

mercado FITNESS

LA REVOLUCIÓN LOW COST

Se los conoce como gimnasios de bajo costo. Sus mensualidades cuestan la mitad o menos que la media del mercado. Cuentan con amplias y limpias instalaciones, con gran cantidad de equipamiento. Suelen no ofrecer clases grupales, tienen poco staff, alientan el autoservicio y usan mucho la tecnología para interactuar con sus socios. Son furor en Estados Unidos y Europa, crecen en Brasil y acaban de llegar a México.



MERCADO FITNESS
8^{VA} EXPO & CONFERENCIAS

Cuide a sus clientes



KIPROT / KT 960/2

Panel de control digital. 5/8 programas preestablecidos. Control de frecuencia cardíaca. Transmisión por correa. Portavasos. Matriz de punto monocromo/multicolor de 15x7/21x10 cm.



KIPRUN / KR 320 RS

Motor de corriente alterna 3HP, libre de mantenimiento. Nuevo diseño de tablero. Velocidad máxima 20km/h, inclinación de -3% a 20%, totalmente programable, sensor de pulso cardíaco incorporado, sistema de lubricación automático.



Estamos mucho más cerca de tus necesidades.
Te ofrecemos toda la tecnología de la industria nacional con la mejor calidad internacional.
No lo dudes, es hora de cambiar..

Seguinos en
Kip Machines Equipamiento Cardiovascular



ROSARIO: Buenos Aires 4650 - CP:52001HKS - Telefax:(0341) 464 7302 /463 7919
BUENOS AIRES: Av. Pte. Roque Sáenz 615 5° Of. 501 - Telefax: (011) 4327 2963
ventas@kipmachines.com • www.kipmachines.com • 0810-444-0108

 **KIP MACHINES**
Tecnología que avanza

Una cuestión de actitud

Por algún inexplicable motivo, más cercano a la cultura y a las emociones que a la razón o la ciencia, el cambio de año trae consigo un halo de esperanza y de optimismo que despierta en nosotros el deseo de renovación, potenciando el espíritu del "se puede" y la determinación para tomar, de una vez por todas, un fin de decisiones postergadas.

Así, de golpe, casi en un pestañar, tras el encuentro de las copas en el brindis, las barreras mentales y emocionales que nos frenaban a la acción parecen desvanecerse y surge la confianza necesaria para dejar de imaginar posibles resultados y simplemente hacer. Se trata de un súbito cambio de actitud que se dispara, abriendo un universo de posibilidades.

Lo curioso es que absolutamente nada cambió a nuestro alrededor, excepto nosotros mismos y mucha otra gente que experimenta similares sensaciones de entusiasmo. Y es justamente esa energía colectiva la que, al comenzar el año, se esparce como un virus que contagia a casi todos el espíritu del "se puede", generando un medio ideal para que así sea.

Todos y cada uno de nosotros somos responsables de la gestación de esa inercia positiva, al realizar un inconsciente e involuntario, pero imprescindible, aporte de actitud. Cuando muchos de los que nos rodean —pero sobre todo uno mismo— creen, sienten y dicen que algo es posible, se está a un paso de intentarlo, al menos, y mucho más cerca de poder lograrlo.

Pero lo mejor es que tenemos 365 días al año, y no solo para hacer ese brindis, dar vuelta la página, dejar de imaginar cómo sería si, confiar en nosotros y tomar la decisión de actuar, aun a riesgo de equivocarnos, porque de lo contrario ya nos habremos equivocado. Como dice Zig Ziglar, "es tu actitud, no tu aptitud, la que determinará tu altitud".

Gracias por acompañarnos.
Guillermo Vélez

27 Prohíben el uso de celulares:

Como ya ocurrió con los cines y las bibliotecas, en Estados Unidos los gimnasios se están poniendo cada vez más estrictos con este tema.

32 Cómo ocupar los horarios ociosos:

Explorar nichos, realizar alianzas con empresas y escuelas, diseñar sesiones cortas y estirar el horario pico son algunas de las claves.

36 El 42% de los argentinos dice ejercitarse regularmente:

Los más activos serían los hombres, los menores de 25 años y los de niveles socioeconómicos más altos.

48 iZ presenta Fitness City:

Se trata de juego gratuito en el que los usuarios de redes sociales —como Facebook y Tuenti— pueden crear y gerenciar un gimnasio.

52 La revolución low cost:

Se los conoce como gimnasios de bajo costo. Son furor en Estados Unidos y Europa, crecen en Brasil y acaban de llegar a México.

74 Empresas saludables, negocios rentables:

El *corporate fitness* ha demostrado ser una efectiva herramienta para mejorar la calidad de vida de los recursos humanos.

84 Los hábitos saludables pueden contagiarse:

Investigadores descubren que en grupos de personas similares es posible contagiar alteraciones saludables en sus estilos de vida.

86 Queenax:

Se trata de un sistema modular que convierte piso, techo y paredes de una sala en herramientas para entrenar, aportando una solución a la falta de espacio.

LATINOAMÉRICA

92 Sportlife y Bodytech unen fuerzas:

Entre las dos cadenas reúnen 82 gimnasios que operan en Chile, Colombia y Perú, con más de 150.000 socios y 2.500 empleados.

94 Runner sumará 20 unidades en 2012:

La red brasileña tiene hoy 8 sedes propias, 10 licenciadas en actividad y otras 10 en construcción que abrirían en el primer trimestre.

95 Energy abre Aquafitness en marzo:

Con una inversión de 3 millones de dólares, inauguran Aquafitness, un gimnasio de 3.000 m², ubicado en el Parque Araucano, en Las Condes.

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 cárgalas en www.mercadofitness.com.ar

Propietarios: Silvina Maceratesi, Leandro Deltrozzo y Guillermo D. Vélez

Editor Responsable: Guillermo Vélez

Director Ejecutivo: Ing. Leandro Deltrozzo

Directora de Arte: DG. Silvina Maceratesi

Diseñadores Gráficos: D.G. Lucas M. Lepera y DG. Mónica Vélez

Impreso por: New Press Grupo Impresor S.A.

Adm. y Redacción: Tel. (54 11) 41 15-3524/25 Av. Paseo Colón 470 2° D (1063), Bs. As., Argentina. info@mercadofitness.com / www.mercadofitness.com
Año 2012 / N° 50 / Enero - Febrero

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.

MAS DE 2.800M² DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA
GIMNASIOS, CLUBES, ESTUDIOS DE PILATES Y NATATORIOS

MERCADO **FITNESS**

8^{VA} EXPO & CONFERENCIAS

4 5 **MAYO** 2012

COSTA SALGUERO / BUENOS AIRES / ARGENTINA



ENTRADA
LIBRE Y
GRATUITA

CONFERENCIAS DE GESTIÓN Y MARKETING PARA PROPIETARIOS Y GERENTES DE CLUBES DEPORTIVOS, GIMNASIOS Y ESTUDIOS DE PILATES

4 DE MAYO

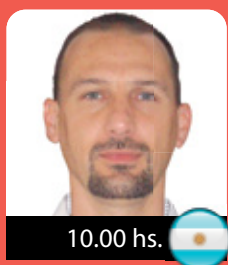


9.00 hs.



**Alberto
Elisavetsky**

Contador Público. Mediador, negociador, experto en resolución de conflictos. Profesor en la Maestría en Resolución de Conflictos de la UNLZ.



10.00 hs.



**Lisandro
Bordaverri**

Licenciado Kinesiólogo Fisiatra. Trabajó en Estados Unidos en las cadenas 24 Hour Fitness y Sports Club/LA. Actual gerente de ventas de la red Megatlon.



11.30 hs.



**Luis
Amoroso**

Arquitecto, con post-grado en ingeniería económica. Consultor en la industria del fitness desde el año 2001. Actual director de Monday Academia, San Pablo.

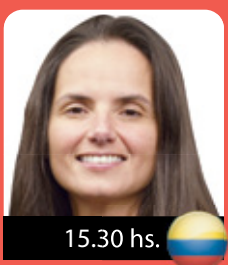


14.30 hs.



**Teresa
Genesin**

Licenciada en Organización de Empresas, psicóloga social, mediadora, master-practitioner en Programación Neurolingüística, coach certificada.



15.30 hs.



**Gigliola
Aycardi**

Profesional en Ingeniería Industrial. Magíster en Administración de Empresas, especializada en Fitness Management. Socia fundadora de la cadena Bodytech.



17.00 hs.



**Fabio
Saba**

Magíster en Educación Física. Coordinador profesor del curso de postgrado en Administración y Marketing Deportivo de la Universidad Gama Filho, San Pablo.

5 DE MAYO



9.00 hs.



**Alexandre
Osorio**

Profesor de Educación Física, con postgrado en Administración y Marketing Deportivo. Máster en Marketing e Inteligencia de Mercado. Gerencia los gimnasios Imagem.



10.00 hs.



**Estel
Mallorquí**

Licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Máster en Alto Rendimiento y en Actividad Física y Salud. Experta en gimnasia laboral.



11.30 hs.



**Roberto
Rosler**

Médico Docente adscrito a la Cátedra de Neurocirugía de la Facultad de Medicina (UBA). Profesor de Neurofisiología, Escuela de Medicina del Hospital Italiano.



14.30 hs.



**Ricardo
Cruz**

Profesor de Educación Física, con postgrado en administración deportiva. Es representante en Sudamérica de CMS International. Dirige la consultora B2F.



15.30 hs.



**Joana
Doin**

Abogada, con post-grado en Derecho Material y Procesal del Trabajo (2004). Socia del estudio JD Consultoría Jurídica, que atiende a gimnasios de todo Brasil.



17.00 hs.



**Almeris
Armiliato**

Graduado en Educación Física, con especialización en Fisiología Humana. Tiene un postgrado en marketing y gestión de personas. Dirige la consultora INNER.

WORKSHOPS 4 HORAS

TVT

VENTAS 360°



4 DE MAYO
DE 14.00 A 18.30 HS
CUPO 60 PERSONAS



El consultor brasileño **Ricardo Cruz** pondrá a todo el staff de tu gimnasio a vender de todo, no sólo memberships, sino también personal training, servicios nutricionales, masajes, indumentaria, suplementos, etc. Trae a este workshop no sólo a tus recepcionistas y vendedores, sino también a tus instructores, personal de mantenimiento y limpieza, etc.

Y recuerde: Todos Venden Todo.

+QOC

COORDINADORES



5 DE MAYO
DE 14.00 A 18.30 HS
CUPO 60 PERSONAS



Los consultores **Almeris Armiliato**, **Luis Amoroso**, **Yordi Arteaga** y **Fabio Saba** compartirán las herramientas de liderazgo, motivación, comunicación y retención que cualquier coordinador deportivo debe manejar para convertirse en la mano derecha que todo gerente o propietario de un gimnasio necesita.

Vengan dispuestos a transformarse en "Más que coordinadores."

ONZE

Jornadas internacionales de actualización profesional y networking para **ENTRENADORES PERSONALES**

4 DE MAYO

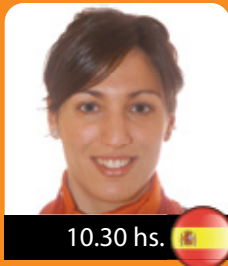


9.30 hs.



Almeris Armiliato

Graduado en Educación Física, con especialización en Fisiología Humana. Tiene un postgrado en marketing y gestión de personas. Dirige la consultora INNER.

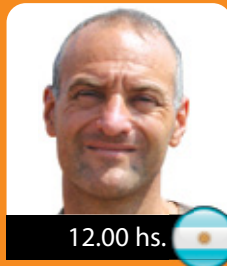


10.30 hs.



Estel Mallorquí

Licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Máster en Alto Rendimiento y en Actividad Física y Salud. Experta en gimnasia laboral.



12.00 hs.



Mario Di Santo

Profesor y licenciado en Educación Física. Investigador asociado de la School of Human Kinetics & Recreation, en Memorial University of Newfoundland, Canadá.



15.00 hs.



Yordi Arteaga

Instructor Certificado Reebok University, ERA y VIS. Entrenador Jefe en MEDKAR. Entrenador de Fuerza Funcional FTS para el Caracas Futbol Club.



16.00 hs.



Ariel Couceiro

Profesor de Educación Física. Entrenador de Levantamiento de Pesas. Preparador físico de campeones de MMA y de atletas de fitness, rugby y ciclismo.



17.30 hs.



Daniel Serravite

Profesor y licenciado en Educación Física. Doctor y magister en Fisiología del Ejercicio. Docente en Florida International University, Miami. Miembro del NCSF.

5 DE MAYO



9.30 hs.



Gustavo Evangelista

Graduado en Educación Física y Deportes, con post-grados en Entrenamiento de Alto Rendimiento y en Fisiología del Ejercicio. Máster en Administración de Empresas.



10.30 hs.



Daniel Vigo

Médico, Doctor en Ciencias Fisiológicas (UBA). Investigador asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Experto en sueño.



12.00 hs.



Piti Pinsach

Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. D.E.A. Morfología Médica. Director internacional de formación del Método Hipopresivo.



15.00 hs.



Roberto Maragó

Profesor del Nautilus Institute desde 2008. Especializado en biomecánica y entrenamiento de alta intensidad. Autor del libro "La intensidad del esfuerzo".



16.00 hs.

A Confirmar



17.30 hs.



Brian Biagioli

Magíster en Fisiología del Ejercicio. Entrenador olímpico en levantamiento de pesas. Director de Certificaciones del National Council on Strength & Fitness (NCSF).



M3 Indoor Cycle



Infinity



M5 Strider



Infinity Six Pack



Power Rack



Air 300 Leg Press



A300 Runner

KEISER[®]
THE POWER IN HUMAN PERFORMANCE

Único sistema de entrenamiento de alto rendimiento con medición de fuerza y potencia

La mejor tecnología para el entrenamiento de alto rendimiento, basado en el sistema neumático, con eficacia probada a nivel mundial.

PARAMOUNT[®]
INNOVATING FITNESS



PFT-200A



FT-150



ARGENTINA
HUMBOLDT 125 - C.A.de Buenos Aires
Tel.: (54 11) 4855-6722 (líneas rotativas)
E-mail: ventas@impactfitness.com.ar



eSpinner®



Spinner® Velo



Spinner® Pro



Únicas Bicicletas Oficiales

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.



Spinner® NXT



Spinner® Elite



Nueva Línea S-SERIES



Cintas



Bicicletas



Elípticos

URUGUAY

Tel.: (005989) 4540563

E-mail: info@hf.com.uy

www.impactfitness.com.ar

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

BARRAS STD Y OLIMPICAS



SET FIJO



SET DE BARRAS FIJAS FUNDICION Y GOMA

AEROBICA



Nuevas Bandas IMPORTADAS

CHERABAND

DISCOS Y MANCUERNAS



STEP - MINICRAMP - COLCHONETAS



COLCHONETAS DE 2X1

ACC. CROMADOS



KIT DE BODY - RACKS - ESFERAS



DISCO 10 KG.

NEW!

*Realizamos canje de equipos.

21
35
45
55
65
75
85
95



REPRESENTANTE EN TODA LA COSTA ATLANTICA

SHOPS: AV. CARLOS CEJEDOR 1626 ESPAÑA 1772 | MAR DEL PLACA

BALANZAS



BANCOS

Nueva línea convergente



Rueda inercial 26 Kg.
Color a elección



**CIRCUITO DE 8 MAQUINAS
A LINGOTE RECUBIERTO
CON INTERESTACIONES
FUNCIONALES**

**PLAN DE FINANCIACION
A 120 DIAS**



MAQUINAS A LINGOTE

Todas nuestras máquinas incluyen lingote H



**Compra y venta
de equipos usados**

ELECTROESTIMULADORES PORTATILES

Ideal para complemento
en entrenamiento
personalizado



GLOBUS

**SOMOS DISTRIBUIDORES
OFICIALES**



citibank

Banco Provincia
Un experto de tu lado

BANCO PATAGONIA

Itaú

BANCO COMAFI
Si te va bien, nos va bien.

BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA

TAJETA SHOPPING

BANCO Hipotecario

**12
CUOTA SIN
INTERES
EN TODOS LOS
PRODUCTOS**

*Válido para compras On line en Argentina. Consulte CFT y detalles en nuestro sitio web.

ShowRoom: Florencio Varela 1912 - San Justo, Bs.As.
TEL (54-011) 4651.4692 | 4484.1114 | Skype: soluciones.deportivas
| info@soluciones-deportivas.com www.sonnosweb.com

SONNOS
SOLUCIONES DEPORTIVAS



Por Dr. Roberto Rosler (*)

HOMO SAPIENS SAPIENS

¿Un cuento chino? Sus implicancias en la motivación, el marketing, la gestión y otras yerbas

Nuestra especie se denomina *Homo sapiens sapiens*, o sea hombre que "sabe que sabe". Esto implica que somos seres racionales. Por eso, resulta sumamente extraño que un planeta poblado por seres "racionales" esté infestado de pobreza, hambre, enfermedades prevenibles, etc. Sería mejor que nos llamáramos *Homo emotionalis*, porque así nuestras conductas serían más comprensibles.



Las funciones del sistema nervioso son tener éxito en la supervivencia y en la reproducción. Una pequeña y antigua porción de nuestra corteza cerebral se denomina sistema límbico, y su función es procesar las emociones. Me gusta denominar al sistema límbico "El señor de los anillos" porque, por un lado, anatómicamente tiene la forma de un anillo, y por el otro, como dice Tolkien, es "un anillo para gobernarlos a todos". Estamos dominados por nuestras emociones.

Todo el resto de la corteza es el neocórtex, que se dedica a las funciones racionales y cognitivas. Por su enorme tamaño en los humanos, uno podría llegar a la errónea idea de que somos seres racionales. Pero en realidad es

el sistema límbico el que prevalece a la hora de tomar decisiones. Por ejemplo, ¿cuándo es el único momento en el que 40 millones de argentinos tiran para el mismo lado? Cuando juega la selección. ¿Le parece racional que lo único que nos una sean once adultos en pantaloncitos cortos que corren tras una pelota?

Dentro del sistema límbico existen múltiples circuitos: uno es el de agresividad, que parte de una estructura denominada amígdala. Ahora bien, como tener un circuito de agresividad en el cerebro es peligroso, la evolución le puso un límite y es así como ningún mamífero (salvo uno) mata a otro adulto de su propia especie. ¿Cuál es

el único mamífero que asesina a su propia especie? Exacto, el *Homo sapiens* (¿racional?). ¿Por qué somos la excepción? No es por el sistema límbico, porque es idéntico al de todas las especies. Lo único que tenemos de diferente es el neocórtex.

O sea que la estructura que es "responsable" de los Shakespeare, Mozart, Van Gogh, etc., tiene también un lado oscuro (un lado "Darth Vader"), que es el culpable de los Hitler. También de la amígdala sale una autopista del miedo que nos protege de la destrucción. La amígdala actúa como una etiquetadora de valencias. Cuando llega un estímulo del medio ambiente va a su depósito de memorias y ve cómo nos

FITNESS LINE
JBHEQUIP
Entrená con nosotros!



www.jbhequip.com
info@jbhequip.com

Casa Central: Jean Jaures 1285 - Lanús - [011]4228-6141
Sucursal Capital: Av. Córdoba 5096 - [011]4776-8315
Sucursal Lanús: Av. H. Yrigoyen 2498 - [011]2058-1004
Sucursal Oeste: V. Cardoso 1401 - [011]4654-3530



fue en el pasado. Si la experiencia no fue negativa, la amígdala no se activa. Pero si la experiencia fue negativa, la amígdala descarga la respuesta de estrés, que es excelente porque podemos resolver el problema luchando o huyendo.

Por esto, la respuesta de estrés genera hipertensión arterial, hiperglucemia, insomnio, constipación, anorexia e impotencia sexual. El problema es que muchas situaciones en el siglo XXI (como discutir con mi jefe) no se resuelven luchando o huyendo, y esta respuesta de estrés, si se prolonga durante semanas, puede generarme graves enfermedades.

El sistema límbico también tiene una vía de recompensa y motivación. Cuando se activa esta vía, se libera en nuestro sistema nervioso un neurotransmisor denominado dopamina que genera una intensa sensación de placer. Las conductas motivadas tienen dos fases. La primera es la apetitiva, y es cuando estoy buscando el objeto de placer (comida, bebida, sexo, etc.). Durante esta fase, la vía de recompensa está activada, libera dopamina y sentimos placer. La segunda fase es la consumatoria, y es cuando encontramos el objeto de placer (tragar, copular, etc.). En esta fase, paradójicamente, la vía de recompensa se inactiva y deja de liberar dopamina, por lo que sentimos como una leve "depresión".

Estas características de la vía dopaminérgica evidencian que para el ser humano el placer está en la búsqueda y que una vez que encontramos el objeto de deseo (al desaparecer la dopamina), nuevamente nos ponemos en fase apetitiva. Es lo que impulsa, por ejemplo, al maratonista a correr una y otra vez.

La sexualidad

El circuito de sexualidad también pertenece al sistema límbico. Hombres y



mujeres tienen diferentes estrategias para elegir su pareja. El hombre tiene una estrategia "visual", elige en función de indicadores externos de "potencia" reproductiva (o sea, busto y cadera). La mujer, por el contrario, busca una pareja dispuesta a acompañarla y ayudarla en el cuidado de las crías. El fuerte contraste entre el impulso sexual masculino y la expectativa sociosexual femenina se debe a la bipedestación. Al pararse, el *Homo sapiens* presentó como adaptación el estrechamiento de la pelvis para que ambos miembros inferiores quedaran paralelos para facilitar la marcha.

El estrechamiento de la pelvis hizo que un bebé con su cráneo osificado no pudiera pasar por el canal de parto.

Esto tuvo como consecuencia el acortamiento del tiempo de embarazo y el nacimiento de una cría extremadamente inmadura que tarda más de 10 años para llegar a la madurez sexual. Para aumentar las chances de que el hombre no abandone a su pareja y se quede con ella, y así lograr mayores probabilidades de éxito en la supervivencia de su cría, la evolución ha "diseñado" una serie de "dispositivos" femeninos "exclusivos" de "las" *Homo sapiens*:

- Receptividad sexual permanente.

Fuera del período correspondiente a la ovulación, la mayoría de las hembras mamíferas rechaza agresivamente a los machos. La "hembra" *Homo sapiens* es la única entre los mamíferos que es sexualmente receptiva durante todo el ciclo menstrual.

- **Ovulación "oculta"**. Las "hembras" *Homo sapiens* son también las únicas en no poseer manifestaciones "seductoras" (color de piel, olores, etc.) para advertirle al macho que están ovulando. Por lo tanto, nuestra sexualidad estaría menos asociada con las preocupaciones reproductivas que con las de la unión social. Al estar la "urgencia" sexual y la posibilidad de fertilización disociadas, favorece que el hombre se una en forma monogámica, ya que para lograr el éxito reproductivo el hombre debe estar "atento" a las necesidades de una única mujer por períodos más largos que el resto de los primates.

- **Orgasmo femenino**. El orgasmo femenino es un proceso evolutivo que "emerge" en "las" *Homo sapiens* ya que no existe entre las demás hembras de los mamíferos. La aparición del orgasmo femenino apareció como una señal interna de que se ha encontrado al hombre correcto. Por otra parte, si una mujer ofrece suficiente gratificación a un hombre, es menos probable que la abandone por otra.

RANDERS®

EMBREEX



ARG-361 BICICLETA ELECTROMAGNÉTICA



ARG-362 BICICLETA HORIZONTAL



ARG-210 ELÍPTICO ELECTROMAGNÉTICO



ARG-563 CINTA MOTORIZADA



ARG-575 CINTA MOTORIZADA



ARG-555 CINTA MOTORIZADA

**Cintas
Profesionales**
ENTREGA INMEDIATA

LANZAMIENTO
Embreex 2012



Próximamente
vas a entrenar
de una manera diferente

www.randers.com.ar

REPRESENTANTE PARA ARGENTINA: ARGENTRADE SRL

- Calle 514 N° 2050 - (1901) La Plata - Argentina - Tel/Fax: (0221) 471-2323
- Av. Del Libertador N° 602 PB "A" esquina Cerrito - Capital Federal - Argentina - Tel: (011) 4815-2950
info@randers.com.ar - sgrigera@randers.com.ar

REPRESENTANTE PARA URUGUAY: TIVITECH SA

www.tivitech.com - info@tivitech.com

Estímulos para vender

Por todo esto, si usted como empresario quiere "apretar" los **botones de compra de sus clientes**, debe hablarle a su sistema límbico, que responde a seis tipos de estímulos:

1. El límbico sólo responde a lo que esté relacionado con lo **egocéntrico**. Considere al límbico como al centro del "yo". Por esto, el 100% del mensaje de un vendedor debe estar focalizado en la audiencia y no en el producto.

2. El límbico es sensible al **contraste** (antes - después, seguro - peligroso, con - sin, rápido - lento). Los contrastes le permiten al límbico tomar decisiones rápidas. Sin contraste, el límbico entra en un estado de confusión que difiere o suspende su decisión.


3. Como el neocórtex procesa la lectura, la utilización de mucho lenguaje escrito (especialmente jerga complicada) enlentecerá su mensaje y hará que su audiencia quiera "pensar" sobre su propuesta, difiriendo la respuesta. Es por esto que el sistema límbico necesita **estímulos tangibles**. El límbico no puede procesar conceptos como "soluciones flexibles", pero sí comprenderá conceptos como "menos costoso", "irrompible" y "abierto las 24 horas".

4. El límbico **disfruta los principios y los finales** y tiende a obviar lo que está en el medio (piense en las películas de Hollywood). Por esto, ponga lo más importante al principio de su mensaje y repítalo al final.

5. El **límbico es visual**. Está "cableado" para tomar decisiones basadas en estímulos visuales. Al usar este tipo de estímulos en su mensaje de venta usted está aprovechando un mecanismo neuronal utilizado desde hace millones de años por la evolución.

6. El **límbico es gatillado por las emociones**. Las emociones generan respuestas electroquímicas en nuestro sistema nervioso que impactan en la forma en que memorizamos la información. No somos máquinas pensantes que sentimos, sino máquinas de sentir que pensamos (de vez en cuando). Si su cliente no puede recordar su mensaje, ¿cómo espera que elija su producto? **¡Emocínelo con su propuesta!** ■

(*) Médico neurocirujano del Hospital Británico. Experto en neurociencias. Profesor de Neurofisiología y Neuroanatomía. filipides42@hotmail.com



COMPAÑIA ARGENTINA DE LOCKERS

Lockers para clubs, gyms y natatorios

- Módulos con base inoxidable
- Cerraduras con llaves especiales no duplicables
- Cilindros extraíbles
- Accionamiento directo o a ficha o a moneda con o sin recaudación
- En venta o locación

Casafoust 642, Ciudad de Buenos Aires - Tel: (54 11) 45843496 - 0810-444-3496
www.arginadelockers.com.ar

CYBEX®

ENTRENÁ CON CYBEX.

DISFRUTÁ LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA PENSADA PARA TU GIMNASIO,
HOTEL, CONDOMINIO, BARRIO CERRADO ... INCLUSO TU PROPIA CASA



CYBEX. MARCA LÍDER EN EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS.

