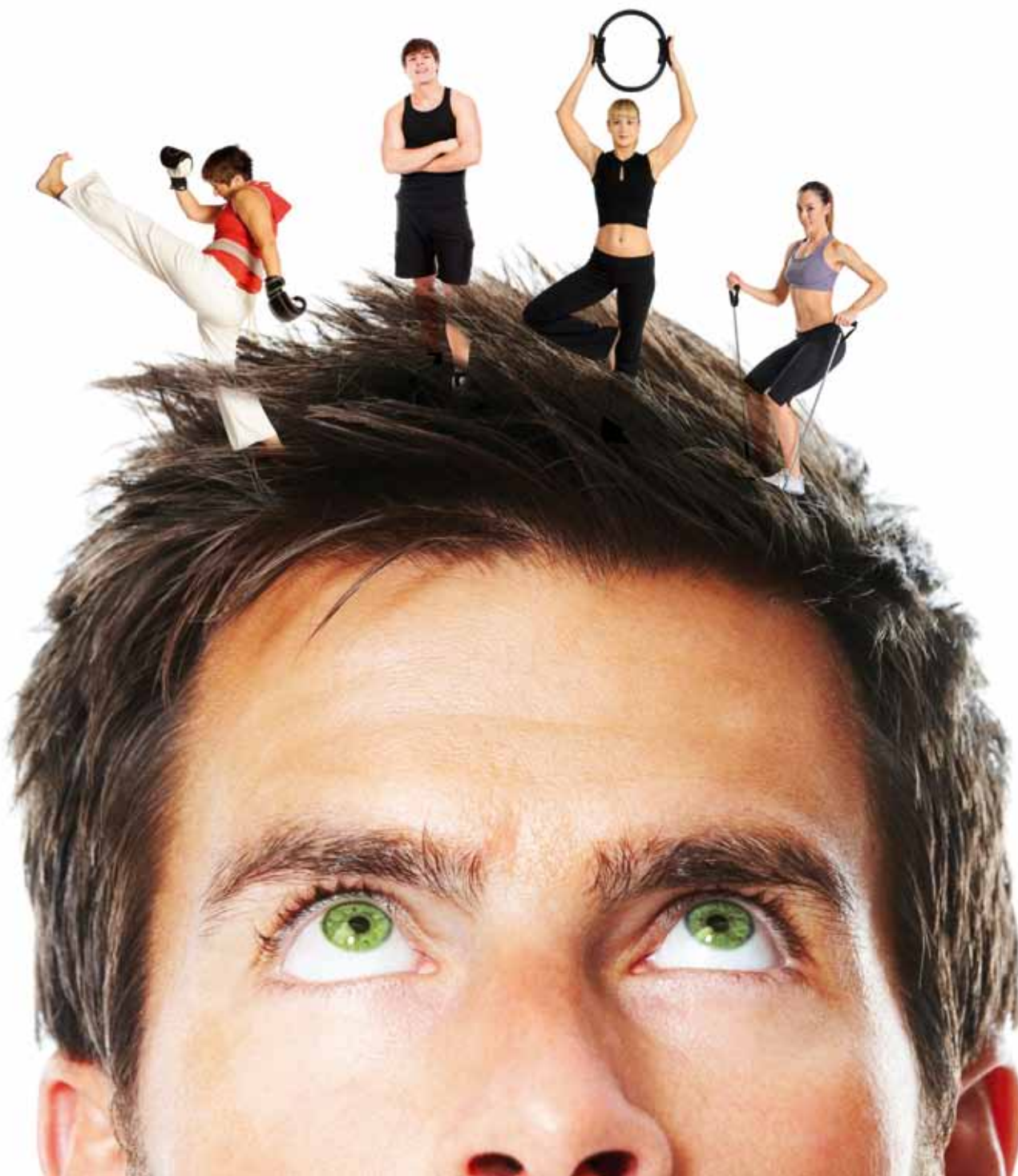
Para más información info@bard-international.com

Bard International S.A. Galván 3450 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Tel.: [54 11] 4545-7700
www.bard-international.com

EL FACTOR HUMANO

Por Guillermo Vélez

Casi un tercio de las dificultades que enfrentan los empresarios del fitness están vinculadas con la gestión de sus empleados. Las mayores problemáticas son: falencias en el nivel de formación, baja motivación y compromiso, altas tasas de rotación y, para colmo de males, inexistencia de legislación laboral específica que regule al sector.



En noviembre de 2003, el artículo principal en la edición número 1 de **Mercado Fitness** se tituló "El factor cuota", y a partir de éste muchos empresarios del sector comenzaron a referirse de ese modo a las dificultades que enfrentaban a causa de las bajas mensualidades cobradas a sus clientes, así como a sus miedos para realizar los ajustes de precios necesarios.

Seis años después, si bien aún está en la agenda de los empresarios del fitness, "el factor cuota" ya no encabeza su ranking de preocupaciones sino que ha cedido su lugar a "el factor humano", una problemática mucho más profunda y crítica, cuya solución demandará tiempo, enormes esfuerzos y, sobre todo, la participación del conjunto del sector.

En la economía actual, para cualquier compañía –sobre todo para empresas de servicios– los recursos humanos son su principal capital y su mayor diferencial frente a la competencia. Claro que la industria de gimnasios no es la excepción, pero para los empresarios del sector, su gente es causa principal de un tercio de los problemas que enfrentan a diario.

Una encuesta realizada en 2009 por **Mercado Fitness** reveló que el 29,9% de las dificultades con las que conviven los empresarios de gimnasios está vinculada con la gestión de su personal. Un trabajo de investigación más reciente revela que las principales problemáticas para los empleadores en materia de recursos humanos se circunscriben a:

- 1) Deficiente **nivel de formación** en los profesionales que ofrece el mercado laboral.
- 2) Baja **motivación** y falta de compromiso por parte del personal.
- 3) Altas tasas de **rotación** de empleados, ya sea por renuncias o por despidos.
- 4) Inexistencia de **legislación laboral** específica que regule al sector.

Las conclusiones de este informe fueron presentadas en marzo en el **Foro Latinoamericano de Gimnasios** que se realizó en el marco de la Feria y Convención Internacional de IHRSA en San Diego, Estados Unidos. En su edición 2010, el Foro estuvo a cargo de **Joana Doin**, abogada laboralista y asesora jurídica de algunas de las redes de gimnasios más importantes de Brasil, y de **Guillermo Vélez**, editor de **Mercado Fitness**.

A continuación, se abordan con mayor profundidad las dificultades antes mencionadas:

1) Formación

El primer y más importante grupo de problemáticas vinculadas con los recursos humanos –mencionado por el **67,9%** de los empresarios encuestados– se circunscribe al **nivel de formación** que tiene la fuerza laboral disponible en el sector.

Según los consultados, faltan **recursos humanos debidamente capacitados** desde el punto de vista profesional y técnico, que sean **honestos** y tengan la **actitud necesaria** para un buen desempeño de sus funciones. Esto **dificulta los procesos de selección** del personal y obliga a las empresas a invertir en la formación de su gente.

En los mercados menos desarrollados, donde la oferta académica especializada en fitness es aún escasa, o bien tiene un nivel bajo, los cuestionamientos en cuanto a las **carencias** de formación de los profesionales se circunscriben a **aspectos técnicos**. No hay buenos profesores para atender la sala de aparatos ni para dar clases colectivas. En estos mercados, el empirismo como fuente de conocimiento juega un rol tan importante como peligroso.

En cambio, en mercados con una historia más rica en materia de fitness, no se cuestionan las competencias técnicas sino **la actitud de los profesionales** y su falta de enfoque



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

hacia el servicio, la calidad de atención y los resultados. Esto puede atribuirse a que, en general, la mayoría se formó para educar a niños en escuelas o para entrenar a atletas o a equipos deportivos, pero no para satisfacer a clientes, con necesidades complejas y específicas.

En consecuencia, los profesionales suelen no tener perfil comercial, no entienden el mercado ni se ven a sí mismos como proveedores de servicios. Esto resulta crítico en un sector que se torna cada vez más competitivo y en el que prevalecen consumidores mucho más informados y exigentes respecto del servicio, con expectativas de mejores resultados.

2) Motivación

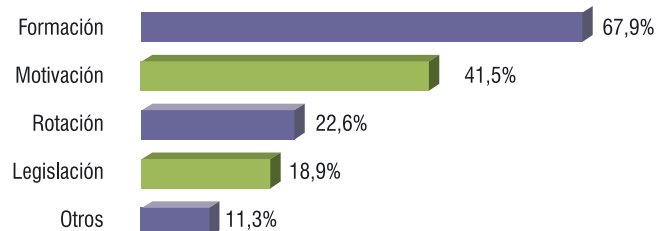
Por otro lado, casi la mitad de los empresarios encuestados (41,5%) mencionó como problemática el **pobre nivel de motivación** que caracteriza a muchos de sus empleados, que varios no dudan en calificar como **irresponsables e informales**.

Esto se traduce usualmente –según señalan– en conductas poco felices como: **impuntualidad, falta de iniciativa y de entrega** y, por consiguiente, en **bajos niveles de atención** al cliente. En este escenario, resulta imprescindible una **supervisión** rigurosa y permanente del trabajo del *staff* por parte de los directores o gerentes de las empresas.

3) Rotación

El panorama se torna aún más desafiante por causa de otra de las grandes dificultades que enfrentan los empresarios del fitness: **los altos niveles de rotación de empleados**, lo cual incrementa los costos involucrados en capacitación, ya que ingresan permanentemente nuevos colaboradores y abandonan sus puestos de trabajo otros que ya fueron capacitados.

Problemáticas



Esta problemática –señalada por el **22,6%** de los encuestados– afecta sobre todo a las áreas de recepción y ventas. Los empleadores atribuyen la rotación a que quienes ocupan esas funciones difícilmente vean posibilidades de crecimiento asociadas a un **plan de carrera**, por lo cual sienten que el gimnasio es un espacio laboral de **transición** hacia algo mejor.

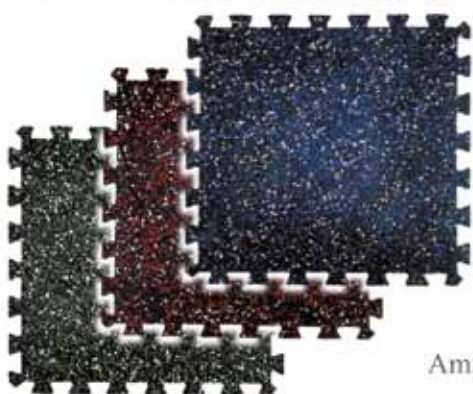
En lo que respecta a los profesores e instructores, la situación no es muy distinta. La mayoría está en una permanente búsqueda de alternativas laborales mejor pagas –a veces de autoempleo–, lo que implica que su grado de compromiso con la empresa no sea el esperado por el empleador. Una dificultad puntual en este sentido es el atractivo que tiene para ellos, por ejemplo, la función de entrenador personal, que suele estar mucho mejor remunerada.

Por otro lado, una parte importante de la fuerza laboral –conformada por los instructores de clases colectivas– se inclina por el **multiempleo**, es decir que **trabajan por hora**, dictando clases en diferentes lugares, lo cual también suele redundar en un **bajo nivel de compromiso** por parte de éstos hacia cada uno de los lugares donde se desempeñan.

4) Legislación

Y por último, el **18,9%** de los empresarios consultados mencionó **problemáticas vinculadas con la legislación laboral** que rige al sector en los mercados de América Latina.

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

Algunos encuestados definieron como *sui generis* la forma de contratación de empleados que utilizan. De hecho, varios destacaron la ausencia de legislación laboral específica y adecuada para el sector –vacío legal–, lo cual coloca a muchos en una situación de **inseguridad jurídica**. Esto es así sobre todo con el modo de contratación de aquellos empleados que trabajan pocas horas semanales y que son justamente remunerados por hora.

Tal es el caso de los instructores de clases colectivas, que suelen tener a cargo algunas horas en varios gimnasios y que no tienen formalizada su relación laboral con ninguno de ellos, sino que trabajan bajo la figura de prestadores externos de servicios. En la mayoría de los mercados de la región –según se desprende de la encuesta– formalizar ese vínculo sería tan costoso, que se pondría en grave riesgo la rentabilidad y subsistencia de las empresas.

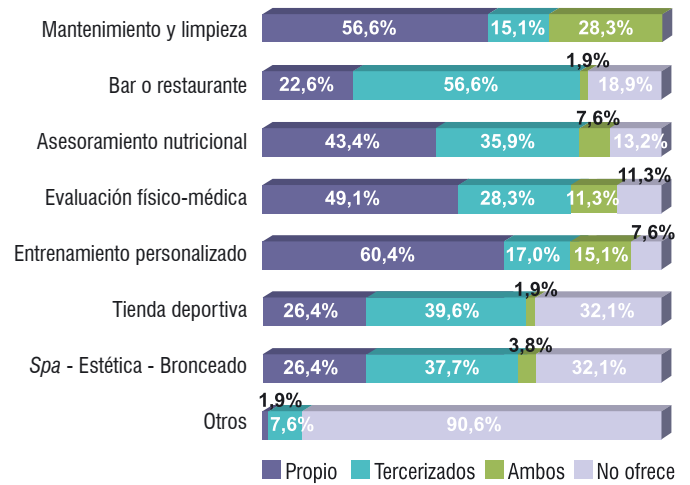
Algunos números

De la encuesta realizada por **Mercado Fitness** en febrero participaron **53 empresas** líderes de América Latina, que en conjunto totalizan **551 unidades**, atienden **721.783 clientes** y tienen **21.413 empleados**. En 2009, la facturación global –de 45 de las 53 empresas– fue de **566.631.714 dólares** y proyectan en 2010 un crecimiento del 15,85%.

Empleados directos: del total de colaboradores de estas compañías, el 80% son empleados directos y el otro 20% está conformado por personas que se desempeñan en los clubes ofreciendo servicios a sus miembros, pero son trabajadores independientes o empleados que responden a un proveedor externo o bien a un concesionario.

Tercerización: más de la mitad (56,60%) realiza el mantenimiento y limpieza con personal propio. Por el contrario, la mayoría (56,60%) deja el restaurante-bar en manos

Outsourcing



de terceros. El asesoramiento nutricional se ofrece con personal interno en el 43,40% de los casos, y lo mismo ocurre con las evaluaciones físico-médicas en el 49,06% de las empresas.

Por otro lado, el entrenamiento personalizado se brinda con personal propio en el 60,38% de los casos encuestados, mientras que la tienda deportiva se terceriza en más de un tercio de las empresas (39,62%), al igual que los servicios de estética-bronceado-spa (37,74%).

Área técnica: el 50% de la fuerza laboral en las empresas del sector pertenece al área deportiva, es decir que tiene formación y presta servicios vinculados con la actividad física, como profesores de educación física, instructores de fitness, entrenadores personales, etc.

Clientes por empleados: considerando el total de los colaboradores (directos e indirectos), el valor de tendencia central, entre los encuestados, es de un empleado cada 29 clientes.

**Fábrica de equipos
Instructorado de Pilates**

Le Corps

Machine Parfaite

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

Salarios: respecto de la remuneración básica mensual que en promedio reciben algunos de los colaboradores en las empresas consultadas, se sabe que un gerente de unidad cobra por mes 1.500 dólares; un coordinador deportivo, 1.000 dólares; un profesor de aparatos, 450 dólares; un instructor de fitness grupal, 10 dólares por hora; un vendedor, 350 dólares; y una recepcionista, 400 dólares.

Cabe destacar que todavía hay empresas sin un componente variable –o sea, sujeto a resultados– en el pago a sus empleados. Las funciones que usualmente reciben premios o comisiones –que complementan el salario– son las de gerente (38% de los casos) y vendedor (45% de los casos). Mediante premios y comisiones, éstos pueden llegar a igualar y hasta duplicar el monto de su salario básico mensual.

