

mercado FITNESS

ARQUITECTURA

Construyendo experiencias memorables

En todo club o gimnasio la arquitectura debe usarse en favor de los clientes, creando para ellos ambientes reconfortantes y con encanto, que les despierten sensaciones y promuevan experiencias, tanto físicas como emocionales, que deseen luego recordar y repetir. En este sentido, los espacios de socialización juegan un rol central.

RANDERS®

EMBREEX



ARG-562 CINTA MOTORIZADA



ARG-555 CINTA MOTORIZADA



ARG-575 CINTA MOTORIZADA

ENTRENÁ DIFERENTE

**POWER
CROSS**



CIRCLE FIT



ARG-361 BICICLETA ELECTROMAGNÉTICA



ARG-362 BICICLETA HORIZONTAL



ARG-210 ELÍPTICO ELECTROMAGNÉTICO



www.randers.com.ar

REPRESENTANTE 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

Confío en mi destino

La vida nos pone a prueba a cada instante, día tras día. A veces, esas pruebas son tan fáciles de superar que pasan desapercibidas. Pero otras veces, parece imposible sobreponerse a algunos desencantos del vivir, sobre todo cuando la vista, entre húmeda y nublada, no puede alertarnos a tiempo y nos volvemos a tropezar con cuanta piedra hay en el camino.

A una cachetada usualmente le sigue otra, que suele ser más fuerte que la primera. Y si bien no podemos elegir cómo sentirnos frente a esos arrebatos que nos toca enfrentar, sí podemos elegir qué hacemos con eso que sentimos y cómo reaccionamos. Pero ante todo es bueno empezar aceptando que muchas cosas están definitivamente fuera de nuestro alcance.

Mirar atrás de a ratos nos permite aprender de nuestros errores, a eso le llaman experiencia. Mirando a los costados aprendemos de los demás, a eso le dicen sabiduría. Pero si pasamos demasiado tiempo mirando hacia atrás o a los lados, corremos riesgos de darnos otro golpe. Por eso hay que mantener la frente alta y mirar adelante, porque hacia ahí avanzamos.

Claro que tenemos licencia para caernos las veces que sea necesario, pero también tenemos la obligación de secarnos las lágrimas, respirar hondo, acomodar las ideas, hacernos de coraje y ponernos de pie nuevamente. Porque es caminando que transitamos la vida, no nos arrastramos ni nos quedamos quietos. Estamos todo el tiempo en movimiento, aquí y ahora.

Dicen que la "depresión es exceso de pasado, que la ansiedad es exceso de futuro" y que la felicidad es siempre presente. Mi hija, de 5 años, me dijo hace poco: "Papá, aunque esté triste o enojada, igual soy feliz". Yo también, porque confío en mi destino y camino hacia él. Sé que al final todo va a estar bien... y si no lo está, entonces sabré que no es el final.

Gracias por acompañarnos.
Guillermo Vélez

Foto de tapa gentileza: Patricia Tortaro.
EcoFit Club, Brasil. Fotógrafo: Rodrigo Elias Ribeiro.

04 Reportaje a Pere Solanellas:

Este consultor cree que "el modelo *low cost* va a explotar en América Latina" ya que los consumidores están cada vez más susceptibles al precio.

06 Láicmi:

Qué, cómo, dónde y cuándo comunicar es la esencia del servicio de esta nueva consultora de comunicación, marketing y tecnología, especializada en clubes y gimnasios.

29 Beast Fit Nation:

Sus socios no pagan una cuota, pero deben estar pendientes de las necesidades de otras personas para ayudarlas y sumar pequeños gestos de bondad.

52 Arquitectura:

La arquitectura debe usarse en favor de los clientes, creando ambientes reconfortantes y con encanto, que les despierten sensaciones y promuevan experiencias.

60 La juguetería del fitness:

Así define Sebastián Petrillo a su tienda Sport Maniac, que se especializa en la venta de equipamientos para gimnasios y accesorios de fitness.

72 Tendencias 2013:

En este informe, IDEA confirma que, en Estados Unidos, hay una solución en equipamientos y programas de fitness para casi todo tipo de consumidor.

78 Sported:

Se trata de un emprendimiento de financiación colectiva que tiene como objetivo ayudar a personas, equipos o instituciones a cumplir sueños deportivos.

78 Tuluca Kids:

Programa de ejercitación física diseñado para el público infantil por los responsables técnicos de CrossFit Tuluca. Fue lanzado en Argentina en agosto de 2012.

LATINOAMÉRICA

90 Bonga Gym crece en México:

Fundada en 2011, esta cadena de gimnasios de bajo costo tiene hoy 4 sedes. En los próximos 7 meses, abrirá 3 nuevas unidades en el D.F.

94 Bodytech presentó Mobile Training:

La cadena brasileña invirtió US\$250 mil dólares en un *software* que permite personalizar el servicio dentro de la sala de musculación.

95 Carrasco Polo Club amplió su gimnasio:

Este emblemático club deportivo de Montevideo inauguró las ampliaciones realizadas a su centro de fitness de 600m².

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

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

Editor Responsable: Guillermo Vélez

Director Ejecutivo: Ing. Leandro Deltrozzo

Directora de Arte: DG. Silvina Maceratesi

Diseñador Gráfico: Láicmi S.R.L.

Impreso por: New Press Grupo Impresor S.A.

Adm. y Redacción: Tel. (54 11) 4115-3524/25 Av. Paseo Colón 470 2° D (1063), Bs. As., Argentina. info@mercadofitness.com / www.mercadofitness.com
Año 2013 / N° 59 / Julio-Agosto

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.

“El modelo *low cost*”



Pere Solanellas Donato

Asegura el consultor español Pere Solanellas Donato, quien además opina que los gimnasios del segmento medio irán desapareciendo y sólo quedarán los premium y los de bajo costo. “Los consumidores están cada vez más susceptibles al precio”, destaca.

Pere Solanellas Donato tiene más de 10 años de experiencia en la dirección general de empresas del sector deportivo. Durante su carrera se desempeñó como director general de la cadena española Áccura, incorporando 12 nuevos clubes en su gestión. Actualmente, es CEO de la consultora Wuics y presidente de la Asociación Catalana de Centros Deportivos.

Además, desde 2006 se desempeña como director de la maestría en Dirección y Gestión del Deporte de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, que ocupa el octavo puesto en el *ranking* de los Mejores Másters de Gestión Deportiva 2012/2013 que elabora la agencia internacional **Eduuniversal**, especializada en prestigio académico.

Auspiciado por la Fundación Leo Messi, este postgrado se está dictando, desde junio pasado, por primera vez en Argentina. En su paso por Buenos Aires, en diálogo con **Mercado Fitness**, Solanellas compartió su visión acerca del mercado español y habló de los desafíos y las oportunidades que ofrece hoy la industria de clubes y gimnasios.

-¿Cuál es la situación actual del mercado español?

El español es un mercado atomizado y maduro, en el que hace un año ha irrumpido con fuerza el modelo *low cost*. Desde entonces, las cadenas *mid-market* están asustadas y han comenzado a reconvertir sus centros para poder competir. Mientras que las *premium* han optado por exagerar su trato y atención al cliente con el objetivo de retener a sus abonados.

El ingreso de los centros de bajo costo ha provocado una revolución. Preveo en el sector español una época de fusiones y alianzas entre operadores para poder concentrar el mercado y tener más presencia. Actualmente, considero que está demasiado atomizado y que en los próximos meses, tal vez años, vamos a presenciar la caída de varios prestadores.

-¿Cuáles son las claves del éxito en este negocio?

La orientación al cliente, el fomento de liderazgo y la participación de los empleados son fundamentales en el progreso de nuestro sector. Éste es un negocio de servicio y, como tal, el máximo propósito a alcanzar debe ser darle servicios al cliente. En este sentido, la industria hotelera constituye un claro referente del que podemos aprender mucho.

-¿Cuáles son las dificultades que enfrenta el sector?

Las principales carencias de la industria son la falta de profesionalización y de constancia. Por un lado, hay personas que comienzan muy fuerte su andadura en este negocio para luego relajarse en su actividad. Por el otro, falta formación en gerenciamiento. Sin duda, la capacitación de todos los actores del sector tendría que ser mucho más fuerte de lo que es.

va a explotar en América Latina”



Una de las falencias más comunes que encontramos en los directores es su poco compromiso con la empresa, simplemente no se sienten parte del proyecto. En este sentido, veo una gran oportunidad de mejora a partir del liderazgo. Aquellos jóvenes que quieran ser líderes tienen cabida en esta industria, porque realmente hay una gran necesidad de personas que hagan cosas diferentes y que impregnen de innovación nuestro sector.

En esta industria, durante muchos años todo el mundo ha hecho exactamente lo mismo. En la captación de clientes es fundamental comenzar a utilizar estrategias vinculadas a las redes sociales. En materia de retención, tenemos muchos socios a los que prácticamente ni conocemos y a los que tampoco les hemos dado la oportunidad de que nos conozcan.

-¿Cuál es hoy la tendencia más destacada de la industria?

Considero que el mundo del fitness está marcado por la tendencia del *pricing*. Las personas están muy susceptibles al precio y esto va a provocar que el *mid-market* vaya desapareciendo. La progresiva aparición de gimnasio con precios bajos va a generar la disolución del segmento medio y sólo van a quedar en pie los *premium* y los *low cost*.

-¿Cuál es su opinión sobre el mercado latinoamericano?

Creo que la industria de gimnasios en América Latina ha desarrollado un mercado muy avanzado, que está en plena evolución y cuyo nivel de profesionalización me ha dejado sorprendido. Muchos de los operadores españoles están mirando hacia afuera y en especial hacia el

mercado latinoamericano, que se ha despertado con fuerza. El fenómeno *low cost* aún no se ha introducido y creo que a corto plazo va a tener su explosión en la región.



Postgrado de Gestión de Entidades Deportivas

Este curso de la **Universitat Pompeu Fabra (UPF)** se dicta entre junio y diciembre, en Buenos Aires y en Rosario, bajo modalidad semipresencial. Está dirigido a gerentes y dueños de clubes, gimnasios y otras entidades deportivas. Su objetivo es profesionalizar el sector, transmitiendo herramientas de gestión para mejorar la rentabilidad de las empresas.

El contenido de este postgrado es eminentemente práctico y se enmarca en materias como: dirección y organización, marketing, patrocinio, gestión de calidad, *branding*, derecho en el deporte, eventos deportivos, análisis de gastos, umbral de rentabilidad y gestión pública.

Más información al respecto en www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu.

Láicmi

Cómo,
cuándo y dónde

COMUNICAR

Ésta es la esencia del servicio que ofrece esta consultora de comunicación visual, marketing y tecnología 2.0, que se especializa en la industria de gimnasios.

Láicmi es la primera consultora del mercado especializada en comunicación visual, marketing y tecnología 2.0 para empresas y profesionales de la industria del fitness y el bienestar. Con más de 10 años de experiencia en el sector de clubes deportivos y gimnasios, esta firma aplica las nuevas tecnologías para desarrollar soluciones en materia de comunicación, que respondan a las necesidades concretas de los clientes.

“Desarrollamos ideas, las transformamos en mensajes y luego buscamos el medio adecuado para comunicarlos”, señala **Lucas Lepera**, socio gerente de la compañía. Imagen institucional, publicidad, comercio electrónico, gestión de redes sociales, campañas de *email marketing*, posicionamiento SEO, diseño y desarrollo web, son sólo algunos de los servicios que ofrece esta firma al mercado del fitness.