Argentina: Pablo Raffinetti • Tel: (5411) 4777.9239 • praffinetti@cybexintl.com.ar

Chile: Aquiles Gómez • Tel: (56 2) 468.7894 (56 9) 233.4818 • agomez@edusport.cl

www.cybexintl.com

INDUMENTARIA

NUEVOS
MODELOS
INNOVADORES
DISEÑOS



EQUIPAMIENTO

LA MARCA
DE ELIPTICOS
PROFESIONALES
N°1 EN USA



MIR
FITNESS



rip:60

STEP
NUEVO MILENIO

DKN
TECHNOLOGY



Octane
FITNESS

POWER JUMP

CORE 360°
Entrenamiento Funcional

LES MILLS
BODYVIVE

LES MILLS
BODYPUMP

CS21 NUEVO DISEÑO

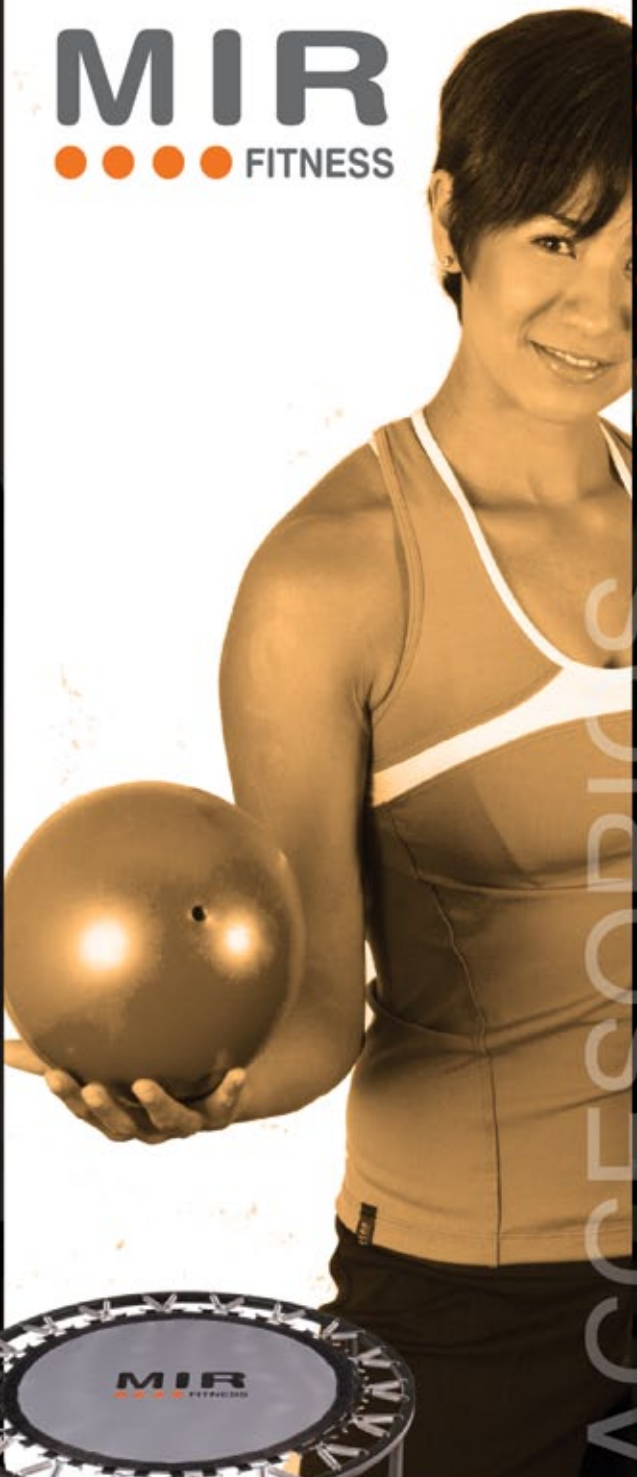
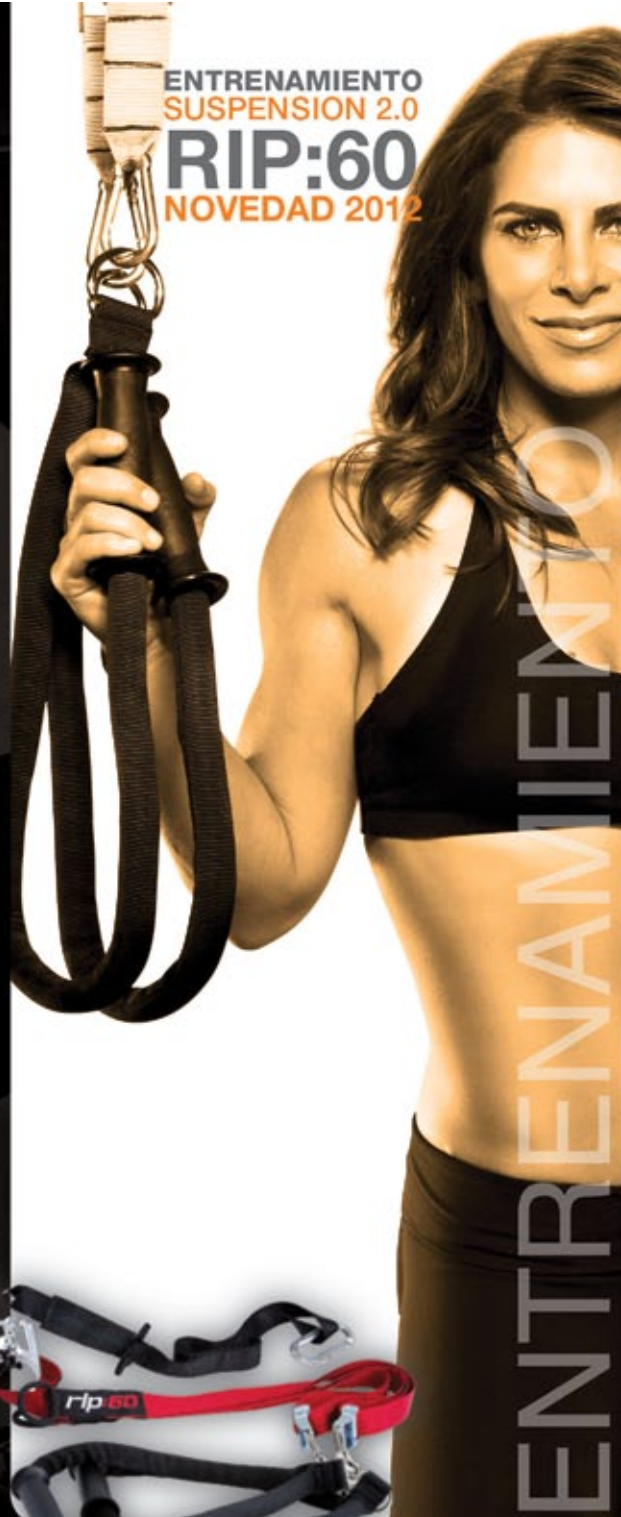
ENTRENAMIENTO
SUSPENSION 2.0
RIP:60
NOVEDAD 2012

MIR
●●●● FITNESS

ENTRENAMIENTO
ENTRENAMIENTO
FUNCIONAL

ACCESORIOS
ACCESORIOS
ACCESORIOS

ENTRENAMIENTO
ENTRENAMIENTO
FUNCIONAL



www.mirfitness.com.ar

➤ Fábrica

Helguera 5245 | Capital
Tel/Fax (+ 54 11) 45 74 48 42/43
mir@mirfitness.com.ar

➤ Shops

J. Salguero 1923 | Capital
Tel/Fax (+ 54 11) 48 21 55 65
Humahuaca 3850 | Capital

➤ MirPoint

Arce 554 1° | Capital
Tel/Fax (+ 54 11) 53 54 53 77





MERCADO FITNESS
8^{VA} EXPO & CONFERENCIAS



Por Alexandre Osorio (*)

El desafío de liderar un equipo

Conocer a sus colaboradores, invitarlos al diálogo, comprometerlos, enseñarles a pensar y a poner el foco en los resultados, inspirarles confianza y predicar con el ejemplo. Éstas son sólo algunas de las claves para alcanzar un liderazgo exitoso.

Tener el don de movilizar a la gente hacia logros espectaculares es el deseo de muchos empresarios de gimnasios. El liderazgo es un fenómeno que puede ocurrir en cualquier momento y lugar, tanto en empresas grandes como en pequeñas. Y el resultado suele ser: contar con un magnífico equipo de colaboradores, apasionados por lo que hacen.

Pero para lograrlo, el líder debe analizar permanentemente el comportamiento de su equipo de trabajo. Porque todos tenemos la tendencia a quedarnos en la "zona de confort", que es donde menos producimos. Por eso, el equipo debe recibir **estímulos positivos** que animen a sus integrantes a mejorar su productividad cada día y a generar resultados.

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



Generadores de vapor
Termotanques industriales
Calderas para calefacción
Climatizadores de piscinas



**GENERADORES DE
AGUA CALIENTE**

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

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





P-equipe

fuimos los primeros,
somos los primeros.



“Encontrar un
buen equipo
lleva tiempo.
Por suerte,
yo encontré P-equipe”

Verónica Ponleman

Ibera 2236 - Nuñez - CP1429

Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina

Tel.: (+54 11) 47014111 / Cel.: (011) 155 8577312

info@p-equipe.com.ar

www.p-equipe.com.ar



Los verdaderos líderes enseñan a su gente a pensar y a actuar en función de los resultados que persigue la empresa. Para esto, utilizan una metodología básica y eficaz: "La innovación 3-S", que significa que por cada problema que surja, sus colaboradores deben traer tres soluciones. Esta política los estimula a reflexionar y potencia sus actitudes.

Para lograr enfocar a los colaboradores en la resolución de problemas, la mejor manera que tiene el líder de demostrarles la importancia de esto es hacer la tarea él mismo y **predicar siempre con el ejemplo**. Esto lo ayudará a ganarse la confianza de su equipo. La gente debe primero seguir al líder, y recién después estará dispuesta a poner en práctica un plan de acción.

El líder debe fomentar la participación de cada miembro de su equipo, invitarlos al diálogo permanentemente y contagiarles el deseo de alcanzar los resultados. Sólo así sus colaboradores reconocerán en él su poder y lo seguirán en la dirección que él marque.

Algunas sugerencias

El liderazgo no es tarea fácil. Ejercerlo requiere mucho trabajo. Aquí, algunas sugerencias:

- * Invertir del 40 al 50% del tiempo en las personas que integran el equipo.
- * Obtener más información sobre los colaboradores. A veces un café y una buena charla fuera del ámbito de la empresa pueden ser útiles.
- * Animar a su equipo.

En general, el viejo modelo organizativo de los gimnasios ya no genera las respuestas esperadas. Es necesario alcanzar una mayor unidad en los equipos y para esto habrá que



lograr que las personas se involucren y participen en la toma de decisiones. Así se obtienen la motivación y la confianza necesarias para que éstas interactúen favorablemente.

Crear un compromiso, compartir una visión y sembrar el deseo de crecer son los retos que tiene por delante el líder de cara a su equipo de colaboradores. No es fácil formar un equipo exitoso, que crea en la empresa. Pero hay que lograrlo, porque el cliente moderno espera cada vez más de usted y un error en este sentido puede dejarlo fuera del mercado. ■

(*) Profesor de Educación Física (UNI-BH), con posgrado en Administración y Marketing Deportivo (UGF). MBA en Marketing e Inteligencia de Mercado (Facultad Pitágoras). Gerente de la red de gimnasios Imagem, en Belo Horizonte, Brasil. / alexandreesp@gmail.com

Gym Home

TODO EL EQUIPAMIENTO QUE TU GIMNASIO NECESITA

MUSCULACIÓN, CARDIO, PLATAFORMAS VIBRATORIAS, BOXEO, ARTES MARCIALES, SUPLEMENTOS, ACCESORIOS Y TIEMPO LIBRE.

Gym Home SRL - www.gymhomearg.com.ar

Local: MT de Alvear 1230 CABA (1058) - Tel.: (54 11) 4816-5650/4811-6762 - gymhomeventas@fibertel.com.ar

Mayorista: Ladines 3840 CABA (1419) - Tel.: (54 11) 4503-6518-4501-1278 - gymhome@fibertel.com.ar



FENIX Machines®

REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA EQUIPOS DE FITNESS



Disco para levantamiento Olímpico "BUMPER"



MAQUINAS

PILATES

BICI INDOOR



Distribuidor Exclusivo en Argentina / nicolas@nautilusargentina.com.ar

GARANTIA EN TODOS LOS ARTICULOS - VENTA DE EQUIPAMIENTO

Ricardo Rojas 1253
Quilmes, Buenos Aires, Argentina
tel. (5411) 4200-1798 / 1444
id 301*1932 1931
Cel. (5411) 15 6593 7320
info@fenixmachines.com.ar

Distribuidores
Capital Federal
San Justo
Saturn Supplements Full Mak
J. Bonifacio 3101 H. Yrigoyen 3941
(5411) 4613 0025 (5411) 4482 2791

www.fenixmachines.com.ar



érase una vez...



HEMOS
EVOLUCIONADO...

www.equipamientosfox.com

¡MOVEMENT LE OFRECE LAS MEJORES VENTAJAS PARA SU GIMNASIO!

VENTAJAS

❖ COSTO - BENEFICIO

Los equipos Movement cuentan con una óptima relación costo-beneficio. Además de toda la estructura que garantiza la calidad constante del equipo, el mercado de usados se valoriza y permite que el retorno sobre la inversión sea superior a la media cuando en el futuro lo cambie.

❖ DURABILIDAD

Pensando en la salud financiera del gimnasio, los equipos Movement son fabricados con materiales de calidad y con acabado único que les garantizan una mayor durabilidad y un bajo mantenimiento.

❖ LA MEJOR INVERSIÓN

Buscando traer soluciones innovadoras para dejar su espacio fitness más completo y eficiente, Movement presenta una línea completa de equipos para musculación y peso libre, cintas para caminar, elípticos y bicicletas.

GIMNASIO FITCLUB
BRASILIA/BRASIL

LÍNEA COMPLETA DE EQUIPOS



❖ Cinta para caminar RT250 GII



❖ Elíptico RT240



❖ Bicicleta RT220



❖ Banco Supino Inclinado



❖ Estación W45

❖ Para mayores informaciones:
www.movement.com.br

❖ Siga a Movement:



Movement Fitness



@Movement_Brasil



Movement

BiciMundo

GYM & FITNESS



BICICLETA INDOOR

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



Representantes Exclusivos
Movement

CINTA MOTORIZADA LX 160 GII

- Motor de corriente alterna.
- Sistema de absorción de impactos.
- Dos niveles de regulación de inclinación de 0% a 5%.
- Interruptor de emergencia.



Representantes Exclusivos
DAIWA
Fitness

Accesorios para Aerobic

PLATAFORMA Profesional de Doble Vibración

- Uso Profesional y Entrenamiento de Alta Performance.
- 2 Motores de 150W c/u, c/control remoto.
- Control de Amplitud de Onda (h/l).
- Peso 150 kg. con bandas incorporadas.
- Frecuencia Regulable de 30hz a 45hz.



CÓRDOBA

RIVADAVIA 301 esq. Lima - Tel.: (0351) 4221665 // ALVEAR 444 - Tel.: (0351) 4237655

Av. CASTRO BARROS 367 - Tel.: (0351) 4743505 // bicimundo@arnet.com.ar // www.bicimundocordoba.com.ar

RUSIA

El gimnasio de Madonna llegó a Moscú



La estrella norteamericana Madonna, en sociedad con su representante, **Guy Oseary**, y **Mark Mastrov**, presidente de New Evolution Ventures (NeV), anunció la apertura de la segunda unidad de **Hard Candy Fitness Center**. El flamante gimnasio, de 3.250 m² distribuidos en cuatro pisos, está cerca de la Plaza Roja, en Moscú.

Esta sede de Hard Candy es operada por **Irina Razumova**, fundadora de la reconocida cadena rusa Planet Fitness. El gimnasio, que tiene una piscina semiolímpica, fue equipado con las marcas Precor, Hoist, Free Motion, Concept y TRX, cuenta con un estudio para clases cuerpo-mente, un café-bar, amplios vestuarios y una sala de ciclismo indoor.

El tercer gimnasio (4.800 m²) de Madonna abrirá en San Petersburgo (Rusia) en el segundo trimestre de 2012. Luego, la mira está puesta en Toronto, Canadá, donde la diva abriría también en 2012 su cuarta sede. Por otro lado, Madonna y sus socios de NeV analizan dar sus siguientes pasos en Italia, Reino Unido, Francia, Australia y Argentina o Brasil.

Fuente: www.madonna.com

ITALIA

Una nueva edición de

FORUMCLUB

Del 23 al 25 de febrero se llevará a cabo en Bologna, Italia, una nueva edición de ForumClub, la exposición y congreso internacional para clubes y gimnasios que organiza la revista *Il Nuovo Club*. En paralelo, se realizará también ForumPiscina, un evento del mismo tipo dirigido a natatorios.

Más información en www.forumclub.it

ESTADOS UNIDOS

Prohíben el uso de celulares en gimnasios

Como ya ocurrió años atrás con los cines y las bibliotecas, en Estados Unidos los gimnasios se están poniendo cada vez más estrictos en la prohibición de usar teléfonos celulares, ya no sólo en la zona de vestuarios, que es la de mayor intimidad, sino también en la de entrenamiento. Los argumentos son básicamente tres: cortesía, seguridad y privacidad.

Cortesía: escuchar conversaciones telefónicas de terceros puede distraer y molestar a quien está concentrado en su entrenamiento. Seguridad: el uso de algunos equipamientos requiere de una técnica y de un nivel de atención difícil de lograr si se está usando el teléfono al mismo tiempo. Privacidad: capturar imágenes de otra persona sin su autorización es ilegal.

Por motivos como éstos, en las 55 sedes de Equinox no está permitido hablar por teléfono celular. En esta cadena sólo está autorizado el uso de estos dispositivos móviles para escuchar música. En todos los gimnasios hay carteles que dicen: "¿Puedes oírme ahora? Zona libre de celulares". Life Time Fitness sigue la misma política en sus 92 clubes.

El problema es que estos aparatos ya no son sólo teléfonos, sino agendas, reproductores de MP3, cámaras de video y hasta tienen aplicaciones para monitorear un entrenamiento, controlar tiempos y consumo de calorías e indican cómo realizar cada ejercicio. De hecho, algunos teléfonos se pueden integrar a equipos cardiovasculares de ciertas marcas.

Por eso, aunque algunos no lo entiendan ni toleren, hay personas para las que tener consigo su teléfono móvil es indispensable. Frente a esto, los gimnasios están adoptando diferentes políticas: algunos los prohíben terminantemente, otros los permiten sin restricción alguna y otros más piden a sus usuarios respetar cierta etiqueta, como mantener el aparato silenciado o en vibrador, salir del área de entrenamiento para hablar y, por supuesto, no usar la cámara.

A bailar como Lady Gaga

Zach Haller, instructor de Lakeview Athletic Club, en Chicago, creó el Gagaerobic, una clase de 60 minutos con música y coreografías de **Lady Gaga**. Después de calentar, se practican los pasos de baile mediante progresiones y los últimos 15 minutos se dedican a practicar la coreografía de algún tema conocido de la artista, como "Marry the night" o "Bad romance". Quienes quieran ver esta clase, pueden buscar "Gagaerobic" en YouTube.

LeParc[®]
FITNESS EQUIPMENT



YA INAUGURAMOS, TE ESPERAMOS

EXCLUSIVO SHOW ROOM

Importantes beneficios mes inaugural

AMPLIAS FACILIDADES DE PAGO - LE FINANCIAMOS A LA MEDIDA DE SUS POSIBILIDADES



Cinta Sk6900

El modelo SK6900 se destaca por su potente motor de corriente alterna de 4.0 HP y su estructura reforzada de aluminio. Cuenta con tecnología ProTronic, para una máxima protección de espalda y articulaciones.



Elíptico Sk9100

El modelo SK9100 cuenta con el novedoso sistema Track&track (movimiento con 3 grados de libertad) y una biomecánica altamente desarrollada que permite realizar un ejercicio preciso, controlado y extremadamente silencioso.



Bicicleta vertical Sk9000

El modelo SK-9000 presenta un exclusivo diseño tanto en chasis como en sus componentes claves, logrando el perfecto equilibrio.



Bicicleta Recumbent Sk9900

El modelo SK-9900 cuenta con sistema de freno electromagnético con generador y sistema de ventilación de 2 velocidades logrando que la ergonomía y la biomecánica se complementen con el máximo confort.



Cinta Centauro MX7

La mejor opción en cintas profesionales de alto rendimiento, con la mejor relación costo - producto. De fabricación Nacional lo que garantiza un óptimo servicio de mantenimiento y post venta



Bicicleta fija Indoor Cycle WHIRLY MAGTONIC

Excelentes en su precio y Calidad. Utilizadas por los Gimnasios más Importantes del País. Es la Bicicleta original de Indoor Cycle. Entrega Inmediata



Equipamiento integral para gimnasios: Máquinas de Alta Gama, Nivel Medio y Económico.
Equipamiento para Edificios, Hoteles, Consorcios y Empresas.
Equipamiento HOME, para ejercitarse en el hogar.
Servicio integral de mantenimiento en máquinas para Gimnasios.

**SOMOS
IMPORTADORES**

**CONTACTO VENTAS: TEL. 155 868 9020 • EQUIPAMIENTO@LEPARC.COM
SAN MARTÍN 651 (CP 1004) • BUENOS AIRES -ARGENTINA • TEL: 54 11 4311-9191**

ESPAÑA

David Lloyd quiere crecer en España



El grupo británico de clubes deportivos **David Lloyd** busca locaciones para crecer en España. La compañía, dueña desde 2004 del histórico Club Turó, en Barcelona, pretende abrir otra sede en la misma ciudad catalana y llegar a Madrid, Valencia, Marbella y Palma de Mallorca. La inversión aproximada para montar uno de estos clubes es de 10 millones de euros.

La compañía busca terrenos de entre 20.000 y 25.000 m² para construir clubes de 8.000 m². La cuota mensual del centro de Barcelona ronda los 70 euros. David Lloyd tiene actualmente 78 sedes en el Reino Unido y 10 en el resto de Europa. Además de su expansión en España, quiere crecer en Bélgica, los Países Bajos, Luxemburgo, Portugal, Italia y Suiza.

Deporte, metro a metro



En los días previos y posteriores a la última Navidad, los madrileños pudieron realizar en forma gratuita, durante 8 horas diarias, un extenso número de actividades deportivas en cinco estaciones del metro de la capital española. Con este programa, único en Europa, se pretendió fomentar el ejercicio fuera de los circuitos deportivos habituales.

La oferta de clases incluyó desde actividades de fitness grupal –como ciclo indoor, tai chi y pilates– hasta deportes como fútbol sala, baloncesto, remo, tenis de mesa, esgrima y ajedrez. A quienes completaron los circuitos de las cinco estaciones, se les selló un carnet con el cual pudieron retirar una medalla y premios en la ceremonia de clausura del programa.



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.

» Vigencia de Múltiples Actividades por Socio.

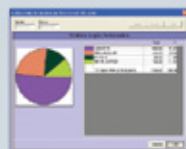
» Caja Diaria. Impresión de Comprobantes.

» Ventas y Stock de Artículos.

» Asistencia de Profesores y Control de Clases.

» Planillas de Reserva de Turnos.

» Socios Potenciales y Gestión de Marketing.



COMPATIBLE CON DISTINTAS OPCIONES DE CONTROL DE ACCESO: LECTORES DE CÓDIGO DE BARRAS, LECTORES DE HUELLA, MOLINETE, LECTORES DE PROXIMIDAD, TECLADOS NUMÉRICOS.

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

ESPAÑA

Dinamia vende su participación en HC Iberia



Dinamia Capital Privado vendió su participación del 21,3% en Health Clubs Iberia, una cadena con 30 gimnasios en España y Portugal, a los gestores que poseen la marca Holmes Place en otros países europeos. En un comunicado, la compañía explicó que los gimnasios se vieron afectados en ambos países por una caída en el número de clientes en los últimos meses y por el aumento del IVA en Portugal, que no pudo ser trasladado a los usuarios.

DiR redujo a 13 años la edad mínima



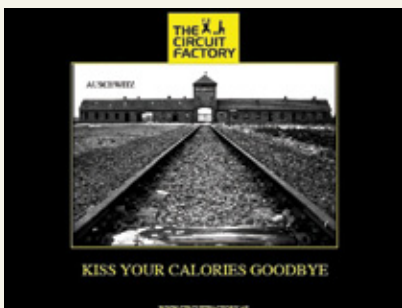
La cadena catalana de gimnasios **DiR** redujo de 14 a 13 años la edad mínima de entrada a sus clubes. Al respecto, el jefe de la Unidad Médica de DiR, **Jorge Ramírez**, dijo que el deporte en la infancia contribuye a la mejora de la integración social y del comportamiento. Esta cadena tiene 80.000 socios entre sus 18 clubes.

Abren un gimnasio para bikers



Sport Bike Fitness Center es el primer centro deportivo para los bikers de las Islas Baleares. Tiene 6.500 m², está en Cala en Blanes y su construcción demandó una inversión de 3 millones de euros. Cuenta con tres circuitos: BTT, BMX y Trialsin, y una pista para running. También tiene un garaje para bicicletas y un punto de venta y reparación.

Además, posee una zona de musculación y cardio, sala de ciclismo indoor, salón de fitness grupal y un área de asesoría médica y nutricional. Asimismo, hay un bar-restaurant con gastronomía saludable, una zona infantil, guardería y amplias terrazas con vistas.

EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

Escandalosa publicidad en Dubai

The Circuit Factory, un gimnasio de Dubai, en Emiratos Árabes Unidos, no tuvo mejor idea que publicar en Facebook una fotografía en blanco y negro del campo de concentración de Auschwitz con el lema: "Di adiós a tus calorías". Tal fue el aluvión de críticas que esto generó, que la empresa retiró el anuncio horas después y despidió al creativo.

SOMOS EXPORTADORES

GMP

PILATES | REHABILITACIÓN SPA | ESTÉTICA

Sillón Masajeador con piedras de jade

Calor, masaje y vibración de cuerpo completo.

\$11.970^(*)

(*) Precio de ctdo. efvo. IVA incluido.
Promoción válida hasta el 29/02/2011



www.gmpequipamientos.com

Cama Termomasajeadora de Jade

- > Combina terapias de la medicina oriental, con el calor infrarrojo de placas de helio y piedras de jade a través de rodillos por todo el cuerpo. Se obtienen grandes beneficios.



Esferas

- > Para la práctica de Yoga, Esterodinamia, método de J. Pilates o Rehabilitación. Tamaños: 22 a 85 cm. Venta mayorista | minorista

Desde \$60 + IVA



SOMOS FABRICANTES DE ESFERAS
CONSULTE POR PRECIOS MAYORISTAS

Reformer Torre

- > Contiene en un mismo espacio todas las barras, resortes y elementos que tienen los laterales del Cadillac



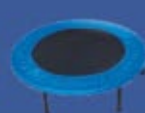
Entrenamiento Funcional

- > Bandas para Entrenamiento Funcional
- > Pesas Rusas
- > Semiesferas



Accesorios

- > Soportes para postura invertida, puentes, pinzómetros, semiesferas, pesas rusas, hamacas de inversión, sogas, bandas para entrenamiento funcional, flex ring y mucho más



ENCUENTRENOS TAMBIÉN EN:

PARAGUAY: CHACOMER. Avda. Eusebio Ayala N° 3321 c/ Rca. Argentina (Asunción)

URUGUAY: SUPER HÁBIL. Rivera 2348 local 25 (Montevideo)

CHACOMER





Por Luis Amoroso (*)

Cómo ocupar los horarios OCIOSOS

Explorar nichos, realizar alianzas con empresas y escuelas, diseñar sesiones cortas de entrenamiento y estirar el horario pico modificando la grilla de clases son algunas de las alternativas que le permitirán equilibrar el flujo de clientes durante el día.

Convencer a los clientes de que asistan al gimnasio en los horarios de menor afluencia de público es un desafío permanente que preocupa a los gerentes, especialmente durante los meses de alta ocupación. Para que tengan una idea aproximada, cerca del 30% del total de miembros de un gimnasio utiliza el mismo horario cada día.

Pero como en los primeros días de la semana la utilización es mayor, ese porcentaje puede llegar a duplicarse. Además, del total de las visitas diarias, cerca del 50% se realiza durante los horarios pico. De modo que un gimnasio con 1.000 clientes, un lunes en hora pico puede llegar a tener hasta 200 socios entrenando simultáneamente.

Ante un escenario así, lo más simple sería ampliar el gimnasio, dándole la capacidad necesaria para atender al mayor número posible de clientes en las horas pico. Sin embargo, un análisis más profundo debe considerar las inversiones necesarias y la repercusión de esta ampliación en los costos operativos, ya que la ociosidad durante el resto del día será mayor.

Considere entonces que cualquier reforma que pretenda encarar deberá abarcar todas las instalaciones del club para atender la nueva demanda. En caso contrario, el cuello de botella no se producirá ya en la sala de musculación ni en la de gimnasia, sino en el estacionamiento o en los vestuarios.

Otra salida sería ofrecer descuentos en sus membresías a los usuarios que asistan al gimnasio en los horarios de baja.

El **SARRO** tapa tus cañerías.
Scalewatcher evita y remueve el sarro existente.

Scalewatcher
Fabricado en USA



La solución perfecta para los problemas que genera el **SARRO** del agua corriente o de pozo.

BENEFICIOS

- Ahorro en el consumo de gas o electricidad para calentar el agua.
- Fáciles de instalar, sin modificar las instalaciones existentes.
- Se utiliza sobre caños de cualquier material.
- No necesitan mantenimiento, ni insumos para funcionar.
- En pocos meses el agua disolverá las incrustaciones existentes.
- No modifica las características químicas del agua tratada.
- Cumple las normas de fabricación de la EEC.

0800-266-0607 / controlserv@fibertel.com.ar
Representante exclusivo. CONTROLES Y SERVICIOS S.R.L.

Pero en ese caso, correría el riesgo de reducir su facturación con los miembros que ya entrenan a media mañana o a media tarde y, además, no estaría atendiendo a aquellos con limitaciones para asistir fuera de los horarios pico.

¿Cómo enfrentar este problema? Aquí le presento algunas soluciones que van a ayudarlo a equilibrar el flujo de clientes e incrementar el número de éstos.

1. Explore los nichos

Embarazadas, niños y ancianos son todos grupos bastante interesantes para el desarrollo de productos específicos que podrá ofrecer en los horarios ociosos. En estas actividades, el principal atractivo es la conveniencia del propio producto y el horario pasa a ser un factor secundario.