En el 19% de los casos, el coordinador deportivo también recibe algún tipo de incentivo al alcanzar ciertas metas prefijadas. Y para muchos profesores de aparatos, según algunos encuestados, el premio consiste en asignarles horas de entrenamiento personalizado en el mismo

club, gracias a las cuales éstos pueden llegar a ganar entre 3 y 4 veces más de lo que reciben por hora en su otra función.

Contribuciones patronales: una queja frecuente entre empresarios de algunos mercados tiene que ver con las altas contribuciones patronales que pagan. En Brasil, por ejemplo, los *encargos trabalhistas* –como ellos los llaman– van del 60 al 102%, mientras que en Argentina oscilan entre el 30 y el 35%, en Colombia son del 30% y en Costa Rica del 26%.

Salarios y contribuciones/Facturación: el sector invierte el 35% de sus ingresos en pagos a empleados y al Estado en concepto de salarios y de impuestos laborales, respectivamente.

Conclusión

El bajo nivel de motivación de los empleados y la dificultad para lograr en ellos un mayor compromiso, su escasa fidelidad y los altos niveles de rotación, así como la ausencia de planes de carrera que les permitan proyectarse dentro de las empresas, sumada en algunos casos a la informalidad del vínculo laboral, son diferentes caras de la misma moneda.

Salir de este círculo vicioso dependerá en gran medida de lo que los empresarios del sector hagan como empleadores para garantizarles a sus colaboradores lo que cualquier persona espera de un trabajo: posibilidades de crecimiento profesional y económico. En este sentido, la capacitación es una buena herramienta no sólo para formar a la gente sino también para motivarla y así conservarla por más tiempo.

Si el mercado no provee profesionales lo suficientemente capacitados desde el punto de vista técnico o si, por el contrario, éstos tienen un perfil demasiado tecnicista, que los aísla y los aleja de las necesidades de sus clientes, serán los mismos empleadores quienes deberán darles los conocimientos, enseñarles el enfoque apropiado, unificar los criterios, fijar los estándares y marcarles así el rumbo.

Éste es un negocio de personas: de personas que pagan para recibir la ayuda de otras personas que tienen los conocimientos y la predisposición para acompañarlas en el logro de sus objetivos. Sin empleados capacitados, pero sobre todo sin empleados motivados y comprometidos, esos resultados nunca llegan, entonces los clientes se van y el negocio pierde su razón de ser. **Recuerde: éste es un negocio de personas. ■**

WHIRLY CYCLE

COMPRE AL IMPORTADOR DIRECTO
La mejor bicicleta de Indoor del Mercado al mejor precio.
Más de 2500 bicicletas vendidas en todo el país.

WHIRLY
"la bicicleta original de Indoor Cycle"

San Martín 645 . Capital Federal . Argentina
Contáctenos por mail a msilva@leparc.com
o al 15-4196-1792 Sr. Martín Silva



Piscinas ecológicas con Hidrion



Se trata de un novedoso sistema para la desinfección del agua de las piscinas, creado y patentado en Portugal, cuya tecnología permite un tratamiento ecológico que "elimina totalmente el uso de productos químicos como alguicidas, floculantes, clarificadores y precipitantes, y evita dosis masivas de cloro", afirmó **Ricardo Petrella**, gerente de **Controles y Servicios**, distribuidor exclusivo de estos equipos en Argentina.

En Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires, **Uno Bahía Club** emplea el purificador para su piscina de 600 mil litros, que recibe entre 600 y 700 bañistas diarios. "Lo más positivo es que nos ha mejorado la calidad del agua y hemos reducido la cantidad de cloro", comentó **Edgardo Piangatelli**, gerente del centro deportivo.

El purificador ecológico electrónico **Hidrion** trabaja con la tecnología de la ionización. Es decir, "libera en el agua iones de metales seleccionados por su alto poder bactericida, fungicida y alguicida, que actúan dejando la piscina eficazmente desinfectada, pura y saludable", explicó Petrella. Asimismo, destacó que este equipo "termina con el problema, para los bañistas, de los vapores de agua impregnados de cloro en las piscinas cubiertas, que además ataca y destruye las instalaciones".

El **Complejo Deportivo Toribio Mendoza**, ubicado en la provincia de San Luis, cuenta con tres piscinas climatizadas, y posee este equipo en funcionamiento desde julio. "Se instaló y en pocos días produjo la ionización del agua, la que se mantiene cristalina desde entonces. Los bañistas disfrutaron de una piscina ecológica sin vapores de cloro en el ambiente", señaló **Charly Mendoza Toribio**, titular del centro. Por otra parte, desde su puesta en marcha se ha obtenido "una considerable economía al no tener ya que asumir costos en productos químicos para las piscinas", indicó el propietario.

Este equipo se instala en el circuito de agua de la piscina, intercalado entre la bomba y el filtro, e ioniza el agua automáticamente cuando funciona la bomba. "El sistema no requiere ningún suministro de insumos ni mantenimiento de rutina. Es completamente modular, y se puede tratar el agua de piscinas de cualquier tamaño", aseguró el gerente de **Controles y Servicios**. ■

Para más información puede comunicarse al teléfono 0800-266-0607.

EQUIPAMIENTO INTEGRAL PARA GIMNASIOS

XFIT

**Diseño, calidad
y el mejor precio
del mercado**

PROMO

**11 bicicletas
indoor**

+

**Tarima
para profe**

\$13.000



Cinta Profesional

Motor 3Hp C.A
6 Prog. Preestablecidos

www.xfit.com.ar / info@xfit.com.ar
Av. Remedios de Escalada 3090 V. Alsina
Lanus Oeste (1822) Tel. (54 11) 4208-1480



SK-9900

Recumbent



SK-9000

Bike



SK-9100

Elíptico



*Quando
el deporte
se convierte en
Koncept:
SK line*

SK-6950

Cinta motorizada



Plataforma Vibratoria
Profesional
Con vibración triplana

YV30

Vibroboost



REPRESENTANTE Y SERVICIO TÉCNICO
EXCLUSIVO EN ARGENTINA Y URUGUAY



ARGENTRADE SRL

TEL: 54 221 471 2323 • mktg@randers.com.ar
sgrigera@randers.com.ar
www.hipower-gym.com

Congreso Pilates Zone en Carlos Paz

Del 22 al 25 de abril se llevará a cabo en el Portal del Lago en Villa Carlos Paz, Córdoba, el **III Congreso para Egresados**, organizado por el Instituto Pilates Zone. "El contenido está pensado para que los instructores puedan aplicarlo inmediatamente, y aumentar sus clientes con grupos poblacionales específicos", destaca **María Eugenia Bertolo**, coordinadora de Cursos del instituto.

Durante este evento se abordarán las siguientes temáticas: reformer, circuito, rehabilitación, accesorios, patologías, *mat pilates* y flebología, parto y posparto, pilates y neuro-rehabilitación, esferodinamia, pilates para niños y para la tercera edad, obesidad, etc.

El congreso contará con certificación universitaria de la Regional IV del **Colegio de Kinesiólogos y Fisioterapeutas de Córdoba**, y de Pilates Zone. Para más información, llamar a los teléfonos 0351-4812708 / 155950037 o por mail a info@pilateszoneweb.com

Córdoba: Curso de *indoor bike*

Evo Training Club organiza un curso de *indoor bike* compuesto por cinco módulos de 10 horas cada uno, que se dictarán uno al mes, a partir del 17 de abril. La capacitación estará a cargo del profesor Mario Oliva y se realizará en las instalaciones del gimnasio, ubicado en Podestá Costa 3210, Barrio Jardín, Córdoba capital.

El curso es de modalidad presencial, con evaluaciones periódicas y un examen final teórico y práctico. Para informes llamar al teléfono (0351)- 4649368 o por mail a info@evo-club.com / www.evo-club.com

Bio Fitness 2010, en San Luis

Del 26 al 28 de marzo tuvo lugar la 1° Convención Regional Bio Fitness 2010, organizada por Bio San Luis® Pilates & Spa Express. "La finalidad del evento fue dar a conocer las últimas tendencias del fitness, con la posibilidad de ampliar ofertas de comercialización y capacitación en la provincia de San Luis y en la región de Cuyo", destaca Ricardo Gutiérrez, director General de la empresa.

Entre otros, estuvieron presentes los siguientes profesionales: Adrián Andreani, Gerardo Mello, Cecilia Cano, Rich Paz, José Slamon, Adriana Vanni, Angélica Sáez, Mariela Mancini y Marilina Rouquaud. El evento se realizó en las instalaciones del Casino Dos Venados de la Villa de Merlo. Más información en www.biosanluis.com.

Plataforma vibratoria en Buenos Aires

El **Instituto Mirta de Fussi** presenta sus seminarios de capacitación en gimnasia sobre plataforma vibratoria que se dictarán en su sede de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La formación está dirigida a profesores de educación física, kinesiólogos y esteticistas que deseen incorporar en sus gimnasios o centros de estética este sistema de entrenamiento.

"Con sólo 30 minutos diarios, esta metodología brinda sorprendentes resultados en tonificación muscular, reducción de peso, aumento de la flexibilidad y el equilibrio, y efectos preventivos de la osteoporosis, además de ser beneficiosa contra la celulitis", destaca **José Luis Fussi**, titular de la empresa.

Las capacitaciones se realizarán en Pacheco de Melo 2738, en el barrio de Recoleta. Por más información, llamar a los teléfonos (011) 4806-8320 / 1530563737 o escribir a contacto@mirtadefussi.com.ar

AQUAJIG



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

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



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

Desarrollada y patentada por



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



BIKE MACHINE
FITNESS

ROSARIO

Tucumán 1304 - Tel.: (0341) 4400931

Mitre 913 - Tel.: (0341) 4477500

www.bikemachine.com.ar

bikemachine@bikemachine.com.ar

Representantes Exclusivos



Movement

DAIWA

Fitness

LA MEJOR FORMA DE EQUIPAR SU EMPRESA



LX160

CINTA MOTORIZADA

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



Servicio Técnico Especializado

RT150 PRO

CINTA MOTORIZADA

- Motor de corriente alterna blindado.
- Sistema de absorción de impactos.
- Sensor de frecuencia cardíaca.
- Sistema Hand Pulse en los grips.



Seriedad y Respaldo

INVIERTA CALIDAD



PLATAFORMA OSCILATORIA PROFESIONAL

- Uso Profesional
- 30 Niveles de Velocidad
- 500W de Potencia
- 4 Modos de Acceso Rápido a velocidad:
 - Low (10Hz)
 - Moderate (20Hz)
 - High (30Hz)
 - Auto (Frecuencia Var.)



PERFORM

BICICLETA HORIZONTAL

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

PERFORM

CAMINADOR ELIPTICO

- Doble Manubrio para brazos.
- 16 Niveles de Carga.
- Computadora Digital 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



Por Sandy Coffman (*)

Buen servicio, sinónimo de capacitación

La formación continua del *staff* ayuda a reforzar en sus integrantes el comportamiento deseado.

Un trabajador enfocado en el servicio al cliente creará un entorno positivo para que los miembros quieran asistir al club con regularidad.

Recuerde: un trabajador enfocado en el servicio al cliente creará un entorno positivo para que los miembros quieren asistir al club con regularidad. Un armado de clases rentable, con la ejecución de programas de entrenamiento exitosos, comienza con la persona adecuada en el lugar de líder y promotor.

Aquí les presento algunas recomendaciones para lograr que los próximos meses sean más exitosos que nunca, incluso en tiempos difíciles:

1. Si está considerando contratar **nuevos empleados** o instructores, identifique las prioridades de lo que busca. La experiencia y el conocimiento son importantes, pero recuerde que se pueden adquirir. Usted necesita un mejor desempeño en **habilidades** de comunicación, empatía, energía y entusiasmo. No puede permitirse el lujo de gastar tiempo y dinero en alguien que no entregará estos atributos a sus

miembros. Ellos sólo apartarán a los socios o los abandonarán después de un corto período porque no cuentan con el entendimiento o no priorizan la preocupación por el trabajo.

Si tuviera que entrevistar a alguien interesado en asumir el papel de coordinador deportivo, me gustaría hacerle algunas preguntas como: "¿Ha trabajado en la industria como instructor o entrenador y ha considerado avanzar en la gestión?" Usted quiere alguien que esté motivado y orientado hacia el éxito. "¿Está realmente interesado en el crecimiento de los miembros, así

como en el del club?" Debe quedar claro que la mayor preocupación está puesta en nuestros miembros o el negocio fracasará.

El servicio final que puede proporcionar a sus miembros es asegurarles



una nueva experiencia en servicio

24/7

ÚNICO SERVICIO TÉCNICO
24 HORAS DEL DÍA
LOS 7 DÍAS DE LA SEMANA*

- Mantenimiento preventivo
- Reparación
- Reacondicionamiento
- Venta de equipos nuevos y usados

Tel. (011) 156 095 1972 - ID 572 * 599
info@biofitness.com.ar

* Disponible en Cap. Fed. y GBA



Indoor SportWear

INDUMENTARIA PROFESIONAL
PARA INDOOR CYCLING

Consulte precios mayoristas

Tel. (54 11) 4502-0698
indoorsportwear@gmail.com

CON EL RESPALDO DE 



EN RESPUESTA A LA CRECIENTE PREOCUPACIÓN MUNDIAL
POR LA OBESIDAD Y EL SEDENTARISMO EN LOS NIÑOS,
RADICAL FITNESS PRESENTA



RADKIDZ® OFRECE A GIMNASIOS, CLUBES Y ESCUELAS UN PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO ESPECIALMENTE DISEÑADO Y ADAPTABLE PARA CHICOS DE 4 A 12 AÑOS.

RADKIDZ® SE BASA EN:

- DIVERTIDAS COREOGRAFÍAS Y RUTINAS DE EJERCICIOS
- EXCELENTE MÚSICA
- DESARROLLO DE OBJETIVOS EDUCACIONALES ESPECÍFICOS EN CADA NUEVA CLASE
- DESARROLLO DE LA COORDINACIÓN, LA MOVILIDAD Y EL BALANCE
- INTERACCIÓN GRUPAL Y ... MUCHO MÁS!

PONGAMOS A LOS CHICOS EN MOVIMIENTO CON
RADKIDZ®

POR MÁS INFORMACIÓN ESCRIBINOS A: INFO@RADICALFITNESS.NET

Recuerde: los grandes clubes tienen capacitaciones en servicio al cliente todos los meses para garantizar que éste sea excepcional y los mantenga en la vanguardia. Mediante la formación debe enseñar a su personal cómo usar el lenguaje corporal y los tonos de voz, y también **cuándo y cómo actuar** en lugar de ser pasivo o parecer descortés. La atención al cliente y la energía optimista del *staff* es una función crítica de los clubes y puede ser la única manera de mantener a sus clientes contentos y traer más negocios.

que se unirán a un programa de acondicionamiento físico que les entregará diversión, estímulo y educación. **La experiencia total dependerá del líder.**

A la hora de hacer la búsqueda, las siguientes recomendaciones pueden ser útiles: "Se busca coordinador, instructor, entrenador y empleado con mentalidad de servicio para un club de fitness. Líder con mucha ener-

gía, organizado con la enseñanza y las habilidades de comunicación interpersonal. Las tareas incluyen promoción, marketing, administración, documentación y seguimiento de los programas".

2. El **entrenamiento** para un buen servicio al cliente **nunca debe terminar**. Seguramente, usted tiene reuniones periódicas con el personal para hablar del servicio. Es preciso no pasar

por alto lo obvio, como sonreír, tener contacto visual, saber y utilizar los nombres de las personas.

No hay que dejar que se dé por sabido lo mencionado, para no correr el riesgo de caer en formas de comportamiento habitual. Si su objetivo es cambiar la manera de actuar, revolucionar las habilidades del servicio al cliente haciéndolas permanentes en el tiempo, debe ofrecer a su *staff* una **formación continua** para reforzar en sus integrantes el comportamiento deseado.