“Actualmente, muchas de las empresas en la industria que aspiran a crecer cuentan con estrategias comunicacionales y comerciales descoordinadas o poco desarrolladas, desaprovechando así la gran potencialidad del comercio electrónico y las redes sociales, por ejemplo”, dice Lepera. Frente a esto, Láicmi cuenta con un grupo interdisciplinario de profesionales que desarrollan productos y servicios a medida y estandarizados.



“Pensamos cómo, cuándo y dónde comunicar, sin perder de vista el porqué. Expresamos la identidad visual, no hacemos logotipos. Les damos a las empresas presencia online, no hacemos sitios web”, explica Lepera. Además, la firma idea y lleva a la práctica campañas de marketing y prensa, así como servicios de fotografía, video e impresión para clubes, gimnasios, entrenadores personales y proveedores del sector.

MIR Fitness, Universal Jumps, FullMak, Embarazo Activo y Mercado Fitness son algunas de las empresas del sector que ya han contratado los servicios brindados por esta compañía. Más información en www.laicmi.com ■



ABRIL 2014

MERCADO FITNESS
10^{MA} EXPO & CONFERENCIAS



CENTRO COSTA SALGUERO - BUENOS AIRES - ARGENTINA

www.mercadofitness.com



MARCÁ LA DIFERENCIA



Spinner® NXT



Spinner® Pro



eSpinner®

- :: **Entrega inmediata**
- :: **Financiación disponible**
- :: **Garantía 1 año**
- :: **La licencia SPINNING® y el uso de la marca sin cargo**

SPINNING® es una marca registrada de Mad Dogg Athletics Inc. Para usarla en material publicitario o en cartelería, de forma legal y con autorización, tu gimnasio necesita ser un Centro Oficial SPINNING®, y para serlo debe estar equipado con bicicletas Star Trac. Sumate hoy a la comunidad SPINNING® y disfrutá de todos los beneficios de pertenecer a la marca que le dió el nombre al ciclismo estacionario. Hacelo y marcá la diferencia.

**CON LA COMPRA DE 11 ó más SPINNER BIKES
CERTIFICAMOS A TU INSTRUCTOR**

UNA MARCA Y UNA FORMA DE ENTRENAR QUE SIGUE CRECIENDO

- :: **182 Centros oficiales licenciados SPINNING® en Argentina**
- :: **Mas certificaciones y capacitaciones continuas para Instructores**
- :: **Nuevos modelos de bicicletas oficiales**



TECNOLOGÍA PARA EL ENTRENAMIENTO
Representante exclusivo en Argentina y Uruguay

ARGENTINA:

Humboldt 125 | Ciudad Autónoma de Buenos Aires
(54 11) 4855 6722 (líneas rot.)
ventas@impactfitness.com.ar

¡NUEVA INCORPORACIÓN!



4700

Octane FITNESS

La línea de elípticos mas exitosa de los últimos tres años en EEUU.



LX6000



A300 Runner

KEISER® THE POWER IN HUMAN PERFORMANCE

Único sistema de entrenamiento de alto rendimiento con medición de fuerza y potencia. La mejor tecnología basada en el sistema neumático, con eficacia probada a nivel mundial.



Infinity



Pro6™

POWER PLATE®

Power Plate® es una máquina y un programa de entrenamiento basado en la nueva tecnología "Acceleration Training" (entrenamiento por vibración).



My5™



Cintas

STAR TRAC®

Fabricante de equipamiento cardiovascular, de musculación y de las bicicletas oficiales del programa Spinning®.



Elípticos



FS 50

PARAMOUNT®

Fabricante de equipamiento de musculación con 50 años de experiencia en el mercado americano.



XFT 100

URUGUAY:
(005989) 4540563
info@hf.com.uy

Impact Fitness Argentina

www.impactfitness.com.ar

Spin®, Spinner® y SPINNING® son marcas registradas de Mad Dogg Athletics, Inc. y son utilizadas bajo licencia de Mad Dogg Athletics, Inc. STAR TRAC® es marca registrada de Core Industries LLC dba STAR TRAC. / PARAMOUNT® es marca registrada de Paramount Innovating Fitness. KEISER® es marca registrada de Keiser Corporation. / POWER PLATE® es marca registrada de Power Plate International LTD.



MINICRAMP



ACCESORIOS DE FITNESS



KIT COMPLETO



BARRAS STD Y OLIMPICAS



BARRAS Y ACCESORIOS PARA POLEA



MAQUINAS DE MUSECULACION



FUNDICION

BANCOS PARA BARRA Y CONVERGENTES



ARTES MARCIALES Y BOXEO



ESTRUCTURAS Y PESO LIBRE



BALANZAS PROFESIONALES



**NUEVA JAULA
DE ENTRENAMIENTO
FUNCIONAL**



**TIENDA ON LINE
EN NUESTRA WEB
WWW.SONNOSWEB.COM**



**NUEVAS PESAS
RUSAS PVC**



**BANDA DE
SUSPENSION
CNC**



BANDAS PRECORTADAS spider tech



DISTRIBUIDORES OFICIALES

Rehabilitación a través de videojuegos



VirtualRehab es un videojuego que permite ejercitar el equilibrio y la coordinación de movimientos de alguien con problemas neuromusculares. En este sistema de rehabilitación se capturan los movimientos de quien está frente a la pantalla, mediante la consola Kinect de Microsoft, desarrollada por la firma Virtualware. La Sociedad Española de Neurología acaba de conceder el aval a esta herramienta. Más información en www.virtualrehab.info

Apple trabaja en su iWatch

Con miras al lanzamiento en 2014 de su reloj inteligente **iWatch**, **Apple** comenzó a contratar expertos en tecnología de la salud y el entrenamiento. Esta compañía ya absorbió científicos, diseñadores e ingenieros de AccuVein, C8 MediSensor y Senseonics. Todo indica que el nuevo dispositivo móvil contará con sensores de ritmo cardíaco y otros componentes enfocados al fitness. Apple ya registró iWatch como marca en varios países.

Fuente: 9to5mac.



Tratan el dolor de espalda vía Skype



Científicos de los departamentos de Fisioterapia, Inteligencia Artificial y Radiología y Medicina Física de la **Universidad de Granada (UGR)**, de España, diseñaron un sistema para evaluar el dolor de espalda a través del *software* gratuito de videollamadas Skype. Según los investigadores, este sistema online permite una valoración funcional del paciente con dolor crónico de espalda con resultados similares a los de una consulta presencial.

Escáner mide calidad de vida



El **Escáner Biofotónico** permite medir la concentración de carotenoides en la piel (SCS es su sigla en inglés) de las manos, como un indicador del estado de los antioxidantes. Hábitos alimenticios, actividad física, suplementos y genes afectan los resultados del escáner. Investigaciones han demostrado una correlación positiva entre el SCS de un individuo y factores saludables del estilo de vida tales como: alto consumo de frutas y verduras y estar en una buena condición física. Más información por email a arivacosta@hotmail.com

Google Glass, también para corredores



Mediante su aplicación GlassRun, que funciona con el GPS, los nuevos anteojos **Google Glass** ponen al alcance de corredores la posibilidad de medir su rendimiento en tiempo real. Cada paso, cada kilómetro, su ritmo cardíaco y los cambios de velocidad podrán ser registrados y medidos con esta aplicación, que saldrá a la venta recién en 2014.

FITNESS LINE
JBHEQUIP
Entrená con nosotros!

Te brindamos
asesoramiento integral
para todos tus proyectos



Cardio_{line}



linea
eXclusive



linea
Gold



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



Por Sebastián Giménez (*)



La falacia de la retención de clientes

En el sector de clubes deportivos, desde siempre, ha existido la noción de que la mayor parte de los esfuerzos deben estar orientados a mejorar la satisfacción de los clientes para que estos permanezcan en el centro. Creencia que ha sido apoyada por el dudoso argumento de que cuesta 8 veces más captar un cliente que retener a los que ya tenemos.

Empezando por la segunda afirmación, hemos de señalar que en los centros deportivos podemos clasificar a la clientela respecto de su motivación intrínseca hacia el ejercicio físico en dos grandes grupos: los muy motivados de forma natural (normalmente porque responden al perfil de persona deportista desde la niñez/juventud) y los superficialmente motivados (saben que les conviene entrenar pero no les gusta y les cuesta mucho).

Los primeros suelen representar entre 20 y 35% de la clientela en la mayoría de los clubes (en centros especializados u orientados al alto rendimiento el porcentaje es mayor) y los poco motivados representan de un 65 a un 80%. Con los primeros se cumple el axioma de que es más fácil retenerlos, pero con los segundos rotundamente no (ese grupo no suele llegar a los 3 meses seguidos de concurrencia).

Con los segundos es mucho más fácil captarlos apelando a la importancia del ejercicio físico para su bienestar. Y es más difícil retenerlos porque acabarán encontrando una excusa para justificar su abandono, aunque sea temporal. Ciertamente, algunos se enganchan con el ejercicio físico mientras otros van y vienen todo el tiempo. Pero, una gran mayoría prueba y abandona de forma definitiva o por largos periodos.

Si bien es importante garantizar la calidad del servicio, llega un punto en el que una mejora en el nivel de atención no impacta sustancialmente en los ratios de retención, simplemente porque los clientes no abandonan por insatisfacción sino por otras causas.

Para evitar este fenómeno, los gerentes deportivos se embarcan en inagotables planes de retención orientados a incrementar la satisfacción de sus clientes. Sin embargo, y les invito a que hagan la prueba, la inmensa mayoría de los ex clientes que son encuestados tras su abandono rara vez aducen insatisfacción con el servicio que brinda el club.

Aunque últimamente puede haber bastantes que indiquen que abandonan por razones económicas, la mayoría dirá que abandona por "falta de tiempo", aunque los gerentes con experiencia saben que ése es un eufemismo para evitar reconocer que el entrenamiento en verdad ha dejado de ser una prioridad para ellos. Y el ejercicio físico deja de ser una prioridad cuando la motivación es muy endeble...

¿Podemos trabajar desde los gimnasios para mejorar esa satisfacción? No solo podemos, debemos tratar de mejorarla. Pero aceptando que el éxito es complicado con la mayoría. Sería necesario contar con recursos de psicología y con atención personalizada, lo cual incrementaría el costo. Y con la actual situación de obsesión colectiva por el precio, es difícil ofrecer estos servicios de forma rentable.

En cualquier caso, si bien es cierto que es importante mantener un alto estándar de calidad en nuestras prestaciones, para no empeorar nuestros ratios de retención, hay un momento en el que por mucho que invirtamos no vamos a mejorar la retención. La razón es que no abandonan por insatisfacción. Abandonan en algunos casos por causas inevitables y, en mayor medida, porque el ejercicio ya no es una prioridad para ellos.



13º Congreso Europeo

17 al 20 Octubre | 2013
Madrid, España

Los centros deportivos con niveles de satisfacción más altos lograrán una retención cercana al 90% de un mes respecto al siguiente. Pero, aún así, necesitarán un 10% de altas mensuales para mantener su número promedio de clientes. Por muy bien que lo haga, si el club cuenta con 2.000 clientes en promedio, para mantener esa cifra necesitará 200 altas (entre nuevos socios y recaptaciones) cada mes.

Por tanto, podemos sacar dos conclusiones importantes.

1º Si queremos mejorar la retención en centros con un buen nivel de calidad, los factores que más influyen son: la domiciliación bancaria de las cuotas (debito directo), las cuotas por periodos largos como anualidades, una matrícula o cuota de inscripción elevada (actúa de barrera de salida), los contratos de permanencia (ojo con la posible conflictividad asociada), una gestión eficaz de reventa de cuotas y la obligación de comunicar la baja con antelación (lo que da tiempo para una gestión antibajas).