2. Establezca alianzas con empresas y escuelas

Por la conveniencia de un descuento en el precio, estos grupos pueden frecuentar el gimnasio fuera de los horarios pico. En este caso, lograr captar un alto volumen de clientes es el atractivo de esta alternativa para el gimnasio.

3. Cambie la estrategia en la sala de musculación

Muchos clientes no tienen tiempo para largas sesiones de entrenamiento o se ejercitan de manera inadecuada. Desarrolle programas de entrenamiento de 30 o 45 minutos de duración, o circuitos que, además de ser convenientes para sus socios, van a permitir una mayor rotación en los aparatos.

4. Estire el horario pico

Haga que coincida el inicio de la clase más concurrida con el inicio del horario pico. Cuando ésta logre el 75%

de la ocupación máxima, reformule la grilla de horarios adelantando 15 minutos el comienzo de esa clase y coloque inmediatamente después otra clase popular. Algunos clientes optarán por llegar más temprano y otros más tarde.

Luego, haga lo mismo al final de esa franja horaria, corriendo 15 minutos el comienzo de la última clase. De este modo, habrá logrado extender 30 minutos la duración del horario pico. ■

(*) Consultor brasileño con 30 años de experiencia en el sector.
luis@lamoroso.com.br



NO SOBRECARGAR LA RECEPCIÓN

Hay algunos horarios del día en que la demanda de averiguadores y clientes es mayor que la capacidad de atención disponible en la recepción, lo cual puede ser un problema. Si esto ocurre con frecuencia, identifique cuáles son esos momentos y procure reorganizar las visitas programadas y el telemarketing para cuando el movimiento del gimnasio sea menor.

Verifique también el flujo de clientes y programe el horario de inicio de las clases de tal forma que haya un desfase en relación con el horario en que los visitantes acostumbran ir a conocer su gimnasio para evitar la acumulación de personas en la recepción.

deportsalud
the wellness shop

EQUIPAMIENTOS
CARDIOVASCULARES
COMERCIALES

011-4797-4231
deportsalud.com



Av. Maipú 1769 · Vicente López ● Lun. a Vie. de 10 a 20 hs · Sáb. de 10 a 16 hs ● Cel: 11-6880-1415 ● info@deportsalud.com



Equipamiento para gimnasios

MAQUINAS SANMARTINO S.R.L.

• EVOLUCION CONSTANTE



CINTA ELECTRONICA
PROFESIONAL
10000 XP



CINTA ELECTRONICA
PROFESIONAL
10000 XP MAX
CON 6 PROGRAMAS DE
TRABAJO PREESTABLECIDOS

UN MODELO
PARA CADA NECESIDAD...



CODIGO 10007



CODIGO 10007 a



CODIGO 10007 TC



CODIGO 10007 MAX BIKE



CODIGO 13019

MAQUINA PARA BICEPS Y
TRICEPS COMBINADA MAX



CODIGO 9013

MAQUINA PARA
SENTADILLAS Y GEMELOS
CON SIST. DE PALANCA



CODIGO 13007

SILLON DE CUADRICEPS CON
REGULACION ANGULO DE
TRABAJO LINEA MAX



CODIGO 2025

SILLON DE CUADRICEPS Y
FEMORALES COMBINADO
(PROLINE X)

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.MAQUINASANMARTINO.COM

Fitness Beat

FEEL THE POWER OF FITNESS

ACCESORIOS/ MÚSICA/ VIDEOS/ EQUIPAMIENTO

Juramento 1470 / CI428DMR -
Capital Federal / Bs. As. / Argentina
Tel. Fax: (54 11) 4784 1074
info@fitnessbeat.com



/fitnessbeat



/fitnessbeatsrl

NUEVOS PRODUCTOS

DISCOS ACANALADOS
PLASTICOS APILABLES



MANCUERNAS Y DISCOS
DE FUNDICION
ENGOMADOS



ACCESORIOS PARA POLEAS



MANCUERNAS
CROMADAS
CON Y SIN ROSCA



BARRAS CROMADAS



CORE BAGS



RACKS PARA
MANCUERNAS



BANDA SUSPENSION QUUZ CON DVD + TRABA DE PUERTA



\$449,99

3 PAGOS SIN INTERES
CON TARJETA

OFERTA LANZAMIENTO NUEVOS KITS



\$339,99

IVA INCLUIDO

BARRA DE 1,5KG + TOPES
2 DISCOS CON AGARRE DE:
10KG, 5KG, 2,5KG, 1KG



\$2099,99

IVA INCLUIDO

QUUZ INDOOR BIKE



BH Reebok RANIDERS EMBREEX QUUZ



INVESTIGACIÓN

El 42% de los argentinos dice ejercitarse regularmente

Los que se declaran más activos son los hombres, los menores de 25 años y los de niveles socioeconómicos más altos, según un estudio de TNS Argentina.

Hoy, 4 de cada 10 argentinos (42%) dicen ejercitarse al menos una vez por semana. Quienes declaran ser más activos son los hombres (el 51% contra el 33% de mujeres), los menores de 25 años (el 51% contra el 37% entre los mayores de 65) y los de niveles socioeconómicos más altos (el 51% en la clase alta y media alta versus el 35% en la clase baja).

Los deportes (33%) y las caminatas (32%) son las actividades predilectas, seguidas por la asistencia a un gimnasio (17%). Más atrás en la lista, el 11% de los entrevistados señala salir a correr. Pero las elecciones varían de acuerdo con el perfil de los consultados: los deportes son elegidos por hombres y jóvenes; las caminatas, por mujeres y personas de mayor edad.

Las principales razones que manifiestan los entrevistados para hacer ejercicios son: divertirse (el 41%, que crece al 56% entre los hombres versus el 21% entre las mujeres), por salud o recomendación médica (el 33%, que crece al 42% entre ellas contra el 26% de los hombres), para desestresarse (24%) y para bajar o mantener el peso (21%).

A la hora de informarse sobre temas relacionados con la actividad física, 4 de cada 10 argentinos (36%) declaran que consultan medios en general y 3 de cada 10 mencionan a amigos y familiares (29%), mientras el 24% dice contactar a médicos o profesionales especializados.

ACTIVIDAD FÍSICA REGULAR. ¿Realiza usted regularmente (por lo menos una vez a la semana) algún tipo de actividad física para mantenerse en forma?

www.naopressao.com.ar

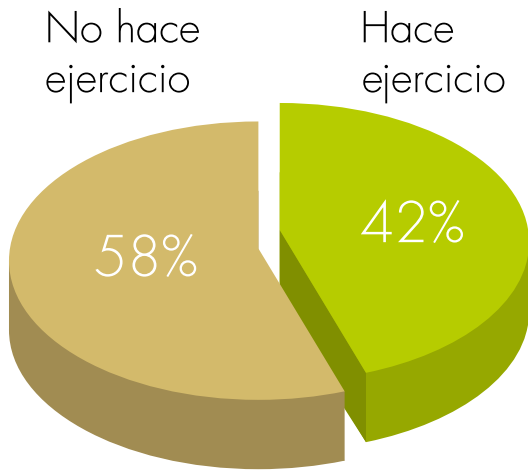


tiempo libre

NÃO
PRESSÃO

fitness

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



No se observan diferencias respecto de 2004, cuando una cifra similar (40%) declaró realizar algún tipo de ejercitación.



¿QUÉ ACTIVIDADES FÍSICAS PRACTICAN?

ANÁLISIS SOCIODEMOGRÁFICO. ¿Realiza usted regularmente (por lo menos una vez a la semana) algún tipo de actividad física para mantenerse en forma?

	TOTAL	SEXO		EDAD				
		MASC	FEM	18-24	25-34	35-49	50-64	65 y +
SÍ	42%	51%	33%	51%	42%	43%	36%	37%
NO	58%	48%	67%	49%	57%	57%	63%	63%

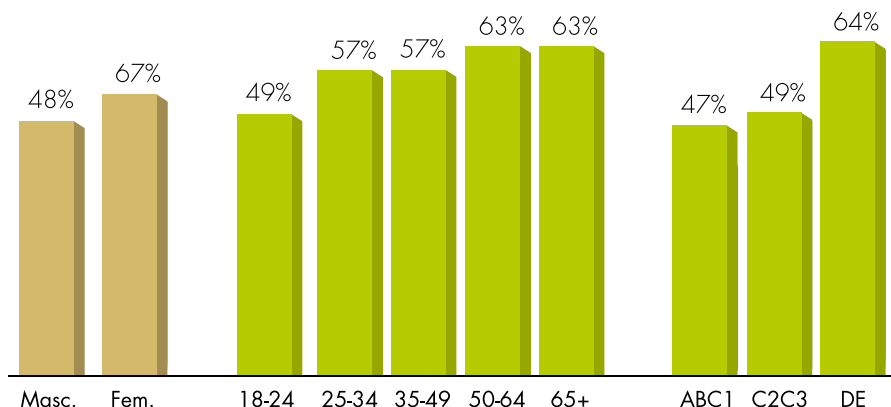
	NSE		ZONA			
	ABC1	C2C3	DE	CF	GBA	INTERIOR
SÍ	51%	51%	35%	41%	36%	44%
NO	47%	49%	64%	58%	62%	56%

La práctica de deportes es impulsada por los hombres (el 53% versus el 6% de las mujeres) y por los más jóvenes (el 51% entre los de 18 y 24 versus el 3% entre los mayores de 65 años). Además, la proporción de deportistas aumenta en el interior del país, donde 4 de cada 10 que realizan actividad física eligen hacer algún deporte, cifra que disminuye a 2 de cada 10 en la Ciudad de Buenos Aires.

¿Y los caminantes? Cinco de cada 10 mujeres (47%) que hacen algún tipo de ejercicio dicen que salen a caminar, lo que es menos común entre los hombres (22%). La caminata también se vuelve un hábito más fuerte a medida que aumenta la edad, y crece significativamente entre las personas de entre 50 y 64 años, llegando al 58%.

LOS QUE MENOS HACEN ACTIVIDAD FÍSICA

Porcentaje que declaró no realizar regularmente ejercicios físicos



TIPO DE ACTIVIDAD ENTRE QUIENES HACEN EJERCICIO





EL MEJOR PASO DESDE QUE APARECIÓ EL ELÍPTICO

Algo especial sucedió hace 15 años. Precor lanzó el primer entrenador elíptico EFX®, y usuarios de todos los lugares cambiaron por completo su forma de entrenar. Ahora, lo cambiarán nuevamente al subirse al nuevo equipo cardiovascular Experience Series™ de Precor. Esta solución de entrenamiento que se torna más potente con el paso del tiempo cuenta con una consola táctil similar a un teléfono de última generación y una interfaz sencilla e intuitiva que sumerge a los usuarios aún más en su sesión de ejercicios. Es algo que realmente necesita verlo con sus propios ojos.

PRECOR® © 2011 Precor Incorporated
www.precor.com

REPRESENTANTE PARA ARGENTINA: ARGENTRADE SRL

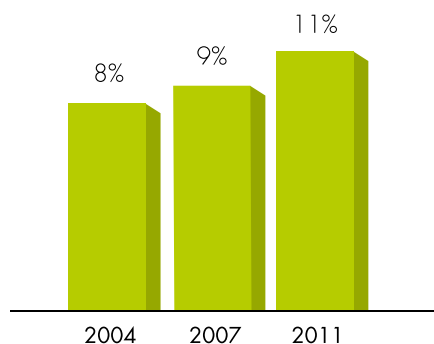
- Calle 514 N° 2050 • (1901) La Plata • Argentina • Tel/Fax: (0221) 471-2323
- Av. Del Libertador N° 602 PB "A" esquina Cerrito • Capital Federal • Argentina • Tel: (011) 4815-2950
info@randers.com.ar • sgrigera@randers.com.ar • www.randers.com.ar

REPRESENTANTE PARA URUGUAY: TIVITECH SA

www.tivitech.com • info@tivitech.com

PORCENTAJE QUE MANIFIESTA CORRER ENTRE QUIENES HACEN EJERCICIO.

COMPARATIVO 2004 - 2007 - 2011

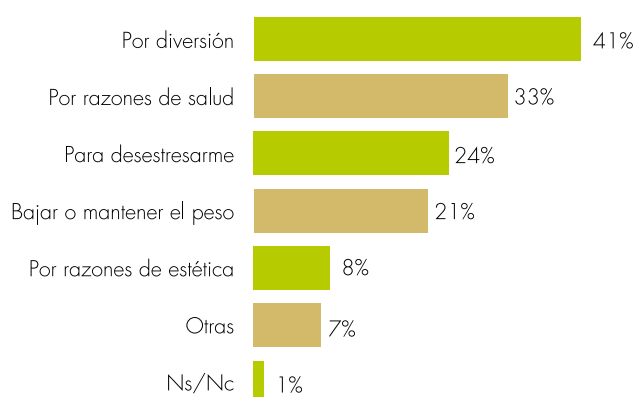


Se observa una tendencia creciente del running



MOTIVOS POR LOS QUE HACEN EJERCICIO

De los siguientes objetivos que otras personas han mencionado, ¿por cuáles realiza usted actividad física?



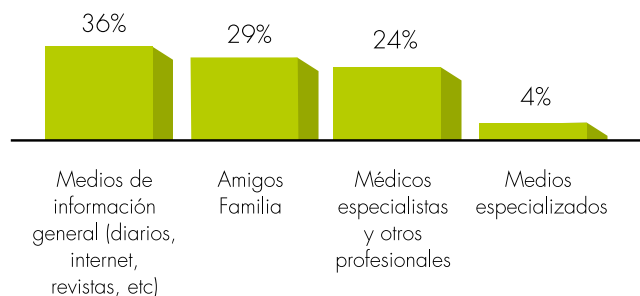
Para esta investigación, TNS Argentina realizó 1.008 entrevistas personales domiciliarias a adultos (18 años o más) en todo el territorio nacional.

Divertirse es la principal motivación (41%) para quienes hacen algún tipo de ejercicio regularmente, aun más entre los hombres (el 56% versus el 21% entre las mujeres). A la diversión le siguen razones de salud o recomendación médica (33%), sobre todo entre las mujeres (el 42% contra el 26% de los hombres).

A su vez, 2 de cada 10 también declaran que desestresarse (24%) y bajar o mantener el peso (21%) son objetivos perseguidos. Mientras que erradicar el estrés es más común entre los porteños (el 33% contra el 22% de los residentes del interior) y el tema del peso toma relevancia entre el grupo femenino (el 31% contra el 14% en los hombres).

MEDIOS DE INFORMACIÓN.

¿Por qué medios se informa usted de temas relacionados con la actividad física?



El estudio de TNS muestra que los medios de interés general son elegidos principalmente por las personas de hasta 50 años, edad a partir de la cual esta elección baja considerablemente. La elección de estos medios es mayor en el interior del país (41%).

La comunicación informal a través del boca a boca de amigos y familiares crece a menor edad (el 38% entre los más jóvenes contra el 22% entre los que superan los 65 años) y en el interior del país, donde se convierte en la segunda fuente más importante (33%), luego de los medios generales.

Por otra parte, las mujeres demuestran un mayor interés por informarse a través de consultas médicas o profesionales (el 27% contra el 21% de los hombres), lo que también crece a medida que aumenta la edad de los entrevistados (el 43% entre quienes tienen más de 65 años versus el 13% entre los jóvenes de 18 a 24).

SEMIKON

BASIC GYM

Tu manera de verte bien

TE106PLUS-AC

MAXIMA TECNOLOGIA PARA USO INTENSIVO



- Cinta motorizada profesional.
- Motor de corriente alterna 3hp blindado.
- Velocidad: 1-20 km/h.
- Inclinación electrónica de hasta 15 %.
- Gran computadora de display de matriz de puntos rojos, ventana central mas 6 ventanas de leds que muestran mediciones en forma simultánea.
- Teclas de acceso rápido a velocidad e inclinación.
- 20 programas de entrenamiento pre-cargados.
- Medición de pulso cardiaco por sensor de contacto.
- Sistema de ventiladores en consola central para comodidad del usuario.
- Ruedas para transporte.
- Banda de 145 cm x 51 cm. 3 mm de espesor.
- Medidas de la base: 227 cm. x 78 cm. Altura: 135 cm..
- Semikon Basic Gym.



Motor de 3HP CA de verdad !!

(cuando compares no olvides comparar el motor)

TE948PRO

Indoor bike profesional



TE9917

Bicicleta magnética profesional



**ENTREGA
INMEDIATA
DE TODA
LA LÍNEA
TODO
EL AÑO**

TE9929EP

Caminador eliptico electromagnético profesional



TE5822H

Plataforma vibratoria profesional, con motor de corriente alterna



www.semikon.com.ar

SUREX ARGENTINA S.A. / Hipólito Yrigoyen 2175 - Avellaneda (1870) - Buenos Aires - Argentina

Tel: (54) 11-4208-1285 / Fax: (54) 11-4218-2727 / Email: ventas@semikon.com.ar

Inventan una pulsera que previene infartos



Hugo Alberto Ferrer

Un estudiante de la Universitat Jaume I de Castellón, en España, desarrolló un dispositivo que sirve para evitar muertes súbitas durante la práctica de deportes. Se trata de pulseras, situadas en la arteria radial de la muñeca de su usuario, que al conectarse a un sistema de monitoreo pueden detectar de manera prematura anomalías cardíacas, prevenir lesiones musculares, mejorar controles de dopaje y agilizar los tiempos de asistencia al deportista.

Este invento, denominado IC-Life, permite controlar en tiempo real el pulso de una persona, que puede ser tanto un deportista profesional como uno

amateur. Al detectar una anomalía en el usuario, la pulsera manda vía TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) tres señales de alerta simultánea: al monitor de control, a las asistencias médicas del club deportivo y al hospital o sanatorio más cercano.

Este proyecto, desarrollado por **Hugo Alberto Ferrer**, un joven licenciado en Administración y Dirección de Empresas, fue reconocido por la cátedra INCREA de Innovación, Creatividad y Aprendizaje con un accésit del IX Premio de Innovación y Creatividad 2011. El precio de las pulseras y el equipo de monitoreo ronda los 20.000 euros. ■

FITNESS GYM
Equipamiento Integral para Gimnasios

Carga Line Cardiovascular

ECONLINE
Pulse Exercise

Fitness System
Gyro System
Deluxe



PRENSA 45°



RC-F39
CON ELEVADOR

Resistencia Cero

"CINTAS PROFESIONALES
USO INTENSIVO"



3 HP RC-07

¡NUEVO
LANZAMIENTO!
CIRCUITO RÁPIDO
DE 30'



BIKE SPI FG CURVE



REFORMER

Visitenos en www.maquinasdegimnasios.com.ar y en www.resistenciacer.com.ar (ENVÍOS A TODO EL PAÍS. SERVICIO TÉCNICO)



Av. Centenario N° 3539 - Quilmes - (B1878EKJ) .

Tel/Fax: (5411) 4278-2885. mail: fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar

LA MARCA NUMERO 1 EN EQUIPAMIENTO PROFESIONAL DE ARGENTINA



CITY HALL (Mar del Plata)



AREA FITNESS (Rosario)



SPORTCLUB Mujer (Bs As)



SUTERH (Bs As)

**PASION, FUTURO, TECNOLOGIA.
LISTO PARA GANAR.**



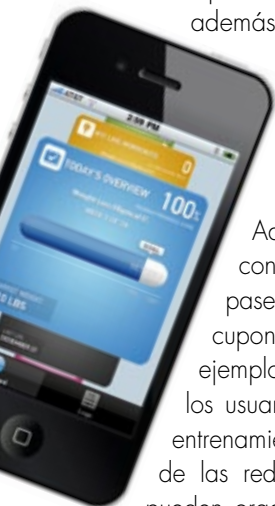
Con el respaldo de:



iFit, de Apple

Esta aplicación ayuda a sus usuarios, a través del iPhone, a medir progresos, programar clases y mantenerse motivados. iFit puede hasta conectarse con los equipamientos de fitness para que los usuarios puedan monitorear sus rutinas, además de permitirles reservar turnos en clases grupales o sesiones de personal training y hasta pagar el gimnasio.

Además, iFit envía alertas con ofertas especiales –como pases gratuitos– y obsequia cupones –bebidas gratis, por ejemplo– como recompensa a los usuarios después de un duro entrenamiento. Con él, y a través de las redes sociales, también se pueden organizar competencias, encontrar compañeros de ejercicios o ser parte de *blogs* especializados.



MOTOACTV, de Motorola

Este nuevo dispositivo de entrenamiento es un reproductor de música (4.000 canciones) y un medidor de rendimiento físico al mismo tiempo. MOTOACTV tiene pantalla táctil color, a prueba de su-

dor, y tecnología AccuSense y GPS para garantizar precisión en la medición de tiempos, distancia, velocidad, frecuencia cardíaca y calorías quemadas.

Pero lo más interesante de este equipo de Motorola, que tiene 8 GB de almacenamiento, es que puede identificar los temas musicales que más motivan al usuario, revisando su rendimiento físico al escuchar cada canción y, en función del mismo, crear luego una lista personalizada de reproducción. Este producto tiene su propio portal: www.motoactv.com

JeFit para Android



Se trata de una aplicación que cumple la función de un entrenador personal, mostrándole a cada usuario, mediante animaciones, qué ejercicios realizar para entrenar cada músculo del cuerpo. Con JeFit, el usuario ingresa sus datos físicos, define sus objetivos, marca un ritmo de entrenamiento, añade o quita ejercicios según sus gustos y puede seguir sus avances.

Nuevo Nokia Lumia 800

Este nuevo equipo cuenta con una gran variedad de aplicaciones para ponerse en forma, que se pueden conseguir –algunas en manera gratuita– a través de Marketplace, la tienda de Windows Phone. Una de las aplicaciones más destacadas es MyFitnessPal, que sirve para medir el consumo diario de calorías y compararlo con los objetivos fijados por el usuario.

Otra aplicación gratuita es Endomondo. Ésta motiva a la persona a realizar ejercicios al aire libre –correr o andar en bicicleta– a través de retos enviados por otros usuarios de la aplicación. Y otro software, también gratuito, es Ab Workouts Lite, que cuenta con una lista de ejercicios que el usuario puede realizar en casa, guiado mediante imágenes.



FULL MAK
SERVICIOS Y SOLUCIONES PARA GIMNASIOS

- EQUIPAMIENTOS
- REPUESTOS
- ACCESORIOS DE FITNESS

TAPIZAMOS MÁQUINAS DE MUSCULACIÓN, BANCOS Y EQUIPOS DE PILATES

DISTRIBUIDOR DE PRODUCTOS FENIX MACHINES

H. Yrigoyen 3941 D.4 - San Justo - Bs. As. - Tel. (54 11) 4482-2791 - Nextel ID 644*2785

www.fullmak.com.ar - info@fullmak.com.ar



Body
Systems
LatinAmerica



10 AÑOS
PROMOVIENDO LA DIFERENCIA
ENTRE EJERCICIO Y
EXPERIENCIA

www.bodysystems.org

Entendiste que no se trata de Condiciones, sino de Decisiones.
Decidir llenar tus Clases en el 2012, depende de vos.
Les Mills Body Systems - Marketing, Conocimiento y Pasión
Sumale tu Decisión!



Por Marcos Tadeu (*)

RETENCIÓN

No es sólo una cuestión de atención al cliente



Se ha hablado tanto sobre retención de clientes en la industria del fitness en los últimos años, que ésta parece ser la panacea universal del sector, la que podría guardar la solución a todos los problemas que tienen los gimnasios. Las fórmulas más usadas y repetidas en cursos y consultorías son, sin duda, todas válidas, pero hasta cierto punto.

Esas fórmulas, básicamente, son:

- Mejorar el nivel de atención al cliente. Según esta premisa, si el cliente es bien tratado, y hasta fascinado, va a permanecer fiel al gimnasio por mucho tiempo.
- Es preciso activar al cliente en los primeros 60-90 días en el gimnasio. Esto quiere decir que si el cliente concurre a entrenar con suficiente frecuencia en la primera etapa de su plan de actividad, permanecerá como socio del gimnasio por más tiempo.

- Los eventos internos son fundamentales para la retención. Esta postura parte del principio de que ejercitarse es aburrido, por lo tanto el cliente precisa de eventos divertidos, con bebidas y comida para aguantar el aburrimiento.

Considero que todas estas fórmulas tienen algún valor, pero también sus fallas. Y desde mi punto de vista, todas tienen un error en común. Pero primero vamos a discutir rápidamente las fallas específicas y luego la más importante, que es común a todas.

- Una buena atención, o incluso una muy buena, no es un diferencial, es una obligación. Toda empresa debe ofrecer una atención de calidad en un mercado competitivo. Si el nivel de atención fuese realmente clave, no habría explicación para el éxito de los gimnasios de bajo costo, que —no se engañen— llegaron para quedarse.

- Si el objetivo al entrar en un gimnasio es mejorar la condición física y obtener beneficios gracias a esto (hay genios que consideran esto secundario), es obvio que lo que debe hacer un novato es entrenar. El problema es que las investigaciones demuestran que quien entrena más en las primeras semanas, se queda más, y la interpretación de muchos fue que eso aumenta la retención.

Yo consideraría otra hipótesis también: el mercado atrae principalmente a quien ya está dispuesto a entrenar, y entonces, éste continúa haciéndolo. Los que no están aún convencidos son justamente los que se van y no frecuentan desde el inicio.

biomax
KINETIC SYSTEM®

BIOMECÁNICA Y SOLIDEZ QUE POTENCIAN TUS MÚSCULOS

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

www.mkt.comunicacion.com.ar

- Organizar eventos es un intento por sustituir los objetivos de salud, etc., por algo menos aburrido. Y es justamente ahí donde radica la falla común: no considerar lo más importante en toda esta historia, que es el comportamiento de las personas en relación con la actividad física.

Hay una porción mínima de la población que ya incorporó la actividad física como un hábito a su modelo de comportamiento. Esa gente está siempre en movimiento. A veces se detiene por unos meses, pero luego regresa. Constantemente.

El problema de los gimnasios es atraer y después retener a aquellos que aún no tienen incorporado ese hábito. Esos millones de individuos que sienten culpa por no ejercitarse pero que aunque comiencen repetidamente un programa de ejercicios, lo abandonan después de un tiempo, utilizando siempre las mismas excusas.

Hacer ejercicios físicos de manera regular exige la incorporación de algo fundamental: el sentimiento de obligación. Claro que es posible sentir placer al hacer ejercicios. Pero quien se ejercita siempre, lo hace incluso cuando tiene mucho trabajo, cuando no tiene ganas y cuando hace frío. Porque el sentimiento de obligación prevalece.

Cualquier profesional de la educación física que merezca ser llamado así sabe esto. Y también sabe que las actividades con un horario de inicio logran mayor retención que aquellas con horario libre. ¿Cuál es la diferencia? Obligación y compromiso. Personas que nunca consiguieron quedarse en un gimnasio, contratan personal trainers y logran habituarse al ejercicio regular. ¿Cuál es la diferencia? Obligación y compromiso.

Así como en nuestro rol de padres obligamos a nuestros hijos a cepillarse los dientes y a bañarse —comportamientos ambos saludables—, hasta que ellos mismos se sientan obligados a respetar esos hábitos con frecuencia, ¿por qué no los obligamos a hacer actividad física? Éste también es un comportamiento saludable. En la respuesta a esta pregunta radica la solución (y ganancias potenciales) de la verdadera retención. ■

(*) Director de Fitness Management School (FMS). Es representante en Brasil de REX Roundtables. mtadeu@alliancefitness.com.br

**FITNESS
MANAGEMENT
TRAINING
CON JUSTIN TAMSETT***

2012

30
MARZO
Montevideo,
Uruguay

31
MARZO
Buenos Aires,
Argentina

01
ABRIL

»MARKETING
»RECURSOS HUMANOS
»ATENCIÓN AL CLIENTE
»VENTAS
»RETENCIÓN

* Justin Tamsett, graduado en Educación Física en la Universidad de Newcastle (Australia). Fue jugador de rugby, instructor de fitness, actualmente dirige la empresa Active Management.

**mercado
fitness**

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

Social Gaming

iZ presenta **Fitness City**

La compañía **iZ**, especializada en *social gaming* y creadora del juego Sports City, lanzó recientemente **Fitness City**, un juego gratuito en el que

los usuarios de redes sociales –como Facebook y Tuenti– pueden crear y gerenciar un gimnasio, al que los habitantes de su ciudad concurrirán para hacer cycling, musculación, pilates o correr en una trotadora.

Para jugar sólo se necesita una conexión a Internet y una cuenta en Facebook o en Tuenti, que es una red social española que reúne a 12 millones de usuarios. En Fitness City, la persona puede montar y equipar su gimnasio como quiera y luego tendrá que realizar campañas de marketing para captar socios, cuyas necesidades (diferentes) deberá atender.