Las estadísticas señalan que cuesta seis veces más obtener un nuevo miembro que mantenerlo, y entre el 60 y el 80% de los nuevos negocios proviene por referencias y el boca en boca, derivado de las experiencias que ofrece el gimnasio.

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

Cada centro debe tener un programa continuo de entrenamiento de servicio al cliente, para todos los empleados que interactúan con los socios. La formación debe emplear **juegos de roles** para simular diversas situaciones que podrían ocurrir. Un gran motivador para un cambio de comportamiento es que otros miembros del *staff* observen la manera en que sus compañeros actúan ante una situación simulada. La capacitación también debe cubrir las **palabras adecuadas** y eficaces para usar cuando un socio se siente mal, ante problemas con miembros actuales y cómo ser proactivos con el cliente.

Por lo tanto, asegúrese de contratar a las personas adecuadas, aquellas que están abiertas y con ánimo favorable para participar en un gran programa de entrenamiento de servicio al cliente. También observe a quienes ya contra-

tó: ¿están dispuestos a participar de un programa de entrenamiento nuevo y más profesional?, ¿están dispuestos a ser responsables de la capacitación? A continuación, eche un vistazo al actual programa de servicios de su gimnasio. ¿Cuánto tiempo ha pasado desde que tuvo una gran sesión de entrenamiento con su personal? Si usted es el administrador o el propietario, ¿está capacitado para ofrecer formas nuevas y productivas para que su servi-

cio realmente pueda mejorar y atraer a nuevos miembros?

Si desea ofrecer programas creativos y de alto calibre, necesita empleados bien entrenados y muy motivados. Nuestros programas seguirán siendo juzgados sobre la base del liderazgo, el reconocimiento y la camaradería, así como los resultados individuales. Programas de entrenamiento con un servicio permanente y un calendario constante de eventos, son la clave. El futuro éxito de los mismos está en la **calidad de las personas** que contratamos para desarrollarlos y ejecutarlos. ■

El futuro éxito de nuestros programas está en la **calidad** de las personas que contratamos para desarrollar y ejecutar esos programas.

(*) Sandy Coffman tiene más de treinta años de experiencia en la industria del fitness. Fue propietaria de tres clubes en Milwaukee (Estados Unidos) durante once años. Es consultora, conferencista y también autora del libro *Successful Programs for Fitness and Health Clubs: 101 profitable ideas*. SLCoffman@aol.com



cada rutina requiere una nutrición completa

Calidad Premium
nuevo diseño

GENTECH

| General | Engineered | Nutritional | Technology |

54 11 4744 0606
www.gentech.com.ar

En Suplementación Nutricional
elija sólo la más alta calidad.

Productos elaborados bajo estrictas
normas microbiológicas y sanitarias



ESTADOS UNIDOS

Precor abre nueva fábrica



Precor comenzó a funcionar en su nueva planta en el condado de Guilford, en Carolina del Norte, Estados Unidos. En esta fábrica producirá equipos profesionales de musculación, incluyendo todo lo nuevo de la Línea-C, así como máquinas de la Línea Icarian: carga por discos, equipos funcionales y multiestaciones.

Con una inversión superior a los 26 millones de dólares y más de 21.300 m², el edificio proporciona un aumento significativo de la capacidad de Precor. "Más del doble de su actual planta de fabricación de equipos de fuerza", señaló la empresa en un comunicado.

"Estamos muy entusiasmados con la capacidad que esta nueva instalación nos da", dijo **Paul Byrne**, presidente de la compañía. "El mercado profesional de los equipos de fuerza es cada vez mayor y la nueva planta será clave para servir a la creciente demanda", destacó el ejecutivo.

ESPAÑA-PORTUGAL

Alianza de Life Fitness

Life Fitness y la empresa Fluidra, que brinda aplicaciones para el uso sostenible del agua, firmaron un acuerdo estratégico para potenciar el sector del *wellness* y de los equipamientos deportivos en España y Portugal, a través de la colaboración conjunta en la creación de nuevos espacios, la gestión de los mismos y la instalación de productos y maquinaria deportiva de alta calidad.

"Este acuerdo comercial y estratégico permitirá reducir el tiempo de gestión, los costos y ofrecerá un único interlocutor para los proyectos que realicen conjuntamente las dos compañías", destacaron los ejecutivos de ambas corporaciones.

Fuente: www.europapress.es

IHRSA

Gimnasios y cuidado del medio ambiente

Los resultados de una encuesta realizada recientemente por IHRSA indican que, en general, los operadores de clubes tienen una perspectiva positiva sobre la integración del medio ambiente en el manejo de sus prácticas empresariales diarias, y representa una forma de lograr un buen impacto en el rendimiento de su negocio.

Las iniciativas "verdes" en gimnasios incluyen mejoras como el reciclaje y la limpieza con productos no tóxicos; y en los proyectos de construcción más grandes, la utilización de materiales bajos en compuestos orgánicos volátiles (COV), otros posconsumo reciclado –como suelos de goma–, y la instalación de calefacción, aire acondicionado y sistemas de ventilación con certificación LEED (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental). Por más información visite www.ihrsa.org.

Colección de Reebok y Armani

Reebok International Limited y Giorgio Armani S.p.A. han creado **EA7 Reebok**, una colección de prendas que combina estilo, deporte y tecnología para el consumidor activo e interesado en la moda y en el diseño. "El estilo global de las marcas de Emporio Armani, combinado con la herencia de Reebok en entrenamiento y fitness, encaja perfectamente para crear una nueva oferta en el mercado deportivo y de la moda", expresó **Uli Becker**, presidente de Reebok International.



La primera colección EA7 Reebok se presentó en la Semana de la Moda en Milán, Italia, en enero. Saldrá a la venta en julio en algunas tiendas Reebok alrededor del mundo y en las del Emporio Armani.

PROTEINAS

albumax

CLARA DE HUEVO EN POLVO
PURA PROTEINA CONCENTRADA, SIN AZÚCAR, SIN GRASAS,
NI CONSERVANTES Y LIBRE DE COLESTEROL

SABORES: NEUTRA, CHOCOLATE, VAINILLA,
BANANA, FRUTILLA Y COMBINADOS.

proteinas@lablada.com.ar. Tel.: 4629-0480 / 4627-8174
CONSULTE POR VENTA POR MAYOR A CLUBES Y GIMNASIOS.

LABDA S.A.
LABORATORIO ARGENTINO DE ALIMENTOS

CENTRO ROUST

REEDUCACION POSTURAL GLOBAL

PRESENTA LA REVOLUCION EN EL FITNESS

La clase
body-mind que
faltaba en
su gimnasio

GPG

Gimnasia Postural Global

La Globalidad en su Salón de Fitness

- Formación oficial en Gimnasia Postural Global
- Cursos regulares e intensivos
- Especializaciones en gimnasia correctiva, pre y post parto y 3º edad
- Capacitaciones in company

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

Tel.: (011) 4797-6261 / rpgcentro@yahoo.com.ar / www.rpgcentro.com.ar

LDPIL.COM, lider en innovación en la industria del fitness y wellness, comunica su nueva unidad de negocios, representando oficialmente a la empresa mas importante del sector de estética



LDPIL.COM Repres. para la Argentina



156
CAVITATION 2.7 DE ALTA FRECUENCIA & VMT
CAMBIA TU CUERPO Y TU VIDA.



BHS202
CON BHS 202 PODÉS ESCULPIR TU CUERPO Y DERROTAR LA CELULITIS PARA SIEMPRE





CardioGym®: entrenamiento de cardio y fuerza

El nuevo equipo **CG6000 CardioGym®** de Avanti Fitness integra entrenamiento cardiovascular y de fuerza en una sesión breve de ejercicios. El objetivo, según destacan desde la empresa, es "minimizar el tiempo de entrenamiento total y maximizar los resultados".

Este aparato presenta un diseño innovador que permite a los usuarios llevar a cabo diversas acciones, tales como empujar, tirar, pedalear y remar, entre muchas otras. También ofrece el **CardioGym Personal Trainer™**, un instructor virtual, disponible al tocar un botón, que puede orientar toda la sesión de entrenamiento y garantizar un ejercicio seguro.

CardioGym fue presentado recientemente en la 29ª Convención Internacional & Feria Anual IHRSA, que se desarrolló del 10 al 13 de marzo en San Diego, Estados Unidos. Para más información puede visitar www.cardiogym.com ■

CardioGym Personal Trainer™



BIOMECÁNICA Y SOLIDEZ QUE POTENCIAN TUS MÚSCULOS

www.biomaxfitness.com.ar

UNA BUENA MUSCULATURA SE LOGRA SUDANDO

BIOMAX TE ACOMPAÑA



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

Auriculares desechables o reutilizables

La empresa norteamericana **AVID Fitness** diseña y fabrica auriculares desechables y reutilizables para centros de fitness, *spas*, hoteles, gimnasios y cadenas de clubes. "Nuestra línea de auriculares electrónicos es una herramienta valiosa para completar las necesidades de entretenimiento", destacan desde la compañía.

Los centros los usan ya sea como un servicio complementario para los miembros o como una forma de aumentar los beneficios a través de la reventa. Mientras que algunas instalaciones toman estos artículos como productos desechables, otras optan por comprar almohadillas reemplazables para su reutilización e higiene.

La empresa también ha desarrollado un modelo ecológico, se trata del **AE-2010**. La base del botón para el oído está hecha de madera y los elementos de los altavoces están realizados con materiales reciclables. Más información en www.fitnessheadphone.com

Ropa inteligente para prevenir enfermedades



Mediante un proyecto de investigación de la Unión Europea (UE), denominado **MyHeart**, científicos han desarrollado **ropa biomédica inteligente**, con sensores capaces de adquirir, procesar y evaluar datos fisiológicos. El objetivo principal de este proyecto es combatir las enfermedades cardiovasculares mediante la prevención y el diagnóstico precoz.

Con una camiseta inteligente se pueden supervisar continuamente los signos vitales de una persona y conocer su estado de salud. El objetivo de estos aparatos es vigilar al paciente cuando está en su casa, paseando o haciendo esfuerzos. La información luego se almacena y se transmite por Bluetooth.

El uso de sistemas que vigilan a distancia a los pacientes coronarios "los motivan a respetar el régimen de tratamiento y a adoptar un estilo de vida beneficioso; esperamos poder mejorar la supervivencia de las personas con enfermedades cardíacas y frenar el costo general de los cuidados", explica **Henk van Houten**, vicepresidente principal de Phillips Research y responsable del programa de investigación sanitaria.



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

+5411-4725-2202 | info@globusdeargentina.com.ar

www.globusdeargentina.com.ar

REPRESENTANTE OFICIAL



Por Cristina Barcala (*)

FITNESS ACUÁTICO

Por qué incorporar elementos de arrastre

El fitness acuático crece en el mundo cada día más debido a sus enormes beneficios para las personas de todas las edades y niveles de acondicionamiento físico. Es una de las actividades más elegidas por los adultos mayores, y de las más recomendadas por los profesionales de la salud, por ejemplo para la rehabilitación. En virtud de esto sabemos que el negocio acuático tiene

un **gran potencial**, pero su crecimiento irá de la mano con una oferta de servicios que cumpla con las expectativas de los clientes.

Generalmente, en todos los mercados, los propietarios y gerentes de clubes y gimnasios otorgan gran importancia al equipamiento de musculación y cardiovascular que ofrecen en sus

instalaciones, así como a las clases de fitness grupal y a los accesorios utilizados para las mismas. De la misma forma, estar actualizados con las nuevas tendencias tanto en programas como en equipos para sus piscinas, les permitirá mejorar su rendimiento.

En la actualidad, los elementos de arrastre como paletas y tobilleras se

CURSOS & INSTRUCTORADOS

9 meses de duración



área fitness grupal

- Gimnasio Aeróbica
- Gimnasio Localizada
- Gimnasio Acuática
- Fitness de Combate
- Ritmos



área entrenamiento

- Personal Trainer
- Musculación
- Preparación Física Deportiva



área wellness

- Actividad Física para la 3ra. Edad
- Actividad Física para la Salud
- Método Pilates
- Tai Chi Chuan
- Yoga Integral



área estética

- Masajista
- Estética Corporal
- Cosmetología

NUEVA MODALIDAD DE CURSADO

Cursos e Instructorados semipresenciales
1 Jornada intensiva por mes

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



Grupo Silicon Dinap S.R.L.

Control de Socios



Molinetes Fabricantes
Credenciales
Accesorios
Lectores:

Proximidad - Código de Barra - Huella

Pavón 2721 CABA
tel (54 11) 4941-0478 / 1557806814
info@gdstecnologia.com.ar

GSD GSDTECNOLOGIA

www.gdstecnologia.com.ar



AZTECA

ALQUILER Y VENTA DE APARATOS
PARA EL MÉTODO PILATES

Tel. (54 11) 4768-1211
Cel. 15 5746-0419
info@pilatesazteca.com.ar
www.pilatesazteca.com.ar





Los elementos de arrastre son recomendables para:

- Desarrollar programas de acondicionamiento acuático para mejorar la resistencia- fuerza.
- Brindar variantes para socios actuales que necesiten incorporar más carga.
- Atraer a un nuevo público (los hombres) para trabajar la fuerza, ya que sentirán el trabajo duro de estos materiales.
- Incluirlos en programas de descenso de peso.
- Armar programas de terapéutica, donde en muchos casos es indispensable ganar fuerza muscular.

utilizan con mucho éxito y están totalmente incorporados en los programas acuáticos de países como Estados Unidos, Brasil, España, Italia y Alemania, entre otros. El arrastre es la fuerza más significativa que se encuentra en el medio acuático, y para aumentar el potencial del agua se deben utilizar elementos que permitan realizar ejercicios de este tipo.

Los **equipos de arrastre** son livianos, fáciles de guardar, muy duraderos y no necesitan mantenimiento. Una inversión en estos elementos no es muy significativa en cuanto al monto, pero sí respecto de los beneficios para la oferta de actividades del natatorio, ya que estos materiales crean y dan variedad a muchas clases con objetivos diferentes.

En cuanto a los beneficios, entre muchos otros, el entrenamiento de la fuerza en el fitness acuático mejora la actitud postural, aumenta la producción de colágeno (ligamentos y tendones más resistentes), aumenta la independencia de los adultos mayores porque mejora la funcionalidad y disminuye el riesgo de caídas y accidentes.

Los profesores tendrán que capacitarse para poder maximizar el uso y aplicación de estos materiales según los

distintos objetivos. Esto es fundamental, porque si no se capacita a los instructores la compra no será efectiva, ya que sólo los usarán los 10 minutos finales de la clase y no será un negocio rentable para el club o el natatorio que incorpore los accesorios. La inversión tiene que abarcar los elementos y la capacitación. ■

(*) Profesora Nacional de Educación Física, capacitadora de profesores y asesora de natatorios sobre programas de fitness acuático. www.cristinabarcala.com.ar.

dob
PESAS

Pesas Dob
Alberdi 383, Villa Lynch
Gran Buenos Aires
Tel. (54 11) 5290-7850/7851
pesasdob@hotmail.com
www.pesasdob.com.ar



FUNDICIÓN 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

Qué tener en cuenta

Su ubicación dentro del club, su tamaño, el personal a cargo y la confección del menú, son aspectos centrales en el armado y funcionamiento de un bar.

Club Pinheiros - Brasil

Contar con un bar dentro de las instalaciones del gimnasio, donde el cliente pueda relajarse para beber o comer algo saludable y nutritivo, no sólo le agrega valor a su propuesta de servi-

cios, sino que facilita y promueve la socialización entre los miembros, lo cual refuerza su identificación con el lugar y, por lo tanto, su sentido de pertenencia.