2º No podemos renunciar a una gestión comercial seria que nos garantice:

- Un flujo permanente de nuevas inscripciones.
- Una gestión eficaz de las recaptaciones de socios de baja de forma proactiva.
- La reventa de periodos largos a los socios activos con cuotas mensuales.

Con estas medidas no se logrará un 100% de retención en el club. Ya sabemos que eso es imposible. Sin embargo, hemos comprobado cómo centros deportivos bien gestionados, en cuanto a la satisfacción de sus clientes y con porcentajes de retención en torno al 80%, los han subido hasta el 90%. Lo cual implica que centros con 3.000 usuarios en promedio pueden pasar de necesitar 600 altas al mes a necesitar sólo 300. ■

(*) Doctor en Economía, Máster en Gestión Deportiva, Máster en Dirección de Empresas y Consultor en implementación de sistemas comerciales para centros deportivos. sebastian@sjconsulting.es



**SUMATE AL GRUPO
MERCADO FITNESS
QUE VIAJARÁ A
IHRSA MADRID**

**mercado
Fitness**

guille@mercadofitness.com - #IHRSAMadrid

WWW.IHRSA.ORG/CONGRESS



International Health, Racquet & Sportclub Association
Seaport center, 70 Fargo Street, Boston, MA 02210 USA

MIR[®]

FITNESS



Step Nuevo Milenio



Bandas Elásticas



Minitramp



Body Pump[®]

Todo lo que tu gimnasio necesita, en un solo lugar.

www.mirfitness.com.ar



MIR Fitness[®] Empresa líder en accesorios para Fitness

Fábrica: Helguera 5245 (C1419CVA) - C.A.B.A. Argentina. - Tel/Fax: (54 11) 4574-4842/43 - mir@mirfitness.com.ar

MIR Shop: Jerónimo Salguero 1923 (C1425DED), C.A.B.A., Argentina. Tel: (54 11) 4821-5565

MIR Shop: Humahuaca 3850 (C1191ABL), C.A.B.A., Argentina.

MIR Point: Arce 554 1er Piso (C1426BSH) - C.A.B.A. Argentina.





Por Pablo López de Viñaspre (*)

Ventas que fidelizan

Qué son los “contactos de valor”

Se trata de conversaciones entre un asesor/técnico y un cliente, que está perdiendo interés por la actividad y piensa abandonar. El objetivo es detectar sus necesidades no cubiertas y ofrecerle la mejor solución posible para que decida quedarse en el club.



En una época en la que conseguir nuevos clientes se está convirtiendo en una odisea para las empresas, la fidelización ha cobrado si cabe más importancia. En artículos previos he hablado sobre la fidelización de clientes, pero quiero dedicar todo un artículo a una forma de actuar que está consiguiendo resultados espectaculares en algunos clubes deportivos. Se trata de lo que llamamos los “contactos de valor”.

¿Qué es un contacto de valor? ¿Qué lo diferencia de otros contactos? ¿Cuándo debe hacerse? ¿Con qué clientes hay que hacerlo? ¿Cómo se hace? Vamos a intentar responder a todas estas preguntas.

Un contacto de valor consiste en una conversación “compleja” entre un asesor/técnico y un cliente, y tiene como objetivo detectar necesidades del cliente no cubiertas hasta ese momento, buscar la mejor “solución” posible y hacer que el cliente se decida a probar dicha solución. El resultado final es, por lo tanto, que el cliente esté más satisfecho al tener mejor cubiertas sus necesidades.

Los contactos de valor se inician cuando algún trabajador del club detecta una “señal de alarma”. Todo cliente está dentro de una espiral en la que se desplaza hacia arriba o hacia abajo, nunca está quieto. Moverse hacia arriba del espiral significa que cada vez está más motivado y engan-

chado con el fitness, mientras que moverse hacia abajo significa que va perdiendo interés hasta que se desmotiva totalmente y se da de baja.

Antes de que la baja suceda, hay muchas señales que indican que el cliente está bajando en la espiral de la motivación. A modo de ejemplo, algunas de esas señales son: reducir la frecuencia de uso del club, hacer siempre los mismos ejercicios o actividades, no relacionarse con otra gente, estar periodos cortos sin ir al club, no disfrutar con el entrenamiento, etc.

Cuando un asesor/técnico detecta una señal de alarma, debe iniciar un contacto de valor. A diferencia de otros contactos con clientes, éste tiene un claro objetivo, ya que en la mente del asesor existe este pensamiento: “He visto una señal de alarma y creo que ese cliente está bajando su nivel de motivación, por lo que voy a ir para averiguar si realmente eso es así, encontrar cuál es la causa de dicha desmotivación, buscar una solución y hacer que se decida a probarla o comprarla”.

No se trata de hacer una corrección técnica, de saludar o de ofrecerse en caso de que el cliente lo necesite. Un contacto de valor es mucho más profundo y complejo que el resto de los contactos.



FENIX[®]
MACHINES



4200.1798

SAMROBRANDING.COM.AR

REPUESTOS Y ACCESORIOS

PARA EQUIPOS DE FITNESS

MÁQUINAS | PILATES | BICI INDOOR



EQUIPAMIENTO PARA CROSSFIT[®]



dejar

**BUMPER PLATES
BARRAS OLIMPICAS
ANILLAS PISO DE GOMA
PESAS RUSAS
MEDICINE BALL ABMAT**

PROVEEDOR OFICIAL DE ELEMENTOS DE:

Reebok  CrossFit

Ricardo Rojas 1253 | Quilmes | Buenos Aires | Argentina |

tel: (+54 11) 4200-1798 / (+54 11) 4200-3639

info@fenixmachines.com.ar | ventas@fenixmachines.com.ar

WWW.FENIXMACHINES.COM.AR



Las fases del proceso

Para aprender a hacer un contacto de valor, es conveniente dividir el proceso en varias fases:

- **Fase 1:** Saludo y, en el caso de que sea un cliente nuevo o no lo conozcamos, es necesario presentarse y pedirle su nombre, ya que utilizar el nombre del cliente en el proceso ayudará a personalizar y a hacer más próxima la conversación.
- **Fase 2:** Averiguar el problema, la insatisfacción o la necesidad no cubierta. Para conseguirlo sólo hay una fórmula: preguntar. Se puede empezar con preguntas genéricas: "¿Estás a gusto en el club? ¿Qué te parece el entrenamiento que realizas? ¿Cómo te sientes desde que vienes al club?".

Estas preguntas iniciales sirven para romper el hielo, pero difícilmente nos destaparán un problema o insatisfacción. Por ese motivo, es necesario "rascar" un poco más y hacer preguntas más concretas que nos aseguren que el cliente está realmente a gusto.

Algunas de estas preguntas pueden ser: "¿Estás consiguiendo realmente el objetivo que te habías propuesto? ¿Estás viniendo a entrenar todos los días que querías? ¿Vienes con ganas o te cuesta venir? ¿Hay algo que no te guste o que echas de menos en el club?". Cuando una respuesta del cliente a alguna de estas preguntas nos indique que algo no está funcionando bien, seguiremos preguntando en esa dirección hasta encontrar el problema real.

- **Fase 3:** Averiguar qué le gustaría realmente a ese cliente, cuál sería la situación ideal o que se esperaría que sucediera para estar realmente satisfecho. Por ejemplo, si una persona acaba reconociendo en la fase anterior que se aburre en el club, le preguntamos: "¿Qué te gustaría que hubiera en el club para no aburrirte?".
- **Fase 4:** Una vez que el asesor conoce realmente el problema, empieza a pensar en las posibles soluciones, ofreciendo al cliente la mejor solución posible. No la más económica o la más fácil, ofrecerá la mejor. Es el cliente quien debe decidir si cree que esa solución le va a ayudar. Por este motivo, las soluciones se presentan también en forma de pregunta.

Si pensamos que la mejor solución es aprender un nuevo deporte como el Pádel, no le diremos: "lo que tú necesitas es aprender a jugar a Pádel". En lugar de eso le diríamos algo así: "Si aprendieras una actividad totalmente nueva como el Pádel, ¿te ayudaría eso a divertirte y a venir más motivado?".

Es el cliente quien decide. Si la respuesta es afirmativa, pasaremos a la siguiente fase. Si la respuesta es negativa, buscaremos otra solución y se la volveremos a presentar en forma de pregunta.



- **Fase 5:** La última fase consiste en lo que llamamos "cerrar la venta", es decir, hacer que el cliente se decida a probar la solución que ha elegido. Para esto utilizaremos preguntas como "¿Cuándo te gustaría empezar? ¿Buscamos hora para la semana que viene con un entrenador?".

Entendemos que se ha producido el "cierre de la venta" cuando el cliente asume un compromiso serio para iniciar la actividad, y eso es así cuando hay una cita, una fecha de inicio concreta o cuando se ha producido el pago del servicio.

La importancia de las preguntas

Como se puede observar en las fases anteriores, la comunicación con el cliente se gestiona principalmente con preguntas. No se lo intenta convencer, sino que se le plantean preguntas para que haga un proceso mental que el asesor irá dirigiendo con las preguntas adecuadas.

Al hacerlo de esta manera, el cliente no tiene la sensación de que le queremos vender algo, sino de que lo queremos ayudar. En realidad, esa es la esencia del servicio al cliente y esa debería ser la única intención y la principal responsabilidad del personal del club.

En todo proceso de asesoramiento/venta, el que pregunta es el que tiene el control del proceso. Para hacer los contactos de valor es necesario dominar la técnica de preguntar. Además de dominar la técnica, es importante que el asesor tenga claros los diferentes tipos de preguntas y el orden que se debe seguir:

- Preguntas para averiguar la necesidad real;
- Preguntas para averiguar qué le gustaría conseguir realmente;
- Preguntas para averiguar cuál sería una buena solución para él/ella;
- Preguntas para averiguar si está dispuesto a probar la solución y cuándo.

Imagina un club en el que todo el personal esté mentalizado en hacer este tipo de contactos y que tenga la formación para hacerlos correctamente. Sólo es necesario que cada trabajador del club haga uno o dos contactos de valor al día. Si esto lo hacen todos y cada día, se solucionan muchas insatisfacciones de clientes y se mejora enormemente la fidelización, reduciéndose considerablemente el número de bajas.

La figura del líder/gestor es vital para poner en marcha este proceso, ya que todo se inicia con un cambio de mentalidad del equipo. En lo que respecta a los técnicos, tienen que cambiar su forma de pensar y de entender su puesto de trabajo. Deben pasar de técnicos a asesores y asumir plenamente su rol en la gestión de clientes.