Cuando se lanza una actividad, el usuario debe asignarle un número de socio para que ésta comience a funcionar. Para captar socios, el jugador puede realizar campañas de marketing, siempre que tenga el prestigio que cada una requiere. Éste se consigue principalmente con actividades de las áreas wellness y aqua, y ayudando en los gimnasios de vecinos.

A medida que aumente su nivel en el juego, el usuario contará con una mayor variedad de campañas. Para conseguir la cantidad máxima de socios con una campaña, deberá contratar a todos los trabajadores que se solicitan. Esos puestos pueden ser cubiertos por sus amigos de Facebook o Tuenti, que aún no estén jugando Fitness City, a los que deberá invitar.

La principal fuente de ingresos en Fitness City son las actividades que ofrece el gimnasio. Éstas generan monedas que el usuario deberá recoger cada vez que se completan. Pero también se pueden conseguir monedas mediante acciones como interactuar con otras aplicaciones o juegos en promoción, o ayudar en los gimnasios de vecinos.

Esas monedas le sirven al usuario para comprar en la tienda materiales deportivos y accesorios, como plantas, o bien para ampliar su gimnasio. Pero además de monedas, para realizar una ampliación se necesita Karma, que es un marcador, representado por un corazón, que indica la ayuda que el usuario ha prestado en los gimnasios de sus vecinos.

Fitness City está optimizado para funcionar en Internet Explorer 8 y en las últimas versiones de Mozilla Firefox y Google Chrome. Además, es recomendable utilizar Adobe Flash Player 10. Más info en www.iz.com/es/fitness-city.

EQUIPAMIENTO NUEVO Y USADO REACONDICIONADO

Gimnasios / Clubes / Hoteles / Consorcios / Clínicas / Hogar

Plan Canje. Tomamos su usado en parte de pago.



Elípticos - Bicicletas
Indoor Bike - Cintas
Musculación - Pilates
Accesorios

**PROMO
PLAN CANJE
INDOOR BIKE**

Los mejores precios de contado - Financiación con tarjeta de crédito
Hasta 12 cuotas sin interés - Envíos a todo el país

Cochrane 2951 - Capital Federal
Buenos Aires - Tel/Fax (54 11) 4572-5472
info@unicomfitness.com.ar - www.unicomfitness.com.ar

UNICOM
fitness equipment

COMPRE EN FABRICA SIN INTERMEDIARIOS

CONSULTE POR REFORMER KING Y REFORMER JUNIOR PARA NIÑOS

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




33
EQUIPAMIENTOS
MÉTODO PILATES

www.33pilates.com.ar



SONNOS®

SOLUCIONES DEPORTIVAS

DIVISIÓN ENTRENAMIENTO FUNCIONAL



MONTEA UN GIMNASIO DE ENTRENAMIENTO FUNCIONAL Y PAGALO A 120 DIAS

Para más detalles visita la seccion de promociones en nuestra web

REGISTRATE EN NUESTRA WEB www.sonnosweb.com

O FACEBOOK Sonnos Soluciones Deportivas

Y ACCEDE A CUPONES DE DESCUENTO DE 5% 10% 15%

CONOCE NUESTRA

TIENDA ON LINE DE ENTRENAMIENTO FUNCIONAL

www.sonnos-online.mercadoshops.com.ar



* Descuento por cantidad.

* Anclajes a medida

* Capacitaciones.

KROPP | 3D TRAINING
Entrenamiento funcional en circuito

BANCO PATAGONIA

BANCO Hipotecario

Banco Provincia
Un experto de tu lado



BANCO DE LA NACION ARGENTINA

BANCO COMAFI
Si te va bien, nos va bien.

12 CUOTAS SIN INTERES

*Válido para compras On line. Consulte CFT y detalles en nuestro sitio web.



SONNOS®

SOLUCIONES DEPORTIVAS

Showroom: Florencio Varela 1912 www.sonnosweb.com

San Justo, Bs.As. | Tel. 54.11.4.651.4692 | 4.484.1114 Rot.

info@soluciones-deportivas.com | Skype: soluciones.deportivas

Fitness tour, patrocinado por Volkswagen



La empresa automotriz Volkswagen participó entre noviembre y diciembre de 2011 de un fitness tour organizado por **Body Systems LatinAmerica**, con el cual visitó gimnasios licenciados de la Ciudad de Buenos Aires y del Gran Buenos Aires, Argentina.

A lo largo del tour se realizaron 30 *master classes* para celebrar los 10 años de Body Systems en el mercado y difundir la tecnología Think Blue de Volkswagen, que produce actualmente automóviles con bajo impacto ambiental. Este tour, que terminó el 30 de diciembre, es la antesala de un gran proyecto de características similares para 2012.

Equipos con nuevo diseño y tecnología



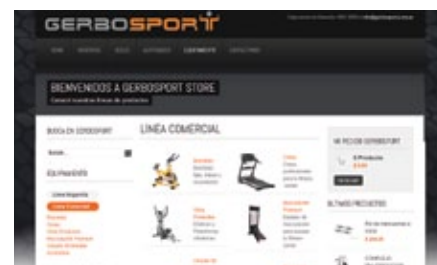
Electromedicina Morales incorporó tecnología digital a sus equipos analógicos. Los productos con nueva versión digitalizada son: Bio Lift, Compresor y Usonic (en sus variantes Duo y Body 1 y 3 MHz). En cuanto a los formatos de sus gabinetes, se destacan diseños ergonómicos, estéticos y versátiles a la hora de enfrentar un tratamiento.

"Todos nuestros productos tienen tecnología de avanzada y un servicio posventa acorde con las exigencias de nuestros clientes", aseguran desde Electromedicina Morales. Esta firma realizará diferentes actividades de capacitación para profesionales de la estética durante febrero en su auditorio de Rivadavia 11018, en la Ciudad de Buenos Aires.

Gerbosport estrena web



La firma Gerbosport, fabricante de equipamiento de fitness y operadora de tres gimnasios en la Ciudad de Buenos Aires, anunció el lanzamiento de su nuevo sitio web www.gerbosport.com.ar. Desde la página de inicio, los navegantes pueden dirigirse al área específica de los gimnasios para conocer sus sedes y oferta de actividades, o bien visitar el área de equipamientos para ver sus productos de las líneas hogareña y comercial.



ESCUELAS NEF
NUEVA EDUCACIÓN FÍSICA

Abierta la inscripción ciclo lectivo 2012

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

Sedes: Capital, Vicente López, Quilmes, Lanús Este y Morón

INSTRUCTORADOS

- Ciclismo de Int. (Nuevo!!!) • Fit. Infantil (Nuevo!!!) • Entr. Funcional (Nuevo!!!)
- Gestión & Mktg • Gimnasia Acuática • Mktg Personal & Profesional • P. Trainer & Musculación
- Pilates Reformer • Pilates MAT y c/ elementos • Prep. Física Grupal & Personal
- Prevención & Rehabilitación por el Ejercicio • Técnicas de Gimnasia

MASTERS DE ESPECIALIZACIÓN

- Fitness Gyro System (nuevo y revolucionario método!) • Gimnasia Acuática p/ Poblaciones Esp.
- Masoterapia • Nutrición y Suplementación Deportiva • Plat. Vibratorias & Electroestimulación
- RCP & Primeros Auxilios • Ritmos Latinos • Stretching • Esferas

EVENTOS

SABADO 3 de MARZO - JORNADA GRATUITA y de ACCIÓN SOLIDARIA
SAB. 18 y DOM. 19 de AGOSTO - 15* ML CONVENCION CON TODOS

Informes e inscripción: (54 11) 4331-6698/0089 de Lunes a Viernes de 10:00 a 18:00 hs.
Web: www.esuelasnef.com.ar/ Email: info@esuelasnef.com.ar / [f](https://www.facebook.com/EsuelasNef) Escuelas Nef

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

KINESIS REDESCUBRE LOS ORIGENES DEL MOVIMIENTO



Nace de la necesidad de acercar la actividad física a la gente para mejorar su calidad de vida.

El principio que lo inspira es la belleza del movimiento libre y natural.

LA GENTE QUIERE RESULTADOS Y EXPERIENCIAS ATRACTIVAS

Bard INTERNATIONAL
MAXIMIZANDO EL MOVIMIENTO

Galván 3450 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
(54 11) 4545 7700
info@bard-international.com
www.bard-international.com



TECHNOGYM

The Wellness Company™

LA REVOLUCIÓN LOW COST



Se los conoce como gimnasios de bajo costo. Sus mensualidades cuestan la mitad o menos que la media del mercado. Cuentan con amplias y limpias instalaciones, con gran cantidad de equipamiento. Suelen no ofrecer clases grupales, tienen poco staff, alientan el autoservicio y usan mucho la tecnología para interactuar con sus socios. Son furor en Estados Unidos y Europa, crecen en Brasil y acaban de llegar a México.

En un contexto de austeridad económica, con consumidores que se sienten menos prósperos, el fenómeno de los gimnasios de bajo costo (*low cost*), también llamados *budget clubs*, domina la escena en Estados Unidos y en Europa. Y mientras aparecen nuevas marcas casi a diario, todo el mundo habla de *low cost*, pero pocos saben de qué se trata.

Lo más obvio, tangible y evidente a los ojos de la mayoría es el **precio bajo** como estrategia. Pero la clave pasa por cuestiones menos evidentes: disciplinados ajustes en la estructura de costos, fuerte énfasis en la tecnología y un alto nivel de eficiencia operativa es lo que permite a estas empresas alcanzar, subsistir y crecer con ese nivel de precios.

Como dice el consultor británico **Ray Algar**, "no se trata sólo de precios bajos, sino de una filosofía organizacional nueva". En su *2011 Global Low Cost Gym Sector Report*, Algar remarca que "los consumidores hoy están menos obsesionados con pagar marcas para demostrar estatus, valoran más su dinero y creen que pagar menos es señal de inteligencia".

"El consumidor sabe que pagar un precio alto no es garantía de experiencia memorable", dice Algar. Pero además de tener precios el 50-60% más bajos que sus colegas *full service*, los *low cost* usualmente no usan contratos de largo plazo, tienen **propuestas simples**, claras y concretas, fáciles de entender para el consumidor, ofreciéndole pocas opciones de precios.

Y aun con precios bajos, los *low cost* brindan **calidad**, poniendo el **foco en lo esencial**. Hacen poco, pero lo hacen bien, porque aunque el consumidor pague menos, sus expectativas siguen siendo altas. Por eso ofrecen –algunos las 24 horas– ambientes limpios y agradables, con gran cantidad de equipamiento de primeras marcas, usualmente sin clases dirigidas.

El **autoservicio** es un componente importante en las propuestas *low cost*, porque hay menos staff. Lo que en gimnasios

tradicionales hacen los empleados, en un *low cost* lo hace la **tecnología**: entrenadores virtuales en terminales interactivas, software *online* para controlar sus progresos, quioscos con pantallas táctiles para comprar las membresías, etc.

Esto es posible porque muchos de los consumidores, y también de los empleados, entran ya en la categoría de **nativos digitales**, que están a gusto con la tecnología y sienten que ésta, además de resultarles cómoda, les da control. Adicionalmente, el autoservicio genera un sentido de reciprocidad entre los socios, que espontáneamente se ayudan.

Varios especialistas coinciden en que la propuesta *low cost* **estimula nueva demanda** y no necesariamente alienta a los consumidores a gastar menos. Sin embargo, también señalan que el crecimiento de estas propuestas afectará a los gimnasios del segmento medio, que ofrecen un poco de todo, para todos, con un nivel de servicios promedio.

Algar habla en su informe sobre "el fin del monopolio del medio". Esto es así porque los *low cost* son una tentadora propuesta para los consumidores de gimnasios tradicionales que vienen pagando hace años por un servicio teóricamente *full*, pero que reciben a cambio un nivel de atención y de equipamientos de calidad regular o mala.

Esos gimnasios, que tienen costos más altos y que para reducir precios y mantenerse competitivos deben sacrificar margen, son los que mayor riesgo corren. Pero no sólo se ven amenazados desde abajo por los *low cost*, sino que también serán atacados desde arriba por las propuestas *premium*. El mercado tiende a polarizarse y en el medio... la nada.

De este modo, los *low cost* obligan a los gimnasios *full service* existentes a revisar sus propuestas para poder argumentar sus precios más altos de cara a los clientes. Y así también desafían a toda la industria a elevar el estándar de calidad. "Aquellos gimnasios que no puedan o no quieran hacerlo, serán menos valorados y se tornarán irrelevantes", dice Algar.

Algunos de los actores

En la actualidad, las marcas más emblemáticas del sector son: en Estados Unidos, **Planet Fitness**, que abrió en enero su gimnasio 500 y en 2012 planea inaugurar 100 nuevas unidades; y en Europa, la cadena alemana **McFit**, fundada en 1997, que ya tiene más de 140 gimnasios (2.000-2.500 m²) en Alemania, Austria, España y próximamente en Italia.

Algunos grandes operadores *full-service* ya comenzaron a explorar este modelo. **Equinox** lanzó Blink Fitness en Nueva York; donde tiene tres abiertos y dos por abrir. En 2011, **Bally Total Fitness** abrió **BFit** en Oak Lawn, Illinois. Y **Gold's Gym**, por su parte, sumará en la primera mitad de 2012 tres **Gold's Gym Express** a los cinco que ya tiene funcionando.

Una singularidad es que grandes compañías de otros sectores también se metieron en el juego, como **EasyJet**, la aerolínea de tarifas económicas líder en Europa, que abrió a mediados de 2011 en Inglaterra dos **easyGym**, ubicados en Slough y en Wood Green, en Londres, con tarifas mensuales de 20 a 22 dólares, sin contratos anuales.

En una Europa en crisis, este fenómeno ha tenido un impacto significativo en España, donde florecen nuevas marcas *low cost* mientras los grandes de la región anuncian planes de expansión allí. **Basic-Fit**, líder en los Países Bajos con mensualidades de 15,95 euros, ya tiene cuatro centros en España y abrirá el quinto en febrero en Zaragoza.

La británica **The Gym** lanzó en abril de 2011 su primera sede (1.845 m²) en Barcelona. Sus gimnasios están abiertos las 24 horas, cuentan con actividades dirigidas, cobran una cuota mensual de 19,90 euros y no tienen contratos. La alemana **McFit**, por su parte, ya tiene tres unidades en España, con cuotas de 18,90 euros (cobra 0,50 euro los cinco minutos de ducha).

Y con todo esto sucediendo frente a sus narices, los empresarios españoles no tardaron demasiado en lanzar sus propias

2011 Global Low Cost Gym

Sector Report, de Ray Algar, fue usado como fuente principal de información para este artículo. Más información en www.oxygen-consulting.co.uk

propuestas *low cost*. Así nació **DreamFit**, que ya tiene dos instalaciones. **Fitness 19**, que cuenta con un centro en Madrid y otro, recientemente abierto, en Zaragoza. Y **AltaFit**, que posee dos gimnasios a 19,90 euros por mes.

"Planteamos una construcción e inversión muy contenidas, utilizamos procedimientos y tecnología para agilizar la gestión, seleccionamos un equipo humano polifuncional y ofrecemos al cliente un precio muy económico y sin contratos", dice **José Antonio Sevilla**, socio director de AltaFit, que planea abrir dos centros más en el primer trimestre de 2012.

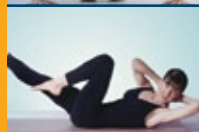
También en Zaragoza, la marca aragonesa **Millennium Fitness** reconvirtió en *low cost* su instalación de Universitat 8, que ahora sólo cuesta 19,95 euros al mes. "No es una oferta pasajera, mantendremos este precio. Se trata de una manera de entender el fitness como algo en lo que también puedes ahorrar", explica Alberto Roca, gerente de la empresa.

Asimismo, en el País Vasco ya tienen su primer *low cost*, el **Gogym** (600 m²), que abrió en Jándiz, Vitoria. Según su gerente, Iñaki López de Vergara, "las modalidades para apuntarse son dos: una cuota plana de 17,90 euros para usar la sala de máquinas, de lunes a sábado, o pagando por los servicios que se consumen: pilates, spinning, circuito, estiramiento".

En América Latina la cuestión es muy virgen aún. El caso más destacado es sin dudas el de **Smart Fit**, que ya tiene 36 unidades en Brasil y está dando sus primeros pasos en México, con cinco aperturas, de la mano de Sport City. También en este país, la canadiense Angela Birkenbach está incursionando con su franquicia *low cost* **36Five Fitness**.



DIGITALfitness



DIGITALpilates



DIGITALspa



DIGITALclub

DIGITALsoftware

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



Por José Luis Gaytán Escaso (*)

UN CAMBIO DE ÉPOCA

El modelo de negocios *low cost* se gestó en el sector de las aerolíneas como una alternativa a la oferta de las compañías aéreas tradicionales. En Europa, EasyJet y RyanAir fueron las pioneras de un subsector al que más tarde se sumarían Vueling y ClickAir. Luego, la tendencia pasó a otras industrias, como la de alquileres de coches, supermercados, etc.

Todos los estudios indican que este modelo de negocio ha venido para quedarse. Sería un error pensar que muchas empresas como Ikea, Eroski, Zara o H&M desaparecerán después de la crisis. Simplemente porque los hábitos del consumidor han cambiado y las empresas englobadas en este concepto convivirán sin lugar a dudas con otras *high cost*.

Según datos recientemente publicados, la facturación de las aerolíneas *low cost* supera ya a la de las tradicionales. ¿Tendencia o consolidación? Parece ser más bien lo segundo. ¿De aquí a unos años se irá extendiendo a otros sectores? El proceso ya ha empezado.

¿Quién es el cliente de *low cost*?

El papel del cliente será clave en la definición de las nuevas demandas de los mercados, que tienen que adaptarse a las necesidades de un usuario más informado, que utiliza Internet para eliminar intermediarios y obtener el producto que necesita. Hoy el consumidor conoce la oferta, compara precios y comparte la información en las redes sociales.

Además, ya tiene experiencia en *low cost*. Estas propuestas no están dirigidas a las clases sociales de menor poder adquisitivo, ni es cierto que personas de renta elevada nunca apostarán por una marca *low cost*, eligiendo siempre las *premium*. El consumidor combina productos o servicios *low cost* con otros *high cost* (esto se conoce como *cross shopping*).

El éxito de las marcas *low cost* no sólo radica en "precios bajos". Parte del secreto se halla en la conexión emocional que logran con sus audiencias. Por eso, algunas marcas *premium* deberían replantearse si en un futuro podrán mantener sus promesas de valor, ya que el problema aparece cuando el cliente considera que el precio no justifica el servicio recibido.

Según estudios realizados, el consumidor de gimnasios *low cost* está mucho más satisfecho que los clientes de gimnasios *high cost*. Está contento de obtener un buen servicio, a muy bajo precio, en lugar de un servicio inferior a lo esperado por un precio más elevado.

Sin lujos ni adornos, un buen negocio

En este modelo de negocio se presta especial atención al control de costes y se trata de limitar la oferta, sin incluir actividades y servicios que se han ido incorporando a los clubes de fitness, muchas veces sin reflejar ese coste añadido en la cuota. Básicamente, el producto ofertado es el uso libre de la sala de musculación y máquinas cardiovasculares.

O sea que la propuesta pone el foco en el producto básico, sólo gimnasio, sin lujos ni adornos. Además, hay un elevado uso de la tecnología, para poder disminuir la carga de trabajo de los empleados y minimizar el número necesario de éstos. Se ofrece la posibilidad de inscripción *online* y el precio está por debajo del 50% de la cuota media.

AQUALIFE Evolución Constante
by Cristina Barcala

¡¡AHORA ES EL MOMENTO!! Ofrece en tu natatorio el sistema de fitness grupal acuático que revolucionó Europa.

AquaBroker
Asesoramiento y Capacitación

- Organización y aplicación de programas Aqualife
- Capacitación de profesores
- Diseño de estrategias de captación de clientes

Conocé las últimas tendencias!!

Los programas de fitness acuático que necesitas

Equipamiento
Equipos de entrenamiento acuático

- Bicicletas • Step • Minitramp • Cintas
- Manoplas • Cinturones de flotación
- Discos de flotación • Postas
- Tobilleras • Paletas • Elíptico y mucho más!!

Desarrollo constante de nuevos productos

info@aqualifeevolucion.com.ar www.aqualifeevolucion.com.ar ventas@aqualifeevolucion.com.ar

AQUA System AQUA Step AQUA Power AQUA Julio AQUA Cycle AQUA Gym AQUA Energy AQUA Kids speedo

Por supuesto, la pregunta del millón, es: ¿un *low cost* es rentable? Valga de ejemplo la alemana McFit, que en 2007 tuvo una facturación de 86 millones de euros, con un EBITDA del 32%. Ese mismo año, el número de usuarios de centros de fitness creció en Alemania en más de 1.000.000 de personas, de las cuales 700.000 optaron por un *low cost*.

Ésta no es una época de cambios, **es un cambio de época**. Ha llegado el momento de reinventarse.

(*) Director de Expansión de Fitness 19. www.fitness19.es



Foto: Gentileza Smart Fit.



Por José Antonio Sevilla (*)

LA OPCIÓN INTELIGENTE

En los últimos dos años, la crisis económica en España ha ayudado a que el consumo *low cost* se instalara en la sociedad con marcas blancas (genéricas) en alimentación, ropa, muebles, etc., y se extendiese prácticamente a todos los sectores. Pero este fenómeno no es sólo una respuesta a la crisis, pues se tiende a pagar sólo por lo que se usa.

Esto no es algo coyuntural, sino que permanecerá cuando la situación económica mejore. "El *low cost* es la oportunidad, no tanto de realizar una compra barata, sino de hacer un consumo inteligente (...) Los consumidores ya no creen que lo que cuesta menos es de peor calidad", explica **Josep Francesc Valls** en el libro *Fenómeno low cost*.

Para **Javier Vello**, de la consultora PWC, "ya no existe un perfil de consumidor, sino un momento de consumo con comportamientos cambiantes para la compra de unos productos y de otros". En este sentido, el experto afirma que "cualquier prima en el precio deberá estar claramente asociada con un incremento en el valor del producto o del servicio".

En el sector del ocio, en el que situamos al fitness, también ha encajado la idea de comprar barato, de comprar de manera inteligente. Las características del gimnasio *low cost* son:

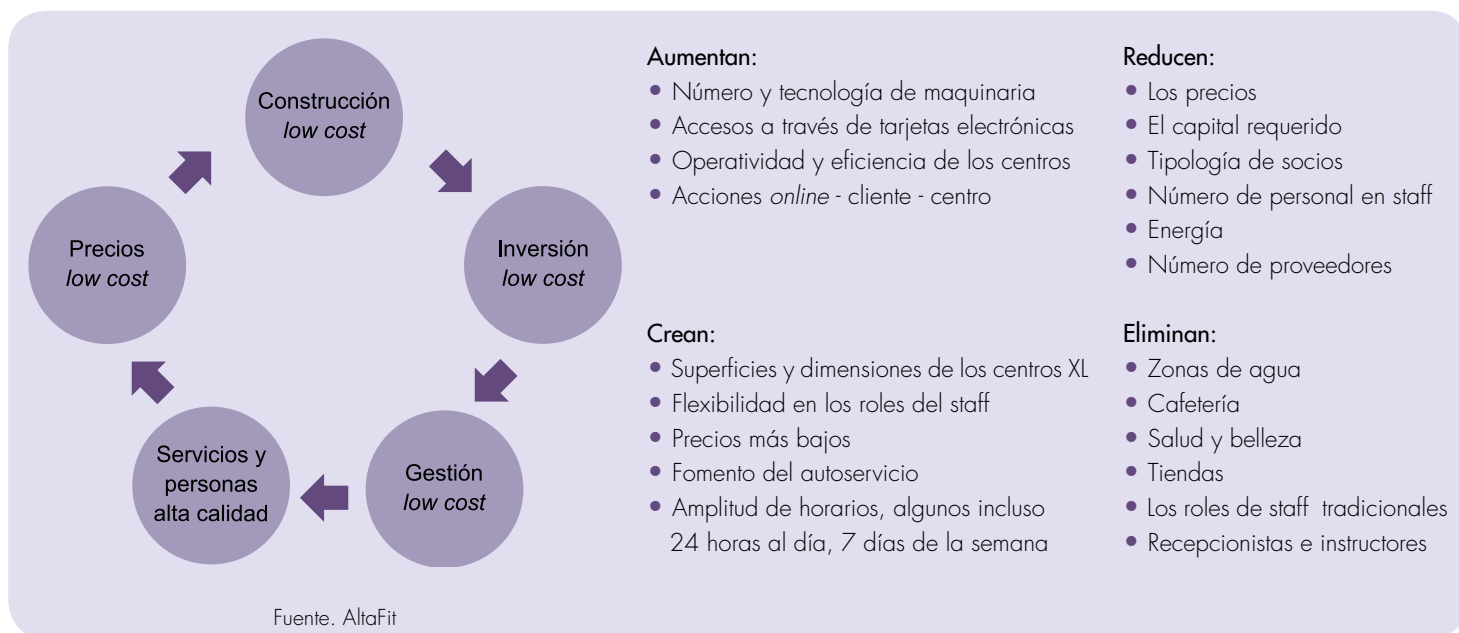
» INTELIGENTE » SIMPLE
INDOOR ROWERS

concept 2
ROWING
REMO BAJO TECHO

SILENCIOSO

DYNAMIC INDOOR POWER
» COMPACTO » SIMPLE
» SILENCIOSO

Bartolomé Mitre 4020 - Capital Federal - Tel. (5411) 4958-2620 / 5216
Good Will R.C. - Colón 593 - Ciudad Mendoza - Tel. (0261) 155566176
concept2argentina@gmail.com

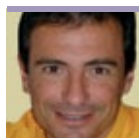


Consolidación del modelo

En los próximos meses vamos a ser testigos del asentamiento definitivo de este modelo de negocio, que va a asumir una importante cuota de mercado, alimentándose fundamentalmente del segmento medio. Pero el objetivo de nuestros gimnasios será hacer accesible la práctica de actividad física a todos. Apostamos por los **no clientes**.

El modelo de gimnasio que hoy existe es atractivo para el actual usuario de fitness, por lo tanto, para poder atraer a nuevos consumidores, es necesario reinventarnos como industria. Quienes sean capaces de crear una oferta de servicios que contemple a los no clientes, tendrán muchas probabilidades de triunfar.

(*) Socio director de AltaFit Gimnasios. www.altafit.es



Por Pablo López de Viñaspre (*)

COMPETIR CON LOS LOW COST

Como dice **Jack Trout**, una de las leyes inmutables del marketing es la "ley de la división". Una categoría comienza con un producto único, pero con el tiempo se va dividiendo y aparecen nuevos productos, subproductos y, luego, se divide en segmentos. El marketing puede verse como un mar de categorías y de productos que lo inunda todo.

Control de socios

SOMOS LA EMPRESA CON MAYOR EXPERIENCIA DAMOS SOLUCIONES INTEGRALES

Molinetes
somos fabricantes
Credenciales
Accesorios
Lectores:
Proximidad - Código de barras - Huella

GSD GSDTECNOLOGIA GRUPO SILICON DINAP S.R.L.

Pavón 2721 :: CABA :: info@gsdtecnologia.com.ar
Tel: 011-4941-0478 :: Cel: 15-5780-6814

www.gsdtecnologia.com.ar

Tanto la sobresaturación del mercado como la presencia de competidores *low cost* son aspectos habituales en todos los sectores. Sólo hay que pasear por un supermercado para ver la cantidad de productos que se ofrecen, gran parte de ellos de marca blanca. Más de 30.000 productos, mientras que una familia media necesita sólo unos 150.

Ante esta situación, las empresas suelen reaccionar de tres maneras para no ser ignoradas:

1) Pensar que lo importante es el precio y hacer descuentos agresivos para aumentar la captación de nuevos clientes. Pero este planteamiento presenta varios problemas: al bajar el precio se necesita un mayor volumen de socios para generar los mismos ingresos. Y depender del volumen en un mercado con exceso de oferta es como mínimo arriesgado.

Además, aun bajando los precios, no siempre aumentan las ventas, por dos motivos: primero, porque para que una reducción de precios sea atractiva y estimule las altas, debe ser de una magnitud considerable; en segundo lugar, si la competencia responde bajando los precios, las ventas no se incrementan, por lo que sólo se habrá reducido la facturación.

Por otro lado, intentar competir sobre la base de precios bajos con un *low cost*, cuando no se tiene la estructura de costes, ni la oferta de servicios ni la cultura empresarial preparada para hacerlo, es como si un barco pirata quisiera luchar contra una fragata de la armada sobre la base de cañonazos. Lo más probable es que acabe tragando agua.

2) Pensar que lo importante es la calidad total y que los *low cost* carecen de ésta. Es posible que hace 15 años haya habido gimnasios con malas instalaciones, equipamiento pobre y falta de limpieza. Pero hoy prácticamente todos los nuevos gimnasios ofrecen calidad en su infraestructura y tienen procesos de atención a clientes bien planificados.