"En nuestro caso, el bar se ha convertido en una oficina para los socios", asegura **Edgardo Azzarita**, coordinador general de **SMG Sport**, el gimnasio que el Grupo Swiss Medical tiene en el

Mercado Fitness Management Tour

Salta
05/JUNIO

Bariloche
08/MAYO

Cada vez más cerca

SEMINARIO INTERNACIONAL DE GESTIÓN DE GIMNASIOS

■ **ORADOR:** FABIO SABA ■ **DURACIÓN:** 8 HORAS
■ **TEMÁTICAS:** LIDERAZGO - CALIDAD - VENTAS - RETENCIÓN

Inscripciones anticipadas

PRECIOS DE INSCRIPCIÓN*

Fecha Límite	Pesos
Hasta 60 días antes	\$ 200
Hasta 30 días antes	\$ 250
Hasta 7 días antes	\$ 300
El día del evento	\$ 350

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
- :: Tarjetas de Débito/Crédito

Informes e inscripción:
Tel/Fax. (54 11) 4115-3525/24
www.mercadofitness.com

Estos precios no incluyen IVA.

*Los precios de inscripción a este seminario son los mismos en las dos ciudades.

Organiza

Sponsors

mercado
Fitness

Body
Systems

deportsalud
the wellness shop

FOX

P-equipe
Técnica de J. Pilates

PILATESLAND.

MIR
FITNESS

al instalar un bar

shopping Paseo Alcorta, de la ciudad de Buenos Aires.

Para **Javier Petit**, gerente de Relaciones Institucionales de **Megatlon**, el espacio del bar cumple una doble función: "Por un lado, la hidratación de los socios antes, durante y después del ejercicio; y, por otro, la sociabilización".

¿Propio o tercerizado?

Al plantearle este interrogante, **Federico Bitrán**, gerente de las unidades **Unicenter** y **Nordelta** de la cadena **Sport Club** en Buenos Aires, opina que es lo mismo que el bar lo maneje un tercero o el propio gimnasio. "Lo importante es tener una oferta acorde con la necesidad del público y que esté bien atendido", asegura.

En **SMG Sport** este servicio está tercerizado. "Esto nos permite liberarnos de los gastos inherentes a empleados y cargas sociales, ausencias, despidos y vacaciones. Todo queda a cargo de la empresa responsable del bar y se libera al gimnasio", destaca **Azzarita**.

En la opinión de este ejecutivo, "si el contrato de tercerización es bueno y la empresa contratada es seria, no habrá mayores inconvenientes, ya que prestará un servicio acorde con las ne-

Performance Food Centers es una empresa dedicada al diseño, montaje, operación y abastecimiento de bares de jugos en América del Norte, donde atiende una red de 890 bares en gimnasios, escuelas y cafeterías. La empresa desarrolla el bar desde cero o ayuda a potenciar el negocio existente.

Visite la página web www.performancefoodcenters.com

cesidades y exigencias del lugar". En **SMG Sport** cobran al concesionario un abono fijo de alquiler más un porcentaje de la facturación del bar.

Megatlon también apuesta a la tercerización del bar en la mayoría de sus sedes. "Logramos con el tiempo pres-

tadores de alta calidad, que agregan valor a la propuesta del club", señala Petit. En **Megatlon Núñez**, de la ciudad de Buenos Aires, concesionaron el servicio a **Starbucks**, una de las cadenas de cafeterías más destacadas del mundo. "El tráfico de gente enriquece a ambas organizaciones", dice Petit.



Club Megatlon Núñez- Argentina

- Inteligente
- Amigable
- Silencioso

Concept 2 Remo bajo techo

Good Will R.C.

Colón 593 - Ciudad - Mendoza

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

Bartolomé Mitre 4020 - Capital Federal

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

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



En **Go Fitness & Spa** de La Paz, Bolivia, funciona **Mezzo Café**, un bar propio del club, que en breve pasará a ser tercerizado, cuando se concrete en abril el traslado del gimnasio al nuevo centro comercial de esa ciudad. "El bar, como tal, podría rendir más; sin embargo, mi negocio es el gimnasio y el bar se constituye en un servicio más para el socio. Por lo tanto, no rinde como debería", destaca **Liliana Ascarrunz**, gerente General de la empresa.

Características

En cuanto al espacio necesario para montar un bar, según **Azzarita**, "dependiendo de los servicios que se quieran vender, el bar no debería tener menos de 12 m², además de un área de mesas". Para **Bitrán** lo más importante es que el bar "esté ubicado en un área visible, por donde circule mucha gente".

En el caso de **Megatlon Núñez**, de 4.000 m², o **Megatlon La Imprenta**, de 2.900 m² cubiertos, "el servicio de bar ocupa algo más de 200 m² y cuenta con entrada independiente", comenta **Petit**. En **Megatlon Center**, de casi 5.000 m² cubiertos, el bar dispone de 70 m² en planta baja,



Companhia Athletica - Brasil

y se complementa con el servicio de venta de bebidas, dispuesto en algunos vestuarios. En otras unidades, como **Recoleta** o **Martínez**, el bar está emplazado en el mismo espacio del sector de musculación y aeróbica.

En la opinión del director de **SMG Sport**, con un flujo diario de 200 socios ya se justifica la instalación de un bar, aunque destaca: "Todo depende del nivel y de las costumbres sociales de los clientes del club". Por su parte, **Bitrán** considera necesario un ingreso promedio al gimnasio de 500 personas por día para que el bar funcione bien. "En nuestros centros el flujo ronda entre 900 y 1.100 personas por día", afirma **Petit**.

Los requerimientos en materia de personal varían según el servicio brindado y la cantidad de socios del gimnasio. En las dos sedes de **Sport Club** que **Bitrán** tiene a cargo, "con una persona durante la mañana y dos en las horas pico, está bien". **Azzarita**, por su parte, cree que "mínimamente debe haber una persona por turno, más un supervisor".



Action Sport - Argentina

OZONO FITNESS

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

Patada de Gluteo

Indoor Bike

Parodi 2426 Moreno Bs. As. / Defensa 941 Haedo / Argentina
(54 11) 4468-1037 // (54 11) 15-6537-7376 // ozono_fitness@yahoo.com.ar

ozonofit.com.ar

Recomendaciones para un menú nutritivo



(*) Por Mariana Patrón Farías

Muchas personas concurren al gimnasio directamente desde su trabajo sin comer nada, y es un riesgo buscar exigirse deportivamente en ese estado. También sucede que cuando terminan su rutina, al mediodía, retornan a su jornada laboral y no tienen oportunidad de almorzar algo saludable en ningún lado. Ni hablar de aquellos que entrenan muchas horas mezclando disciplinas, necesitarían hacer un recreo para reponer energía entre medio.

Algunos alimentos que no deberían faltar en un bar bien equipado dentro del gimnasio son: barras de cereal –de semillas o proteicas–, agua y bebida deportiva, yogures, licuados y jugos naturales de frutas, batidos proteicos y ensalada de frutas (con y sin azúcar).

Galletas de avena, de gluten o de algarroba, por dar algunos ejemplos, serían prácticas para una merienda. Incluso se podrían vender frutas frescas (bananas, manzanas, duraznos, peras), frutas secas (almendras, avellanas, nueces, etc.) o disecadas (pasas de uva, orejones). Es conveniente armar envases individuales, para que sea higiénico. Lo mismo para la granola, copos de maíz y cuadraditos de avena.

Sándwiches de lomo, pechuga o atún con pan integral, tartas *light*, arroz con atún o pollo, milanesas de soja y fideos pueden ser un almuerzo posible, además de ofrecer ensaladas (con legumbres, huevo, pollo o kanikama, y variedad de verduras cocidas y crudas, condimentadas con aceite de oliva y limón).

Comer luego del entrenamiento es beneficioso, sobre todo durante la media hora siguiente, ya que el organismo absorbe mayor cantidad de hidratos de carbono y repone el glucógeno muscular consumido, líquidos, sales minerales y proteínas, imprescindibles para la recuperación muscular.

(*) Licenciada en Nutrición, UBA. Directora de NUTRIM.
mariana@nutriccoach.com.ar



www.panattasport.com

La combinación perfecta entre forma, tecnología, belleza & funcionalidad.



Energía, juego, deporte y diversión.
Innovadora fórmula para asegurar el crecimiento y desarrollo físico de nuestros niños.



Diseño y Biomecánica perfecta,
la mejor respuesta a la exclusividad.



Diseño, Sólidez y Óptima relación
calidad v/s precio,
línea altamente competitiva.

Donde termina la imaginación
empieza Oasis.



La más completa Línea de máquinas
y bancos de peso libre.

Más información de todos nuestros productos, servicios &
Representaciones Exclusivas: a: aortiz@panattasport.cl - (56) (9) 890 26751
SPORT SOLUTIONS - Tecnología Deportiva™ Huérfanos 1117 - Oficina 1007 - Santiago Centro - Chile
Panatta Sport - Italy - www.panattasport.com - exporttrade@panattasport.it

Los servicios de hidratación que están a cargo de Megatlon cuentan con un espacio de alrededor de 16 m² y los atiende una persona por turno. "En estos centros de hidratación estamos asesorados por Pepsi Internacional, lo cual nos brinda muy buenos estándares de calidad, de provisión y de rápida respuesta para los clientes", remarca Petit.

Desde Sport Club opinan que "para hacer tentadora la propuesta del bar, es bueno ofrecer platos rápidos y sanos como sándwiches y ensaladas". Y tampoco pueden faltar los jugos naturales, los licuados y la tradicional cafetería. Por su parte Petit indica que "barras de cereales, bebidas isotónicas, agua, así como propuestas *lights*, siempre son buscadas y bienvenidas por los socios".

Para Azzarita, si bien es importante que el menú guarde relación con las características saludables del lugar donde se encuentra, "la oferta del bar tampoco debe ser 100% dietética, ya que no todos los socios quieren consumir productos bajas calorías, y esas personas también deben encontrar allí alternativas bien variadas". ■



Gimnasio Eco Fit - Brasil

¿Cómo lograr que los socios visiten el bar?

Planee su estrategia en dos niveles:

1. Cree una tienda de nutrición en general, ofreciendo una variedad de alimentos y bebidas con las que sus miembros puedan identificarse. Mantenga su interés por la rotación frecuente de productos nuevos.
2. Eduque a sus miembros sobre la importancia de la nutrición y su relación con el logro de sus objetivos de rendimiento físico. Usted puede conducir a más miembros a su bar mediante el uso de un enfoque multifacético para la educación nutricional: vestuarios con consejos de nutrición, carteles, envío de correo electrónico, etc.

Para empezar, tiene que determinar cuáles son los diferentes productos y/o servicios que tienen mayor probabilidad de venderse en su gimnasio. Para ello, debe entender su demografía: ¿quiénes son sus miembros?, ¿tiene un servicio de guardería infantil, programas juveniles o muchos miembros con diabetes? Una vez que comprenda plenamente las características de las personas que frecuentan sus instalaciones, podrá mejorar la oferta con opciones que ayudarán a sus socios.

Recuerde: la mayoría de la gente quiere comer bien, y si proporciona la información y luego abre el camino ofreciendo opciones saludables, el bar superará sus expectativas y sus miembros tendrán más probabilidades de alcanzar sus objetivos de fitness con una oferta nutricional acorde.

Fuente: www.clubssolutionsmagazine.com

SPORTING GOODS
EVERLAST
EST. 1910
NEW YORK, NY

IT IS NOT THE MOUNTAIN
WE CONQUER,
BUT OURSELVES.

**FITNESS
BOXEO
MMA**

Muhammad Ali

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

PROYECTO 226

Correr por un objetivo



El Proyecto 226 nació por iniciativa de **Guillermo Martin**, un triatleta amateur de 40 años, con el objetivo de recaudar fondos para colaborar con una institución de bien público, a través de donaciones de particulares y empresas, por cada kilómetro que él logre recorrer en el **Ironman de Brasil 2010**, a realizarse el 30 de mayo en la isla de Florianópolis, Brasil.

El Ironman es la prueba más exigente del triatlón. La competencia de Brasil tiene un recorrido de 226 kilómetros e involucra tres disciplinas: natación, ciclismo y atletismo. "El desafío nunca es grande cuando hay un objetivo y se está motivado para conseguirlo,

yo quería correr por algo y así nace el Proyecto 226", aseguró su creador, que trabaja en el área de sistemas de un grupo de empresas.

Para colaborar, tanto particulares como empresas, deben hacerlo aportando la suma base de un peso por cada kilómetro que logre recorrer en la competencia. Aunque también es posible elevar la apuesta. Martin señala que las compañías que se comprometan con un aporte de 5 pesos o más por kilómetro, tendrán la posibilidad de ver su logo en la web del proyecto como *sponsor* destacado.

El dinero recaudado será destinado en su totalidad a colaborar con el hogar

El Alba, una institución que brinda abrigo temporal o prolongado, asistencia integral y capacitación a niños y adolescentes con sus derechos vulnerados. "El aporte será depositado directamente por quienes colaboren en la cuenta de la entidad. Además, obtendrán su factura por la donación, por lo que contarán con el beneficio impositivo que otorga la misma", comentó el atleta.

Hasta la fecha, Proyecto 226 lleva recaudado 5.424 pesos. Para comprometer un aporte se puede ingresar a www.proyecto226.com y acceder a la sección "Compromisos de Aportes". Allí se completa un formulario con los datos del aportante y el monto comprometido. ■

Entrenamiento Funcional

3ª Certificación Internacional con Juan Carlos Santana

24
ABRIL
Buenos Aires
Argentina

"Divertido, rápido, efectivo... ¡único!
Vení a conocer el método de entrenamiento
que revoluciona la industria mundial
de clubes y gimnasios".

SEMINARIOS - 25 de Abril

- EF aplicado a los Deportes de Combate
- EF aplicado a la Preparación Física de Futbolistas

Inscripciones anticipadas: Llamá al (011) 4115 3524/5
Cupo máximo 100 personas

Organiza



Auspicia



Media Sponsor



Juan Carlos Santana: Master en Ciencias del Ejercicio (Florida Atlantic University). Director del Institute of Human Performance (IHP) en Boca Ratón, Estados Unidos.



Hacer ejercicio mejora el estado de ánimo

El ejercicio puede mejorar el estado de ánimo, aunque es posible que haya que estar muy decaído para notar los efectos, señala un estudio realizado en el Reino Unido. Según los investigadores de la Universidad de Wolverhampton, una hora de ejercicio aeróbico disminuyó la tensión, el enojo y la fatiga de los par-

ticipantes del estudio, con un beneficio mayor para quienes se sentían deprimidos antes de realizar actividad física.

Los especialistas evaluaron a 80 voluntarios, entre hombres y mujeres jóvenes, a quienes se les realizaron pruebas del estado de ánimo, antes y después de

una hora de ejercicios aeróbicos. Se determinó que 52 presentaban decaimiento anímico previo, mientras que 28 no se sentían decaídos. Luego de la actividad, el primer grupo fue más propenso a reportar disminución de ira, fatiga y tensión, así como un aumento de la energía, reveló el informe.

Actividad física durante buena parte del embarazo

Un programa de actividad suave y controlada en el segundo y tercer trimestre de gestación puede beneficiar tanto a la madre como a su recién nacido, revela una investigación española.

Un equipo de especialistas en ciencias del deporte de la Universidad Politécnica de Madrid evaluó a 162 mujeres españolas embarazadas de entre 25 y 35 años, de las cuales 80 siguieron un programa de ejercicio suave, tres veces por semana, en una sala destinada a ello en el Servicio de Ginecología del Hospital Severo Ochoa de Leganés (Madrid).

Los resultados demostraron que el ejercicio "no perjudicó la salud del feto ni aumentó la tasa de partos prematuros; y en el caso de mujeres con mayor peso, la actividad física atenuaba posibles problemas futuros en el bebé", destaca Rubén Barakat, director del estudio.