Éste es un proceso en el que hay que convencerlos y explicarles por qué su puesto de trabajo debe cambiar, para abrirles una nueva forma de desempeñarse, dándoles el apoyo y las herramientas necesarias para hacerlo bien. El liderazgo y la formación juegan un papel fundamental en este proceso de cambio. ■

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

láicmi
comunicación visual - marketing y tecnología

www.laicmi.com
TE: +54 11 2076-2373 / CEL: 155 104-4932 / info@laicmi.com

Tené ya las nuevas

INDOOR - BIKES

100 % hechas en ARGENTINA

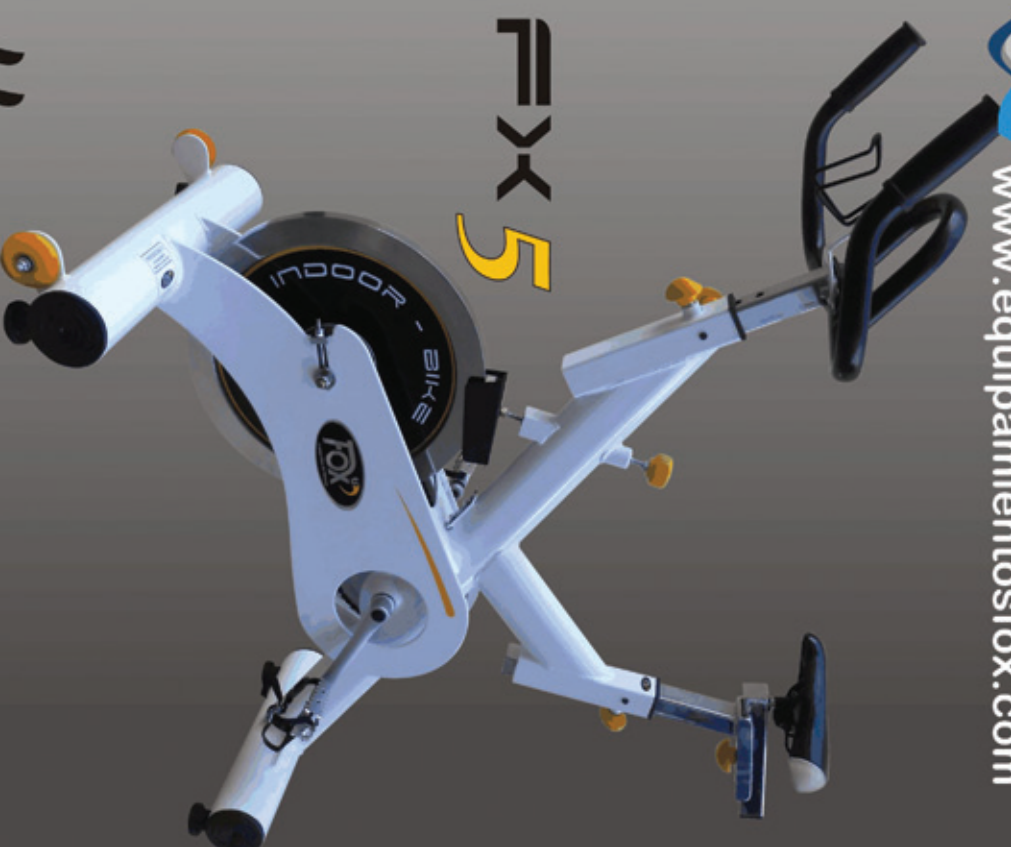


y bien hechas...

www.equipamientosfox.com



FLY 1



FLY 5

Gracias, ya son un éxito !!

¡Invierta en el SAC - Shock Absorber Control - y conquiste nuevos usuarios!

GRUPO19



Si el running es la modalidad que más crece en el mundo, ¿qué tal invertir en su próxima caminadora para **AMPLIAR** el público de su gimnasio?

El **Shock Absorber Control**, de las caminadoras Movement es un sistema de control de impacto que se ajusta perfectamente al peso del usuario, permitiendo que el entrenamiento sea más cómodo y seguro. Ideal para atraer nuevos perfiles de usuarios a su gimnasio!

Solicite la visita de uno de nuestros Gestores de Ventas para saber más sobre este exclusivo sistema.

CONQUISTE NUEVOS USUARIOS



Alta Performance



Usuarios con Sobrepeso



Adultos Mayores



En Rehabilitación



0800 772 40 80

 Movement Fitness

 @Movement_Brasil

 **Movement**
.com.br



Por Lic. María Cristina
Recasens Mladineo (*)

Gimnasios que fallan cuando crecen



Creer es un proceso que se inicia desde el nacimiento de la idea. Cada paso hacia el crecimiento es asumir un mayor riesgo, ya que hay un momento entre el paso que se dio y la consolidación de lo adquirido en el que el negocio está más vulnerable.

Todo dueño de un gimnasio sueña con ver su negocio grande y asocia indefectiblemente ese tamaño con la cantidad de clientes. Así también considera que la base indispensable para ese crecimiento es el dinero. Éstas son verdades pues cuando hay más clientes la empresa es más grande y cuando hay dinero se puede invertir en ella, pero en ambos casos hay una cantidad de mitos que las rodean.

De cualquier manera, ninguno de estos dos casos se traduce necesariamente en crecimiento. Crecer es un proceso que se inicia desde el nacimiento de la idea y es continuo, casi como el de la vida de una persona. Hay dueños de gimnasios que hicieron mucho esfuerzo para conseguir muchos clientes y que al presentarse me dicen "tengo un gimnasio con 50 empleados", con el tono de voz que indica "tengo un gimnasio importante". Cuando los escucho no puedo evitar pensar que en realidad cada empleado es un peso cargado en la estructura y que habría que ver cómo incide en la rentabilidad.

En este proceso de crecimiento cada acción es una exposición hacia la vulnerabilidad: cada paso que damos con un pie hacia delante significa que tenemos que quedarnos parados en el otro pie y, por lo tanto, nuestro equilibrio se ve amenazado. Lo mismo pasa con los gimnasios. Cuando recién empiezan probablemente ni están inscriptos, pues se inician de modo espontáneo, quizás en la habitación de una casa dándole clases a amigos, e inscribirse implica asumir un riesgo y compromisos impositivos, lo mismo que contratar personal o alquilar un local.

Si lo pensamos detenidamente, cada paso hacia el crecimiento es asumir un mayor riesgo, ya que hay un momento entre el paso que se dio y la consolidación de lo adquirido en el que el negocio está más vulnerable. Frente a este hecho, los dueños tienen varias reacciones posibles: salen como bólidos hacia adelante "y después ven", otros más cautos se organizan antes y testean mucho cada avance, y otros se quedan atrapados en el "no consigo financiación".

**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



Por supuesto que hay muchas maneras de hacer crecer un negocio y todas son válidas. Si hiciéramos la analogía entre el crecimiento de un negocio y subir una escalera, podríamos decir que algunos dueños pasan del primer escalón al primer piso con dos o tres saltos. Pero eso es lo excepcional, aunque por el impacto que nos genera al escucharlo pareciera que es frecuente: en la idealización del crecimiento de los negocios muchos sueñan con la explosión de clientes. En realidad, lo normal es un crecimiento trabajoso, con muchos avances y también retrocesos, que no significan una pérdida sino un movimiento necesario de acomodamiento.

Lo importante en este crecimiento es no quedarse atrapado en los extremos: ni ir a los saltos ni paralizarse, subir la escalera de a un paso por vez, pero en forma constante y sostenida, disminuyendo el riesgo sin limitar el crecimiento.

El "no consigo financiación" sirve para quedarse varado dando vueltas en círculo. La idea más generalizada es que la financiación resuelve los problemas, cuando en realidad lo que hace es "calmar los nervios". Porque el dinero es sólo una herramienta más que hay que saber usar, pues mal aplicada no sólo no ayuda sino que puede ser contra-productiva y generar problemas al inyectársele capital a un negocio en el área o en el momento equivocados. Los problemas son problemas y hay que resolverlos.

En este proceso de crecimiento es importante el desarrollo de la estructura. En Great Pegasus partimos de la base de que esta estructura está constituida por los comportamientos de todas las personas que integran la empresa, pues construyen una trama intangible que la sostiene y le da forma.

Es intangible, pero no por ello menos real. Una cosa es el organigrama, lo que debería ser la empresa, y otra lo que realmente pasa: esa es la estructura, y sobre ese plano hay que trabajar. Porque lo que pasa hoy, bueno o malo, cuando el negocio crezca se va a potenciar. Por supuesto que a ojos no entrenados estas dificultades pasan desapercibidas en sus inicios y sólo se manifiestan cuando el problema ya está instalado.

En el crecimiento del negocio hay un ritmo que el dueño se imagina y otro que es el real, el posible. Normalmente todos quieren crecer "rápido", pero nosotros preferimos enfatizar el *crecer bien*.

Para ello, el dueño debe poder elegir siempre. Si no puede elegir queda atrapado en su propio negocio. Debe poder tener perspectiva y no quedar enredado en el día a día.

Y su negocio debe tener estructura, no importa el tamaño que tenga, pues la estructura está en la forma en que se desarrolla, no en su tamaño, al igual que su valor no depende de lo voluminoso que sea sino de su rentabilidad, tendencia y perspectivas.

- Crecer implica un riesgo.
- Presenta dificultades que pueden ser identificadas y controladas.
- El riesgo puede ser administrado.
- Existen herramientas tecnológicas para que el crecimiento de la empresa sea constante y sin abismos.
- El crecimiento del negocio puede ser sustentable, depende de la decisión del dueño.
- Puede haber crecimiento del negocio con calidad de vida. ■

(*) Directora de Great Pegasus / info@greatpegasus.com / (54 11) 4545-8966

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

REINO UNIDO

Gymtopia ya es una realidad



El consultor británico **Ray Algar** lanzó oficialmente **Gymtopia**, el portal que nuclea acciones solidarias de gimnasios de todo el mundo. La iniciativa se propone alentar a la industria del fitness a colaborar, junto a sus socios y miembros, en proyectos de responsabilidad social empresaria, que generen un impacto positivo en la comunidad.

“A nivel mundial, la industria cuenta con más de 153.000 clubes y gimnasios que brindan servicio a 132 millones de usuarios. Si cada uno de estos socios fuera invitado a participar de un simple acto de bondad o gesto solidario, el resultado sería extraordinario”, señala Algar, fundador de Gymtopia.

La idea surgió durante la participación de Algar en IHRSA Fitness Brasil en 2012, cuando **Richard Bilton**, presidente de **Companhia Athletica**, comentó sobre un proyecto solidario encabezado por su cadena de gimnasios, que anualmente recolecta 4.000 pares de zapatillas para una organización sin fines de lucro que reúne a jóvenes corredores sin recursos económicos.

“Muchos gimnasios asociados a nuestra entidad realizan acciones que contribuyen con la sociedad, convirtiéndose en verdaderos modelos de filantropía. Estas conductas promueven la retención de clientes y aumentan las ventas, sin embargo no son llevadas a cabo por esa razón, sino porque es lo correcto”, comenta **Tom Durkin**, vicepresidente de **IHRSA**.

Aquellos gimnasios interesados en conocer acciones solidarias realizadas por la industria del fitness o en contar sus propias experiencias pueden hacerlo ingresando en www.gymtopia.org. El portal publica iniciativas de todo el mundo vinculadas al cuidado del medio ambiente, la educación, la salud, la desnutrición, la pobreza y la donación de ropa, entre otras temáticas.

ESTADOS UNIDOS

Bally se enfoca en el modelo low cost

A poco de estrenar a **Steve Tucker**, ex CFO de la compañía, como nuevo presidente, **Bally Total Fitness** comunicó que incrementará su foco en el sector de gimnasios de bajo costo. Bally opera actualmente 43 gimnasios en cuatro estados norteamericanos. En 2011, esta empresa vendió 171 gimnasios a LA Fitness y, en 2012, vendió 39 unidades a Blast Fitness.

De los gimnasios que tiene actualmente en funcionamiento, 27 sedes son Bally Sport Clubs, que es la propuesta de bajo costo de esta marca, con membresías que van de U\$9.99 a U\$19.99 dólares por mes. En 2012, **Tascher** colaboró en el lanzamiento de este modelo de gimnasios, que hoy es el más exitoso de esta compañía.

Fuente: Club Industry

Gold's Gym compró 17 sedes de Fitness First



Gold's Gym International compró 17 de los 18 gimnasios que **Fitness First** operaba en Maryland, Virginia y Washington DC, en Estados Unidos. Según Club Industry, el precio de esta operación habría sido de entre 30 y 40 millones de dólares. Los gimnasios serán rebautizados con la marca Gold's Gym durante los próximos 6 meses. En 2012, Gold's Gym había comprado 11 gimnasios Spectrum Athletic Clubs en San Antonio, Texas.