Estoy de acuerdo en que, ante el aumento de la competencia, se deban revisar los procesos y se opte por mejorar la calidad en todos los aspectos del negocio que realmente aportan valor al cliente, pero creo que ésta no puede ser la única estrategia para competir. Y mucho menos autoengañarnos repitiendo que los *low cost* no ofrecen calidad, porque eso es falso.

3) Pensar que hay que ser diferente, y lograr que el cliente lo perciba así para poder subir los precios. Ésta es, en mi

opinión, la mejor opción para la mayoría de los gimnasios que deban competir con un *low cost*. Y digo la mayoría, porque me refiero sólo a aquellos que tienen instalaciones, servicios, cultura y gestión a la altura de las exigencias actuales.

Aquellos que no están a la altura de las circunstancias y que no pueden o no quieren hacer el esfuerzo para estarlo, lo mejor que pueden hacer es cerrar. Porque se han quedado fuera del mercado, y no por la llegada de los *low cost*, sino porque no han sabido adaptarse a lo que el mercado les pedía. Por lo tanto, ha llegado el momento de su extinción.

¿Por qué hablamos de subir los precios para competir con un *low cost*? Tiene su lógica. Con la llegada de nuevos competidores a tu zona de influencia, el pastel que antes te comías tú solo, ahora hay que repartirlo. Es posible que el pastel haya crecido ligeramente, pero no lo suficiente como para que tú puedas seguir tranquilamente con tu porción.

Como es muy probable que esta situación empeore y siga aumentando la competencia, lo mejor es asumir que a partir de ahora el reto es conseguir que la empresa siga siendo rentable, pero con menos clientes. La estrategia para lograr esto es:

- Aumentar progresivamente la cuota media, subiendo precios y reduciendo la cantidad de cuotas con descuento.
- Incrementar la oferta de servicios marginales (fuera de la cuota) y conseguir que todo el personal venda servicios a los actuales socios.
- Analizar detalladamente los costes y reducir gastos en todas aquellas partidas que no aportan un claro valor al socio.
- Diferenciarse de la competencia en todo lo posible: servicios, equipamiento, procesos y, sobre todo, personalización.
- Poner en marcha estrategias de comunicación para situar la marca del club en un lugar distinguido en la mente del consumidor, para que éste la perciba como diferente y de mayor prestigio.

Competir por precio en la mayoría de ocasiones ni siquiera es una alternativa viable. Porque ésta no es una batalla de precios sino de percepciones. El cliente siente atracción y está dispuesto a pagar más por aquellas marcas que percibe como diferentes, que le dan estatus o que representan valores y un estilo de vida con el que se identifica.

(*) Gerente de Wellness & Sport Consulting (WSC).
pablo@gedo-formacion.com

Bio Ritmo & Sport City

Smart Fit desembarca en México

Mercado Fitness estuvo en San Pablo, en exclusiva, con Edgard Corona, de Bio Ritmo, y Carlos Gómez, de Sport City, quienes comentaron los pormenores de esta noticia.



A fines de diciembre de 2011, una noticia sacudió la industria de gimnasios de América Latina: **Bio Ritmo**, de Brasil, y **Sport City**, de México, dos de las cadenas más importantes de la región, anunciaban un *joint-venture* para introducir en México la marca **Smart Fit**, el modelo de gimnasios de bajo costo que la compañía brasileña lanzó en 2009.

De esta manera, Smart Fit se convirtió en la primera red de gimnasios de Brasil en expandirse fronteras afuera y Sport City en uno de los primeros en México en apostar por un modelo *low cost* de gimnasios, que hasta ahora sólo habían ensayado, de manera muy tímida y a través de franquicias, las norteamericanas Anytime Fitness y Snap Fitness.

En una etapa inicial, se invertirán 5 millones de dólares para abrir los primeros cinco gimnasios SmartFit en México. Las dos unidades piloto, de 1.105 y 1.600 m², se abrieron en enero en la Delegación Cuauhtémoc, del Distrito Federal, y en Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México. Entre febrero y abril se abrirán los tres gimnasios restantes.

“Ésta es una oportunidad de llevar a más personas nuestro mensaje de salud y bienestar. Creemos que con la experiencia lograda al operar 46 clubes, sumada al gran conocimiento que tiene nuestro socio, seremos capaces de llevar la cultura de la actividad física a más sectores de la población”, dice **Carlos Gómez**, director general de Grupo Martí.

Bio Ritmo eligió México por la similitud cultural y el potencial de negocio del mercado. “México tenía la necesidad de gimnasios simples, baratos y divertidos, que ofrezcan un servicio de calidad. Con esta alianza, esperamos contribuir a mejorar la salud de los mexicanos”, señaló **Edgard Corona**, fundador y CEO del Grupo Bio Ritmo.

En México, la mensualidad de Smart Fit cuesta 26 dólares. “El consumidor mexicano nos había estado pidiendo que hiciéramos algo más económico y, honestamente, no sabíamos cómo hacer dinero en este nivel de precios”, dice Gómez. Una membresía a Sport City ronda los 455 dólares y las cuotas van de 120 a casi 200 dólares, según el tipo de club.

Pero no por tener precios bajos, los Smart Fit serán gimnasios austeros. Éstos ofrecen a sus clientes ambientes agradables, bien decorados e iluminados, con gran cantidad de equipamiento de primera línea –de las marcas Life Fitness, Technogym o Matrix–, “lo cual se traduce en una muy buena relación costo-beneficio para ellos”, explica Corona.

Según Gómez, la propuesta de Smart Fit está dirigida a todos los segmentos de la población. “Nuestro objetivo es atraer mucha gente, porque se necesita volumen”, asegura. En esta línea, Corona explica que “éste es un negocio de escala, con una expectativa de márgenes que van del 8 a 10%”, bastante más bajos que en un gimnasio tradicional.

DISEÑO, CALIDAD Y EL MEJOR PRECIO DEL MERCADO

XFIT

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

PROMO
11 bicicletas indoor
+ Tarima para profe
\$16.900

BICICLETA OFICIAL DEL PROGRAMA
BIKE by ANDREANI

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



Vibroboost
Plataforma Vibratoria
Profesional con
vibración triplana

SK-9000
Bike



SK-9900
Recumbent



YV30



YV30R



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

SK-9100
Eliptico



SK-6950
Cinta motorizada



SK-6950



SK-6950 TV



Línea BH LK



LK-7000 Bicicleta Electromagnética



LK-5900 Cinta Motorizada



FC-249 Eliptico Electromagnético



FC-58H Bicicleta Indoor

www.randers.com.ar

REPRESENTANTE EXCLUSIVO PARA ARGENTINA: ARGENTRADE SRL

- Calle 514 Nº 2050 - (1901) La Plata - Argentina - Tel/Fax: (0221) 471-2323

- Av. Del Libertador Nº 602 PB "A" esquina Cerrito - Capital Federal - Argentina - Tel: (011) 4815-2950

info@randers.com.ar - sgrigera@randers.com.ar



DISTRIBUYE Y GARANTIZA

ARGENTRADE SRL

El ejecutivo de Sport City confía en que con estos nuevos gimnasios estarán "llegando a un mercado que no está acostumbrado a tener este tipo de servicio", y cree que no van a afectar la concurrencia de su principal cadena. "Son públicos diferentes. Quien está dispuesto a pagar una mensualidad en Sport City, no iría por 26 dólares a un Smart Fit", dice.

En este sentido, Corona señala: "En Morumbi (San Pablo) abrimos un Smart Fit a 700 metros de un Bio Ritmo, y ambos gimnasios se potenciaron". En lo que respecta a las oportunidades inmobiliarias, tampoco compiten. "Las locaciones apropiadas para abrir un Smart Fit no servirían para ningún formato de clubes de Sport City", dice Gómez.

A la hora de hablar sobre los planes a mediano plazo, el ejecutivo mexicano se muestra precavido: "En abril tendremos cinco Smart Fit, evaluaremos los resultados y recién entonces vamos a decidir cuáles serán los siguientes pasos". De momento, lo que sí puede confirmar es que en 2012 abrirán tres clubes Sport City, con el formato Entrenna.

En lo que respecta al impacto de Smart Fit en el mercado, Gómez cree que "seguramente intentarán copiarnos". De hecho, algunos de sus principales competidores ya vienen ensayando estrategias basadas en precios bajos. "Las condiciones del juego han cambiado un poco, pero lo vemos con optimismo, aún se puede lograr una mayor penetración", dice.

El modelo Smart Fit

Los gimnasios Smart Fit tienen, en promedio, entre 1.200 y 1.500 m², aunque la compañía está realizando algunas pruebas piloto en Brasil con unidades de menor porte. Montar estos gimnasios demanda una inversión de 1.800

a 2.000 dólares por m². Todos tienen grandes áreas de musculación y cardio, pero no ofrecen fitness grupal ni personal training.

En todas sus sedes hay sillones masajeadores y gabinetes de bronceado. Y la principal diferencia con el modelo *low cost* norteamericano y europeo, que está orientado al *self-service* (autoservicio), es que en Smart Fit tienen alrededor de 15 empleados por unidad, el 70% de los cuales es graduado universitario en educación física.

"Nosotros tenemos más empleados por sede que muchos gimnasios que se llaman a sí mismos *full service*. Nuestros clientes todavía necesitan algún tipo de acompañamiento. Porque además de haber diferencias culturales, nuestras leyes son distintas también. Por eso hay que tener cuidado al analizar modelos de Estados Unidos o de Europa", dice Corona.

Actualmente, Smart Fit tiene 65.000 clientes y 36 gimnasios propios —sólo una franquicia— en San Pablo, Brasilia, Río de Janeiro, Campinas y Porto Alegre. Esta compañía espera terminar 2012 con 60 unidades en Brasil. Corona ya tiene conversaciones avanzadas con operadores en varios mercados de Sudamérica para llevar Smart Fit a otros países.

Sobre los socios

Edgard Corona abrió su primer gimnasio Bio Ritmo en San Pablo, Brasil, en 1996. En la actualidad, su compañía cuenta con 22 gimnasios y más de 50.000 socios bajo esta marca, y planea abrir uno más en 2012. En 2010, Bio Ritmo se fortaleció con la entrada del fondo Patria Inversiones, lo que contribuyó a su crecimiento y consolidación.

Sport City tiene 100.000 clientes y 46 clubes en todo México, con diferentes formatos: Fitness, Women's Workout, Executive, Swim, Entrenna, Active y Corporate Wellness. Esta empresa pertenece al Grupo Martí, que también es propietario de 200 tiendas deportivas Martí, de Emoción Deportiva, de la agencia SporTravel y de los restaurantes City Café. ■



24/7
ÚNICO SERVICIO TÉCNICO
24 HORAS DEL DÍA
LOS 7 DÍAS DE LA SEMANA
DISPONIBLE EN CAP, FED. Y GBA

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

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

Ya lo habíamos anunciado

En noviembre de 2009, **Mercado Fitness** publicó como nota de tapa de la edición 37 un informe que anticipaba el crecimiento de este fenómeno bajo el título "Costos bajos, tarifas bajas". Sugerimos leerlo una vez más.



La mejor relación precio, producto, calidad del mercado



www.equipmillennium.com

Gral Vedia Nº 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

Comercial

FITNESS OPTIONS ahora en CHILE
es

FITOP
FITNESSOPTION

www.fitop.cl

Máquinas de ejercicio



ELIPTICAS



TROTADORAS



INDOOR BIKE



PLATAFORMAS



MULTIESTACIONES

Athletic
PROFESSIONAL FITNESS

TUNTURI®

BREMSHEY
SPORT

R2 sport

Sala de ventas y servicio tecnico

Tel.: 212 2456

E-mail:jpquintanilla@fitop.cl

Av. Alonso de Córdova #5903 Las Condes - Santiago



Tía María se amplía

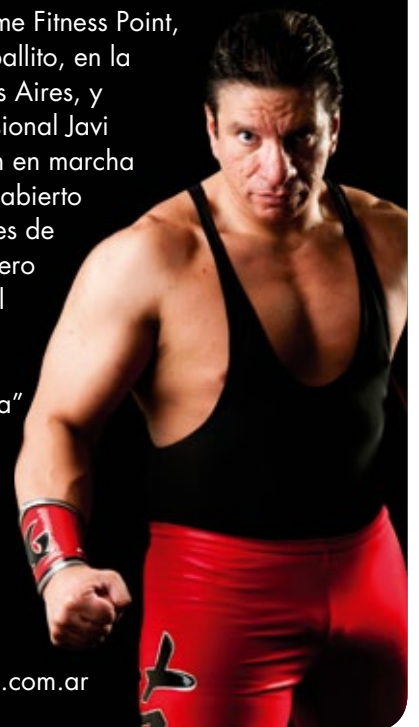
El gimnasio Tía María, de la ciudad santafesina de Venado Tuerto, culminó sus obras de ampliación con tres nuevos salones. Con 600 m², este centro tiene salas de musculación, aeróbica, pole dance, relax y una de cycle en la planta alta, climatizada, con vista panorámica al exterior, 21 bicicletas, luces, efectos especiales y pantalla gigante.

"Para nosotros, el área de relax, así como la terraza, sirven para fomentar la interrelación entre los socios, que es indispensable. Allí éstos pueden sentarse, tomar bebidas, charlar y relajarse", explica Silvia Barroso, propietaria de Tía María. Su empresa también ofrece cursos de formación de instructores y organiza eventos de fitness.

Ubicado a una cuadra de la plaza principal, este gimnasio inaugurado en 1994 tiene en promedio 600 socios activos que pagan una mensualidad de 80 pesos (18,60 dólares).

La cuna de la lucha libre

El gimnasio Extreme Fitness Point, del barrio de Caballito, en la Ciudad de Buenos Aires, y el luchador profesional Javi Guerrero pusieron en marcha en enero un ciclo abierto y gratuito de clases de lucha libre. Guerrero es conocido en el medio por sus personajes "Cara de Máscara", "Jorge Torresi" y "Peter Lawrence", entre otros.



www.javiguerrero.com.ar



Megatlon, entre las grandes marcas



Alberto Canavese, Rubén González, Diego Pellegrino, Fernando Kleiman, Raúl Wainraich, Guido Míguez, Fernando Storchi y Javier Petit de Meurville.

La red de clubes **Megatlon** fue distinguida en 2011 como una de las marcas más importantes de Argentina e incluida, por segunda vez, en *El libro de las grandes marcas*, de Topbrands. "Ésta es la segunda vez, en tres ediciones de Topbrands, que recibimos este reconocimiento", destaca **Javier Petit de Meurville**, gerente de Marketing y Relaciones Institucionales de Megatlon.

"Este premio es importante para todos los gimnasios en general, no sólo para nosotros, porque reconoce a la industria del fitness, poniéndola a la altura de otras ya instaladas en el país desde hace mucho más tiempo", opina Petit de Meurville, al tiempo que agrega: "Es reconfortante sentir que nos eligen y que vamos en el camino correcto".

Según Topbrands, "Megatlon es la marca líder y de mayor prestigio, reconocida en su segmento de actividad por ser *top of mind* para el 80% de la población adulta de Buenos Aires". Para el ejecutivo, "esto no sería posible sin la colaboración de todos los que trabajan en la empresa y de los clientes que, día a día, nos eligen para venir a entrenar".

Algunas de las otras empresas distinguidas en esta edición de *El libro de las grandes marcas* son: Aeropuertos Argentina 2000, Arcor, Assist-Card, Atma, Bio Sidus, Claro, Dotto, Durlock, Fargo, Flash, Fundación Favalaro, La Martina, La Serenísima, Luna Park, Makro, Mimo & Co., Nextel, Nivea, Philco, Rever Pass, River, Sanyo, Sushi-Club, Vitamina e YPF.

Topbrands es una organización que promueve la disciplina del *branding* y que reconoce a las más excepcionales marcas de cada mercado, a partir de la calificación que realiza un consejo de expertos, que es totalmente independiente y voluntario. ■

LDPIL.com
División Pilates

Equipamiento Profesional.

Garantía de 2 años.

La Mejor relación entre precio y calidad.



LDPIL.com
División Estética

Equipamiento de estética.

Asesoramiento y demostraciones personalizadas.

Amplia financiación.



LDPIL.com
División Fitness

Plataforma Profesional BS PRO.

Amplia Financiación.

Plan Canje.



BSHAKE
better body, better life



Tel. 005411 4733 3959

Alfaro 280, Acassuso.

Bs. As. Argentina (B1641BWB)

info@ldpil.com // www.ldpil.com

Gracias a todos los nuevos clientes.
Lo esperamos a UD también, No se quede afuera.



PRISCILA
BARBI
PERSONAL TRAINER
ATHLETIC

Inspire algo nuevo.

Expire resultados.

Athletic Professional Fitness.

Después de 15 años de liderazgo y gran actuación en la Argentina, Athletic tiene aliento para una conquista más, Llega la LÍNEA ATHLETIC PROFESSIONAL FITNESS.

- Invertimos en tecnología de alta performance.
- Proyectamos su gimnasio en 3D.
- Armamos su negocio a medida.
- Garantía y mantenimiento especializado.
- Personal propio entrenado por la fábrica.
- Stock de repuestos permanentes.

Ofrecemos todo esto y mucho más con la mayor variedad y facilidad de pago, así como financiación para su emprendimiento con plazos exclusivos.

Athletic Professional Fitness. Para profesionales.

Athletic

commagica.com.br



Línea Cardio

Mucho más resistencia para su gimnasio.



Línea Sensation

Diseño moderno y diferenciado.



Línea Perfect

Una línea perfecta para los mejores resultados.



Línea Fundamental

Esencial para sus alumnos.

Para ver todas nuestras líneas ingresá a

pro.athletic.com.br

Teléfono: (0054) 11 4722-5500 interno 7004

E-mail: lineapro.arg@athletic.com.br

Dirección: Juan Manuel de Rosas 2969 Depósito 93 – José León Suárez

Athletic
PROFESSIONAL FITNESS

Compras colectivas

Lanzan Graufit en España

Fede Lorente, un joven emprendedor de Valencia, España, desarrolló una central de compras colectivas y de servicios para clubes deportivos y gimnasios a la que bautizó **Graufit**. Su objetivo es que los operadores independientes consigan economías de escala como las grandes cadenas y que los proveedores aumenten sus ventas.

A través de Graufit, "los gimnasios pueden tener en sus compras un ahorro de alrededor del 27%, aprovechando los acuerdos que hemos negociado con proveedores de distinta envergadura", asegura Lorente, quien comenta que antes de lanzar Graufit hizo "una prueba piloto con 60 gimnasios, que tuvo muy buena acogida".



Fede Lorente.

Graufit tiene a sus proveedores –sólo uno por rubro– agrupados en unas 50 categorías, entre las que se destacan: formación, material deportivo, limpieza, mantenimiento, marketing e informática. "Seguimos permanentemente trabajando en la incorporación de nuevas categorías y también sumando proveedores", asegura Lorente.

"Queremos –prosigue– que nuestros asociados tengan la mejor relación precio-calidad del sector. Y también que los proveedores puedan, a través de Graufit, aumentar sus ventas, para poder seguir haciendo buenos descuentos y publicitarse de una manera sectorizada, con la posibilidad de contactar a nuestros gimnasios asociados".

Quienes deseen aprovechar los beneficios de esta central de compras, pueden registrarse en www.graufit.com mediante una invitación o pagando una cuota de ingreso. Una vez validado el registro, el gimnasio tiene acceso a todos los acuerdos vigentes y puede contactar a cada proveedor desde un formulario.

"En febrero pondremos en funcionamiento una red social para los asociados a Graufit, donde éstos podrán compartir ideas, experiencias y todo tipo de material para ayudarse mutuamente", comenta Lorente. Además, los empleados de los gimnasios asociados tienen descuentos en viajes, alquiler de coches, alarmas, formación, etc.

Aquellos lectores de **Mercado Fitness** que deseen probar los servicios de Graufit pueden hacerlo registrándose *on-line* con el usuario MERCADOFITNESS y la contraseña MERCADO2012. Lorente analiza a futuro la posibilidad de expandir los servicios de Graufit a América Latina a través de un aliado en la región. ■

CONSULTA PARA LA COMPRA DEL EQUIPAMIENTO OFICIAL Y CERTIFICACIÓN
 Infórmate sobre fechas y lugares de capacitación

"DESCUBRI LA MODALIDAD QUE ESTA REVOLUCIONANDO LOS GIMNASIOS Y CENTROS DE ENTRENAMIENTO DEPORTIVOS"

Método **SPRINGBOARD**
FERNANDA SETTE
 Creadora Mundial del Método

CUERPO ACTIVO • AGENTE OFICIAL

Red de Centros Asociados:

- Silver Pilates
- Gimnasio Zoiat
- Body Motion Gym
- Efecto Positivo Pilates
- Pro Pilates Estudio
- Espacio Pilates Zarate
- Fitness Club One Escobar
- Energym
- Hector Gauna Ms

Cuerpo Activo: Vendedores Originales y exclusivos
 Horarios: L a V 8 a 12hs / 14 a 21hs - Sab 8 a 14hs

Tel: (0054) (011) 4624-6255
www.cuerpoactivoss.com.ar
info@cuerpoactivoss.com.ar

"Grupo Oficial Metodo Springboard"

MASTERTECH^{USA}

ELEGÍ COMO TE QUERES POSICIONAR EN EL MERCADO,
MASTERTECH TE BRINDA TODAS LAS POSIBILIDADES

MAGNA



OPTIMAX



VERTIKA



PLAMAX



TENEMOS UNA PROPUESTA PARA CADA PRESUPUESTO Y PARA CADA ESPACIO A EQUIPAR
VISITANOS ENTREGA INMEDIATA



Showroom: Pedro Morán 2136 - CABA. Tel/Fax: +5411 4574 0910 - +5411 4574 4273
Atención: Lunes a Viernes de 9:30 a 18 hs. info@mastertech-usa.com

NUEVO CIRCUITO EXPRESS ISOCINÉTICO

DIVERTIDO - RÁPIDO - EFECTIVO

Lo que tus clientes buscan,
lo que tu negocio necesita.

**8 ESTACIONES
DE FUERZA.**

Accesorios cromados.

Tapizados a 2 colores,
reforzados.

- Cuádriceps / Isquiotibiales
- Abdominales / Lumbares
- Bíceps / Tríceps
- Dorsales / Deltoides
- Pectorales / Dorsales
- Sentadillas
- Prensa sentado
- Aductor / Abductor

Único con cilindros
hidráulicos de doble
vástago, que aseguran
que el usuario realiza
idéntico esfuerzo al
ejercitar músculos
antagonistas en el
mismo aparato.

**CON LA COMPRA
DEL CIRCUITO,
TE BONIFICAMOS
UNA CAPACITACIÓN
CON EL PROFESOR
JORGE BRAMBATI**



CONSULTE POR CIRCUITO EXPRESS A LINGOTERA TRADICIONAL

Cel: (011) 15 6238-1651 / (011) 15 3298-6543
edu_barcelona@live.com.ar / ventasbarcelona@live.com.ar
www.barcelona-gimnasios.com.ar

STAIR CLIMBING

Use las escaleras, evite el ascensor



Hay gente que se toma en serio la recomendación médica de usar las escaleras en lugar del ascensor. Desde 1978, un grupo de corredores sube 1.576 escalones, desde la base hasta el piso 86, del edificio Empire State, en Nueva York, Estados Unidos. La mayoría completa el recorrido en menos de 20 minutos, aunque el récord está por debajo de los 10 minutos.

Esta práctica, devenida en deporte, se conoce como stair climbing ("subir escaleras" en inglés) o vertical running ("carreras verticales") y es una manera barata –no se necesitan más que zapatillas– de entrenar la condición cardiovascular, mejorar la resistencia y la fuerza muscular, ejercitando cuádriceps, glúteos, pantorrillas, estabilizadores y hasta los brazos.

Un estudio basado en el consumo medio de oxígeno y la frecuencia cardíaca, afirma que subir escalones de 15 cm insume un gasto de 0,11 kilocaloría en una persona promedio, mientras que al bajarlos el consumo es de 0,05 kilocaloría. El estudio concluye que subir escaleras cumple con los requisitos mínimos para obtener beneficios cardiorrespiratorios.

Esta actividad se ha convertido en un deporte organizado. De hecho, cada año se realizan varias carreras en algunos de los edificios más altos del mundo. Quienes participan de competencias son llamados "tower runners". Hoy, corredores, nadadores, ciclistas, remeros y hasta jugadores de fútbol usan esta práctica como complemento para entrenarse. ■

AQUACLIMB® SPORT

Escalada deportiva acuática

La escalada deportiva acuática creció mucho como deporte en la última década. En Estados Unidos existen más de 200 escenarios, *indoor* y *outdoor*, donde practicarla. Y mientras algunos deportistas prefieren escalar en ambientes naturales, de rocas y acantilados sobre aguas profundas, otros optan por variantes menos riesgosas y más accesibles en piscinas.

La firma norteamericana **AquaClimb®** ha fomentado este deporte alternativo a través del desarrollo de su línea de productos. De hecho, algunas piscinas ya incorporaron el *aquatic climbing* como una actividad a sus programas de fitness y otras lo usan también como una metodología de entrenamiento alternativa para diferentes deportes de agua.

En 2011, el diseñador industrial alemán **Christofer Born** desarrolló el AquaClimb® Sport para piscinas con profundidades de 2,13 metros o más. Este modelo tiene marco de acero inoxidable; superficie de escalada transparente; cuatro vías, identificadas con colores, de diferentes grados de dificultad; y se puede montar en la pared de la piscina o en los bordes.

Desde AquaClimb aseguran que "al combinar diversión y ejercicios, la escalada acuática ha demostrado ser una solución potente que permitió a muchas piscinas captar nuevamente al público de adolescentes y adultos que habían perdido y mejorar la experiencia del cliente en general". Más información sobre este producto en www.aquaclimb.com.




watercycling
Ciclismo Acuático

- Alquiler y venta de bicicletas acuáticas.
- Equipamiento para fitness en el agua.
- Indumentaria técnica.
- Capacitación profesional.
- Asesoramiento y puesta en marcha del negocio.

www.watercycling.com.ar
info@watercycling.com.ar
(54 11) 46332834




Kettlebell
Entrenamiento de fuerza funcional

Cursos regulares
Certificaciones
Entrenamientos in company
Venta de pesas rusas

(011) 15 5416-9529 - info@kettlebell.com.ar
www.pesarusa.com.ar - www.ikff.com.ar





 gym clothes

BUENOS AIRES // Av. Belgrano 70 - Gal Naonis - Loc. 13 - Ramos Mejía
 DISTRIBUIDOR OFICIAL CÓRDOBA // Diego Perachino
 diego.perachino@gym-clothes.com.ar / Villa Carlos Paz / Córdoba
 Showroom de ventas / Outlet - Terrada 529 - Capital Federal
 011-20586651 / 011-20587835
 www.gym-clothes.com.ar - info@gym-clothes.com.ar
 BUENOS AIRES - ARGENTINA



Formación en entrenamiento físico

El 16 marzo se inicia en la Universidad Católica de Córdoba un curso de preparador físico deportivo y evaluador y analista de la actividad física y el entrenamiento. El mismo está dirigido a profesores y licenciados en Educación Física, entrenadores personales, médicos deportólogos, instructores y fisioterapeutas.

Esta formación combina contenidos teóricos y prácticos aplicados a las realidades de entrenamiento de gimnasios, clubes, grupos de entrenamiento y deportes en general. Algunos de los especialistas que son parte del plantel docente son: Jorge Cancino, Mario Di Santo, Mauricio Moyano, Joaquín González, Aníbal Bustos y Darío Cappa.

El curso tiene una duración de 10 módulos, que van de marzo a diciembre, con cursada los viernes de 17 a 22 y los sábados de 8 a 14. El arancel es de 250 pesos por módulo. Los cupos son limitados, por orden de inscripción. Por más información, puede llamar al (54 351) 4523883, escribir a dariocappa@yahoo.com.ar o visitar www.ucc.edu.ar

Gimnasia, embarazo y posparto



La firma **Embarazo Activo®** inicia a partir de marzo, en la Ciudad de Buenos Aires, su ciclo de cursos para profesionales de la salud y la actividad física. Las capacitaciones, en modalidad personalizada o para grupos reducidos, son teórico-prácticas e intensivas, y están a cargo de directora de la institución, **Mariela Villar**, y su staff de colaboradores.

Además de los cursos "Gimnasia en el embarazo" y "Gimnasia en el posparto", **Embarazo Activo®** también capacita a profesores de Educación Física en "Natación y aqua gym en el embarazo". En todos los casos, se entrega material de lectura y certificado de asistencia. Por mayor información, puede llamar al (54 11) 4825 8234, escribir a info@eactivo.com.ar o visitar el sitio web www.embarazoactivo.com

KINETIC WORKOUT

Combina PILATES Y MAGNETOTERAPIA

Andrés Palas, licenciado en Kinesiología, desarrolló una camilla de ejercicios, comúnmente usada en el método pilates, que está equipada con campos electromagnéticos de muy baja frecuencia, para ser usada con fines tanto terapéuticos como preventivos en centros de rehabilitación, clínicas, estudios de pilates y/o gimnasios.