Fuente: www.elmundo.es



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



GYM HOME



Marcelo T. de Alvear 1230 (C1058AAT) Bs. As. / Tel.Fax: (54 11) 4816-5650 / Centro de distribución: Landines 3840 (C1419EZD) Bs. As.
Tel. (5411) 4501-1278 / Tel.Fax: (54 11) 4503-6518 / gymhome@fibertel.com.ar / www.gymhomearg.com.ar

Ejercicio ayuda a llegar más sano a la adultez

Cuando es constante y se realiza durante toda la vida, el ejercicio ayuda a las personas a llegar más sanas a la adultez. A esta conclusión arribó una investigación en la que participaron hombres y mujeres mayores de 65 años que no presentaban enfermedades crónicas como diabetes, hipercolesterolemia e hipertensión y que, en el marco de un estudio anterior, informaron que habían realizado actividad física semanal por entre 15 y 25 años anteriores a la muestra.

Más allá de los datos personales, los participantes se sometieron a pruebas de estrés cardiopulmonar y ultrasonidos del corazón y vasos sanguíneos, además de otros exámenes para evaluar su salud cardíaca, a

cargo de los especialistas del Centro Médico Southwestern, de la Universidad de Texas, en los Estados Unidos.

Entre las conclusiones del estudio, los profesionales destacaron que mientras más ejercicio habían hecho los adultos mayores durante sus vidas, mayores fueron las probabilidades de llegar sanos a la adultez y vejez. "Por ejemplo, quienes hicieron ejercicio de cuatro a cinco veces por semana durante sus vidas, presentaban un estado físico el 54% mejor que quienes no se movían tanto. Y aquellos que se ejercitaron dos o tres días de los siete, obtuvieron un beneficio el 42% mayor", indicó el doctor Paul Bhella, líder del estudio.

Fuente: ProSalud



Activewear

Karen Oviano

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

ESTUDIO DE TNS ARGENTINA

Los argentinos, la dieta y la comida *light*



El 25% de la población declara consumir alimentos de bajas calorías. Este hábito se da sobre todo en las mujeres, los mayores, las personas de nivel socioeconómico alto y los residentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Cada vez más argentinos realizan dietas para adelgazar y consumen alimentos *light* o de bajas calorías. Así lo revela un estudio realizado en Argentina por la empresa TNS entre la población adulta mayor de 18 años.

Un tercio de los encuestados indicó haber realizado un régimen para bajar de peso alguna vez en su vida: el 20% declaró haberlo hecho en el pasado, mientras que el 13% afirmó hacerlo en la actualidad. Por otra parte, e independientemente de lo anterior, el 24% de los entrevistados señaló que consume productos *light* siempre o casi siempre.

"Esta investigación nos muestra una creciente concienciación de los argentinos acerca de su alimentación. Sin embargo, todavía hay mucho por hacer. De acuerdo con

estudios realizados por TNS, la oferta de productos y la variedad de mensajes sobre el bienestar confunden al consumidor. Se necesitan mensajes más claros por parte de las empresas y una política educativa en pos de la salud de nuestra población", comenta **Constanza Cilley**, gerente General de TNS Argentina.

Los segmentos sociodemográficos que declararon en mayor medida haber ajustado sus costumbres alimentarias para perder peso y, a su vez, quienes consumen comidas *light*, son principalmente las mujeres, los mayores, las personas de nivel socioeconómico alto y los residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Se determinó que los principales motivos para consumir productos *light* son tener una alimentación sana, tanto por razones de peso como por recomendación médica.

LION FORCE

EQUIPAMIENTO DE ALTA CALIDAD PARA TU GIMNASIO



LÍNEA
CURVE

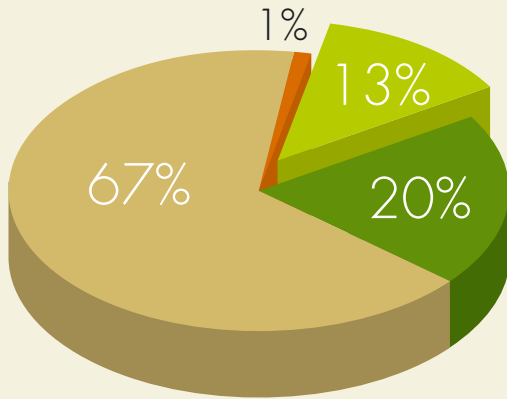
EQUIPAMIENTO DE MUSCULACIÓN
EQUIPAMIENTO AERÓBICO
ACCESORIOS / ASESORAMIENTO

MÁQUINAS USADAS EN EXCELENTE ESTADO



Relación con la dieta

¿Cuál de estas alternativas corresponde a su situación?



- NS-NC.
- Actualmente hago dieta para adelgazar.
- Hice dieta para adelgazar en el pasado, pero ahora no.
- Nunca hice dieta para adelgazar.

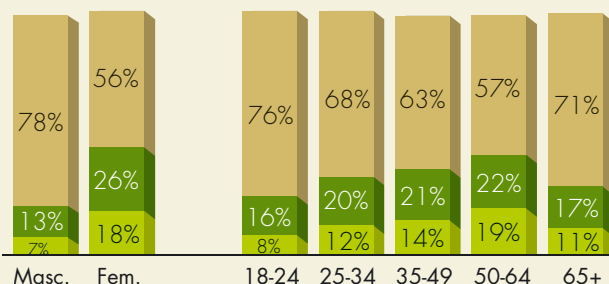
TNS Argentina. Base: Muestra nacional de población adulta

La relación con la alimentación no es uniforme en los distintos grupos sociodemográficos. Quienes declararon en mayor medida realizar algún tipo de dieta para bajar de peso son: las mujeres –quienes más que duplican la cantidad de hombres (el 18% vs. el 7%)–, las personas de mayor nivel socioeconómico (nivel alto, el 21%; medio, el 14%; y bajo, el 12%), a medida que aumenta la edad (el 19% de quienes tienen entre 50 y 64 años vs. el 8% de los menores de 25) y los que viven en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (el 18% vs. el 12% y el 13% en el Gran Buenos Aires y en el interior, respectivamente).

Relación con la dieta

¿Cuál de estas alternativas corresponde a su situación?

INFORMACIÓN SEGÚN GRUPOS SOCIODEMOGRÁFICOS



POTENCIA EL ENTRENAMIENTO ACUÁTICO EN TU GIMNASIO



Único en Argentina



Equipos de arrastre

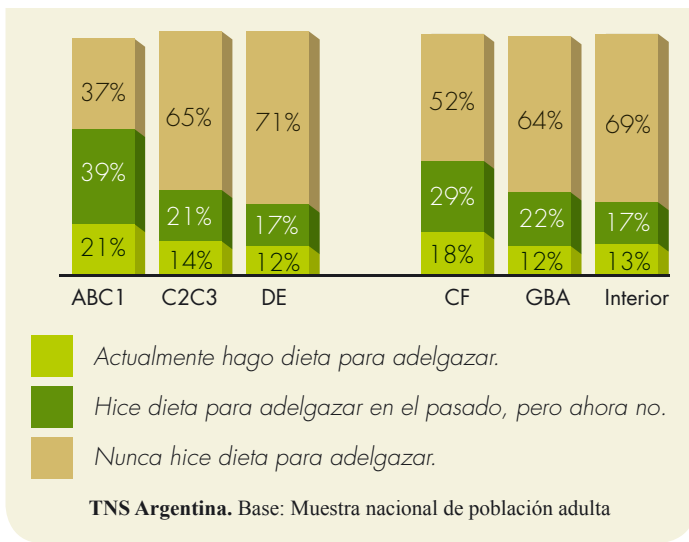
- Ideal para trabajos de fuerza y resistencia
- Diferentes usos para distintos objetivos en la clase
- Permite regular la intensidad del ejercicio
- Livianos, fáciles de guardar y resistentes
- No requieren mantenimiento
- Dos programas de capacitación
- Acondicionamiento físico • Uso terapéutico

Juguetes didácticos infantiles



La empresa INDUPLAST ha desarrollado y patentado el producto EVO ACUATIC - Pat. 7902
 info@induplast.com.ar - www.induplast.com

www.cristinabarcala.com.ar - barcala@ciudad.com.ar

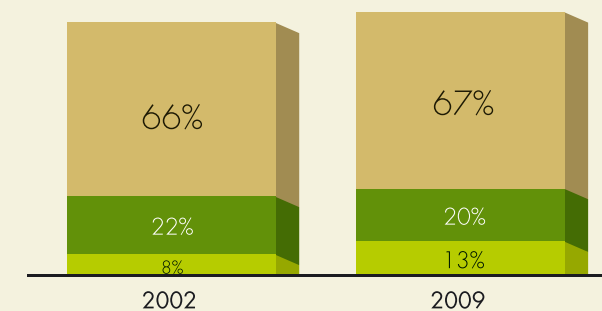


Al comparar mediciones anteriores realizadas por TNS Argentina, existe un crecimiento de la proporción de argentinos que en la actualidad realiza dieta: aumentó del 8% en 2002 al 13% en 2009.

Relación con la dieta

¿Cuál de estas alternativas corresponde a su situación?

TENDENCIA 2002-2009



Actualmente hago dieta para adelgazar.
 Hice dieta para adelgazar en el pasado, pero ahora no.
 Nunca hice dieta para adelgazar.

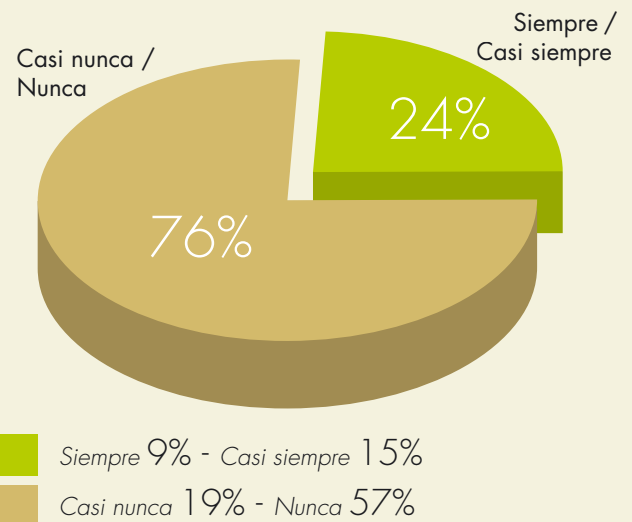
TNS Argentina. Base: Muestra nacional de población adulta

Consumo de alimentos bajas calorías

Más allá de estar haciendo dieta o no, cerca de un cuarto de los argentinos afirmó que consume alimentos *light*, *diet* o de bajas calorías en forma regular: uno de cada diez los consume siempre y el 15% casi siempre; dos de cada diez entrevistados señaló que casi nunca los consumen; y seis de cada diez, nunca.

Consumo de alimentos baja calorías

¿Con qué frecuencia diría usted que consume alimentos *light*, *diet* o bajas calorías?



TNS Argentina. Base: Muestra nacional de población adulta

Otro dato a destacar es que la proporción de argentinos que declaró consumir este tipo de alimentos regularmente (siempre o casi siempre) creció 10 puntos porcentuales respecto de 2002 (el 14% vs. el 24% en 2009).



MULTILED

LETREROS ELECTRÓNICOS

INGENIERÍA EN MARKETING VISUAL

APLICADA AL DEPORTE

Comuniqué con displays de tecnología LED. Productos dinámicos, atractivos, con óptima visualización y bajo consumo.



Cronómetros Cuentas regresivas



Cambio Jugadores



Relojes



Tanteadores Deportivos



Segunderos

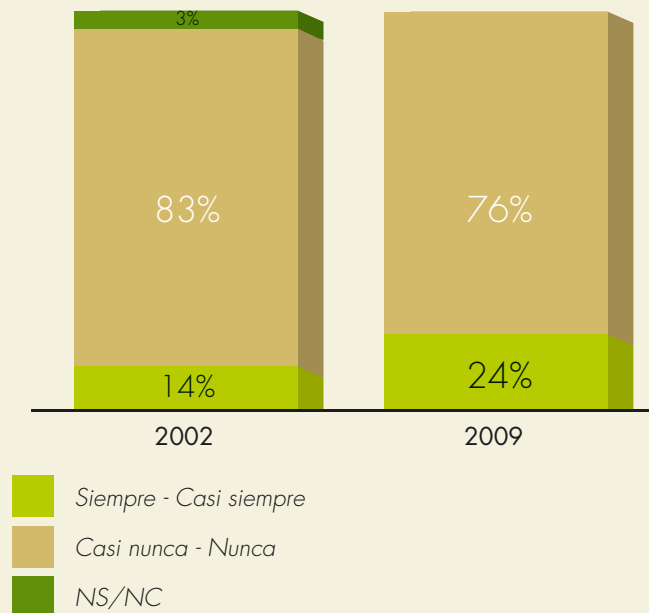


MULTILED Salta 285 - (C 1074 AAE) Buenos Aires - Tel./Fax : 54 11 4373 9500 - ventas@multiled.com.ar - www.multiled.com.ar

Consumo de alimentos baja calorías

¿Con qué frecuencia diría usted que consume alimentos light, diet o bajas calorías?

TENDENCIA 2002-2009



Al igual que lo que se observa con la realización de una dieta para bajar de peso, el consumo de alimentos *light* es significativamente más frecuente entre las mujeres (el 33% declaró consumirlos siempre o casi siempre vs. el 14% de los hombres), a mayor edad (el 37% entre los mayores de 65 años vs. el 10% entre los jóvenes de 18 a 24), en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (el 37% vs. el 26% en Gran Buenos Aires y el 21% en el interior) y en los sectores altos (alcanza a casi la mitad de este segmento, con el 44% vs. el 24%, y el 22% en los sectores medios y bajos).

Razones de consumo o no consumo de productos light

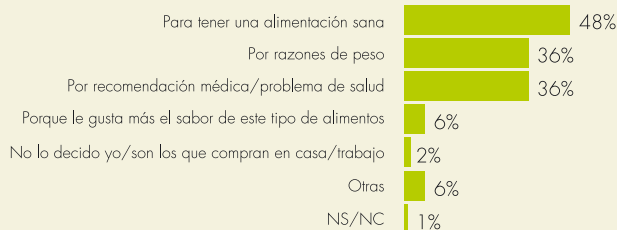
La principal motivación de los argentinos para consumir este tipo de alimentos es la salud: la mitad (48%) de los que declararon consumir alimentos *light* mencionó el querer tener una alimentación sana, el 36% afirmó que lo hace por recomendación del médico o problemas de salud, y la misma proporción señaló que lo hace por razones de peso.

Entre aquellos que no consumen este tipo de alimentos, el 32% expresó que no necesita bajar de peso, mientras que el 24% mostró falta de interés y costumbre en este tipo de alimentos. En el contexto de alimentación sana es interesante destacar que el 16% de quienes no consumen alimentos *light* explicó que la razón es preferir comer alimentos sanos pero naturales.

Razones de consumo y no consumo de alimentos bajas calorías

¿Cuáles son las razones por las que usted consume/no consume alimentos *light*, diet o bajas calorías?

RAZONES DE CONSUMO



TNS Argentina. Base: Muestra nacional de población adulta
Quienes consumen alimentos *light* siempre / Casi siempre (24% del total)

RAZONES DE NO CONSUMO



TNS Argentina. Base: Muestra nacional de población adulta
Quienes nunca / Casi nunca consumen alimentos *light* (76% del total)

El estudio se realizó en la Argentina y se encuestó a 1.001 personas adultas. ■

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

mercado fitness

Suscripción Anual / 6 ediciones
 > En Argentina: \$180
 > Consultar costos internacionales

SUSCRÍBASE AHORA MISMO

Incluye el envío bimestral de la revista, por correo privado con acuse de recibo.

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

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

Libro para mantener activos a los niños



Sugiere a los padres estrategias para inculcar una rutina más saludable y activa a sus hijos. Su nombre en español es *Bienestar solapado: formas divertidas y sencillas para introducir sutilmente el ejercicio en la vida diaria de los niños*, escrito por la psicóloga **Missy Chase Lapine** junto con su entrenadora, **Larysa Didio**.