Aseguradora reembolsa el dinero invertido en fitness

Aetna, una de los mayores prestadores de seguros de salud de Estados Unidos, lanzó un programa de reembolso de dinero para aquellos clientes de la compañía que consuman servicios que pueden ayudarlos a llevar una vida más saludable, como membresías a gimnasios, personal training, compra de aparatos de gimnasia y servicios nutricionales. El programa fue diseñado por **Global Fit** y comenzó a implementarse en enero de 2013.

ÁSIA

Virgin Active llega a Singapur



La cadena de gimnasios **Virgin Active**, fundada por el magnate británico **Richard Branson**, está a punto de abrir en Singapur su primera sede en el sudeste asiático. Tendrá poco más de 3.000 m² distribuidos en tres pisos de la torre 2 del One Raffles Place. Además de baños de vapor, cuartos para inhalación de sal y servicios de reflexología, entre otras comodidades, este club tendrá cabinas para siestas reparadoras y salas de reuniones.

Snap Fitness quiere expandirse en India

La cadena de gimnasios 24 horas **Snap Fitness** pretende abrir nuevas unidades en la India. Su primera sede allí fue inaugurada en 2008 y hoy tiene cuatro gimnasios propios y 35 franquiciados, con un total de 30 mil socios. Su master franquiciado espera reunir U\$10 millones de dólares para alcanzar la meta de 300 gimnasios (100 propios y 200 franquiciados) en los próximos cinco años. Sólo este año, el objetivo es abrir 40 gimnasios.

PORTUGAL

Vivafit llegará a Abu Dhabi



La compañía portuguesa **Vivafit**, que conduce Pedro Ruíz, acaba de firmar contrato para desarrollar su cadena de gimnasios femeninos en Abu Dhabi. En otro orden, Ruíz participó a fines de junio pasado de una misión comercial del Gobierno portugués en México.

mercadofitness|tv

The fitness business channel

mf|tv



You Tube f t

www.mercadofitness.tv

ESPAÑA

Metropolitan lanza pack para embarazadas

La cadena de gimnasios **Metropolitan** desarrolló y lanzó el pack 'Nueve Meses en Metropolitan', con el que ofrece a todas las embarazadas un descuento del 20% en su mensualidad durante el embarazo y dos meses gratis luego de que hayan dado a luz. Además, el pack incluye: una sesión de drenaje linfático y una de personal training gratuitas, más 8 sesiones de cada una de estas actividades con un descuento especial.

Para el día del nacimiento, el pack incluye servicios gratuitos de manicura, pedicura y depilación. Y una vez nacido el bebé, la flamante mamá podrá contratar un entrenador personal a mitad de precio y continuar con los drenajes linfáticos también en esas condiciones. Además, se le brinda un diagnóstico gratuito con un fisioterapeuta para ayudarle a corregir su postura y un 20% de descuento en un curso de Hipopresivos.

FNEID pide revisión del IVA

La **Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas** (FNEID) envió una carta al ministro de Educación, Cultura y Deporte, José Ignacio Wert, en la que solicita, en representación de todos los empresarios de instalaciones deportivas, que éstas sean incluidas en la revisión del IVA a fin de revertir la difícil situación en que está el sector.

O2 abre cámara de hipoxia en Huelva

Con motivo del octavo aniversario de su sede en Huelva, **O2 Centro Wellness** estrenó una cámara de hipoxia. Este método consiste en aspirar cíclica y alternativamente aire con baja concentración de oxígeno -simulando una altitud determinada- con aire presente en la habitación donde se entrena, que tiene una concentración normal de oxígeno.

Entre los principales beneficios se destacan: optimización funcional del sistema cardio-pulmonar y circulatorio, mejora de la irrigación sanguínea periférica, mejora del sistema pulmonar, mejora del sistema inmunológico, mayor tolerancia ante cualquier estrés y esfuerzo físico, mejora de la capacidad de recuperación y mejora del estado de ánimo.

ALEMANIA

Hard Candy Fitness inaugura en Berlín



La cadena de gimnasios de la cantante Madonna, **Hard Candy Fitness**, abrirá en septiembre su primera sede en Alemania. Ubicado en la antigua Truman Plaza, en la ciudad de Berlín, el local contará con 2.500 m² de superficie, cafetería, sauna, salas de vapor, piscina y tres grandes terrazas con vista al lago, donde los usuarios podrán hacer ejercicios y actividades de relajación al aire libre.

Se trata del séptimo gimnasio que la cadena abre en 3 años. Entre los servicios que ofrecerá a sus socios se destacan los entrenamientos de alta intensidad y programas de ejercicios que fusionan elementos de danza y coreografía, diseñados por la reina del pop y su *personal trainer*, Nicole Winhoffer. Actualmente la firma cuenta con sedes en ciudad de México, Moscú, San Petersburgo, Santiago de Chile, Sydney y Roma.

Google ofrece información nutricional

Google presentó en su blog oficial su nuevo servicio de búsqueda de información nutricional de al menos 1000 alimentos, desde frutas, verduras y carne hasta alimentos más elaborados como un burrito o el plato chino Chow Mein. Asimismo, el buscador recomienda otras herramientas para mantener una alimentación saludable y hacer ejercicios. De momento, esta función es utilizable para búsquedas en inglés en www.google.com

Nautilus® asciende a Juergen Kopf

Med-Fit Systems, Inc., fabricante del equipamiento **Nautilus®**, anunció que **Juergen Kopf** fue ascendido por tercera vez en dos años. A partir de junio pasado, este profesional se desempeña como vicepresidente ejecutivo de ventas y marketing global de la compañía.

Beast Fit Nation

Un gimnasio gratis, que vale mucho

Su socios no pagan dinero por entrenar allí, pero se comprometen a estar pendientes de las necesidades de otras personas para ayudarlas y a sumar pequeños gestos de bondad.

Casi un año y medio después de su apertura, el gimnasio **Beast Fit Nation** de Portland, en Estados Unidos, pasó a la fama en este país a principios de junio pasado cuando la cadena de noticias NBC dio a conocer su peculiar propuesta: entrenar gratis únicamente a cambio de devolver el favor a la comunidad realizando actos azarosos de bondad.

“La idea es hacer algo por alguien”, explicó a la prensa su fundador, **Sergio Jones**, quien a la vez añadió: “Es el primer gimnasio gratis del mundo. Todo es gratis, nadie tiene que pagar ni un dólar. Sólo deben prometerme que harán tres actos de bondad al azar luego de irse del gimnasio”. Jones organiza además eventos de voluntariado durante el año.

“Sostener la puerta abierta para que pase alguien, llamar a un amigo que no ves hace tiempo para decirle que lo extrañas o ayudar a un desconocido a cargar las bolsas del supermercado”. Todo es válido, se trata de estar pendiente de las necesidades de los demás y de sumar pequeños gestos de bondad para realizar así un aporte a la comunidad.

A quienes entrenan en este gimnasio les encanta la idea y se motivan unos a otros no sólo para ponerse en forma sino para mejorar las vidas de otras personas. “Lo que hacemos en este gimnasio es mucho más que fitness, estamos creando un movimiento para ayudar a otros, que queremos llevar a todo el mundo”, señaló Jones.



Como Jones no recibe ingresos por membresías, se mantiene gracias al aporte, vía patrocinios, de comercios de su zona. En Beast Fit Nation no hay aparatos, sus sesiones de entrenamiento se realizan de manera grupal, en horarios predeterminados, combinando técnicas de diferentes deportes y con la música como instrumento de motivación.

Quienes deseen más información sobre Beast Fit Nation, pueden visitar la web www.beastfitnation.com ■

SPORT MANIAC FITNESS

¡TODOS LOS APARATOS Y ACCESORIOS PARA GIMNASIA EN UN SOLO LUGAR!

APARATOS	BOXEO	NATACIÓN
Plataformas Vibratorias	Guantes	Antiparras
Bicicletas Indoor	Cabezales	Gorras
Caminadores	Sogas de Saltar	Tapones para oídos
Multigimnasios	Bolsas	Tablas

Encontrá todo lo que buscás en nuestro Showroom
Dardo Rocha 2024 - Martínez
 (Frente al Hipódromo de San Isidro)
info@sportmaniac.com.ar **Tel.: 4717-1811**

www.sportmaniac.com.ar Buscá Sport Maniac en [f](#) y [@sportmaniacok](#) en [ts](#)



Por Sergio Serrano (*)



La creación de valor

VERSUS

la reducción de precios

¿Estás inmerso en una guerra de precios de la que no sabes salir? ¿Tu competencia no para de bajar sus cuotas? ¿Crees que ésa es la solución? ¿Existen alternativas?

Cuando estamos en un mercado muy competitivo y maduro, nos vemos tentados a rebajar precios para atraer compradores. Cuando esto ocurre de manera generalizada desemboca en una guerra de precios. Como ya saben, la diferenciación es una de las armas para luchar en esta guerra. Pero ahora abordaremos otro camino: **la creación de valor.**

Hay una cosa clara: hay que huir de la reducción de precios, del todo gratis y del todo vale. Tenemos que tomar la sartén por el mango, nunca dejar que nos guíe el miedo a que el cliente se vaya. Si dejamos que eso suceda, empezaremos a bajar el precio a las nuevas altas, a bajarle el precio a las renovaciones, porque se enterarán del precio de las nuevas altas, y entraremos en una espiral descendente que nos conducirá inevitablemente al desastre.

El precio tiene que estar ajustado, porque los tiempos no están para filigranas, pero aún así en su sitio. Se trata de que no haya desfase entre lo que el cliente paga y lo que recibe. ¿No será más rentable darle más al cliente por su dinero que bajar

el precio? Antes de meternos en tema y ver qué alternativas tenemos, quiero que vean claro y rápido por qué se trata de un error.

La falacia del tiempo mejor

Pensar que todo se va a solucionar con el tiempo, es autoengañarse. Muchos gerentes que continuamente bajan tarifas me dicen que todo cambiará cuando la situación económica remonte, que simplemente se trata de aguantar. Cuando la situación económica mejore, ¿creen que van a poder subir de golpe el precio a clientes que fueron captados y retenidos a base de rebajas?

Dejen de soñar: bajar es fácil, subir no lo es. Además, el gimnasio ya habrá bajado los precios una barbaridad y habrá aumentado el número de socios necesarios para alcanzar su punto de equilibrio, incluso por encima de la capacidad de las instalaciones. El gerente estará en la incómoda y difícil situación de tener un centro repleto, que apenas cubre gastos.

¿Es mejor tener seiscientos socios a €600 o mil doscientos a €300? Sin duda alguna lo primero: así no se devalúa el gimnasio y cuando la situación mejore (y la tenemos que mejorar al margen de la situación económica) se tendrá espacio para crecer cómodamente. ¿Pero por qué conformarnos? ¿No son novecientos socios a €600 algo más apetecible?





1^{ra} Escuela Nacional de Fitness Infantil



Programa de Gimnasia Infantil y Juvenil basado en 21 años de trabajo ininterrumpido con niños y adolescentes.