“La combinación de ambas terapias –pilates y campos magnéticos– es óptima para la rehabilitación de pacientes con distintas patologías, y también, desde un enfoque preventivo, para personas sanas que desean evitar enfermedades a futuro”, explica Palas, quien tiene el aval de la Escuela de Kinesiología de la Universidad de Buenos Aires (UBA).

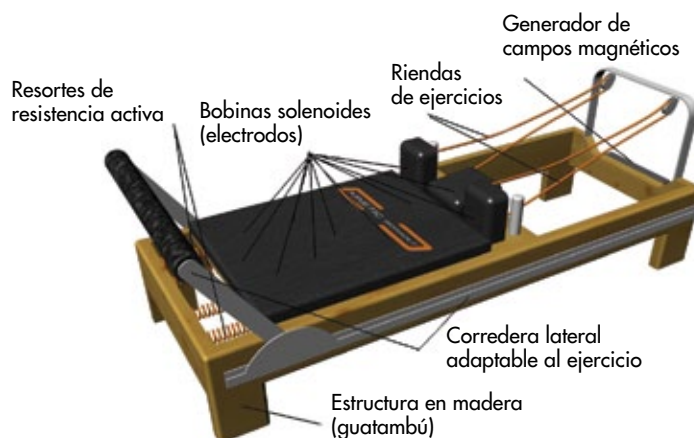
El equipo de electromagnetismo, instalado en las camillas de Kinetic Workout, consta de bobinas solenoides de aplicación, ubicadas para estimular hombros, caderas, región cervical y el resto de la columna vertebral. “Los campos magnéticos de muy baja frecuencia tienen efectos directos sobre cada célula del organismo”, dice Palas.

Algunos de sus beneficios son: produce vasodilatación sin efecto calórico, incremento de la disponibilidad de oxígeno tisular, inhibición o neutralización de los radicales libres, aumento de circulación local por vasodilatación arterial y capilar, activación de la síntesis de colágeno celular, activación de elastina y consolidación ósea, entre otros.

Según Palas, esta terapia “es ideal para tratar personas que atraviesan procesos articulares crónicos y agudos; cervicalgias, dorsalgias y lumbalgias; problemas osteoarticulares de origen reumático, artritis y reumatismos; cialgias, neuralgias y otros procesos desmielinizantes; diabetes; asma bronquial; impotencia sexual; e hipertrofia de próstata”.

Además, su programa de actividad física consta de 150 ejercicios para fortalecer musculatura, mejorar la movilidad articular y la flexibilidad, reeducar la postura, normalizar los patrones de movilidad, la respiración, etc. “Los ejercicios se realizan sobre la misma camilla, sin que la persona altere su estado de confort y adopte posiciones inconvenientes”, explica.

Para lanzar Kinetic Workout, Palas contó con el apoyo del Ministerio de Industria de la Nación, a través del programa PACC Emprendedores de la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (SEPyME). Más información en www.kinetic-workout.com.ar ■



FREE EDITION

proclubmanager

software de administración de gimnasios

SOFTWARE DE GESTIÓN Y CONTROL DE ACCESOS PARA CLUBES Y GIMNASIOS DE PEQUEÑA Y MEDIANA ENVERGADURA.



proclub@solucionarg.com - www.solucionarg.com/gym





Área Fitness

El pelotón sano

A fines de diciembre, ante la inminente llegada del verano, el gimnasio Área Fitness, de Rosario, intervino diferentes circuitos deportivos y sociales de la ciudad con el llamado "pelotón sano", conformado por un grupo de corredores que, simulando ser militares, trotaban y cantaban con humor canciones motivadoras para invitar a la gente a hacer actividad física.

La acción fue auspiciada por Powerade, que se encargó de hidratar a la tropa en los diferentes puntos de descanso durante el recorrido. La idea fue del equipo creativo de la agencia BTL Rosario. Área Fitness está ubicado en Dorrego al 100, en Rosario.



CONSULTA PROMO
VERANO GIMNASIOS
Importantes Descuentos

PRODUCTOS FABRICADOS EN U.S.A.

SATURNO SUPPLEMENTS

La línea más completa de suplementos en el país
22 años en el mercado internacional
PRESENCIA EN MÁS DE 30 PAÍSES

- El mejor asesoramiento profesional y atención post venta.
- Elegido por importantes atletas de alto rendimiento.
- Stocks permanentes - Envíos a todo el país.

ADÉMÁS DISTRIBUÍMOS FENIX MACHINES, SPORT MACHINES Y UNA AMPLIA GAMA DE ACCESORIOS PARA GIMNASIOS.

www.saturnargentina.com.ar
José Bonifacio 3101 C.A.B.A (011) 4613-0025
ventas@saturnargentina.com.ar

OZONO FITNESS

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

ozono_fitness@yahoo.com.ar
www.ozonofit.com.ar

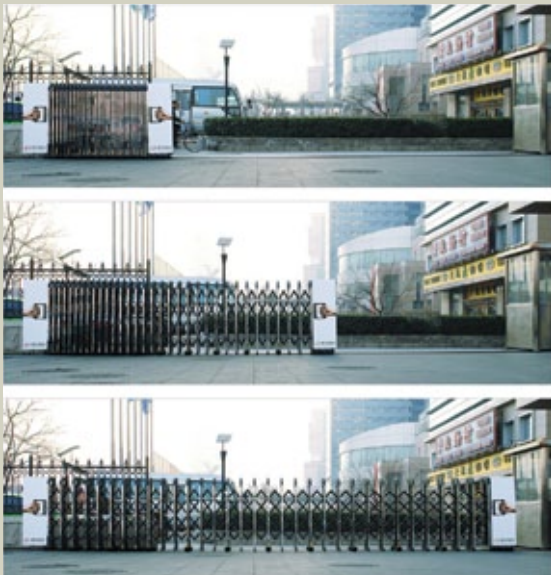
PARODI 2426 - MORENO
BUENOS AIRES | ARGENTINA
(5411) 4468-1037 | (5411) 15-6537-7376 | 601*1880

Nirvana Fitness

Vía pública en China

Estas campañas en la vía pública fueron creadas por la agencia publicitaria **Ogilvy**, de Beijing, para la cadena de gimnasios **Nirvana Fitness**, de China, en 2007. A pesar del tiempo transcurrido, vale la pena darlas a conocer por su originalidad.

Con la primera campaña, titulada "La cultura de gimnasios se expande", Nirvana Fitness optó por hacer algo inusual para reclutar nuevos miembros: la puerta de entrada a uno de sus clubes se transformó en un extensor para ejercitar músculos pectorales.



Y con la segunda campaña, llamada "Subiendo la barra en China", para captar la atención de quienes viven cerca de los gimnasios de Nirvana, se colocó una secuencia de carteles gigantes en los que se ve cómo sube y baja una barra olímpica cargada con discos.



IHRSA 2012

Convención Internacional & Feria

Del 14 al 17 de Marzo de 2012 • Los Angeles, California, EEUU
Los Angeles Convention Center



> WWW.IHRSA.ORG/CONVENTION

iHRSA
Success By Association®

International Health, Racquet & Sportsclub Association
Seaport Center, 70 Fargo Street, Boston, MA 02210 USA

SUMANTE AL GRUPO
MERCADO FITNESS QUE VIAJARÁ
A LOS ÁNGELES
Y OBTENÉ IMPORTANTES
BENEFICIOS EN TU INSCRIPCIÓN.
info@mercadofitness.com / (54 11) 4115-3524 / 5

FITNESS CORPORATIVO

Empresas saludables, negocios rentables



Por María del Carmen Loria (*)

Lejos de ser una moda, el *corporate fitness* ha demostrado ser una efectiva herramienta para mejorar la calidad de vida de los recursos humanos en las empresas, así como su rentabilidad. En constante crecimiento a nivel mundial, este mercado aún no ha alcanzado su madurez en Latinoamérica, por lo que representa una excelente oportunidad de negocios para los profesionales del sector.

"Todas las compañías reconocidas en el último ranking de Las Mejores Empresas para Trabajar en la Argentina tienen programas de bienestar corporativo", dice **Omar Gennari**, gerente general de **Great Place to Work** para Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay. Si bien no todas poseen los mismos programas, el 78% promueve hábitos saludables y el 80% tiene gimnasio *in company* o un descuento en membresías.

En un principio, este tipo de servicios era demandado por compañías internacionales, pero "pronto se extendió a las grandes empresas nacionales y ahora también a las pequeñas y medianas", explica **Javier Petit de Meurville**, gerente de Marketing de **Megatlon**. Esta firma hoy tiene más de 150 clientes corporativos, ha incrementado en más del 50% sus planes corporativos y en el 400% el servicio de gimnasios *in company*.

Aun cuando las pequeñas y medianas empresas cuentan con presupuestos mucho más acotados o tiendan a contratar cursos específicos de capacitación, para **Kárem Pezúa**, gerente general de **Fitcorp**, de Perú, "más que el tamaño de la empresa, es la preocupación en el recurso humano lo que determina la contratación del servicio".

Fitcorp acaba de inaugurar un gimnasio dentro del Banco de Crédito de Perú y su cartera ha aumentado a un ritmo de más del 100%, mientras que la facturación por cliente se ha incrementado el 50% año tras año. En esta línea, **Jorge Osorio**, gerente Técnico de **Jorge Osorio & Cía**, firma especializada en programas de bienestar, dice que el crecimiento de su cartera en Chile ha sido del 70% en los últimos cinco años.

Desde Brasil, **Marcos Tartuci**, chief operating officer de **Bio Ritmo Academias**, comenta que han tenido "un aumento

ESTÉTICA Y CALIDAD AL MEJOR PRECIO

NUEVA LÍNEA CLASICLINE

EQUIPAMIENTO DE MUSCULACIÓN / EQUIPAMIENTO AERÓBICO / ACCESORIOS / ASESORAMIENTO

Puerto de Palos 834 - Villa Domínico / Tel. (5411) 4207-8668 / 4207-5757 / Fax 4207-2118 / Cel. 115 467-5438 / www.lionforce.com.ar

de clientes corporativos del 41% a partir de 2008 y un incremento de clientes activos (empleados de las empresas) del 195% desde 2007 a la fecha". Sobre esta tendencia también brindó su opinión el equipo de Servicios Corporativos de **SportClub**, que manifestó haber obtenido un incremento del 75%.

"El crecimiento ha sido constante desde hace varios años. En 2002 inauguramos el primer gimnasio institucional con la empresa BBVA Consolidar, y a partir de allí abrimos nuevos gimnasios corporativos, a razón de uno por año", afirma **Julieta Suárez**, responsable de Corporate Wellness del **Vilas Club**, de Argentina.

Claves para el éxito

A la hora de diseñar un plan corporativo, los especialistas coinciden en que existen puntos esenciales a tener en cuenta para que éste resulte efectivo. Desarrollar un servicio orientado a las necesidades del empleador y sus empleados, así como establecer objetivos mensurables, resulta fundamental a la hora de demostrarles a las empresas los beneficios que estos programas generan.

Según el consultor **Jorge Osorio**, "la clave está en impactar variables de rendimiento de las empresas y transformarse en socios estratégicos". Asimismo, **Julieta Suárez** asegura que el éxito radica en "poder demostrar a la empresa que esto es una inversión, que tiene su retorno, que se puede medir, evaluar y ver los resultados".

La flexibilidad y capacidad de adaptarse a cada requerimiento o inquietud son otros de los factores elementales que subraya **Ulla Hofmann**, directora de **Office Gym**, quien pone énfasis en la importancia de brindar un plan personalizado para que "cada empresa tenga el servicio que realmente necesita".



Una exitosa implementación del plan corporativo depende, para Osorio, en "contar con el apoyo y compromiso de la alta dirección de la empresa". Según la opinión de **Arturo Dewey**, gerente de Servicios Corporativos de la red argentina **Megafon**, también es crucial "comunicar con antelación el lanzamiento del servicio".

Un punto clave a tener en cuenta es conocer quién toma las decisiones en la empresa para hacer llegar la propuesta a la persona correcta. "En **Fitcorp** tratamos de contactarnos directamente con la alta gerencia. Esto lo hacemos gracias a la red de contactos que tenemos, pero si nos toca contactar en frío a una empresa, nos dirigimos al gerente de Recursos Humanos", explica Pezúa.

Según estudios realizados por **Nutrim**, consultora en programas de bienestar, el personal de Recursos Humanos es el que promueve estas actividades en el 67% de los casos. Sin embargo, también existen otras áreas responsables dentro de las empresas, por lo que es importante destacar que el lenguaje y foco puesto en la propuesta deberá variar, dependiendo de a quién sea dirigida la misma.

"Por ejemplo, si la reunión es con el CEO, el foco estará puesto en incrementar la rentabilidad de la empresa. Ante

Shaker 2
Práctica plataforma vibratoria sin mástil,
ideal para ejercicios semi profesionales

IMPORTANTE DESCUENTO

+ MÁS EJERCICIO
- MENOR PRECIO

MORALES
ELECTROMEDICINA

» RIVADAVIA 11018 C.A.B.A. TEL: 4642-7247 / VIAMONTE 2250 C.A.B.A. TEL.: 4951-9168 - TEL: (5411) 4682-9312 - 4683-2690 - www.e-morales.com.ar



un gerente de Recursos Humanos el objetivo será impactar en el ausentismo de causa médica y mejorar el clima laboral. Frente a un gerente de Operaciones habrá que encantarlos para aumentar la productividad. Con un gerente de Control de Pérdidas el foco estará en reducir la siniestralidad”, detalla Osorio.

Desafíos

Un mercado en pleno crecimiento no sólo es sinónimo de oportunidades sino también de retos a enfrentar. Los especialistas coinciden en que una de las principales dificultades del sector radica en que todavía son muchas las empresas que ven a los programas de bienestar como un gasto y no como una inversión.

“El desafío es demostrar el retorno financiero que la empresa obtendrá, sobre todo cuando éstas no controlan los resultados”, afirma **Marcos Tartuci**. Según datos suministrados por **Mariana Patrón Farías**, responsable de Bienestar Corporativo de **Nutrim**, el 40% de las empresas que realizan programas de este tipo no evalúa los resultados, la mayoría por falta de interés y tiempo.

Entre otras dificultades destacadas por los especialistas se encuentran: lograr una comunicación libre y directa con los

empleados, garantizar la participación de los líderes innatos de la empresa capaces de motivar y contagiar el entusiasmo, hacer entender a las empresas que en salud y bienestar no se trata de conseguir descuentos masivos en gimnasios.

Otra peculiaridad del sector es que, a diferencia de otros negocios, cuenta con dos clientes diferentes a satisfacer: la empresa y sus empleados. Por tal motivo, el nivel de adherencia del personal resulta clave en el éxito de un plan corporativo. Estudios realizados por **Nutrim** indican que la participación del personal varía del 20 al 40%, dependiendo del tipo de actividad que se ofrezca.

Para atraer al personal, los expertos recomiendan: diagnosticar a priori los intereses de los trabajadores, desarrollar estrategias graduales que incorporen progresivamente a los empleados, poner el foco en el entretenimiento y desarrollar programas de actividad física que no demanden un esfuerzo excesivo.

Casos exitosos

Desde hace más de 10 años, la compañía HSBC desarrolla iniciativas que promueven el bienestar de sus empleados. “La empresa cuenta con dos gimnasios *in company*, en los que también se dan clases de aeróbic y



100% PROFESIONALES DEL DEPORTE

VENTO

ESPECIALISTAS EN ALTO RENDIMIENTO DEPORTIVO

- Bandas de suspensión
- Chalecos
- Cuadrados
- Escaleras
- Sobrepesos de espalda
- Sogas elásticas
- Trineos
- Vallas de aluminio y hierro

Jonas Salk 3032, Olivos, Buenos Aires - Tel. (54 11) 4794-0971 / 156 183-6942
www.ventoentrenamiento.com.ar - info@ventoentrenamiento.com.ar
f ventoentrenamiento - t ventoDeportes

yoga", explica **Carolina Scarampi**, responsable de comunicaciones externas de **HSBC Argentina**.

Según la experiencia de **Dow Argentina**, que implementa políticas de bienestar desde hace 55 años, el desafío pasa por "educar, para que la gente entienda los beneficios, y saber interpretar sus gustos", afirma **Nicolás Brodtkorb**, director de Recursos Humanos.

En la opinión de **Javier Carrara**, director de Recursos Humanos para Sudamérica de **Accenture**, "los servicios que más adhesión tienen son el gimnasio, el torneo de fútbol y el maratón solidario. La participación es alta y varía de acuerdo con la actividad y al grupo etario".

"Este tipo de programas brinda a la empresa beneficios a largo plazo, como una diferencia considerable en el nivel de ausentismo, disminución en los gastos médicos y un aumento significativo de la productividad", aseguran desde **Dow Argentina**.

Un negocio con futuro

De acuerdo con la Asociación Brasileña de Calidad de Vida (ABQV, tal su sigla en portugués), la tendencia es que las empresas inviertan cada vez más en programas de prevención y salud como forma de disminuir el gasto en salud, reducir impuestos, aumentar la productividad y retener talentos.

En la opinión de **Petit de Meurville**, la perspectiva del mercado a futuro conlleva "un crecimiento al compás de la industria del 10% anual". Según el punto de vista de **Jorge Osorio**, en algún momento los servicios se "comoditizarán", con lo cual afirma que "se deberá facturar a las empresas sólo por los resultados que se obtengan".

Por su parte, **Ariel Idez**, responsable de comunicación de **Three Balance**, remarca que "si bien este tipo de actividades ha experimentado un constante crecimiento, se trata de un sector altamente desregulado con muchos jugadores, por lo que es tan importante obtener un cliente como retenerlo en el tiempo".

Según la encuesta mundial realizada en 2010 por **Buck Consultants**, consultora de Recursos Humanos, los programas de bienestar en empresas tienen una presencia del 74% en América del Norte, mientras que en América Latina la misma es del 45%. En este sentido, la región representa un mercado en pleno crecimiento y un cúmulo de oportunidades para aquellos que sepan explotarla.

(*) Periodista. Responsable de contenidos de Mercado Fitness.

STEP NUEVO MILENIO SNM

Discos acanalados

EL FENÓMENO NUNCA SE ACABA

STEP 20 AÑOS

MIR FITNESS

Helguera 5245 - C.A.B.A. - Arg.
Tel/Fax: (54 11) 4574-4842/43
mir@mirfitness.com.ar
www.mirfitness.com.ar

Descuentos para empresas saludables

La Cámara de Diputados de Brasil analiza un proyecto de ley que proporciona una reducción del impuesto sobre la renta (IR) a las empresas cuyas estructuras garanticen la actividad física de sus empleados, las cuales deberán contar con el acompañamiento constante de profesionales del fitness y de la nutrición.

El descuento será del 1% del importe total sobre el IR para las empresas medianas y del 3% para pequeñas y microempresas. Para recibir el reembolso, las compañías deberán acreditar por escrito los servicios brindados y comprobar que, por lo menos, el 50% de sus empleados disfruta de tales beneficios.

Según el autor del proyecto, el descuento en el IR no causará ningún daño al gobierno federal en la medida en que los costos en atención de salud, retiro y pensiones de los trabajadores se verán reducidos.

Muchas son las empresas que en Brasil ofrecen este tipo de servicio a sus empleados, como el Banco Itaú, Bradesco y la compañía de neumáticos Colway BS, que obtuvo un aumento del orden del 10% en su producción.

Fuente: Agencia de noticias de la Cámara de Diputados de Brasil

MERCADO FITNESS 8^{VA} EXPO & CONFERENCIAS



Por Estel Mallorquí Ayach (*)



EL FUTURO ES EL DIAGNÓSTICO

En el fitness corporativo resulta fundamental garantizar la personalización de los programas y ejecutar una correcta metodología de implementación desde el inicio. Una de las claves del éxito es el diagnóstico inicial –la fase cero de la implantación–, que se centrará en tres enfoques.

El primero es el diagnóstico de la empresa. La obtención de un perfil de salud de la organización ayuda a establecer la dirección y los objetivos, la cultura organizativa y a determinar la forma de medir el éxito a partir de indicadores.

En segundo lugar, el diagnóstico individual de los trabajadores que participarán del programa. Para captarlos y fidelizarlos, aparte de ser flexible y tener la capacidad de adaptarse a las necesidades de la empresa, también se deben percibir las necesidades físicas y psíquicas del grupo de trabajo para conocer el clima social. Finalmente, habrá que adaptar el programa a los objetivos que desea alcanzar la empresa.

Es fundamental establecer metas que se puedan medir y evaluar periódicamente para motivar al grupo de trabajo y analizar la eficacia del programa con indicadores específicos. Para conseguirlo debe realizarse un seguimiento

personal y grupal, monitoreando indicadores con el fin de obtener los resultados que finalmente evidencien el impacto real del programa y justifiquen los beneficios para la empresa.

Garantizar el retorno en productividad, disminución de las bajas y ausentismos laborales o mejora del clima laboral, es otra de las claves del éxito. Los indicadores se deberán consensuar con la empresa y tendrán que ser cuantificables y concretos. Este proceso metodológico debería incluir un seguimiento, con reuniones periódicas entre el responsable de Recursos Humanos de la empresa y el gimnasio a cargo del programa.

Hay muchos estudios que muestran que el costo directo de una enfermedad es inferior al costo indirecto. Pero se debe ir más allá, identificando indicadores de productividad –cuantitativos y cualitativos– que aporten un valor añadido y que demuestren los beneficios a largo plazo para la empresa al implementar un programa de fitness corporativo en su cultura organizativa. ■

(*) Socia-fundadora de Biwel. Máster en Alto Rendimiento. Máster en Actividad Física y Salud. Licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. estelmallorqui@gmail.com

FITNESS SHOP

www.fitness-shop.com.ar

PRECOR EMBREEX RANDERS NEW BOXA FOX Reebok SPORT MACHINE BH



BH SPORT MACHINE Reebok FOX NEW BOXA RANDERS EMBREEX PRECOR

Casa central

Catamarca 1663

Mar del Plata

Buenos Aires

Tel.: (0223) 491 0739

Sucursal

Alberti 1687

Mar del Plata

Buenos Aires

Tel.: (0223) 451 2073

Franquicias:

Constitución 4992

Mar del Plata

Buenos Aires

Tel.: (0223) 4725272

Calle 2 N° 1150

Santa Teresita

Buenos Aires

Tel.: (02246) 524006

9 de Julio 243 Local 3

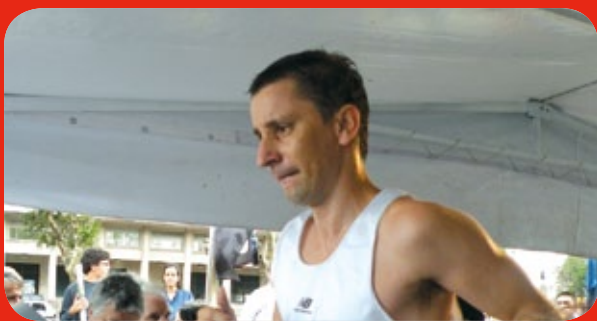
Santa Rosa

La Pampa

Tel.: (02954) 428179

24 HORAS CORRIENDO

Un desafío a la resistencia



Entre las 18 horas del 15 y 16 de diciembre, el ultramaratonista argentino **Rodolfo Rossi**, de 36 años, completó una distancia de 212,20 kilómetros corriendo de manera ininterrumpida durante 24 horas en una trotadora Integrity, de la marca **Life Fitness**, en la emblemática Plaza de Mayo, en la Ciudad de Buenos Aires (Argentina).

Aunque Rossi no logró, como era su objetivo, superar el récord Guinness de 258 kilómetros, sí pudo batir su propia marca de 173 kilómetros alcanzada en 2010 y establecer un nuevo récord argentino. Además, todo lo recaudado en patrocinios en este evento fue donado a la Fundación DAD, Desarrollo a través del Deporte (www.fundaciondad.org)

Para esta prueba, Rossi se entrenó en **SportClub Dot**, donde realizó un test previo de resistencia corriendo 100 kilómetros en 8.28 horas. Las 24 horas de carrera las realizó sobre una trotadora profesional Life Fitness. "El nuestro es un producto extremadamente confiable, robusto y seguro, desarrollado para uso intensivo, ideal para atletas de alto rendimiento", destaca **Gabriel Orbuch**, representante oficial en Argentina de esta marca.

En paralelo a Rossi, el ecuatoriano **Ronald Insuaste**, de 24 años, completó 206,63 kilómetros corriendo durante 24 horas en una trotadora en el gimnasio Taurus, en Guayaquil. Insuaste, quien se preparó durante 10 meses para esta prueba, sólo tomó bebidas hidratantes durante las primeras 10 horas de trote. Luego ingirió frutas y cereales. ■

CLIENTES CONFORMES,

ÉXITO ASEGURADO.

ESTÉTICA Y FUNCIONALIDAD

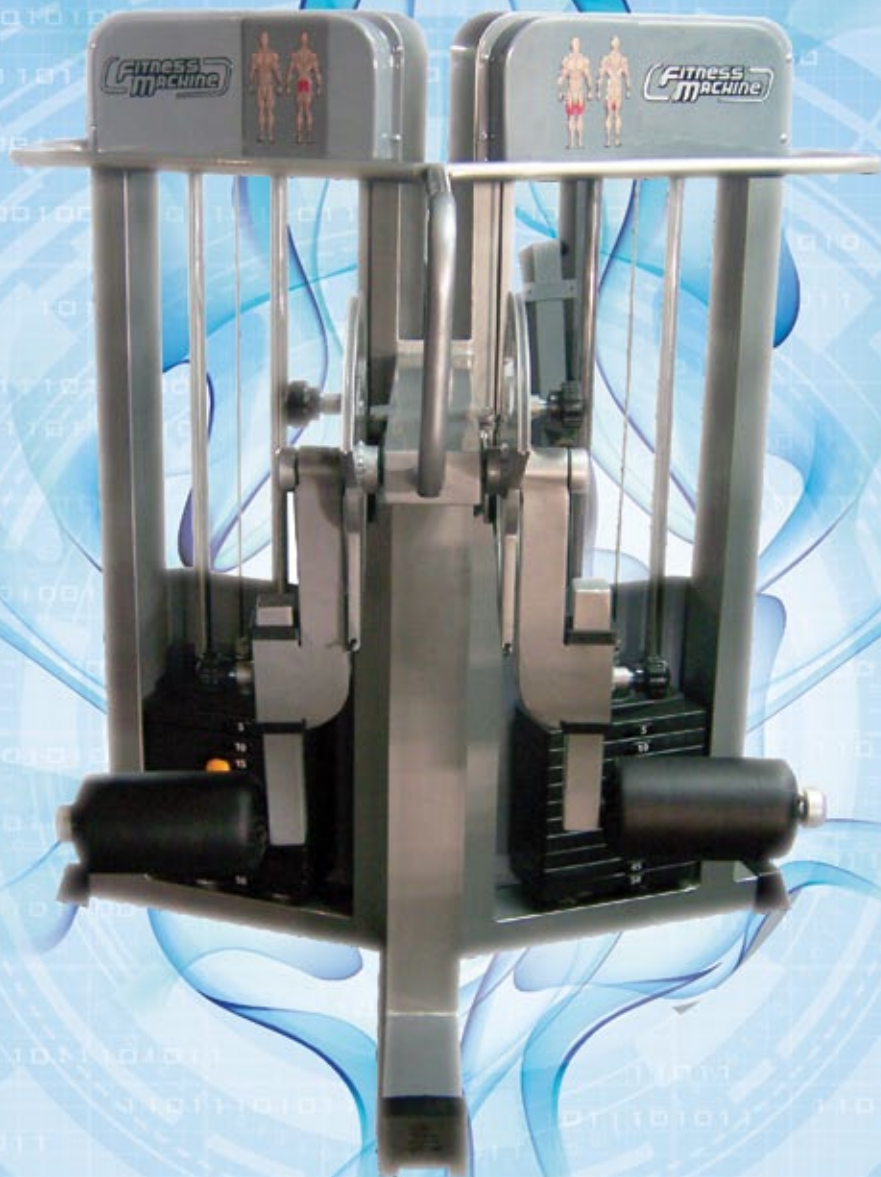
A lo largo de estos casi 20 años, nuestra meta fundamental:

“Conservar la apariencia estética de los equipos a lo largo del tiempo, cuidando la calidad e ingeniería biomecánica”

Gracias a nuestra dedicación logramos un producto confortable. Gracias a ello, el valor de reventa es más alto y los costos son menores a la hora de invertir nuevamente.