El texto contiene más de 100 estrategias, juegos y consejos con ejercicios para niños y adolescentes. "La epidemia de obesidad infantil se puede erradicar aplicando un método inteligente que induzca al bienestar. Un chico saludable puede quemar 400 calorías extra por día", señala Lapine.

El título original del libro es *Sneaky Fitness: fun, foolproof ways to slip fitness into your child's everyday life*. Se trata del cuarto escrito, de una serie que expone lo que Lapine llama "la inducción a un estilo de vida más sano".

El best seller *The Sneaky Chef*, por ejemplo, ofrece recetas para que los niños incorporen comida saludable a su dieta, por ejemplo brownies con espinaca y galletas con germen de trigo. "Comer sano es sólo la mitad de la batalla. En realidad hay que moverse más. Nuestros niños hoy hacen una vida muy sedentaria", comenta su autora. Más información en www.thesneakychef.com

Maratón mundial por el agua

Más de 190 ciudades participarán el 18 de abril del Maratón del agua, una serie de carreras de 6 km, el equivalente a la distancia



media que muchos niños y mujeres recorren a diario para conseguir agua. La iniciativa pretende marcar un punto de inflexión en la dramática situación que padece gran parte de la humanidad, y unir a todas las personas en una de las causas más urgentes de esta época.

Parte de lo recaudado será destinado a la ONG Espacio Agua para desarrollar proyectos orientados al uso racional y sustentable de este recurso. En Buenos Aires se correrá en la fecha mencionada, a las 9 de la mañana, desde Figueroa Alcorta y Sarmiento.

Además de la carrera, se realizarán conciertos y varias actividades educativas sobre el tema. El cupo es de 10 mil participantes. Para informes e inscripción visite <http://maratondelagua.com>

Cursos Online para Profesionales
de la Gestión Deportiva

¿Conoces cómo evoluciona tu sector?
Aprovecha la nueva temporada para formarte



Dirección estratégica · Marketing · Recursos Humanos
Contabilidad · Finanzas · Entre otros

Descubre nuestros cursos en...

it i k . e s

it i k
consultoría deporte
y ocio

Con tutor
personalizado

Solicita toda la
información

info@itik.es

CURSOS ONLINE DE CAPACITACIÓN

BICICLETAS DE INDOOR CYCLE - IMPORTADORES DIRECTOS



EXEL PRO

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

Cel.: (011) 15-4058-7195

kapitanpedales@yahoo.com.ar



RESORTES MG

PILATES & FITNESS
DISEÑO + IDEAS + ESTÉTICA

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

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

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



Consulte Promos y Ofertas

Fabricante directo.

Asesoramiento - Armado de locales -

Instalaciones - Garantía de nuestros equipos

Equipamientos para SPA y Pilates

Nextel 690*2928

011-15-3037-1975

www.equipoPilates.com.ar



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

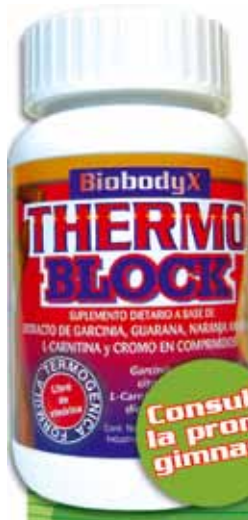


Optimización del espacio. Ambientaciones adecuadas a partir de los materiales, la luz y el color. Impacto visual.

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

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

Consultá la promo gimnasios



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

No hay otro destino que el que nosotros hacemos

Por Gerardo Saporosi (*)

No hay otro destino que el que
nosotros hacemos, dice un viejo
proverbio inglés.
(No fate but what we make).



Durante más de veinte años como consultor e inversor, he desarrollado varios proyectos exitosos en Argentina y en el exterior, incluyendo la reorganización de compañías, el desarrollo de marcas, fusiones y adquisiciones, y proyectos de expansión territorial. Hace unos años, con mi socia decidimos dejar nuestra oficina en el centro de Buenos Aires y, ya que la tecnología y nuestra tarea lo permiten, trabajar desde nuestras respectivas casas. Es más, suelo trabajar bastantes días al mes desde mi casa en la costa atlántica. Esta determinación la tomé con el fin de disfrutar del trabajo y de la vida en general, con tiempo para descansar después de muchos años de batalla.

Entonces conocí a **Nathaniel Leivas**, y casi de inmediato me sentí inmerso en el mundo **Radical Fitness**. Es algo que nunca me había pasado: la potencia del proyecto nos sedujo de inmediato. Y aquí estamos.

Toda mi vida, primero como gerente corporativo en **Adidas** y luego como empresario independiente, tuve que enfrentar procesos de reestructuración empresarial. Las historias de los *start-ups* son más o menos parecidas: "Tuvimos una gran idea. Conseguimos el dinero, logramos reclutar buena gente, nos fue bastante bien por un tiempo. Después algo pasó. Nos caímos y todo terminó".

Desafortunadamente existe una estadística muy cruel: el 50% de los *start-ups* no pasa la crucial barrera de los tres años, y el 95% muere antes de llegar al quinto año. Esto es otra manera de decir que la mayoría de los negocios fracasa. Este fracaso no es necesariamente total, pero se hace evidente en muchos aspectos. Por ejemplo, las empresas no pueden controlar sus costos, dejan que sus clientes se escapen u ofrecen productos que el mercado no necesita. Sin embargo, estos riesgos pueden ser totalmente erradicados si se encara a tiempo una reestructuración de la empresa.

El diseño organizacional es una secuencia completa que resulta de alinear la misión, la visión, los valores, los principios operativos, las estrategias, los objetivos, las tácticas, los sistemas, la estructura, la gente, los procesos, la cultura y las medidas de performance, de manera de alcanzar los resultados en el contexto circundante.

Es lo mismo que pasa en una carrera de Fórmula 1: ganar es un tema que sobrepasa por mucho a la simple estructura del auto.

No puede saberse cómo hacer algo si antes no se sabe qué es lo que se quiere hacer. Lo que muchos dueños de

empresas hacen mal, es imaginar el futuro. Por lo general, están muy preocupados por la tarea cotidiana, y un día se encuentran con que –antes de llegar al fatídico quinto año– tienen que cerrar las puertas, y que un competidor se quedó con su negocio.

Encontré que Radical Fitness, además de haber pasado hace tiempo el crítico período mencionado, ostenta un fuerte liderazgo. Ésta es una cualidad fundamental para enfrentar la nueva etapa de la compañía, en la que actualmente estamos, que exige una gran audacia y valentía, ya que ahora “jugamos en las grandes ligas” y los problemas que enfrentamos son los inherentes al nivel que alcanzamos.

Nathaniel y Gabriela Leivas saben que la cultura de la compañía, que hoy es la única empresa argentina con franquicias en 25 países, es un activo muy importante que debe ser preservado y apalancado en un desarrollo de transformación organizacional. En este proceso de cambio existen dos cosas que hay que seguir de cerca: un fuerte liderazgo y un estricto control de procesos. Y para ambos hace falta encontrar a las personas adecuadas, con las habilidades, destrezas y experiencia necesarias para el duro combate que se avecina. El auto de Fórmula 1 que ganaba carreras en la década del 90 no va a triunfar si no se le incorpora la tecnología disponible en el nuevo milenio. Además, el contexto no podría ser más favorable. Y más peligroso...

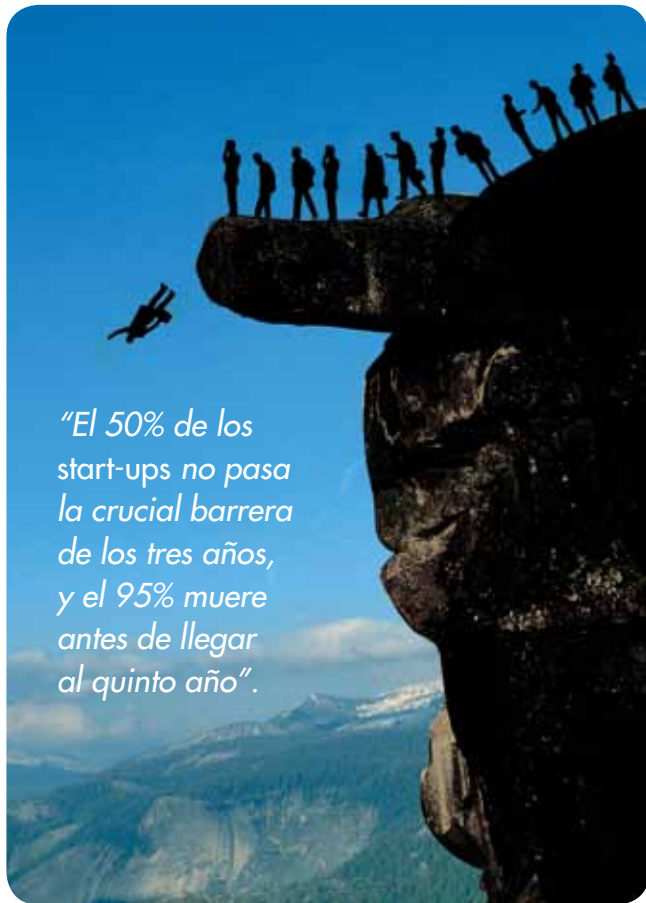
El fitness es la segunda industria que más crece en el mundo, después de las telecomunicaciones. Esto quiere decir, simplemente, que la competencia actual va a ser mucho más agresiva que hasta ahora.

Casi todos los analistas coinciden en que el mercado del fitness va a experimentar un crecimiento muy sostenido durante los próximos 10 años. Tenemos que esperar una guerra, y prepararnos para ella. Y así lo sienten todos los “soldados” de Radical Fitness en Argentina, Australia, Nueva Zelanda, Japón, Taiwán, Hong Kong, Chipre, Grecia, Líbano, Egipto, Francia, Bélgica, Holanda, Suiza, Portugal, Brasil, Chile, Bolivia y los nuevos franquiciados que ingresan al sistema a razón de uno por mes.

Las organizaciones se comportan de la forma en que fueron diseñadas para comportarse. Radical Fitness ha sido rediseñada para estar orientada a la estrategia de mediano plazo, a la guerra competitiva permanente y al siempre cambiante escenario. Está estructurada para enfrentar el futuro con “guerreros” de primera clase en

LÍNEA PROFESIONAL





las posiciones clave (no es casualidad que el programa más popular de la compañía sea Fight Do), y tiene un solo objetivo: ser la empresa número uno en facturación de la industria en un plazo de cinco años.

¿Qué modelo elegimos para la reestructuración?

Existen muchos modelos de reorganización de usos comunes, principalmente diseñados por grandes consultoras como **McKinsey** y similares. Estos modelos han sido probados por lo menos durante dos décadas en muchas empresas de todo el mundo. Sin embargo, han sido di-

ñados en escenarios de mucha mayor estabilidad que los actuales, cuando las organizaciones tendían a ofrecer un solo producto que era fácil de manejar a través de las distintas áreas de la compañía.

El mundo de hoy es muy diferente. En la actualidad las empresas suelen tener un *portfolio* dinámico de productos que operan de manera muy diferente unos de otros, que pueden simultáneamente competir y colaborar entre ellos, y que obligan a tomar decisiones del tipo “camaleón” para adaptarse con rapidez al escenario o desaparecer definitivamente.

Es por eso que elegimos para Radical Fitness un diseño con una arquitectura organizacional flexible, en la que sus miembros son autónomos, aunque están coordinados, combinando las mejores herramientas del flujo de información hacia arriba y hacia abajo, y creando de esta manera un ambiente fuertemente cooperativo entre todos los miembros de la organización. Este modelo es el que llamamos **Radical Fitness Franchise Program**, y es el que actualmente gobierna el crecimiento de la empresa por todo el mundo.

Cualquier jugador de ajedrez sabe que la partida se gana o se pierde en una jugada. Por eso sabe que es necesario concentrarse en cada movida y no dejar ninguna librada al azar. En una batalla; si uno no gana, pierde. No hay grises. Es como una mujer embarazada. No puede estar “un poco” embarazada. Los miembros de Radical Fitness saben que su principal responsabilidad es “diseñar” la batalla que están combatiendo, y no dejar que sean los competidores los que la diseñen.

Escribió **William Shakespeare** en *Julio César*: “Los cobardes mueren muchas veces antes de morir”. En la industria del fitness se avecina una batalla de proporciones, excitante y peligrosa. Vale la pena lucharla. ■

(*) Presidente de Franchising Group. International Franchise Manager de Radical Fitness. sapo@fgroup.com.ar

otra forma de estar en forma
APARATOLOGÍA Y EQUIPAMIENTO PARA SALUD Y ESTÉTICA

www.e-morales.com.ar

LEOPARDI 132, C.A.B.A. (1407)
TEL: (5411) 4682-9312 - 4683-2690

VIAMONTE 2250, C.A.B.A. (1056)
TEL: (5411) 4951-9168

info@e-morales.com.ar

presoterapia secuencial
KOMPRESOR S6 MAX

termoterapia
THERMOLIP

plataforma vibratoria
SHAKE IT

MORALES
ELECTROMEDICINA

Claves del éxito en su entrenamiento

Por Jorge Franchella (*)



Ante el inicio de una actividad física con el objetivo de mantener una buena salud, el primer paso es comenzar **con la intensidad que su instructor o profesor crea recomendable**, basada en la frecuencia cardíaca y su entrenamiento previo. Por otro lado, es preciso que lo ayuden en la evaluación de su estado de salud para conocer si existen limitaciones de algún tipo para poder comenzar con su programa de ejercitación.

La preevaluación de la salud le dará una idea de qué factores aumentan el riesgo de enfermedades relacionadas con el ejercicio o lesión. Usted puede compartir estos resultados y el programa de ejercicios recomendados con su médico personal. Adicionalmente considere lo siguiente:

TIEMPO DE EJERCICIO

Poner su calendario en un papel le permitirá ubicar con facilidad cuándo realizará el plan de ejercicios y, además, hará más probable que persevere en el mismo.

AUTOEVALUACIÓN

El realizar un mapa de sus metas y del plan, y firmar un acuerdo con uno mismo para iniciar o continuar el ejercicio, también servirá para mantener la constancia.

HÁGALO SIMPLE

- Elija primero los ejercicios que le resulten más fáciles y más agradables.
- Incorpore un programa básico de la fuerza empleando la sobrecarga del peso del cuerpo.
- Incorpórese al programa de estiramientos básicos.

CREE UN RITUAL

Haga del ejercicio una rutina diaria en su vida.

Logo del Gimnasio



COASyP
CONSEJO ARGENTINO
DE SALUD Y PREVENCIÓN



AMERICAN COLLEGE
of SPORTS MEDICINE

Información tomada de los consejos del **American College of Sports Medicine**.

(*) Médico cardiólogo y deportólogo, miembro del American College of Sports Medicine y director del Consejo Argentino de Salud y Prevención (COASyP) jfranchella@masvida.com





Snap Fitness crece en México

Desembarcó en 2009 en el país azteca. Tiene en la actualidad 3 unidades y proyecta 15 en funcionamiento y 30 vendidas para finales de 2010. El objetivo es contar con 100 gimnasios en operación en 5 años.

Snap Fitness es una franquicia de gimnasios de bajo costo creada en 2003 en Estados Unidos por **Peter Taunton**, como una alternativa a los gimnasios grandes. Actualmente, posee 2.000 unidades en funcionamiento distribuidas en Estados Unidos, Canadá, México, India y Nueva Zelanda.

Este concepto de negocio se caracteriza, además, por estar abierto las 24 horas, contar con escaso personal y alta eficiencia operativa. “Snap Fitness llegó a México en 2009 gracias a un grupo de inversionistas a los que les gustó el concepto”, afirma **Mayte Ibarra Belmont**, directora de la empresa para ese país.

El primer Snap azteca abrió en mayo de 2009 en Metepec, Estado de México. Unos meses después, en septiembre del mismo año, se inauguró la segunda unidad en Querétaro. Y en enero de este año se sumó la tercera sede de la marca, ubicada en Puebla.