- Sistematización Metodológica basada en los conceptos Pedagógicos de la Educación Física Infantil + Técnicas de Gimnasia (Aerodance, Ritmos Latinos, Regaetton, etc).
- Egresá con tu propio programa y creá tu Escuela de baile. El mismo permitirá incluirte rápidamente al mercado laboral con una alta rentabilidad. Ya existen en el país muchas Escuelas inspiradas en Crecer en Movimiento ("Abracadabra" de Olavarría, "Líneas" de Carhué ; "Piccolinos " de La Pampa, "Crianza Activa" de Pcia de Bs. As.).
- Dirigido a Dueños de Gimnasios, Estudiantes de Educación Física, Profesores de Educación Física, Instructores de Fitness, Maestras Jardineras.
- Dictado en :

Crecer en Movimiento


Inaugura su propia Escuela en calle 54 n° 1170 e/ 18 y 19 - La Plata
 Con gran equipamiento y tecnología exclusiva para niñas y jóvenes.-

21 Años de Trayectoria Educativa



Prof. Viviana Gugliara
 U.N.L.P.

Dir. Escuela Crecer en Movimiento
 Especializada en
 Educación Física Infantil y Juvenil

Para dictado de cursos, seminarios, talleres .
 Informes: vivianagugliara@ciudad.com.ar
 Crecer en Movimiento / Cel: 0221-15 566 8352

Adhiere
 Dirección de Deporte y Recreación
MUNICIPALIDAD DE LA PLATA



El camino de la creación de valor

Un camino mucho más inteligente que bajar precios es crear valor. Esto se consigue cuando los productos o servicios que el gimnasio ofrece le aportan soluciones a las necesidades del cliente, de manera difícilmente imitable o superable por sus competidores. De modo que no se crea valor imitando a la competencia.

Si la competencia baja precios, es cierto que no nos podemos quedar parados. ¡Parados nunca!, aún cuando no bajen precios. Lo que tenemos que hacer es darle al cliente un servicio más adaptado a él y sus circunstancias. Nos pagará gustoso por ello. Es verdad que las personas miramos más el dinero que gastamos en estos tiempos, pero lo que no ha cambiado es que seguimos apreciando lo bueno desde nuestra perspectiva subjetiva.

Estamos dispuestos a pagar más si recibimos más, si notamos que esa diferencia de precio no ha caído en saco roto. Ten en cuenta que la competencia que está bajando precios también estará reduciendo gastos a marchas forzadas y eso redundará en una peor experiencia fitness para sus clientes. Entonces, deja que la competencia se quede con los busca gangas y ábrete camino posicionándote como un gimnasio superior.

Deja que los otros clubes, al haber reducido sus precios, se masifiquen por la necesidad de meter cada vez más gente y que sean sus clientes quienes tengan que hacer cola para usar los aparatos. Deja que esa sea la fama de tus competidores y lábrate tú otra mejor. La creación de valor debe ir alineada con tu estrategia de diferenciación y de comunicación. Todas son ramas de un mismo árbol, que debe estar cuidadosamente diseñado y estudiado para alcanzar el éxito.

Lo principal, antes de empezar, es comprender que vamos a perder algunas ventas, las de los clientes que valoran el precio por encima de todo. Está bien, eso es parte de nuestra estrategia. El cierre de venta de nuestros comerciales se va a reducir: no podemos exigir los mismos números de cierre, porque eso obligará a bajar el precio y no es ese el objetivo.

Ya no somos un gimnasio igual que el de enfrente con la simple misión de convencerle mejor. Ahora somos un gimnasio diferente, que busca clientes que aprecien esa diferencia y estén dispuestos a pagarla. Para eso hará falta trabajar mucho en modificar nuestros procesos y enfatizar nuestras ventajas competitivas, porque si decidimos mantener los precios pero no trabajamos en la creación de valor, estamos muertos.

De modo que se hace imprescindible contar con un equipo comercial bien formado y capaz de transmitir correctamente ese valor. Hay que sustituir al encantador de serpientes por un verdadero embajador de nuestra marca. Pero ese valor debe ser real y no mera palabrería. Tenemos que mejorar realmente la experiencia del cliente. ¿Y cómo lo haremos?

Cómo mejorar la experiencia del cliente

Principalmente aumentando la calidad del servicio. La experiencia del cliente en el gimnasio deber ser objetivamente superior a la que pueda recibir en la competencia, que está reduciendo sus precios. Y no sólo tiene que ser superior, debe serlo de una manera ajustada a los perfiles de público a los que estás apuntando con tu diferenciación.

De esta forma, tu público objetivo estará dispuesto a gastar un poco más en tu gimnasio, porque éste se ajustará mucho más a sus gustos y necesidades.

Innova, se atrevido, invierte. Sí, invierte. En momentos difíciles no hay que prepararse para lo peor, hay que prepararse para sobresalir. Algunos ejemplos de tácticas que pueden aportar valor son:

- Reduce el número de socios por entrenador y capacita continuamente tus entrenadores;
- Capacita a todos en atención al cliente: desde la señora de la limpieza hasta tú mismo;
- Realiza un seguimiento real de la evolución de los objetivos físicos de cada cliente;
- Llega a un acuerdo con un parking cercano para que tus clientes estacionen con facilidad;
- Aumenta el número de clases, introduce las últimas tendencias que faltan en tu competencia.
- Introduce tu gimnasio en las redes sociales;
- Organiza actividades fuera de tu instalación con los socios;
- Organiza de vez en cuando actividades con los clientes que son padres y con sus hijos;
- Imparte seminarios y sesiones informativas sobre temas que interesan a tus clientes.

En fin, la lista podría seguir hasta el infinito. Pero no se trata de introducir cambios sin ton ni son. Es necesario alinearlos con tu estrategia de marketing, deben ser parte de ella. Y recuerden que si los gimnasios vecinos están bajando precios, ésta es una oportunidad única para diferenciarte. Deja que el resto busque al consumidor que prefiere los precios más bajos y quédate tú con el que busca un servicio diferente, especial, con valor. ■

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



Fitness Beat

FEEL THE POWER OF FITNESS

www.fitnessbeat.com

MÚSICA, VIDEO Y DESCARGAS DIGITALES



ACCESORIOS FITNESS



ACCESORIOS ENTRENAMIENTO FUNCIONAL



ACCESORIOS ACUÁTICOS



SONIDO E ILUMINACIÓN



EQUIPAMIENTOS CARDIO



OBTENÉ LOS MEJORES RESULTADOS
CON NUESTROS EQUIPAMIENTOS



Jumping Shoes

Zapatos/bota para fitness



SkyRunner

Zancos para saltos de fibra de vidrio

Soporta 50 a 110 Kg



Kettlebells

Plásticas
Peso: 2-3-4-5-6-8-10-12-14 kg



facebook.com/fitnessbeat
twitter.com/fitnessbeatsrl
youtube.com/user/FitnessBeatsrl

FITNESS BEAT SHOP: Juramento 1470 /
C1428DMR - CABA/ Bs. As. / Argentina
Tel./Fax: (54 11) 4784 1074 // info@fitnessbeat.com



Universidad de Mendoza abre gimnasio

La **Universidad de Mendoza** abrió en junio las puertas de su propio gimnasio en el Campus Ejército de Los Andes, con acceso libre y gratuito para estudiantes, docentes y administrativos. Según la concurrencia, se irán ampliando los horarios disponibles.

Controles en gimnasios de Mendoza

La **Secretaría de Deportes de Mendoza** anunció en julio que está realizando cerca de 40 visitas semanales a distintos gimnasios provinciales con el fin de verificar el cumplimiento de la Ley Provincial del Deporte y de la Recreación N° 6.457, que regula la habilitación y fiscalización de los centros que ofrecen actividad física y deportiva. Según esta entidad gubernamental, en Mendoza hay registrados un total de 397 gimnasios.

Sport Club premia la participación en clases

Con miras a mejorar sus niveles de retención, la cadena **Sport Club** desarrolló "una tabla" para medir la participación de sus asociados en las clases de fitness grupal que se dictan en sus 30 gimnasios. "Ésta es una herramienta de motivación que usa el profesor, quien al final de cada mes entrega premios por asistencia, estimulando así el compromiso tanto de los socios como del staff", explica **Roxana Blanco**, responsable de la dirección Deportiva.

Al mismo tiempo, en Sport Club están realizando distintas acciones de captación y fidelización de socios. "Por un lado, junto al Banco Galicia y la Tarjeta Cencosud estamos otorgando un 20% de descuento y pagos sin interés para los nuevos clientes que se inscriban", explica **María Laura Luqui**, gerente de Marketing, quien además comenta que en julio, mes del amigo, se realizará un concurso con la agencia de viajes Asatej.

Por otro lado, desde hace unos meses, en Sport Club están invirtiendo con mayor énfasis en la formación de sus recursos humanos. "Por iniciativa del departamento de Deportes de la compañía, se creó un área de capacitación docente desde la que contratamos a los mejores profesores del mercado para capacitar a nuestro staff. Queremos que todos estén actualizados sobre las últimas tendencias de la industria", destaca Blanco.

Yoga y Pilates on-line

Aomm.tv es una plataforma, desarrollada en España, que recopila videos con sesiones guiadas de Pilates y yoga, a los que cualquier persona puede acceder cuando desee, sin limitaciones de horario, desde cualquier dispositivo portátil, PC, tableta o teléfono inteligente. El sitio web ofrece algunas opciones gratuitas o cursos completos por suscripción en todos los niveles, principiantes y avanzados. Visiten www.aomm.tv

Atlético Carlos Paz, con nuevo gym

En mayo pasado, el Club Atlético Carlos Paz, de Córdoba, concluyó la construcción de un nuevo gimnasio para sus jugadores y concretó la compra de equipamiento de musculación, mientras avanza en la remodelación de vestuarios y duchas para equipos visitantes.

XFIT DISEÑO, CALIDAD Y EL MEJOR PRECIO DEL MERCADO

CINTA PROFESIONAL
Motor 3Hp CA.
6 programas Preestablecidos

PROMO 11 bicicletas indoor + Tarima para profe \$21.400

BICICLETA OFICIAL DEL PROGRAMA **ADRIAN ANDREANI** **BIKE RUN**

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

Del Prado Fitness Center abrió en Cipolletti

En junio abrió sus puertas **Del Prado Fitness Center**, dentro del centro comercial Flor del Prado, de la ciudad de Cipolletti, en Río Negro. Ubicado en las instalaciones de una antigua bodega de vinos, el local de 500 m² fue diseñado conservando el estilo arquitectónico original. Tras una inversión de U\$300 mil dólares, este flamante gimnasio cuenta con sala de musculación y de ciclismo *indoor*, equipadas por la firma Fitness Company.

El equipamiento cardiovascular corresponde a la serie Integrity de la marca norteamericana Life Fitness; el área de musculación cuenta con máquinas de la línea Elliptical de Uranium; y la sala de indoor cycling está equipada con las bicicletas Commercial Group Cycling, también de Uranium Fitness, que utilizan el sistema "Curuchet Sprint".

En 2014, **Walter Lascialanda** y **Martín Karam**, propietarios de Del Prado Fitness Center, planean ampliar las instalaciones del gimnasio unos 400 m² más e incorporar a su oferta clases de fitness grupal, Pilates, boxeo y squash. En 2013, el objetivo de este gimnasio es alcanzar los 450 socios, quienes pagan una tarifa de \$300 pesos mensuales.

Inauguró Jumps La Plata



El 1 de junio inauguró el gimnasio **Jumps La Plata**, centro oficial de Kangoo Jumps. Ubicado sobre la calle 7 al 1312, el flamante centro cuenta con 600m², donde se imparten clases de Kangoo Power y Boot Camp, entrenamiento funcional, aerobox, minitramps, GAP y entrenamientos personalizados. La cuota promedio es de \$190, concurriendo dos veces a la semana, y el equipamiento fue provisto por Kangoo Jumps y MIR Fitness.