*“Entre costo beneficio, lejos
somos la mejor opción.
¿Como comprobarlo?
Visitando nuestra fábrica”*

Victor Hugo Nieves - Director



TNDGOR X2



TNDGOR X2C



Pilates



Vibroboost VU30R



KIP MACHINES

Fábrica y ventas:

Pasaje Congreso 2948 - Lanús Oeste Buenos Aires ARGENTINA (1824)

☎ +54 114241-6096 / 4240-8956 ✉ ventaonline@fitnessmachine.com.ar

www.fitnessmachine.com.ar

FITNESS MACHINE



Por Sergio Serrano (*)

CINCO CONSEJOS PARA AUMENTAR LA de carteles interiores

Si los miembros de su gimnasio no prestan atención a sus carteles, cualquiera sea la promoción que anuncie, llegó el momento de poner en práctica algunos consejos para comunicar de manera más efectiva.

A diario vemos los gimnasios llenos de carteles con anuncios de estética, de suplementación nutricional, de clases nuevas, de eventos, etc. Pero el cliente está inmunizado y ni siquiera los ve. Ocurre que sufrimos tanta sobreexposición, que nos cegamos inconscientemente ante los carteles publicitarios, dentro y fuera del gimnasio.

De hecho, me atrevo a asegurar que un alto porcentaje de los que están leyendo este artículo, directivos y profesionales de centros deportivos, no es capaz de recordar los carteles que hay desde la entrada del gimnasio hacia sus oficinas. Salvo que los hayan colgado ustedes mismos, la mayoría ni los ve al pasar. Bien, a sus socios les pasa lo mismo.

¿Significa que hay que dejar de poner carteles? Rotundamente no. Pero debemos aprender a usar esta herramienta de comunicación de manera efectiva, rompiendo las barreras mentales del cliente. Y para lograr este objetivo, les sugiero lo siguiente:

1. No colgar más de dos carteles distintos.

Según el tamaño y estructura del gimnasio, puede que tres o cuatro carteles distribuidos por áreas. Pero en un

centro de 1.000-1.500 m², no coloque más de dos. Mantenga uniformidad en la comunicación y será más efectiva. Olvídense de intentar difundir todo a la vez. Si el mismo mensaje está por todo el gimnasio, aumenta las probabilidades de que los clientes lo vean y respondan al estímulo. Y si en algún momento tiene una promoción o evento especialmente importante, no dude en colocar todos los carteles idénticos.

2. Cambiarlos con una frecuencia moderada.

Cada 15 días puede ser una buena medida. Tiene que ser suficiente para que la gente se "acostumbre" a los que expone, pero no tanto como para que ya no tengan interés para nadie. Primero, como ya no anuncia todo a la vez, debe haber turnos para promocionar cada producto. Segundo, como ahora todos sus carteles son de dos tipos, visualmente es como una decoración uniforme. Cuando la cambia, llama la atención porque percibimos que algo ha cambiado (cosa que no pasaría si los carteles fueran distintos unos de otros).

3. Alto contraste en cada cambio.

Si los carteles que descuelga son claritos, los que ponga deben ser muy oscuros. Si son color pastel, cambie a un



VISIBILIDAD

color intenso. Para que llamen la atención, el cliente debe percibir que hay algo diferente. Cuanto más diferente sea el cartel nuevo del anterior, más fácil será que lo vea.

4. Sea original.

Si sus carteles se reducen a un producto con el precio únicamente, ni siquiera quien se fije en ellos les prestará atención, a no ser que justo en ese momento esté interesado por ese producto. Un mensaje presentado con humor, o con una estructura original o capaz de generar complicidad con el cliente, provocará que éste lo mire, y que al verlo genere en él lo que yo llamo una miniexperiencia agradable, para que éste sea más receptivo a futuros mensajes. El dinero invertido en creatividad suele ser dinero bien invertido.

5. Elija bien su ubicación.

Piense en qué tipo de socio utiliza cada zona de su gimnasio y promocióne allí los productos o servicios que tienen como objetivo ese tipo de público. Esto es como todo: en comunicación y marketing, no sólo hay que hacer las cosas, hay que hacerlas bien.

Seguro que muchos de ustedes tienen la sensación de que están tirando dinero con los carteles. Es como si contratasen a un instructor sin formación o si pusieran máquinas de musculación sin los respaldos acolchados: estarían ahí, pero nadie querría saber nada de ellos. Si en sus gimnasios los carteles empiezan a ser de calidad y a seguir una estrategia inteligente, empezarán a obtener retorno de esta inversión. ■

(*) Marketing y SMM en Gimnasioparatodos.es. Consultor de instalaciones deportivas en Crimasa Gestión Wellness Consulting y propietario de instalaciones deportivas / Email: sergserrano@gimnasioparatodos.es

WWW.GERBOSPORT.COM.AR



PAGALO COMO SE TE DE LA GANA

OLMO
bikes & fitness
DISTRIBUIDOR OFICIAL DE CARDIO

Ricardo Gutiérrez 3233 - Ciudad de Buenos Aires
Tel.: (54 11) 4504 3466 - info@gerbosport.com.ar



Máquinas de musculación - Bancos - Indoor Bikes - Pilates - Accesorios - Set de mancuernas

ESTUDIO DEL MIT

Los hábitos saludables pueden contagiarse



Investigadores del Massachusetts Institute of Technology (MIT) descubrieron que si se reúne en un mismo grupo a **personas con características similares**, con el objetivo de aumentar sus niveles de actividad física, es posible lograr que un número mayor de individuos involucrados produzca **alteraciones saludables en sus estilos de vida**.

En la investigación, las personas obesas se mostraron más predispuestas a iniciar una actividad cuando fueron agrupadas con otros obesos que cuando se encontraban con personas delgadas. "El contexto social más efectivo para aumentar la voluntad de los obesos para adoptar un comportamiento saludable fue aquel en el que interactuaban con otros obesos", concluye la investigación.

Para este estudio, publicado en diciembre de 2011 en el *Journal Science*, los investigadores trabajaron con 710 personas, en su mayoría mujeres, que eran parte de un programa de fitness *online*. Los dividieron en dos grupos: a uno se le asignó al azar una red de compañeros y al otro, "amigos de salud" de su misma edad, género e índice de masa corporal.

Los participantes podían ver de manera anónima los perfiles de sus "amigos de salud", así como sus actividades de fitness, el tiempo que se ejercitaban y si llevaban un registro diario de comidas. Los investigadores notaron que al estar con gente de similares características, los individuos tenían **chances tres veces mayores** de adoptar hábitos saludables. ■

Fuente: MyHealthNewsDaily



NOVASPORTS

STRENGTH & CARDIO

Ventas - Servicios - Proyectos

20 AÑOS PENSANDO Y PREOCUPADOS POR TU SALUD

Máquinas de ejercicios profesionales



Strong • Smart • Beautiful









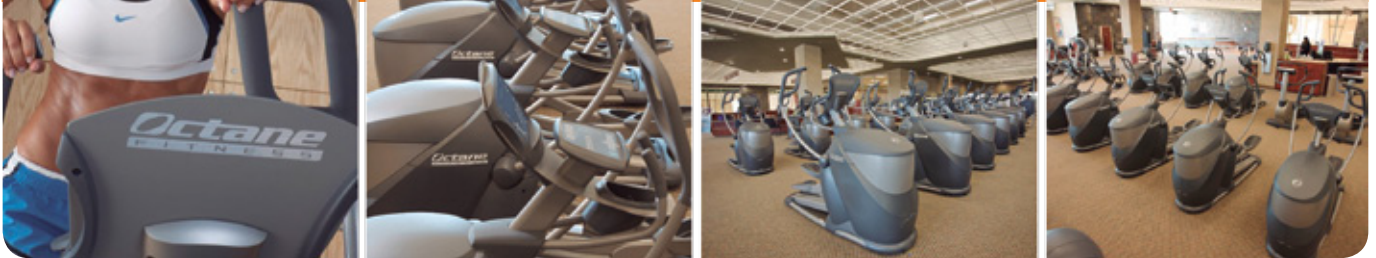




Visita nuestro nuevo Showroom en: Av. Alonso de Córdova #5710 Las Condes, Santiago
www.novasports.cl Tel.: 220 2500 novasports@novasports.cl

Beneficios del

CROSS TRAINING



El cuerpo se adapta a las demandas que recibe. Esto quiere decir que al repetir muchas veces un mismo ejercicio, el sistema neuromuscular gana en fuerza y coordinación, por lo tanto el cuerpo es más eficiente en el consumo de energía para realizar esa actividad. Y a medida que la eficiencia aumenta, el gasto calórico se reduce hasta en un 25%. Frente a esto, el cross training sirve para desafiar continuamente al cuerpo y obtener resultados.

Además, el cross training permite lograr una mejor condición física general, ya que optimiza el estado cardiovascular, fortalece músculos y huesos, incrementa la flexibilidad y reduce la grasa corporal. Asimismo, disminuye el riesgo de lesiones —al no haber una repetición abusiva de un mismo ejercicio—, mejora el desempeño deportivo —en la mayoría de los deportes se requiere más de un atributo físico— e incrementa la motivación.

Elíptico Cross Trainer

Presentado en 1995, el uso de este equipamiento creció más del 300% en la última década. Estos aparatos son efectivos, simples de usar y no tienen impacto en las ar-



ticulaciones. Además, facilitan el cross training, ya que en un mismo equipo se pueden realizar zancadas hacia adelante y hacia atrás, moviendo los brazos de forma sincronizada, involucrando así —a diferencia de lo que ocurre con las trotadoras o las bicicletas— varios grupos musculares.

Además, en estos equipos la musculatura estabilizadora del cuerpo se ejercita continuamente, ya que los usuarios deben usar sus abdominales y espinales para equilibrarse. Por otro lado, la sensación de intensidad del ejercicio es menor por el bajo impacto del movimiento y por la dispersión del esfuerzo en todo el cuerpo. Y como se simula caminar o correr, los beneficios son fácilmente transferibles a actividades de la vida cotidiana.

La propuesta de Octane

Octane Fitness ha realizado un importante aporte al cross training con los programas X-Mode™ y GluteKicker™, que tienen sus elípticos. Con tocar un botón, el X-Mode se activa y comienza a darle instrucciones al usuario en una secuencia de movimientos generada al azar: tirar o empujar con los brazos, hacer zancadas en reversa, flexionar las rodillas, bajar el tronco, incrementar o reducir la velocidad, inclinarse hacia atrás, etc.

Estos intervalos de un minuto de duración son seguidos por dos minutos de movimientos estándar del elíptico, haciendo pasos hacia adelante, lo cual incrementa el gasto calórico.

El GluteKicker, por su parte, es un programa que se enfoca exclusivamente en glúteos, caderas, cuádriceps e isquiotibiales. En este modo, cuatro comandos aparecen al azar durante un minuto: reversa, sentadilla, acelerar el paso, inclinarse hacia atrás tomándose de las manivelas. Y, luego de una recuperación de un minuto, el ciclo recomienza. ■



Queenax

NO OCUPA ESPACIO, LO MULTIPLICA

Éste es el eslogan es un sistema modular que convierte piso, techo y paredes de una sala en herramientas para entrenar, aportando una solución a la falta de espacio.

Diseñado en Italia, **Queenax** es un sistema modular que convierte piso, techo y paredes de una sala cualquiera en poderosas herramientas de entrenamiento. Este sistema, pensado para solucionar el problema de falta de espacio en gimnasios, reúne en un mismo lugar las últimas tendencias del fitness para entrenar de manera fácil, segura, diferente y divertida.

Uno de los componentes centrales de Queenax es "El puente", que se instala tanto en paredes como en techo, dotando a ambos de infinitas de agarres de los cuales los usuarios pueden tomarse para realizar una enorme variedad de ejercicios, o bien adosar accesorios de forma rápida y fácil, como bandas de suspensión, bandas elásticas, ligas, etc.

"El piso" es otro de los componentes que añaden una nueva dimensión de entrenamiento a cualquier sala, ya que debajo de una vistosa superficie de madera también se instalan agarres, cuidadosamente cubiertos, que pueden

ser destapados de manera mecánica o electrónica por el usuario, cuando los requiera para sujetar algún accesorio.

Queenax es de fácil y rápida instalación. Es adaptable a cualquier ambiente. Su tecnología patentada obtuvo en 2011 el Premio a la Innovación que otorga *FitnessTribune.com*, una de las principales revistas del sector en Europa. Según **Pablo Evangelista**, entrenador de la compañía, con base en Milán, "Queenax no ocupa espacio, lo multiplica".

"La filosofía Queenax —añade— abre las puertas de nuevos escenarios de entrenamiento, que permiten a los usuarios interactuar con todos los espacios y encontrar posibilidades infinitas para entrenar sus cuerpos en cuatro dimensiones. Además, Queenax estimula la imaginación de los entrenadores, que pueden crear sesiones grupales o de personal training con fines de rehabilitación, fortalecimiento o mejora de la condición cardiovascular". ■

Anunciando las bicicletas que están cambiando el mundo **de indoor cycling.**



Resistencia Magnética



Consola
Inalámbrica



Testimonio de:



Innovamos para ofrecerte siempre lo mejor del mercado fitness.

Ahora te traemos la tecnología más avanzada para que realices las clases de indoor cycling que tanto te gustan.

Disfruta pedaleando con la comodidad, seguridad y eficiencia de las bicicletas Freemotion. Encuéntralas en nuestras sedes de Colombia y Perú.

FOUNDATION Fitness 

Para más información:

Ventas@FoundationFitness.net Tel: +1-305-407-3572
www.FoundationFitnessLatinAmerica.com

Pase y pruébelas en Los Ángeles
IHRSA 2012 Booth # 1325
Inscríbese y tenga una oportunidad
de ganar un Rip:60™



Meditar es un buen ejercicio

Un estudio realizado en el Laboratorio de Neuroimágenes de la Universidad de California, en Los Ángeles, Estados Unidos, revela que la meditación puede ser un muy buen ejercicio para la mente. Los investigadores analizaron datos ofrecidos por estudios de resonancias magnéticas de alta resolución y tridimensionales. Con ellas hicieron lecturas del sistema nervioso central de 44 personas, de las cuales 22 estaban meditando.

De acuerdo con el estudio, publicado por la revista científica *Neuroimage*, ciertas regiones del cerebro de quienes hacía tiempo se dedicaban a meditar mostraron volúmenes significativamente más grandes en el hipocampo y en áreas de la corteza orbitofrontal, el tálamo y la circunvolución temporal inferior. Todas regiones que intervienen en la regulación de las emociones.



La actividad física mejora el rendimiento académico



Un nuevo estudio publicado en la revista *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine* confirma que los niños y adolescentes que practican ejercicio físico en forma regular mejoran su capacidad intelectual y exhiben un mayor rendimiento escolar que quienes no lo hacen. La investigación incluyó la revisión de 14 estudios, en Estados Unidos, Canadá y el sur de África, con muestras de hasta 12 mil estudiantes, de 6 a 18 años.

El sedentarismo incrementa riesgo de cáncer

Evitar el sedentarismo y mejorar los hábitos nutricionales son conductas fundamentales para reducir los riesgos de padecer cáncer. Así lo indica un estudio realizado por el *British Journal of Cancer*, el cual también señala que el consumo en exceso de alcohol y tabaco son factores que podrían llevar a las personas a padecer de este mal.

Beneficios de los exergames



Investigadores de la Universidad Estatal de Michigan, Estados Unidos, evaluaron los resultados de 16 estudios que intentan determinar si los juegos de video activos —como Wii, Kinect, de Microsoft, o PlayStation Move— proporcionan a sus usuarios los mismos beneficios cardiovasculares que una rutina no virtual de ejercicios físicos.

Según Wei Peng, una de las investigadoras a cargo, “los resultados sugieren que aunque los juegos son buenos, si quieres motivar a las personas realmente sedentarias (...) en realidad no es posible confiar únicamente en ellos”. Peng y sus colegas analizaron el gasto energético, la frecuencia cardíaca y el consumo de oxígeno de usuarios de *exergames*.

Encontraron que la energía utilizada fue equivalente a la de una actividad de intensidad ligera a moderada, aunque los juegos que involucraban todo el cuerpo, incluyendo la mitad inferior, implicaron mucha más energía que aquellos que requerían simples movimientos de brazos. Lo mejor de los videojuegos activos es que son psicológicamente motivadores.

**LLEGÓ CROSSFIT A LA ARGENTINA.
EL CENTRO MÁS GRANDE
EN LATINOAMÉRICA.**

**Capacitaciones - Venta de Elementos
para CrossFit - Franquicias**



**CROSSFIT
TULUKA**
dejalo todo.

**Alcanzá tu potencial físico.
Te esperamos en:**

HONDURAS 5955 - PALERMO - CABA - TEL.: 4773.1838
INFO@CROSSFITTULUKA.COM - WWW.CROSSFITTULUKA.COM



**INAUGURACION
1º de Diciembre**



La hormona que ayuda a quemar grasas

Científicos de Estados Unidos, Italia y Dinamarca descubrieron una hormona que hace que el cuerpo quemé las grasas. Según la revista británica *Nature*, la hormona fue bautizada como "Irisina", en honor a la diosa griega Iris, que en *La Ilíada*, de Homero, se la describe como "mensajera de los dioses". Esta hormona sería, según los expertos, la mensajera de trasladar al organismo los beneficios del ejercicio físico. Ocurre que Irisina tiene efectos directos sobre el tejido graso, que almacena el exceso de calorías y contribuye a la obesidad.



Cuánto ejercicio se necesita

Un estudio realizado en Estados Unidos sugiere que si los alimentos no saludables, en lugar de informar en sus rótulos las calorías que contienen, informaran la cantidad necesaria de ejercicios para consumir dichas calorías, esta medida sería más efectiva para controlar el consumo de alimentos perjudiciales para la salud.

Los investigadores observaron a los adolescentes que compraban productos en West Baltimore —donde los rótulos de las bebidas gaseosas contienen información sobre la cantidad de calorías—, el porcentual que ese alimento representa en el consumo diario recomendado y también el tiempo que hay que correr para gastar esas calorías. Según el estudio, el ítem que más impacto tuvo fue el último.

Kangoo Jumps

El salto que tu gimnasio necesita...

**REDUCE UN 80% DEL IMPACTO AL EJERCITARSE.
QUEMA CALORÍAS Y TONIFICA INTENSAMENTE.
ES DIVERTIDO Y PARA TODAS LAS EDADES.**

Fit Company

www.fitcompanyargentina.com.ar
info@fitcompanyargentina.com.ar
 Tel: (54 11) 4746-7102 / (54 11) 15 5385-6792

Dealer Fitness
Equipments and Suplements

EQUIPAMOS GIMNASIOS - HOTELES - CONSORCIOS

MÁQUINAS PROFESIONALES MAX METAL (PERSONALIZADAS)
SOMOS IMPORTADORES DIRECTOS

**DISCOS Y MANCUERNAS INYECTADOS EN GOMA
GARANTÍA 5 AÑOS**

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO DE

Marcos del Bueno 210 1º piso - Moreno (C.P. 1744)
 Tel./Fax: 0237-468-7894 - Cel.: 011-155-249-0786
admin@dealerfitness.com.ar

VENTA

Yanina Vanesa Gómez Faure

Vendo 1 silla cuádriceps, 2 prensas 45°, 1 camilla femoral, 1 gemelo sentado, 1 rack de sentadillas, 1 doble polea, 1 multicadera, 1 aductor abductor, 1 patada de glúteos, 2 bancos planos c/soportes, 2 dorsaleras altas, 2 remos, 1 máquina de pectorales, 2 cintas Sport Max 3 hp, 2 caminadores elípticos, 19 bicicletas de indoor y mucho más para equipar un gimnasio completo. Todo a \$150000, recibo auto o camioneta o moto en parte de pago.
Tel.: (03444) 15412455
E-mail: yanig_10@hotmail.com

Anabella Acosta

Vendo circuito de entrenamiento express, con 8 máquinas FOX. Está nuevo. Precio \$30000.
Tel.: (011) 1530234901
E-mail: info@radicalfitness.net

Mariano Pineda

Líquido exclusivo Kinesis Circuito Technogym (sólo 3 en Argentina) y Technogym Wellness System (software único en el país).
Tel.: (0341) 4930313
E-mail: marianopineda@hotmail.com

Víctor Aguilera

Vendo 11 bicis de indoor Evolution Center \$11000.
Tel.: (03582) 482668
E-mail: trainergym@hotmail.com.ar

Matías Lucero

Vendo gimnasio completo, máquinas, espejos, accesorios, discos etc.
Tel.: (0358) 215407087
E-mail: matiasmoldes@hotmail.com

Fernando Rodríguez

Vendo 3 camas reformer con box más tabla y un chair, en \$5000, todo utilizable, lo entregamos por cierre, a partir del viernes 13/1. Máquinas de gimnasio y discos, remos a lingotes, hack, peck deck, banco curvo, banco plano. Tel.: (011) 4725-2930
E-mail: contacto@totalfitness.com.ar

Onofre Volders

Vendo elíptico Precor EFX 544 \$4500.
Tel.: (011) 4855-6722 / 4855-6722
E-mail: negocios@systemfit.com.ar

Jimena Ghirardoto

Vendo 7 bicicletas indoor marca JC 1100 c/u lote a \$7000, 2 marca MTD 1100 c/u; las 2 por \$2000.
E-mail: laro-kgym@hotmail.com

Silvina Bogado

Vendo lote de 7 camas de gimnasio pasiva marca Stauffer sistema Toning Center, en excelentes condiciones, y 1 cama masajeadora automática Accu Massage, tapizados color gris. Precio del lote completo \$21000. Tel.: (011) 15 3457-7332
E-mail: solcito.silvina@gmail.com

Cristian López

Vendo elíptico con scanner seminuevo color negro. Tel.: (02229) 443072
cristian.lopez1989@yahoo.com.ar

José Luis Giarone

Pect mariposa, silla cuádriceps, aductores-abductores, Smith, camilla isquio, banco plano (2), banco regulable, banco plano sin soporte, banco inclinado (3), banco declinado, banco de hombros, banco de hombros sin soporte, rack sentadillas, banco abdominales, banco curvo (2), banco Scott, prensa invertida, dorsalera sent Hack y 5 bicis fijas. Todo \$25000.
Tel.: (011) 15 6442-0274
E-mail: joseluisgiarone@yahoo.com.ar

Ezequiel Moreno

Vendo urgente reformer pilates con box nuevo con garantía, \$2300 con envío incluido a cualquier parte del país.
Tel.: (0358) 154019555
E-mail: yoelmismo21@hotmail.com

Juan Puppo

Vendo o permuta plataforma vibratoria profesional como nueva. BShaker Pro. Se puede ver en Palermo. \$8900.
Tel.: (011) 15 5598-2217
jpuppo@villasofiarilocheloc.com.ar

Martín Arribas

Vendo cruce de poleas Fitness Machine color blanco, tapizado negro 40/40 kg \$3500.
Tel.: (0341) 156897590
E-mail: martin_arribas@hotmail.com

Laura Gabriela Pérez

Vendo plataforma vibratoria triplanar profesional Semikon, un mes de uso. Acepto camas de pilates.
Tel.: (0223) 6819985
E-mail: lauragabrielperez@gmail.com

Felipe Aznarán

Líquido lote de máquinas de musculación y pesos. Tel.: (03576) 15478834 - atlon_gym@hotmail.com

Cecilia Mani

Vendo plataforma vibratoria BH Hi Power YV30 Triaxial 8000.
Tel.: (011) 15 5584-2178
E-mail: verocemani@hotmail.com

Haydee Santiago Allegue

Vendo máquinas de pilates sin estrenar, reformer con box y tabla de extensión, unit-wall con 6 resortes y 2 barras Mat de suelo. Cantabria, España.
Tel.: 649444942
E-mail: cielosantiago@hotmail.com

Leandro Maure

Vendo cintas para entrenamiento en suspensión (similar al TRX) y barras con elásticos para trabajos funcionales. Precio de ambos: US\$ 100.
Tel.: (0261) 4983745
E-mail: leandromaure@gmail.com

Martín Boccario

Vendo por renovación 2 reformers completos Fox línea Olympo, 6 meses de uso. Tapizado negro, garantía, \$11000. Tel.: (0341) 5780977
E-mail: gimnasiodrc@hotmail.com

William Hernández

Vendo 8 bicis de indoor.
Tel.: (506) 22908383
E-mail: wrhproducciones@univision.com

Omar Ávalos

Vendo bicicletas fijas marca Evolution Fitness en 3 tallas diferentes: 10 "S", 10 "M" y 10 "L". Usadas. \$40000 el lote. Tel.: (3833) 420001
E-mail: edgardoavalos@gmail.com

Verónica Astudillo

Vendo circuito de máquinas de ejercicios hidráulicas, son 16 estaciones, 8 máquinas y 8 steps (máquinas iguales a curvas). Valor en peso chileno \$8000000, conversable.
Tel.: (09) 9897-4369
E-mail: masfitness@hotmail.com

Daniel Nazor

Escucho ofertas por cinta Kip Machines KR-320. 8 años de uso, y cuadrícera (buena biomecánica).
Tel.: (0341) 155926499
E-mail: danielnazor@hotmail.com

Eduardo Godoy

Vendo cama solar Lumina Hapro 3603, holandesa, con 36 tubos, 20 superiores de 160 W y 16 inferiores de 100 W, con 3 aceleradores faciales de 400 W. Todos tubos y lámparas nuevas. \$30000. Tel.: (0358) 4237038
E-mail: casablanca@argentina.com

Gastón Vallejos

Vendo bancos de pecho plano, inclinado, declinado, scot, hiperextensiones, fondos en paralelas, color blanco tapizado negro, todo el lote \$4000.
Tel.: (011) 4236-5925
E-mail: gaston_roman@yahoo.com.ar

Marcos Calderón

Líquido 4 bicicletas Voit, lote \$1200, y 2 parlantes de 18" \$1900.
Tel.: (011) 15 3416-5591
E-mail: info@opengym.com.ar

Luís Mercado

Vendo 3 bikes fijas Precor 944 220vca + 1 bike recline Johnson's con alternador (no se enchufa) acondicionadas. Impecables.
E-mail: aluminio@aimeltech.com

Jonatan Gauna

Vendo gimnasio completo con más de 45 máquinas usadas Muscleman, tapizados nuevos y pintadas a nuevo. El gimnasio está en el Club Atlético Pilar, ubicado en el centro de Pilar, a una cuadra de la plaza. Tiene una clientela de 18 años y siempre hay nuevos. Se incluye todo a \$120000.
Tel.: (011) 3417-9369
E-mail: jonygauna@live.com

Marcelo Attaguile

Vendo 3 cintas para correr, marca Johnson's modelo Jet 7000, 3 hp, \$6000 c/u, las 3 \$15000.
Tel.: (011) 60940484
E-mail: tano.1973@hotmail.com

Guillermo Spandri

Vendo por cierre 1 prensa de 45°, 1 peck deck Fox con 100 kilos, 1 polea enfrentada y 1 dorsalera también con 100 kilos, todas de fábrica con estructura pesada en caño 100 x 50. \$8500. Tel.: (011) 4216-9479
E-mail: guillespandri@hotmail.com

Leonardo Carosio

Tengo 20 bicis de indoor marca Whirly Cycle, soy profesor de nac. de Educación Física, instructor matriculado de método Spinning. Estoy buscando un espacio para poner a funcionar un salón de indoor bike, con preferencia en zona oeste.
Tel.: (011) 6164-6695
E-mail: leocarosio@yahoo.com.ar

Gustavo Marchak

Vendo lote completo de máquinas Magnum. Dorsalera, peck deck, prensa 45, multicadera, sillón camilla, remo bajo, aductor, multifuerza, y varios equipos más. 500 kilos de disco. Precio lote completo \$18500.
Tel.: (011) 15 6987-4664
E-mail: g.marchak@hotmail.com

Fernando Soto

Vendo banco press inclinado olímpico con soporte para discos (línea Omega), marca Fox, 1 año de uso, color gris con tapizado amarillo, \$2000 y bici horizontal Fox (color blanca con tapizado amarillo), \$2500. Tel.: (0299) 155800471
E-mail: gymnuevoestilo@yahoo.com.ar

Alejandro Valle

Always Club vende 4 sets de mancuernas en sus mancuerneros, discos y barras en impecable estado. Contactar por mail para recibir fotos, monto y detalle. Tel.: (011) 4831-4164
E-mail: a.valle@fitcode.com.ar

Ariel Preatoni

Vendo lote 26 bicicletas juntas o separadas, \$1950. c/u excelente estado, menos de 1 año de uso. Venta por políticas de la empresa de recambio anual. Véanse más detalles y fotos en Mercado Libre. <http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-136605752-lote-26>
Tel.: (011) 5763-8711
E-mail: luganogymclub@hotmail.com

BÚSQUEDA

Alejandro Sisti

Clasificado: poseo salón completo de musculación (compuesto por 25 máquinas Fitness Machine, excelente estado), rack de mancuernas / discos / bancos / 26 bicis de Spinning Swing y 5 cintas Kip Machine 317. Concesiono en alquiler o busco socio con local. Tel.: 011 - 15 69912063
E-mail: janoxr@hotmail.com

FONDO DE COMERCIO

Fernando Fenelli

Vendo estudio de pilates, casona reciclada, zona Floresta, alquiler bajo, 40 socias, 4 camillas, 1 trapecio, aire acondicionado, con espacio para centro de estética. Cuota promedio: \$180. Tel.: (011) 1554784949
E-mail: info@ffentrenamiento.com.ar

Guillermo Conte

Vendo urgente fondo de comercio de gimnasio, muy completo, máquinas Fox Full. Tel.: (011) 4993-5808
E-mail: guillermoconte@hotmail.com

BICICLETAS DE INDOOR CYCLE - IMPORTADORES DIRECTOS



EXEL PLUS

NUEVO MODELO

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 / Trapecio / Unidad de pared Chair / Accesorios y resortes para equipos de pilates resistencia correcta + duración + identificables.