Los gimnasios están equipados con máquinas de peso asistido y área de peso libre, más aparatos cardiovasculares: caminadoras, elípticas y bicicletas fijas. El equipamiento presente en estos centros es de la marca **Matrix** y las elípticas son **Octane**. Las instalaciones, además, disponen de baños con duchas y camas de bronceado opcionales.

Algo tentador del concepto, más allá de su bajo costo, es que los socios al inscribirse firman un acuerdo, “pero no es un contrato que los obligue a permanecer un tiempo determinado, sino que pueden cancelar su membresía en el momento que lo deseen, con un aviso de 30 días, sin ningún cargo”, explicó Ibarra Belmont.

Snap Fitness está dirigido al nivel socioeconómico C, C+, A/B. “Contamos con una gran variedad de miembros pues el gimnasio permanece abierto las 24 horas y puede adaptarse al horario de todos, ya sea que trabajen muy temprano o salgan muy tarde”, indica la ejecutiva. Los miembros ingresan utilizando una tarjeta magnética que puede usarse en cualquier Snap del mundo una vez activada.

Actualmente, la sede Metepec de 410 m² cuenta con 590 socios. El costo de la membresía individual ronda los 48 dólares, aproximadamente, y existen también membresías para pareja y familiares.

Los gimnasios están ubicados en zonas residenciales o de oficinas. Sus dimensiones oscilan entre 250 y 400 m², aproximadamente. Ibarra Belmont explica que “para el funcionamiento se necesita un administrador y un ayudante, dos personas de limpieza y dos entrenadores. Y la inversión necesaria es de aproximadamente 270 mil dólares”.



“El concepto de Snap es muy interesante en México, ya que en los últimos años, los mexicanos han empezado a tomar conciencia de su salud y bienestar y cada vez son más los que quieren hacer algo por mejorar, así que un gimnasio al alcance de la mano es muy interesante e innovador, por eso el éxito que ha tenido”, aseguró la directora de la marca para México.

Snap Fitness se está abriendo camino en toda la República Mexicana. “Se calcula que para finales de 2010 estarán operando alrededor de 15 centros, y estarán vendidos unos 30. El objetivo es que en los próximos 5 años haya 100 gimnasios Snap en funcionamiento”, sostuvo Ibarra Belmont. A largo plazo planean la expansión a otros países de América Latina. ■

Más información en www.snapfitness.com/mexico



CURSO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE GIMNASIOS

A CARGO DE LOS CONSULTORES BRASILEÑOS
LUIS AMOROSO y RICARDO CRUZ

AGOSTO 19, 20, 21 y 22
SEPTIEMBRE 16, 17, 18 y 19

CUPO SÓLO PARA 30 PERSONAS

RESERVÁ TU LUGAR AHORA MISMO

“SÓLO ES POSIBLE AVANZAR CUANDO SE MIRA LEJOS.”

José Ortega y Gasset



www.fitbiz.com.ar

FITBIZ ARGENTINA Av. Paseo Colón 470 2º D (1063)
Buenos Aires, Argentina
Tel/Fax (54 11) 4115-3525/24 - info@fitbiz.com.ar

SAN PABLO - BRASIL

Ya llega Alliance Fitness

Del 16 al 18 de abril se realizará en San Pablo, Brasil, **Alliance Fitness**, un nuevo espacio que reunirá en el mismo lugar y fecha los tres eventos que ya realiza anualmente **Fitness Management School (FMS)**: el Congreso Brasileño de Personal Training, el Congreso Brasileño de Natación Infantil y el Seminario Internacional de Gestión FMS.

“Alliance Fitness convocará a tres públicos distintos y de alto valor para los negocios del fitness: entrenadores personales, propietarios y gerentes de gimnasios, y profesionales de la natación infantil”, señaló **Marcos Tadeu**, director de FMS.

El evento también contará con un sector de exposición de accesorios, equipamientos y servicios, denominado **Alliance Market Place**, que funcionará los tres días de 10 a 19 horas.

Alliance Fitness tendrá lugar en el Centro de Convenciones Rebouças, que se estima será visitado por más de 1.600 profesionales y empresarios durante las tres jornadas. ■



Eventos de Alliance Fitness

- **4º Congreso Brasileño de Personal Training**: el ciclo de conferencias será dictado por Annet Lang (Estados Unidos), Alexandre Moreira, Mário Charro, Júlio Cerca Serrão, Luiz Antonio Domingues y Giulliano Esperança.

Cursos paralelos: Prescripción del entrenamiento fundamentado en evidencias científicas para el entrenador personal; Entrenamiento personal para clientes de la tercera edad; y Entrenamiento funcional: fundamentos y aplicación.

- **2º Congreso Brasileño de Natación Infantil**: el ciclo de conferencias será dictado por Martha Sanz, Magdalena Sanz (Argentina), los doctores Fernando Barros, María Lucía Contreras, Rosely Rangel, Marcelo Baboghliuan y Shawn Tomilnson (Inglaterra), entre otros.

- **3º Seminario Internacional de Gestión FMS**: a cargo del especialista norteamericano Víctor Brick. Habrá un curso preseminario dictado por el consultor brasileño Luis Amoroso.

Para informes e inscripción: www.alliancefitness.com.br

MANAGEMENT TOUR

Seminarios en Montevideo y en Lima

Mercado Fitness tiene ya las fechas confirmadas para desembarcar con su Management Tour en Montevideo (Uruguay) y en Lima (Perú). El primer seminario internacional de gestión de gimnasios se llevará a cabo el 22 de mayo en el Crystal Palace Hotel de la capital uruguaya, y el segundo tendrá lugar el 19 de junio en el Novotel de Lima.

En Uruguay, de la jornada de capacitación –patrocinada por la empresa **Hi Fitness**– participarán como oradores: **Javier Petit**, gerente de Marketing y Relaciones Institucionales de

la red de clubes Megatlon; **Gabriela Retamar**, directora Técnica de Body Systems; y **Almeris Armiliatos**, director de la consultora brasileña Inner GP.

En Perú, el seminario es patrocinado por la firma **Compañía Fitness** y el contenido estará a cargo de los consultores brasileños **Luis Amoroso** (FitBiz) y **Ricardo Cruz** (B2F), que abordarán las temáticas: planificación, estrategia, ventas y liderazgo. Por más información sobre estos eventos, puede llamar a los teléfonos 09-4540563 (Uruguay) y 01-2733168 (Perú). ■

BOLIVIA

Go Fitness & Spa se traslada



En abril, **Go Fitness & Spa** de La Paz, Bolivia, se traslada al nuevo centro comercial de esa ciudad, Megacenter La Paz. “Nos mudamos a un ambiente que posee todas las características para funcionar como gimnasio. Está ubicado en el 3º piso del *mall* con vista a la avenida principal”, destacó **Liliana Ascarrunz**, gerente General de la empresa.

Con una inversión de 200 mil dólares, en local arrendado, el nuevo Go Fitness tendrá 750 m² y ampliará su capacidad de socios en un 15%. “También estamos aumentando la cantidad de

equipamiento cardiovascular y renovando las máquinas de trabajo muscular, siempre con la línea **Life Fitness**”, comentó Ascarrunz.

Las nuevas instalaciones contarán además con un *spa* más completo, “ya que tendremos un dermatólogo y un cirujano plástico de renombre como parte de nuestros servicios, cama solar Ergoline, sauna seco y a vapor”, señalaron desde la empresa.

Además, Go Fitness ofrecerá sala de pilates con *reformers* de **Pilatesland**, sala

de *Spinning* y dos salones más para trabajo aeróbico en fitness, karate, aikido, *kickboxing*, y escuela de jazz para niños desde 2 años. Y tendrá externalizado el servicio de café.

En cuanto a las membresías, proyectan implementar una cuota de ingreso y están evaluando un aumento en los abonos mensuales. “Los socios tienen mucha ansiedad por conocer las nuevas instalaciones y disfrutar de las innovaciones que hemos implementado”, afirmó la ejecutiva. ■

Equipos para
Gimnasio

Lima - Perú
Ventas: (511) 273 3168
ventas@ciafitness.com.pe
www.ciafitness.com.pe

BRASIL



COMPANHIA ATHLETICA - BRASIL

Lanzan medidor de calorías en Twitter

El 4 de marzo, la agencia **DM9DDB** lanzó Tweet Calories, el medidor de calorías gastadas en **Twitter** creado para la cadena de gimnasios brasileña **Companhia Athletica**.

Por medio de esta herramienta, los usuarios de esta comunidad *on-line* pueden conocer cuántas calorías gastaron en sus últimas 24 horas en Twitter.

El test emplea un método matemático simple. Toma en cuenta un promedio del tamaño de las palabras, la velocidad media de digitación, las calorías que se pierden por minuto, y cuánto se acostumbra gastar en una sesión en Twitter,

“twittada”. Para realizar el test, basta con ingresar al sitio <http://tweetcalories.com> y digitar el usuario de Twitter. Por otra parte, en el perfil @tweetcalories es posible comparar con otras personas que ya se sumaron al test.

Uno de los dos primeros en probar Tweet Calories fue el actor estadounidense **Ashton Kutcher**, famoso por la serie de televisión “That 70’s Show”. Se puede acceder a la información del mismo en @tweetcalories, haciendo referencia a la visita del perfil oficial de Kutcher: @aplusk, que en su última sesión consumió 5,15 calorías.

Otro famoso en sumarse al medidor fue el actor **Tom Hanks**. A través de su usuario @tomhanks realizó el test y consumió 1,03 caloría en las últimas 24 horas, según la información registrada.

Mercado de suplementos nutricionales

En 2009, el mercado de los suplementos alimenticios registró un crecimiento en Latinoamérica que fue liderado por Chile con un alza anual del 28,3%, según indica un estudio realizado por **Euromonitor International**. En segundo lugar figura Argentina, con un incremento del 9,2%; luego Brasil, con el 8,6%; Colombia, con el 7,7%; y México, con el 1,8%.

Respecto del tamaño de mercado, Brasil es quien está a la cabeza, con 1.062,9 millones de dólares; seguido de México, con 638,9 millones; y Colombia, con 199,3 millones.

En cuanto al consumo per cápita de los suplementos, lidera la lista México con 5,9 dólares por habitante, el segundo puesto lo obtiene Brasil con 5,4, el tercero Colombia con 4,4 por persona, y en la cuarta posición figura Chile con 4 dólares.

Los operadores del sector coinciden en que la demanda de los suplementos nutricionales seguirá creciendo, porque el consumidor es cada vez más consciente de la importancia de la nutrición y de la salud preventiva.

Fuente: www.estrategia.cl

CHILE

Ciencias de la Actividad Física

Del 6 de abril hasta el 30 de noviembre se desarrollará una nueva versión de la **Diplomatura en Ciencias de la Actividad Física** en la Universidad de Chile. El programa, organizado por el Instituto de Ciencias Biomédicas de la Facultad de Medicina, contará este año con 264 horas presenciales y abarcará temáticas orientadas al cuidado y buen rendimiento del deportista.

Entre ellas figuran: bioquímica energética, fisiología del ejercicio, evaluación de la condición física, nutrición y actividad física, biomecánica, y bases del entrenamiento.

Para más información puede llamar a los teléfonos 978-6513/6514 o escribir a awhite@med.uchile.cl

Nuevo sistema Crossfit



Se trata de una disciplina de acondicionamiento físico que combina diferentes ejercicios utilizando “el peso del cuerpo, levantamiento de pesas en estilo olímpico y de potencia, y actividades como correr, remar y pedalear, entre otras”, comentó **Luis Castro**, uno de los impulsores de **Crossfit** en Chile.

Castro asegura que el interés por esta disciplina ha ido en aumento “a nivel mundial, de 18 gimnasios en 2005 a más de 1.500 en 2010. Crossfit llegó a Chile en mayo de 2009 y actualmente contamos con tres sedes en Santiago”.

Este entrenamiento está diseñado para deportistas de alto rendimiento y también apunta a la población en general, “la que en su gran mayoría realiza una escasa actividad deportiva diaria”, indicó Castro.

MÉXICO

Inauguran Físical Fitness



En la ciudad de Tequisquiapan abrió sus puertas, recientemente, el centro de acondicionamiento físico **Físical Fitness**. Ofrece musculación, sector cardiovascular, clases de baile y próximamente se sumarán otras disciplinas como pilates, yoga y Zumba.

“Una de las cuestiones más importantes como entrenador es ayudar a la gente a lograr sus objetivos”, aseguró **Hugo Molina**, propietario del centro. Y al respecto, señaló que a los socios se les efectúa una encuesta médica para conocer “cuál es el trato que necesita cada persona, de acuerdo con su aspecto de salud y sus metas personales”.

FULLGYM
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

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

PARAGUAY

Curso: Gimnasia Postural Global

Durante dos fines de semana de abril se desarrollará en Paraguay el curso de formación intensiva **Gimnasia Postural Global**, organizado por la profesora **Paola Espinola**, representante para ese país del **Centro Roust**, con sede central en Argentina.

La formación está destinada a profesionales del fitness, profesores de educación física, de danza, de yoga, de natación, entrenadores personales y kinesiólogos, así como también a alumnos avanzados de estas carreras

La capacitación intensiva será durante dos fines de semana completos:

- **Primer módulo:** viernes 9, sábado 10 y domingo 11 de abril.
- **Segundo módulo:** viernes 16, sábado 17 y domingo 18 de abril.
- Horario: de 9 a 18 horas.

El curso se dictará en Asunción, en el estudio **Corporea Pilates**, ubicado en avenida Sacramento 750. Para más información puede llamar a los teléfonos (595 21) 60 77 90 / (595 991) 51 31 08 o escribir a pilates.corporea@gmail.com / www.corporeaweb.tk

VENEZUELA

Infraestructuras Deportivas y Recreativas

Del 19 al 22 de mayo se realizará el **Primer Seminario Internacional de Infraestructuras Deportivas y Recreativas** en Barquisimeto, Venezuela. “El evento pretende realizar un intercambio de ideas y experiencias con los protagonistas de la planificación, construcción, modernización y gestión de instalaciones deportivas y recreativas en el contexto nacional e iberoamericano”,

indicó **Enrique Reyes**, coordinador general del evento.

El programa del seminario prevé conferencias, foros, cursos, actividades culturales y también exposición y venta de revistas, libros, productos, equipos y materiales.

Para mayor información puede visitar www.aiidy.org

Life Fitness renueva su sitio web



Life Fitness rediseñó su página web www.lifefitness.com.ve.

“A nivel visual el sitio realiza una analogía entre el uso de los equipos y el ejercicio al aire libre”, explicó **Alberto Mestre**, director general de Life Fitness en Venezuela.

El objetivo es que los consumidores de la marca “puedan recibir, con el uso de nuestros equipos, los mismos beneficios de ejercitarse bien sea desde la comodidad de su hogar, o desde el gimnasio de su preferencia”, afirmó Mestre.



www.sportmagazine.com.py

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



VENTA

Diego Lanzani

Vendo 2 cintas Athletic 2,5 HP a \$3250 c/u y una también Athletic de 1,5 HP a \$1600, 5% de desc. si compras las 3.

Tel.: (011) 5962-4033

E-mail: diegolanzani76@hotmail.com

Gastón Cortese

Se ofrece equipamiento de fitness re-acondicionado de primera línea:

1 escalador Star-Trac 4100: USD 1000 / 5 bikes Star-Trac 4400 RB: USD 900 / 1 prensa 45° Fitness Machine: USD 300 / 1 set de Body Pump: USD 300 / 1 bike Life Fitness 9500 UB: USD 800 / 1 bike Life Fitness 9500 RB: USD 900 / 1 banco Paramount (abs, triceps) USD 250 / 1 banco Paramount de 90°: USD 250 / 7 bancos abdominal Paramount: USD 250 / 1 banco multiangular Paramount: USD 250.