"Luego de certificarnos con Universal Jumps en Buenos Aires comenzamos a dar clases de Kangoo al aire libre, el resultado fue muy bueno y por esa razón decidimos abrir el gimnasio, cuyo público mayoritario está compuesto por personas de entre 20 y 50 años", señala **Mariano Pastore**, propietario de este centro junto a **Nadia Pastore**. La instalación del gimnasio requirió de una inversión aproximada de \$100 mil pesos.

En La Rioja, el SITRAPP inauguró gimnasio

Desde fines de mayo pasado, el sindicato de trabajadores públicos de La Rioja puso a disposición de sus afiliados el nuevo gimnasio **El Gladiador**, ubicado en Av. Oyola y J. B. Alberdi en el barrio San Vicente. La cuota mensual es de sólo \$50 para los afiliados (con la opción de descuento por planilla) y de \$80 pesos para particulares.

Obras en club de Comodoro Rivadavia

En Comodoro Rivadavia comenzaron las obras en el **Club Gimnasia y Esgrima** para construir un gimnasio auxiliar en el playón del Estadio Socios Fundadores. La obra demandará ocho meses de ejecución y al finalizar permitirá ampliar la oferta deportiva del club. El proyecto cuenta con un presupuesto de más de \$3 millones de pesos, que incluye la cancha -de tinglado liviano y piso flotante- cantina, baños públicos, depósito y otras dependencias.

Nueva Línea
bioFA
con Sensores de Medición
de Fuerza Isométrica

biomax
BIOMETRIC SYSTEMS

Pte. Quintana 667
Rosario- Sta Fe - Argentina
(0341) 464-9441 - (0341) 156 577441
holiday@citynet.net.ar / www.biomaxfitness.com.ar

Olavarría, inauguran el primer Active Club

El programa de entrenamiento **Active Functional Training** abrirá en septiembre su primer centro licenciado y lo hará en la ciudad de Olavarría, en la provincia de Buenos Aires. El nuevo gimnasio, de 180m², estará ubicado en Av. Colón 2501, contará con un área de *functional training* y una sala de *indoor cycling*, y su cuota rondará los \$220 pesos.

La inversión para abrir este **Active Club** será de aproximadamente \$300 mil pesos y el retorno está previsto en 12 meses. "Queremos ofrecerle a nuestra ciudad diversidad en entrenamientos, mediante sesiones divertidas, dinámicas y efectivas. Tenemos muchas expectativas por ser los primeros del país", señala **Juan Guerrero**, licenciado de Active.

Al respecto, **Adrián Schiavello**, director de Active, añade: "Adecuamos la propuesta a cada licenciado, la locación con la que cuenta y la inversión que está dispuesto a hacer. Nosotros ofrecemos asesoramiento en gestión, capacitamos al equipo y realizamos un seguimiento -presencial y a distancia- de la evolución del negocio a cambio de un *fee* fijo".

Hilton Fitness, para los amantes del esquí



De cara a la temporada invernal, **Hilton Fitness**, de Buenos Aires, desarrolló un programa de ejercitación para aquellos huéspedes y socios que se están preparando para practicar esquí durante sus vacaciones en la nieve. Esta rutina se realiza con el "Crossover", de **Technogym**, que permite ejercitar brazos y piernas, simulando el movimiento del esquí.

El gimnasio de este hotel está íntegramente equipado con la marca italiana Technogym. Entre otros equipos tiene el Run Now, Vario y Synchro, que cuentan con pantallas táctiles de 19", con conexión Wi-Fi, juegos y lectoras compatibles con distintos dispositivos electrónicos móviles y puerto USB. Además, también incorporó el nuevo método Arke.

Los huéspedes del hotel tienen acceso libre al Hilton Fitness. Para el resto de la gente, la tarifa anual -vigente hasta el 31 de julio- de este gimnasio es de \$12.000 pesos (por débito automático, 12 cuotas de \$1.000). Pagando por mes, el servicio cuesta \$1.350 pesos. El *health club* tiene además piscina climatizada, solárium, baños de vapor e hidromasajes.

Fiscalizan gimnasios mendocinos

La **Secretaría de Deportes de Mendoza**, encargada de controlar el cumplimiento de la Ley N° 6.457, que regula a los gimnasios, realiza unas 40 visitas semanales a los 397 establecimientos habilitados. Controlan principalmente: habilitación municipal, seguro de responsabilidad civil, director técnico matriculado y certificados médicos de los socios. Quienes incumplan pueden recibir multas, ser inhabilitados temporalmente o clausurados.

Regularán gimnasios de Saladillo

El concejal **Roberto Rinaldi**, del Bloque del Frente para la Victoria, elevó un proyecto de ordenanza reglamentando los gimnasios privados, clubes y asociaciones que funcionan dentro del Municipio de Saladillo, en la provincia de Buenos Aires.

ozono FITNESS

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

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

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



EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS

**maquinas
sanmartino** S.R.L.



EVOLUCION CONSTANTE



CODIGO 10000 MAX XP

CINTA ELECTRONICA
PROFESIONAL
MAX XP

linea
max



linea
max

CODIGO 10007 MAX

INDOOR BIKE



CODIGO 10010

ESCALADOR
ELIPTICO



CODIGO 13007

SILLON DE
CUADRICEPS
MAX

linea
max

COMPLEJO de entrenamiento
FUNCIONAL PRO

- superficie: 4 mts x 3 mts.
- superficie de apoyo: 3 mts x 2 mts.
- altura c/ torre para ascenso: 3.50 mts.
- altura s/ torre para ascenso: 2.50 mts.
- entrenan 15 atletas en forma simultanea.



**maquinas
sanmartino** S.R.L.

Las Heras 978 • (5800) Rio Cuarto - Córdoba •

Telefax: (0358) 4648213 • Celular: (0358) 154 203393

maquinassanmartino@arnetbiz.com.ar • maquinassanmartino@hotmail.com

www.maquinas-sanmartino.com

NÃO
PRESSÃO

tiempo libre
fitness



www.naopressao.com.ar

Senador Morón esq. Mattaldi - Bella Vista
Buenos Aires - Argentina

En Argentina: 011 4666 9484 / 15 6514 5100

Exterior: +5411 4666 9484 / +54911 6514 5100

naoindumentaria@hotmail.com

Abrió Mega Fitness Center en Santiago

En mayo pasado abrió sus puertas en la ciudad capital de Santiago del Estero, Argentina, el gimnasio **Mega Fitness Center**. El flamante centro de fitness de 1.000m², propiedad de **Mirna Almirón** y **Mario Tejeda**, está en la calle Libertad 850.



Este gimnasio cuenta con un área de musculación y peso libre en la planta baja, y un sector con equipamiento cardiovascular en el entresuelo. Además, tiene una sala de fitness grupal en la planta alta donde dictan clases de aerobox, brasilero y localizada, entre otras.

En ese mismo sector tienen un circuito de entrenamiento funcional equipado con conos, tensores, bandas de suspensión, escalera pliométrica y sacos de 10 y 20 kilogramos. Además, tienen también una sala de ciclismo *indoor*, con 11 bicicletas fijas.

A casi tres meses de su apertura, Mega Fitness Center tiene 350 socios activos, que pagan mensualidades que van de los \$150 a los \$200 pesos. "Queremos instalarnos como una alternativa confiable y seria para la práctica deportiva, ofreciendo novedades y un servicio de calidad, con una cuota accesible", señalan sus dueños.



Estrategia

DiR ofrece "gimnasios a la carta"

Durante la prueba piloto de tres meses, los nuevos clientes de la sede Claris podrán elegir y pagar sólo por las actividades y servicios que desean consumir.

Frente al auge de los deportes al aire libre, cuya práctica suele ser gratuita, y el crecimiento de los gimnasios de bajo costo, con membresías inferiores a los €20 euros por mes, la cadena catalana de clubes **DiR** optó por una estrategia que denominó "gimnasios a la carta", gracias a la cual sus socios sólo pagarán los servicios que usen.

Para esto, la empresa dirigida por **Ramón Canela**, que tiene 17 unidades distribuidas por Cataluña y 71 mil socios, invertirá €2,5 millones de euros en tecnología para preparar sus sedes con molinetes de acceso, equipados con lectura digital para asociar cada uno de los 31 códigos de servicio con una huella dactilar y su respectiva tarjeta de crédito.

Durante la prueba piloto, que será de tres meses, los nuevos clientes de la sede Claris de DiR podrán optar entre comprar el paquete anterior completo o elegir "a la carta" sólo las actividades y servicios que van a consumir, pudiendo pagar por separado desde el alquiler de toallas hasta el uso de piscina, solarium, pádel, jacuzzis, etc.

Esta modalidad, que puede coexistir con el uso convencional del gimnasio, le permitirá a DiR salir con precios desde €19,98 euros (mujeres) y €22,68 (hombres) por servicios básicos de fitness con equipamientos, clases virtuales (con pantalla gigante) y ciclismo *indoor*. Superada la etapa de prueba, de tener éxito, se extendería a todos los socios. ■

SEMIKON

BASIC GYM

Tu manera de verte bien

NUEVOS EQUIPOS ERGOMÉTRICOS CON AUTO GENERADOR

- Equipos electromagnéticos ergométrico, equipados con auto generador de energía (no requieren conexión a red eléctrica)
- Computadora multifunción: tiempo, velocidad, distancia, calorías consumidas.
- Medición de pulsaciones cardiacas por sensor de mano (hand pulse), pulso de Recuperación y Potencia (watts).
- 6 Programas de entrenamiento, 3 programas H.R.C (frecuencia cardiaca)
- Programa de medición de masa corporal.
- 16 niveles de resistencia con regulación electrónica en computadora.
- Dot Matrix Display (Matriz de puntos) con comando táctil.
- Estructura reforzada con un diseño de última generación.
- Ideal para tratamientos cardiovasculares.
- Test de capacidad aeróbica.



PROBALAS EN
NUESTRO SHOWROOM

TE9929EP AUTO



TE9917AUTO



TE9905AUTO

TE948PRO

Indoor bike.
Regulador de resistencia magnética
por sistema de palanca.
Volante de inercia de 18 kg



TE8890M

Escalador magnético.
Regulador de resistencia
Computadora multifunción



TE5822H

Uso profesional e intensivo
2 motores de C.A de 150 watts c/u.
Control de amplitud de onda
Frecuencia regulable de 30hz a 45hz.



TE106PLUS/AC

Cinta motorizada profesional
Motor de C.A 3HP
Vel. Max. 20 km/h
Inclinación Elect. 15 %,
20 programas de entrenamiento.



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

MyGym

Planes de entrenamiento y reserva de turnos online

A través de una plataforma web, este sistema no sólo permite armar planes de entrenamiento personalizados y reservar turnos, sino que genera estadísticas y reportes de gestión para el accionar proactivo de los gerentes de gimnasios.

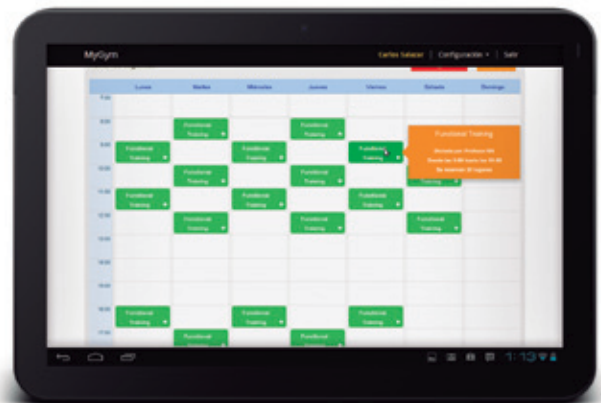
La firma argentina de soluciones informáticas **SISA** lanzó al mercado el software para gimnasios **MyGym**, que gestiona planes de entrenamiento y reservas de turnos desde internet. "Nuestro objetivo es descomprimir las tareas administrativas para que el entrenador pueda dedicar su tiempo a la atención y motivación del socio, fortaleciendo su vínculo con el cliente", señala **Gabriel Nitz**, director de la compañía.