- Resortes para minitramp
- Topes tijera para mancuernas- clásico y olímpico
- Ruedas - planas y cónicas - llantas de nylon y cubierta de poliuretano - especiales para reformers
- Roldanas y mordazas
- Mosquetones - MG - Premium - Gigante
- Conjunto diente de cierre - barral y pitones para reformer

Somos fabricantes Montiel 2322 (1440) Cap. Fed. / resortesmg@fibertel.com.ar
Envíos a todo el país (54 11) 4687 0041 / 4686 6251 / Contacto: Eric Weber

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 / ARQUITECTO

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.

NUEVO COMBO 2



y además una rutina de ejercicio rápido y una guía de alimentación inteligente

BiobodyX Averiguá como mejorar la performance de tu gimnasio

Llamanos al (011) 3972-5646 o envianos un mail a: info@biobodyx.com.ar

mercado fitness



Suscripción Anual / 6 ediciones

En Argentina: \$180
Consultar costos internacionales

INCLUYE EL ENVÍO BIMESTRAL DE LA REVISTA, POR CORREO PRIVADO CON ACUSE DE RECIBO.

SUSCRÍBASE AHORA MISMO

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



CGA

Cámara de Gimnasios de Argentina

Asociación sin fines de lucro para el desarrollo y difusión del fitness & wellness

- Prestamos a nuestros socios asesoría legal, edilicia y administrativa.
- Trabajamos a diario sobre los reglamentos municipales y nacionales que rigen la actividad
- Brindamos información respecto a inspecciones y habilitaciones, seguridad, derecho laboral, imagen corporativa, difusión y presencia en Internet.
- Si querés formar parte de la CGA, hacemos alguna consulta y/o comentario podrás contactarnos en la siguiente dirección: **Arenales 3674 Capital Federal - Tel.: 5787-1044**

info@camaradegimnasios.org.ar / www.camaradegimnasios.org.ar



Mauricio Musiet, de Sportlife,
junto a Nicolás Loaiza, de Bodytech.

FUSIÓN Sportlife y Bodytech unen fuerzas

En enero, la cadena chilena de gimnasios **Sportlife** firmó un memorándum de entendimiento para fusionarse con la red colombiana de centros médico-deportivos **Bodytech**. Con esta unión, ambas compañías reúnen 82 sedes que operan en Chile, Colombia y Perú, con más de 150.000 clientes activos, cerca de 2.500 empleados y ventas por 125 millones de dólares.

En declaraciones a **Mercado Fitness**, **Nicolás Loaiza**, presidente de Bodytech, aseguró que “esta unión nos permite consolidar el liderazgo en la región”. En su opinión, “ambas compañías compartimos la identidad en la forma de hacer negocios, siempre con el cliente en el centro, el bienestar de nuestro equipo humano y la creación de valor sostenible”.

Por su parte, **Mauricio Musiet**, director ejecutivo de Sportlife, afirmó que “las marcas seguirán operando de manera independiente en cada país” y mantendrán además sus propios equipos de ejecutivos. Además, manifestó que “la alianza aportará los recursos necesarios para la consolidación y la expansión en el territorio chileno y la región”.

Entre las dos cadenas reúnen 82 gimnasios que operan en Chile, Colombia y Perú, con más de 150.000 socios activos, unos 2.500 empleados y ventas anuales por 125 millones de dólares.

En la actualidad, Bodytech tiene 40 sedes en Colombia y 5 en Perú. Mientras que Sportlife cuenta con 37 clubes entre propios y franquiciados en Chile. La meta de esta integración es duplicar su operación en la región durante los próximos cinco años. Asimismo, según los directivos, esta alianza fortalecerá las condiciones de estabilidad para sus empleados.

Por otro lado, añadió Loaiza, “pensamos ser pioneros en aprovechar el Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), que integrará los mercados bursátiles de Colombia, Perú y Chile, y esto será la plataforma para seguir creciendo en Latinoamérica”. Aunque ya se sabe que los nuevos socios iniciarán su proceso de apertura en la Bolsa, no se precisó si el debut bursátil se hará en Chile o en Colombia. ■

REPÚBLICA DOMINICANA

Gold's Gym abrió nueva sucursal



La cadena **Gold's Gym**, dirigida por **Ian Rondon**, abrió una nueva sucursal en la avenida Independencia de Santo Domingo. Este centro de acondicionamiento físico, que tiene una superficie de 1.000 m², estará bajo la dirección operativa de **Martín Gabirondo**. Esta compañía abrirá próximamente un gimnasio en la Galería 360 de Ferretería Americana.

CMS organiza seminario



CMS Caribbean dictará el seminario "Cómo administrar tu gimnasio para maximizar ingresos y ganancias" en Santo Domingo, el 25 de febrero, y en San Juan de Puerto Rico, el 18 de febrero. La inscripción a esta capacitación, que estará a cargo del consultor **Stefan Feketefoldi**, tiene un costo de 249 dólares (incluye manual). El cupo es de 20 participantes. Por más información, puede escribir a stefan@cmscarib.com

Life Fitness inaugura *showroom*



La empresa Fitness Dominicana, representante de **Life Fitness** en República Dominicana, acaba de inaugurar su primer *showroom* en Santo Domingo. En su discurso inaugural, Patricia Temiño, gerente de la firma, señaló que uno de los objetivos de esta apertura es "crear en el país una plataforma de apoyo con un servicio técnico local y directo".



Athletic

PROFESSIONAL FITNESS

Empresa líder en Latinoamérica
de equipos para gimnasio
ahora en Perú!!





Representante en Perú:

Ventas:
(01) 276 7035

ventas@ciafitness.com.pe | www.ciafitness.com.pe



COMPAÑÍA
FITNESS

soluciones para su gimnasio

BRASIL

Bodytech abre su segunda unidad en Brasilia

Hacia mediados de febrero de 2012, la cadena de gimnasios **Bodytech** va a inaugurar su segunda unidad en Brasilia. Se trata de un club de 3.000 m², que cuenta con estacionamiento cubierto y descubierto, y con una amplia oferta de servicios de actividad física y bienestar para adultos y niños, que podrá llegar a albergar hasta 2.800 clientes.



III Simposio UPGRADE

El 20 de enero se realiza el lanzamiento de los cursos 2012 que dictan el **Instituto de Enseñanza UPGRADE** y la **Facultad Gama e Souza** de Río de Janeiro, entre los que se destacan el MBA en Gestión y Marketing de Gimnasios y el MBA en Personal Training. En el marco de este evento, **José Antonio da Rosa**, fundador de la red de gimnasios Bodytech, ofrecerá una conferencia sobre “Tendencias y negocios en la industria del fitness”. Más información al respecto en www.upgradeursos.com.br

Congreso Brasileño de Personal Trainers

La sexta edición de este evento, realizado por la **Sociedad Brasileña de Personal Trainers** (SBPT), se llevará a cabo del 23 al 25 de marzo en el Centro de Convenciones Rebouças, en San Pablo. Del congreso participarán reconocidos especialistas, entre los que se destacan el neurofisiólogo norteamericano **Chad Waterbury**, especializado en el desarrollo de la fuerza explosiva y resistencia, y **José Rubens D’Elia**, conductor del programa Bienestar, de la Red Globo. Por más información, puede escribir a contato@sbpt.com.br

Runner sumará 20 unidades en 2012



La red de gimnasios **Runner** espera sumar 20 nuevas unidades en 2012. La empresa tiene hoy 8 sedes propias, 10 licenciadas en actividad y otras 10 que están en construcción y entrarían en operación en el primer trimestre de 2012. “Y antes que finalice el año, esperamos tener 10 unidades licenciadas más”, dice **Peter Thomas**, CEO de Runner.

En 2011, la red fundada en 1983 por Mário Sérgio Moreira alcanzó una facturación superior a los 37 millones de dólares, el 25% de los cuales provino de las licenciadas. Al respecto, Thomas señala: “En 2012, la expectativa es que las licenciadas respondan por el 50% de los 64 millones de dólares que esperamos facturar”.

Esta compañía brasileña apunta su expansión a través de licencias a ciudades con más de 180.000 habitantes. Y además existen planes de internacionalizar la marca hacia otros puntos de América Latina. De hecho, según Thomas, están “en conversaciones con un grupo extranjero que desea representarnos”.

BOLIVIA

Lanzaron Premier Music



La sede Equipetrol de **Premier Club**, en Santa Cruz de la Sierra, lanzó en Navidad un CD de música electrónica elaborado por disc-jockeys profesionales, del grupo Outsiders, que tocan en vivo en el gimnasio cada martes. Al material, denominado Premier Music, sólo pueden acceder los socios que se sumen a la *fan page* del gimnasio en Facebook.

CHILE

Ponen en forma a los carabineros

La **Universidad San Sebastián** selló un acuerdo con la Prefectura de Osorno para llevar adelante un programa de actividad física destinado a un grupo de 22 carabineros. El mismo implica que tres veces por semana los uniformados cumplan con una rutina de ejercicios, al tiempo que reciben el aporte de estudiantes de psicología, enfermería y kinesiología para mejorar su calidad de vida. El programa, denominado "Huemul", se viene desarrollando hace meses.

Energy abre Aquafitness en marzo



Con una inversión de 3 millones de dólares, **Energy Fitness** abre en marzo Aquafitness, un gimnasio de 3.000 m², con arquitectura interior vanguardista, ubicado en el corazón del Parque Araucano, en Las Condes. "Será un lugar ideal para desconectarse de la ciudad y conectarse con el ejercicio y la vida sana", dice **Alex Wiesner**, presidente de la compañía.

Aquafitness tendrá dos piscinas templadas, una semiolímpica y otra lúdica, zona de musculación y cardio, sala de masajes y baño a vapor en ambos camarines, estudio de Spinning y un *healthy bar*, entre otros servicios. "Por su entorno de áreas verdes, será ideal para vincular una experiencia de entrenamiento indoors con la actividad outdoors", añade.

COLOMBIA

Bodytech, entre las marcas más valiosas

La cadena de centros médico-deportivos Bodytech ocupó el puesto 25º del ranking de las 50 marcas más valiosas de Colombia, elaborado anualmente por la firma Compassbranding. De este modo, Bodytech, que avanzó cuatro lugares respecto de 2010, se encuentra dentro de grupo de marcas valuadas en entre 100 y 200 millones de dólares. En este estudio, el sector de alimentos y bebidas ubicó a 24 empresas en el escalafón de las 50 marcas más valoradas.

Fuente: Portafolio

CHILE

Interfísico Universidad de las Américas



En noviembre de 2011 se realizó en Santiago el tercer interfísico de la carrera de Educación Física de la Universidad de las Américas. El encuentro reunió a 300 estudiantes de cuarto año que cursan la asignatura de Administración Deportiva y en él participaron las sedes de Viña del Mar, Providencia, Santiago Centro, La Florida, Maipú y Concepción. La actividad tiene como objetivo aplicar los contenidos de gestión y organización de eventos deportivos.

FULLGYM
EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

Pulse **BodySolid** **Steelflex** **PRO SPEED** **HAMPSON**

Inversiones Salud y Vida Ltda. Av. 8 Norte 340 / Viña del Mar / Chile
Tel: 56-32-2682216 / movil: 82098963 / ventas@fullgym.cl / www.fullgym.cl

COLOMBIA

Body Systems cambia de manos



La filial colombiana de **Body Systems**, empresa licenciataria de los programas de Les Mills, fue adquirida recientemente por el empresario **Ricardo Beltrán**, quien se venía desempeñando como gerente general de la empresa. Por su parte, **Billy Crissien**, anterior propietario de la firma, abrió un gimnasio en Bogotá, con la marca **Gym House**.

URUGUAY

Perfil abre su cuarta sede

Para comienzos de 2012 está prevista la apertura del cuarto gimnasio de Perfil. El mismo estará ubicado en Ciudad de la Costa, a 150 m del nuevo Shopping Costa Urbana, donde funcionó por años la confitería Oriente. El nuevo gimnasio tendrá 700 m² repartidos en dos niveles: en la planta baja estarán la recepción, vestuarios y área de musculación y cardio.

En el segundo nivel estará la sala de video cycling, que contará con 60 bicis, pantallas de plasma y aire acondicionado, y el salón para actividades de fitness grupal. Las otras tres sucursales de esta empresa fundada en 1991 están en Punta Carretas, Pocitos y Punta del Este, donde se realizaron importantes obras de ampliación a comienzos de 2011.

Bethel anuncia aperturas en 2012



Bethel Spa inaugura en marzo un nuevo local en Ciudad Vieja, Montevideo. El mismo tendrá Power Plate, peluquería, tratamientos corporales y faciales, y cama solar. Por otro lado, la empresa abrirá una segunda unidad en Carrasco, donde contará con Medical y Dental Spa, equipo de cirugía, nutricionista, dermatólogo, cosmetólogo y otros profesionales de la salud. De esta forma, la empresa de **Álvaro Padín** tendrá seis locales en Montevideo y dos en Punta del Este.

Domingo Blázquez Sánchez, en Montevideo

A partir de una alianza entre el Instituto Nacional de Educación Física de Cataluña y el Instituto Universitario Asociación Cristiana de Jóvenes, **Domingo Blázquez Sánchez** dictará en Montevideo, del 6 al 11 de febrero, dos cursos de actualización e innovación en el ámbito de la educación física y el deporte. Este catedrático español es doctor en Filosofía y Ciencias de la Educación y licenciado en Educación Física. Por informes puede escribir a marketing@iuacj.edu.uy. Los cupos son limitados y se entregará certificación.



PARAMOUNT

STAR TRAC

SPINNING

ldpil.com

POWER PLATE

Fitness XBeat

mercado fitness

FITNESS

Tel: 7083210
Cel: 094540563

www.hf.com.uy

info@hf.com.uy

MÉXICO

Pilates reformer funcional



La profesora argentina **Fernanda Sette**, a cargo de la Escuela Cuerpo Activo, fue convocada por la Asociación Nacional Cívica de Profesores y Licenciados de Educación Física AC, de México, para dictar del 9 al 12 de febrero la

Certificación de Pilates Reformer Funcional Nivel I, en Nuevo León, Monterrey. Por otro lado, Sette también estará en Medellín, Colombia, el 24 y 25 de marzo, para dictar la primera certificación de su método en este país. Más información en www.cuerpoactivoss.com.ar

Sports World abrirá 6 nuevos clubes

Sports World inició la venta de membresías de 6 nuevas unidades que tiene en construcción y que espera abrir en 2012. Esta operadora de clubes deportivos posee cuatro formatos: por un lado, Sports World (15 en funcionamiento y uno en preventa, en Pedregal, que abrirá en el segundo trimestre de 2012) y SW Gym Plus, con 2 unidades funcionando, y 4 en preventa.

Y por otro lado, dos versiones de clubes a precios accesibles: SW FIT, que tiene dos sedes, y un nuevo formato, SW GYM, cuya primera unidad está en preventa y abrirá en febrero 2012 en el centro comercial Plaza Luna Parc, en Cuautitlán Izcalli. Actualmente, esta empresa, que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, tiene 25.000 clientes activos.

Smart Fitness anuncia aperturas

En 2012, la compañía **Smart Fitness**, que cuenta actualmente con un gimnasio que opera en Ciudad de México, proyecta abrir 6 unidades en este país a través de franquicias. Uno de esos nuevos gimnasios se montará en un edificio residencial de la constructora ICA, también en Ciudad de México, y otro estará cerca del Aeropuerto de Toluca.

Mientras tanto, ejecutivos de esta marca, que es propiedad de un conglomerado de empresas que participa en la industria del PET, analizan también probar suerte próximamente en ciudades como Miami, Las Vegas y Chicago, en Estados Unidos. La inversión necesaria para abrir una franquicia de Smart Fitness es de 580.000 dólares.

Fuente: Diario Milenio

Álex Rodríguez abre dos gimnasios

De la mano de New Evolution Ventures (NEV), **Álex Rodríguez**, el beisbolista dominicano de los Yankees de Nueva York, inauguró en enero su tercer gimnasio **Energy Fitness WTC** en Colonia Nápoles, al sur del Distrito Federal. Mientras que la cuarta unidad de la marca abrirá sus puertas en los próximos meses en Cancún, Quintana Roo. Los otros dos gimnasios de Energy están en la céntrica avenida Paseo de la Reforma y en Santa Fe.

Hard Candy Fitness cumplió un año

El gimnasio que **Madonna** abrió en el DF en 2010, festejó en diciembre su primer aniversario. Aunque no estuvo en la celebración, mediante un video la cantante reiteró su cariño hacia México e invitó a la gente a seguir ejercitándose en Hard Candy Fitness.

VENEZUELA

Gold's Gym, con nuevo gerente, llega a Maracaibo



Nerio Urribarri, Rodolfo González y Angelo Chirico.

Ángelo Chirico asumió la gerencia general de Gold's Gym Venezuela, proyectando a corto plazo la expansión de la cadena a nivel nacional. Este experimentado ejecutivo tendrá entre sus retos la apertura en el segundo trimestre de 2012 de la primera sede en el interior del país, precisamente en Maracaibo. En 2011, la sede El Recreo obtuvo el premio al Mejor Gimnasio Internacional, que entrega Gold's Gym a sus franquiciados de todo el mundo.

FTS juega en Primera División



Yordi Arteaga, fundador de Functional Training System (FTS), se sumó en diciembre al *staff* técnico del Caracas Fútbol Club, con miras a la Copa Libertadores de

América. De este modo, el entrenamiento funcional será parte del plan de preparación física de los futbolistas de este equipo de Primera División, once veces campeón de la liga venezolana.

“El objetivo es desarrollar en los jugadores una óptima base funcional de movimiento para un mejor desarrollo de sus habilidades técnicas”, dice Arteaga, cuyo trabajo en FTS cuenta desde 2005 con el aval de la Sociedad Venezolana de Medicina Física y Rehabilitación.

PUBLICIDADES EN ESTA EDICIÓN	PÁG.		PÁG.
33 Pilates - (03488) 154 09189 / info@33pilates.com.ar	48	Grupo Silicon Dinap - (011) 4941-0478 / info@gsdtecnologia.com.ar	56
Aqua Life - (011) 4484-6512 / ventas@aqualifeevolucion.com.ar	54	Gym Clothes - (011) 2058-6651 / info@gym-clothes.com.ar	70
Arquitectura Creativa - (011) 4554-7458 / arquitectura_creativa@yahoo.com.ar	91	Gym Home - (011) 4816-5650 / gymhomeventas@fibertel.com.ar	22
Athletic - (011) 4722-5500 / lineapro.org@athletic.com.br	64	Impact Fitness - (011) 4855-8574 / adillen@systemfit.com.ar	08
Barcelona Biomecánica - (011) 4628-0651 / edu_barcelona@live.com.ar	68	Informática & Deportes - (0341) 493-2606 / info@entrenar.com.ar	50
Bard International - (011) 4545-7700 / info@bard-international.com	51	JBH Equip - (011) 4228-6141/4228-3182 / info@jbhequip.com.ar	13
BH Hi - Power - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar	59	Kapitan Pedales - (011) 15 4058-7195 / kapitanpedalen@yahoo.com.ar	91
Bicimundo - (0351) 4221665 / bicimundo@arnet.com.ar	26	Kettlebell - (011) 15 5416-9529 / info@kettlebell.com.ar	69
BiobodyX - (011) 3972-5646 / 15 5568-3278 / info@biobodyx.com.ar	91	Kip Machines - (011) 4327-2963 / hmoavro@kipmachines.com	02
Biofitness - (011) 15 6095-1972 / info@biofitness.com.ar	60	LDPIL - (011) 4733-3959 / www.ldpil.com	63
Biomax - (0341) 464-9441 / holiday@citynet.net.ar	46	Le Parc - (011) 15 5868-9029 / equipamiento@leparc.com	28
Body Systems - www.BodySystems.net	45	Life Fitness - (011) 4713-5090 / info@fitnesscompany.com.ar	100
Calderas Santero - (011) 4931-0183/0294 / info@calderassantero.com	20	Lion Force - (011) 4207-8668 / www.lionforce.com.ar	74
Cámara de Gimnasios - (011) 5787-1044 / info@camaradegimnasios.org.ar	91	Lona Sur - (011) 4270-3700 / info@lonasur.com.ar	76
Cia. Arg. de Lockers - (011) 4777-7555 / lockers@argentinelockers.com.ar	16	Máquinas Sanmartino - (0358) 464-8213/maquinassanmartino@arnet.com.ar	34
Concept2 - (011) 4958-2620 / concept2argentina@gmail.com	55	Mastertech - (011) 4574-0910 / info@mastertech-usa.com	67
Control Gym - (011) 4958-1711 / info@controlgym.com.ar	29	Max Metal - (0237) 468-7894 / admin@dealerfitness.com.ar	89
Cuerpo Activo - (011) 4624-6255 / info@cuerpoactivoss.com.ar	66	Mir Fitness - (011) 4574-4842 /43 / mir@mirfitness.com.ar	18
CrossFit - (011) 4522-0798 / info@crossfittuluka.com	88	Morales - (011) 4682-9312 / info@e-morales.com.ar	75
Cybex - (011) 4777-9239 / praffinetti@cybexint.com.ar	17	Movement - www.movement.com.br	25
DeportSalud - (011) 4797-4231 / ventas@deportsalud.com	33	Não Pressão - (011) 4666-9484 / naoindumentaria@hotmail.com	37
Digital Fitness - (011) 4711-6168 / contacto@digitalfitness.com.ar	53	Nova Sports - 220 2500 / novasports@novasports.cl	84
Eco Piscinas - 0800-266-0607 / controlserv@fibertel.com.ar	32	Ozono Equipamiento - (011) 4468-1037 / ozono_fitness@yahoo.com.ar	72
EmbreeX - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar	15	P-equipe - (011) 4701-4111 / info@pequipe.com.ar	21
Equipamientos Fox - (011) 4278-3072 / ventas@equipamientosfox.com.ar	24	Precor - (0221) 471-2323 / www.precor.com	39
Equipamientos Millennium - (011) 4265-1609 / info@equipmillennium.com	61	Randers - (0221) 471-2323 / info@randers.com.ar	15
Escuelas NEF - (011) 4331-6698/0089 / info@escuelasnef.com.ar	50	Resortes MG - (011) 4687-0041 / resortesmg@fibertel.com.ar	91
Fenix Machines - (011) 4200-1444 / ventas@fenixmachines.com.ar	23	Saturn Supplements - (011) 4613-0025 / ventas@saturnargentina.com.ar	72
Fitness Beat - (011) 4784-1074/4787-6588 / info@fitnessbeat.com.ar	35	Semikon - (011) 4208-1285 / ventas@semikon.com.ar	41
Fitness Company - (011) 4713-5090 / info@fitnesscompany.com.ar	100	Solución ARG - proclub@solucionarg.com	71
FitCompany - (011) 6009-1120 / info@fitcompanyargentina.com.ar	89	Sonnos - (011) 4651-4692 / info@sonnosweb.com	10
Fitness Gym - (011) 4278-2885 / fitnessgym@maquinasdegimnasios.com.ar	42	Star Trac - (011) 4855-8574 / info@spinningar.com.ar	09
Fitness Machine - (011) 4241-6096 / ventaonline@fitnessmachine.com.ar	81	Step Nuevo Milenio - (011) 4574-4842 / mir@mirfitness.com.ar	77
Fitness Shop - (0223) 491-0739 / info@fitness-shop.com.ar	79	Unicom Fitness - (011) 4572-5472 / info@unicomfitness.com.ar	48
Fitop - 212 2456 / jpquintanilla@fitop.cl	62	Uranium - (011) 4713-5090 / info@uraniumfitness.com	99
Freemotion Fitness - (1 305) 407-3542 / ventas@foundationfitness.com.mx	87	Vento - (011) 4794-0971 / info@ventoentrenamiento.com.ar	76
Full Mak - (011) 4482-2791 / info@fullmak.com.ar	44	Watercycling - (011) 4633-2834 / info@watercycling.com.ar	69
Gerbo Sport - (011) 4504-3466 / info@gerbosport.com.ar	83	Xfit - (011) 4208-1480 / info@xfit.com.ar	58
GMP Equipamientos - (0341) 421-6955 / 453-5080	31		

CALENDARIO 2012

Marzo

- 14 al 17 - **IHRSA 2012** (Los Ángeles, EE. UU.)
- 30 - **Fitness Management Training** (Montevideo, Uruguay)
- 31 al 1º Abril - **Fitness Management Training** (Buenos Aires, Argentina)

Abril

- 19 al 22 - **FIBO Feria Internacional** (Essen, Alemania)
- 28 al 1 Mayo - **22º Fitness Brasil Internacional** (Santos, Brasil)

Mayo

- 4 y 5 - **Mercado Fitness 8º Expo y Conferencias** (Buenos Aires, Argentina)
- 10 al 13 - **Rimini Wellness** (Rimini, Italia)
- 22 al 24 - **Sports Unlimited Valencia** (Valencia, España)

Julio

- 5 al 8 - **IDEA World Fitness Convention 2012** (California, EE UU)
- 26 al 28 - **14º Rio Sport Show** (Rio de Janeiro, Brasil)

Agosto

- 30 al 1º Septiembre - **IHRSA / Fitness Brasil** (San Pablo, Brasil)

Septiembre

- 28 y 29 - **Mercado Fitness País 4º Expo y Conferencias** (Córdoba, Argentina)

LA MARCA NUMERO 1 EN EQUIPAMIENTO PROFESIONAL DE ARGENTINA



URANIUM
ROUND SERIES



TECNOLOGIA A SU ALCANCE

Estaciones Individuales • Estaciones duales • Máquinas de peso libre
Poleas • Bancos y Racks



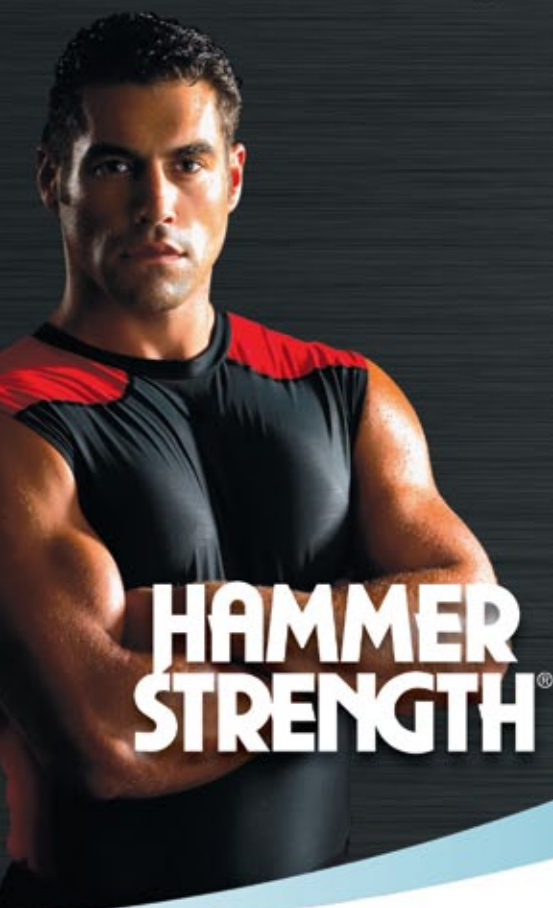
ENTREGA
INMEDIATA!



Con el respaldo de:
FITNESS
COMPANY

URANIUM
uraniumfitness.com

LOS MEJORES PRODUCTOS



HAMMER STRENGTH®



LifeFitness
WHAT WE LIVE FOR



LAS MARCAS LÍDERES

Life Fitness y Hammer Strength ofrecen opciones superiores de entrenamiento para que usuarios de todos los niveles físicos puedan alcanzar sus objetivos. Y nuestra experiencia sin precedente garantiza que contarás con nuestro total apoyo para que puedas alcanzar tus objetivos de negocio. Así que todos ganan cuando escoges Life Fitness.

PARA MÁS INFORMACIÓN CONTACTA A NUESTRO DISTRIBUIDOR
EXCLUSIVO EN TU PAÍS A TRAVÉS DE www.lifefitness.com