Tel.: (011) 4855-8574

E-mail: ventas@systemfit.com.ar

Marcelo Rag

Vendo por cierre de gym a excelentes precios, 3 escaladoras mecánicas profesionales a \$650, 4 bicicletas Professional Gym a \$650 c/u y dos bicis negras Simi a \$550, dorsalera M Force 80 kg a \$1250, elíptico mecánico Fox, 1 escaladora trepadora a \$650. Tel.: (011) 4673-9024

E-mail: infosportgym@yahoo.com.ar

Sergio Marini

Vendo 10 bicis indoor Mir 4 meses de uso con garantía \$1300 c/u, 13 bicis Sportmax \$950 c/u, 15 bicis Spinner Bike 2 años de uso, \$1100 c/u, 13 bicis Eva Gym \$750 c/u. Tel.: (011) 15 6263-8762

E-mail: sergiomarini66@hotmail.com

Alberto Nastri

Vendo escalador Life Fitness 7500 a \$4000. En funcionamiento y buen estado. Cinta Kip Machines modelo 218 \$4500, Bco. multiangular Magnum \$300, 200 kg en discos \$700, 2 barras 1,70 m y 2 de 1,20 m \$100.

Tel.: (011) 4807-4078

E-mail: betonasturi@hotmail.com

Javier García

Vendo aparatos de musculación, isquiotibial de pie, gemelos de pie, multifuerza, doble polea paralela, remo bajo, bancos de pecho plano, inclinado, declinado, Bco. Scott sentado, paralelas con respaldo abdominal y disco para oblicuos, envío fotos.

Tel.: (0343) 155110878

E-mail: gimnasiolympiapna@hotmail.com

Pablo Raffinetti

Vendo Modular de 4 Caras Cybex. Abdominales, polea individual, sillón de cuadriceps y espinales. USD 2800. Tel.: (011) 4777-9239

E-mail: praffinetti@cybexintl.com.ar

Guillermo Spandri

Vendo 5 bolsas de boxeo con soportes y base para la pera todo x \$399 un regalo y 2 colchonetas nuevas.

Tel.: (011) 4216-9479

E-mail: guillespandri@hotmail.com

Gustavo Pérez

Clasificado: vendo minitraps en buen estado \$180 c/u.

Tel.: (011) 4758-9231

E-mail: gymatp@hotmail.com

Analia Mansilla

Vendo 2 camas de Pilates, con tabla de salto, box y antideslizantes.

Tel.: (011) 15 5155-5971

E-mail: amesteticasalud@hotmail.com

Gustavo Muñoz

Vendo urgente!!! bici recumbent y dos convencionales p/rehab. También dos cintas Sportart.

Tel.: (02266) 15475024

E-mail: centrocorpus@yahoo.com.ar

Gabriela Rocha

Vendo banco scott, espaldar grande para fondos y dominadas Fox línea Full, banco plano con soporte Fox línea Full.

Tel.: (03487) 582105

E-mail: contacto@newgymfitness.com.ar

Hernán Litta

Vendo mancuernas de fundición (120 unidades aprox.) de 1 kg, 2 kg y 3 kg a \$5,00 el kilo.

Tel.: (011) 4837-0276

E-mail: info@ionix-gym.com.ar

Pablo Bonfanti

Vendo 15 Step Quuz junior s/goma (70*37*10) menos de un año de uso, \$1000.

Tel.: (0351) 4731202

E-mail: enlinea_2006@yahoo.com.ar

Paula Gómez

Vendo 11 minitram de Mir con tela reforzada, muy poco uso. \$180 cada uno o lote completo \$1880, escucho propuestas.

Tel.: 15 6391-4502

E-mail: plsilva1@hotmail.com

Paula Silva

Vendo 8 bicis Spinner Bike en muy buen estado, c/u \$900, envío fotos.

Tel.: (011) 15 6391-4502

E-mail: plsilva1@hotmail.com

Gustavo Signos

Vendo equipamiento de pilates P&P, reformer, trapecio, chear, unid. de pared, reformer con torre, etc. Equipamiento aeróbico: cinta Life Fitness, 3 bicis, elíptico con prog. y 1 plataforma vibradora.

Tel.: (011) 15 4057-1064

E-mail: signospilates@yahoo.com.ar

Hugo Rato

Vendo 4 cintas San Martino 1 hp in destructible a rodillo, envío fotos.

Tel.: (02362) 642143

E-mail: freetimegym@hotmail.com

Alberto Rodríguez

Vendo set de máquinas aeróbicas con monitor táctil importadas; comprenden 2 simuladores de trote (escalador simple y alternado) una bicicleta monitor táctil y dos simuladores de sky con pantalla táctil (todos a color) marca Nautilus producto único en Argentina (sólo para entendidos).

Tel.: (0261) 155755522

centrosdeportivosproform@yahoo.com.ar

Fernando Rodríguez

Vendo conjunto o individual excelente descuento por block de máquinas \$16000, peck deck Fox, bco. plano, bco. inclinado, bco. hombros, bco. Scott sentado y parado, mancuernero de 2 filas, prensa, fondos paralelas c/twister.

Tel.: (011) 4725-2930

E-mail: nexonet@arnet.com.ar

COMPRA

Carlos Centurión

Estoy interesado en pisos para gimnasio, de goma o similar, usados o no. Escucho ofertas a mi correo.

Tel.: (0351) 153005248

E-mail: charly_ce@hotmail.com

Walter Jesús Appella

Compro máquinas lingoteras en buen estado, preferentemente sillón de cuádriceps, multicadera, press hombros, y prensa horizontal, entre otras.

Tel.: (02317) 426817

E-mail: wappella@gmail.com

Sergio Filgueira

Compro máquina de abdominales sentado profesional y polea cruzada prof. Tel.: (011) 15 5062-0242

E-mail: sergiofilgueira@yahoo.es

FONDO DE COMERCIO

Ana Larrauri

Vendo excelente gimnasio en pleno funcionamiento en Barrio Norte (Capital Federal). Transfiero cartera de clientes, fondo de comercio y equipamiento completo.

E-mail: vtgym@hotmail.com

Martín Belgrano

Vendo 2 fondos de comercio en Belgrano: centros de Pilates con circuito 30 minutos fitness, plataformas vibratorias y centro de estética.

Tel.: (011) 4786-0418

Email: roca.life@hotmail.com

BÚSQUEDA

Fernando Rodríguez

Buscamos profesores para las siguientes actividades: aero kid boxing y similares, aerójum y similares.

Tel.: (011) 4725-2930

CEL: (011) 15 5502-4287

E-mail: nexonet@arnet.com.ar

Sonia Ferreyra

Necesito profesor instructor o estudiante de Ed. Física para gym, aerobic, Aero box, etc. gym artística, gym en telas. De Córdoba.

Tel.: (03572) 423065

Email: gymcurric@yahoo.com.ar



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

Alquileres

Compras

Donaciones

Empleos

Fondos de Comercio

Permutas

Proyectos

Servicios

Ventas

WWW.FITNESSBROKER.COM.AR

PUBLICIDADES EN ESTA EDICIÓN	PÁG.	PÁG.	
33 Pilates - (03488) 154 09189 / info@33pilates.com.ar	44	Hidro World - (011) 4509-6879 / info@hidro-world.com.ar	27
Amici - (0341) 440-7553 / www.amicivirtual.com.ar	66	Gym Home - (011) 4816-5650 / gymhome@fibertel.com.ar	74
Amino 8 - (011) 15 5411 6075 / rb@amino8.com	42	Home Reformer - (011) 4751-8503 / homereformer@gmail.com	32
Aquajig - (011) 4484-6512 / info@jigargentina.com.ar	56	Impact Fitness - (011) 4855-8574 / adillen@systemfit.com.ar	08
Aqua Power - barcala@ciudad.com.ar / info@induplast.com.ar	77	Indoor SportVWear - (011) 4502-0698 / indoorsportwear@gmail.com	58
Azteca - (011) 4768-1211 / info@pilatesazteca.com.ar	66	Informática & Deportes - (0341) 4932606 / info@entrenar.com.ar	34
Barcelona Biomecánica - (011) 4628-0651 / edu_barcelona@live.com.ar	60	Itik - www.itik.es	80
Bard International - (011) 4545-7700 / info@bard-international.com	47	JBH Equip - (011) 4228-6141/4228-3182 / info@jbhequip.com.ar	13
BH Hi - Power - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar	55	Kapitan Pedales - (011) 15 4058-7195 / kapitanpedalen@yahoo.com.ar	81
Bici Mundo - (0351) 4221665 / bicimundo@arnet.com.ar	57	Kip Machines - (011) 4327-2963 / hmoavro@kipmachines.com	02
Bike Machine - (0341) 4400931 / bikemachine@bikemachine.com.ar	57	Lab. Lada - (011) 4629-0480 / proteinas@lablada.com.ar	62
BiobodyX - (011) 4584-6734 / info@biobodyx.com.ar	81	LDpil - (011) 4733-3959 / www.ldpil.com	63
Biofitness - (011) 15 6095-1972 / info@biofitness.com.ar	58	Le Corps - (011) 5786-0458 / lecorpilates@yahoo.com.ar	51
Biomax - (0341) 464-9441 / holiday@citynet.net.ar	64	Lion Force - (011) 4207-8668 / www.lionforce.com.ar	76
Biznet - (0341) 4110111 / info@biznet.com.ar	45	Lona Sur - (011) 4270-3700 / info@lonasur.com.ar	34
Body Systems - www.BodySystems.net	37	Máquinas Sanmartino - (0358) 464-8213/maquinassanmartino@arnet.com.ar	22
Calderas Santero - (011) 4931-0183/0294 / info@calderassantero.com	14	Mat Pro - (011) 4442-1796 / info@mat-pro.com.ar	44
Centro Roust - (011) 4393-2446 / rpqcentro@yahoo.com.ar	62	Mir Fitness - (011) 4574-4842/43 / mir@mirfitness.com.ar	18
Cia. Arg. de Lockers - (011) 4777-7555 / lockers@argentinadelockers.com.ar	16	MTD Gym - (0341) 4575721 / 07newedal@infovia.com.ar	42
Concept2 - (011) 4958-2620 / goodwillrc@gmail.com	69	Multiled - (011) 4373-9500 / ventas@multiled.com.ar	78
Control Gym - (011) 4958-1711 / info@controlgym.com.ar	27	Não Pressão - (011) 4666-9484 / naoindumentaria@hotmail.com	29
Cybox - (011) 4777-9239 / praffinetti@cyboxint.com.ar	17	Nitrec - (011) 4283-2265 / infonitrec@yahoo.com.ar	44
Danseur - (011) 5272-4500 / www.danseur.com.ar	11	Olmo - (011) 4628-0600 / info@olmo.com.ar	83
DeportSalud - (011) 4797-4231 / ventas@deportsalud.com	41	Ozono Equipamiento - (011) 4468-1037 / ozono_fitness@yahoo.com.ar	70
Digital Fitness - (011) 4711-6168 / contacto@digitalfitness.com.ar	49	Panatta - (56 9) 890-26751 / aorliz@panattasport.cl	71
Embree - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar	15	P&P Equipamientos - (011) 4544-6058/9994/info@pypequipamientos.com	53
E-morales - (011) 4682-9312 / info@e-morales.com.ar	84	Pequipe - (011) 4892-0490 / 0540 / info@pequipe.com.ar	23
Equipamientos Fox - (011) 4278-3072 / ventas@equipamientosfox.com.ar	20	Pesas Dob - (011) 5290-7850 / 7851 / pesasdob@hotmail.com	67
Equipamientos Millennium - (011) 4265-1609 / ventas@equipmillennium.com	19	Pilates Delivery - (011) 155-015-1816 / www.martinguidofitness.com	40
Equipos Pilates - (011) 15 3037-1975 / info@equipospilates.com.ar	81	Precor - (0221) 471-2323 / www.precor.com	31
Escuelas NEF - (011) 4331-6698/0089 / info@escuelasnef.com.ar	38	Radical Fitness - (011) 4381-7061 / info@radicalfitness.net	59
Everlast - (011) 4782-7132 / info@leadingbrands.com.ar	72	Randers - (0221) 471-2323 / info@randers.com.ar	15
Fenix Machines - (011) 4200-1444 / ventas@fenixmachines.com.ar	35	Resortes MG - (011) 4687-0041 / resortesmg@fibertel.com.ar	81
Fitness Beat - (011) 4784-1074/4787-6588 / info@fitnessbeat.com.ar	25	Roan Service - (011) 4735-2298 (L. 24 hs) / roan@argentina.com	30
Fitness Company - (011) 4713-5090 / info@fitness-company.com.ar	96	Saturn Supplements - (011) 4613-0025 / ventas@saturnargentina.com.ar	64
Fitness Gym - (011) 4278-2885 / fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar	36	Semikon - (011) 4208-1285 / ventas@semikon.com.ar	33
Floor-System - (011) 4597-4020 / www.floor-system.com.ar	50	Sonnos - (011) 4651-4692 / info@sonnosweb.com	10
Full Mak - (011) 4441-3228 / info@fullmak.com.ar	44	Star Trac - (011) 4855-8574 / info@spinning-ar.com.ar	09
Gentech - www.gentech.com.ar	61	SysGym - (0351) 152-417379 / sysgym@amayasociados.com.ar	35
Globus - (011) 4725-2202 / info@globusdeargentina.com.ar	65	Up Down - (0358) 156001268 / info@updown.com.ar	81
GMP Equipamientos - (0341) 421-6955 / 453-5080	21	West Gym - (011) 4488-1575 / nieveswestgymcenter@hotmail.com	79
Go - (0341) 4452062 / ventas@planetago.com	39	Whirly Cycle - (011) 15 4196-1792 / msilva@leparc.com	52
Grupo Silicon Dinap - (011) 4941-0478 / info@gsdtecnologia.com.ar	66	Xfit - (011) 4208-1480 / info@xfit.com.ar	54
Hidrión - 0800 266 0607 / controlserv@fibertel.com.ar	26		

CALENDARIO 2010

Abril

- 22 y 23 - **6tas Conferencias Mercado Fitness 2010** (Buenos Aires, Argentina).
- 24 - **Certificación Int. en Entrenamiento Funcional** (Buenos Aires, Argentina).
- 29/4 al 2/5 - **FIBO 2010** (Essen, Alemania).
- 29/4 al 2/5 - **20ª Fitness Brasil Internacional** (San Pablo, Brasil).

Mayo

- 8 - **MF Management Tour** (Bariloche, Argentina).
- 13 al 16 - **Rimini Wellness** (Rimini, Italia).
- 22 - **MF Management Tour** (Montevideo, Uruguay).

Junio

- 5 - **MF Management Tour** (Salta, Argentina).
- 18 al 20 - **Rio Sport Show** (Rio de Janeiro, Brasil).
- 19 - **MF Management Tour** (Lima, Perú).

Agosto

- 10 al 14 - **IDEA World Fitness Convention** (Los Ángeles, EE.UU.).
- IHRSA Institute for Professional Club Management** (EE.UU.).

Septiembre

- 2 al 4 - **IHRSA Fitness Brasil** (San Pablo, Brasil).

Octubre

- 1 y 2 - **2das Conferencias Mercado Fitness PAÍS** (Córdoba, Argentina).
- Wellness Paraguay** (Asunción, Paraguay).



SMITH
para libre

BANCO
MULTIANGULAR
6 posiciones
para el respaldo
y 2 para el asiento



Línea Cardio



Estaciones con Carga



Poleas con Carga



Bancos peso libre



Racks

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® 550



ELIPTICA 900



TROTADORA 94T

BICICLETA VERTICAL
LIFECYCLE® 900

**CONECTA TU CUERPO
CONECTA TU MENTE**

LifeFitness
WHAT WE LIVE FOR

Distribuidor Exclusivo
FITNESS
COMPANY
www.lifefitness.com

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

➤ **Sucursal La Lucila:**
Av. del Libertador 3501