Este sistema forma parte de un nuevo modelo de distribución y consumo de *software* denominado SaaS (*software como servicio*, en inglés), que brinda la ventaja de estar disponible desde la web, sin necesidad de pagar ningún tipo de licencia por su uso. Por el contrario, se abona de manera mensual y de acuerdo a la cantidad de usuarios que utilizan el servicio.

A través de **MyGym**, los instructores cuentan con un sistema que les permite armar planes de entrenamientos personalizados, de acuerdo a los hábitos, necesidades e intereses de cada uno de los socios. "Las rutinas de entrenamiento se vencen todos los meses, lo que obliga a los entrenadores a mantener un contacto mensual mínimo con el cliente", explica **Guillermo Tejerina**, director de **SISA**.



Por su parte, los socios pueden visualizar sus planes, comunicarse en forma directa con sus instructores mediante un sistema de mensajes, registrar el cumplimiento de los objetivos propuestos y reservar turnos de clases y equipos desde cualquier dispositivo con acceso a internet. "Este *software* permite diseñar *packs* flexibles de turnos, de acuerdo a la estrategia comercial de cada gimnasio", destaca Nitz.



Además, **MyGym** brinda la posibilidad de obtener estadísticas y reportes de gestión con indicadores sobre las franjas horarias y las clases más demandadas por los socios, los equipos más utilizados, el cumplimiento de las rutinas y la evolución de los clientes, los planes de entrenamientos vencidos y el nivel de contacto con los usuarios, entre otras variables. También permite generar gráficos, importar y exportar información.

"Lo más valioso del cruce de datos es que el gimnasio puede tomar decisiones basadas en hechos reales, actuar en forma proactiva y respaldar con información futuras inversiones", afirma Tejerina. Para acceder a **MyGym** sólo basta con una clave y un usuario web, sin la necesidad de instalar ningún tipo de *software* o *hardware* adicional. Más información en www.eneas.biz/mygym ■



Equipos Línea Uranium Classic

**Por habernos Elegido,
tenes la posibilidad
de renovar
tu equipamiento.**

 **URANIUM**
TE PREMIA



TOMAMOS

Tus equipos **Uranium Classic**
en el estado que estén,
a descontar.



TE OFRECEMOS

La nueva línea **Uranium Elliptical**
con la mejor propuesta comercial
del mercado.

EL PLAN INCLUYE: El cambio de tu línea **Uranium Classic** por la nueva **Elliptical Series**. Tomando tus equipos como parte de pago. Además del financiamiento exclusivo, con planes a medida. Diseño de instalación y asesoramiento integral. Esta propuesta alcanza también instalaciones con diversas marcas, en las que deseen unificar, incorporando la línea **Elliptical Series**.

COMO ACCEDER

Unicamente por mail a plancanje@uraniumfitness.com describiendo básicamente su equipamiento, incluyendo su teléfono, a la brevedad nos pondremos en contacto.



Incentivos monetarios para bajar de peso



Investigadores de la **Clínica Mayo**, de Estados Unidos, confirmaron a través de un estudio que quienes reciben un incentivo económico –U\$20 dólares– cada vez que alcanzan una meta en el marco de un programa de descenso de peso, o por el contrario, deben pagar un punitivo económico idéntico cuando no logran un objetivo propuesto, pierden 3,5 kilogramos más que quienes no tienen ningún incentivo monetario para bajar de peso.

Asimismo, los investigadores confirmaron que 62% de las personas incentivadas económicamente permanecieron a lo largo de todo el estudio, versus apenas el 26% de los otros participantes. “Los incentivos monetarios sirven como gratificación inmediata y promueven en las personas cambios de comportamiento con respecto a su salud”, asegura **Steven Driver**, médico residente de la Clínica Mayo.

Viajar mucho por trabajo es poco saludable



Un estudio realizado por la **Universidad de Columbia**, en Estados Unidos, asegura que quienes están obligados a viajar mucho por trabajo o negocios ven afectada su salud. Tras analizar 13.000 trabajadores, se concluyó que aquellos que viajan más de 20 días por mes son 2,61 veces más propensos a registrar un pobre estado de salud que quienes sólo viajan 6 días por mes. Asimismo, el primer grupo es 1,92 veces más propenso a ser obeso.

La gente no ve una correlación entre fitness y salud



Un estudio de **Abbott's EAS Sports Nutrition** asegura que la mayoría de la gente no ve una correlación entre fitness y salud, y remarca además que no todos los entusiastas de la actividad física saben cómo alimentarse correctamente. La mayoría de los encuestados –que entrenaban al menos 3 veces por semana– alcanza sus objetivos, pero 4 de cada 5 reconocieron no estar haciendo las cosas bien a la hora de comer después de entrenar.

Deportistas derrotados, mayores chances de lesión



Los deportistas que son derrotados en una competencia tienen el doble de chances de lesionarse, en comparación con aquellos que se quedan con la victoria, porque el efecto psicológico de ser vencidos los hace ser más vulnerables a sufrir problemas psicológicos, según lo revela un estudio de la **Unidad de Psicología del Deporte de la Universidad de Murcia**, en España.



Body Systems LatinAmerica lanza su nueva página web.



LES MILLS
Argentina

www.lesmillsargentina.com.ar



Body
Learning

www.bodylearning.org



EVERLAST
★ **BOXING WORKOUT** ★

www.everlastboxingworkout.com



CORE 360°
Entrenamiento Funcional

www.core360.com.ar

Con mucho orgullo desde **Body Systems Argentina** estamos relanzando nuestra nueva página web!

Desde www.bodysystems.org podrán acceder a los cuatro desarrollos actuales de la Empresa:

Les Mills Argentina, Body Learning, Everlast Boxing Workout y Core 360°.

Compromiso, Lealtad, Respeto e Innovación son nuestros valores institucionales.

A partir de estos valores realizamos un trabajo basado en las necesidades de nuestra comunidad, y logramos como resultado, un sitio web completamente renovado y pensado para nuestros clientes.

Te invitamos a navegar y conocer nuestro nuevo sitio web.

www.BodySystems.org

Trotadora ayuda a pacientes con EAP

Un programa de actividad física con una trotadora en casa mejoró la velocidad y la resistencia al caminar en personas que padecen enfermedad arterial periférica (EAP), es decir, mala circulación en las piernas. Para este estudio se evaluó, durante seis meses, a casi 200 pacientes con EAP, que mejoraron su rendimiento en una caminata de seis minutos.

Los pacientes que usaron la cinta de trote aumentaron en 46 metros la distancia caminada durante seis minutos. En cambio, los pacientes del grupo de control que no hicieron ejercicios redujeron esa distancia en 11 metros. Además, los participantes del grupo de ejercicio mejoraron su tiempo máximo de uso de la trotadora en casi un minuto y medio.

Asimismo, los pacientes del grupo de ejercicio también mejoraron el tiempo de caminata sin dolor y aumentaron sus niveles de actividad física, según indicaron los autores del estudio publicado en la revista *Journal of the American Medical Association*.

Los malos hábitos cuestan caro

Una investigación de **GE Healthcare** reveló que los malos hábitos aumentan los costos relacionados con el cáncer en alrededor de U\$33.900 millones de dólares al año. Asimismo, el estudio asegura que con una reducción de esos malos hábitos, los sistemas de atención sanitaria del planeta podrían ahorrarse unos U\$25.000 millones de dólares anuales.

La investigación se centró en cuatro malos hábitos: el consumo de alcohol, el tabaquismo, la nutrición deficiente y el sedentarismo, y la relación de estos con tres tipos de cáncer: de pulmón, de mama y de colon. Según los investigadores, la mitad de todas las muertes relacionadas con cáncer pueden prevenirse llevando estilos de vida saludables.

Este estudio, realizado entre mayo y junio de 2013, también demostró que los hombres sedentarios tienen un riesgo 61% mayor de padecer cáncer de colon que los hombres activos. Además, el trabajo reveló que a la inactividad física pueden atribuírse unos U\$160 millones de dólares del costo que genera tratar esta clase de cáncer en todo el mundo.

LION FORCE
equipment
EQUIPAMIENTO DE ALTA CALIDAD PARA GIMNASIOS

CALIDAD Y ESTÉTICA AL MEJOR PRECIO
"DISPONEMOS DE MÁQUINAS USADAS EN EXCELENTE ESTADO"
www.lionforce.com.ar

Puerto de Palos 834 - Horario Lunes a Viernes de 08 -12 14 a 18 hs - TEL: 4207 8668 - Villa Domingo - Bs. As.

MasterCard Visa

A mayor uso del celular, más sedentarismo

Un estudio de la **Universidad Estatal de Kent**, en Estados Unidos, confirma que el uso intenso de teléfonos móviles hace a las personas más sedentarias. La investigación, publicada por el *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, revela que quienes usan más los celulares están en peor forma física que quienes los usan menos.

La investigación, realizada entre estudiantes de la universidad, reveló que aquellos que dedicaban mucho tiempo –tanto como 14 horas por día– a llamados, mensajes de texto o a ver videos con su teléfono móvil tenían una condición física menos favorable que aquellos estudiantes que invertían menos de 90 minutos al día en el uso de su celular.

Según el informe, a mayor uso del celular, más sedentarismo, ya que los estudiantes que tienen por costumbre usar en exceso sus teléfonos tienden también a adoptar otras prácticas sedentarias de entretenimiento, como los videojuegos o ver películas. Por el contrario, los que usan sus móviles con menor frecuencia suelen involucrarse más con hábitos activos.

Auge de las bebidas con proteínas



El sector de bebidas proteicas está en pleno crecimiento. Según **Euromonitor**, en 2017, en el mundo se consumirán suplementos con proteínas por casi U\$12.000 millones de dólares. El año pasado, se vendieron productos de este tipo por U\$7.400 millones, mientras que en 2007 esa cifra era de sólo U\$3.800 millones. La clave del crecimiento estaría en un marketing más inclusivo, que ya no está enfocado solamente en atletas ni en aficionados al gimnasio.

Reebok CrossFit



TULUKA

dejalo todo

**GYMS USE MACHINES,
WE BUILD THEM.**



Venta de Elementos para CrossFit

SUCURSAL PALERMO | HONDURAS 5955 - CABA - TEL.: (+54 11) 4773.1838

SUCURSAL NUÑEZ | AV. DEL LIBERTADOR 8176 - CABA - TEL.: (+54 11) 4703.4046

SUCURSAL LA PLATA | AV. 32 Nº 833 - LA PLATA - BS. AS. - TEL.: (+54 9) 0221.538.5850

SUCURSAL PILAR | COLECTORA OESTE PANAMERICANA RAMAL PILAR (KM. 41,5)

TEL.: (+54) 02320 30-0480

WWW.CROSSFITTULUKA.COM | INFO@CROSSFITTULUKA.COM



YouTube


FENIX Machines®

**PROVEEDOR OFICIAL
DE ELEMENTOS**



Elements®

quiere llegar a

LATINOAMÉRICA

Christopher Palumbo

Con 15 gimnasios femeninos en funcionamiento en Estados Unidos y una facturación anual de U\$14 millones de dólares, esta compañía se prepara para replicar su modelo de negocio en Medio Oriente, India y América Latina.

La franquicia de gimnasios para mujeres **Elements®** nació en 2006, en Estados Unidos, por iniciativa del empresario **Christopher Palumbo**. Con un total de 15 sedes, que albergan a 1.200 socias cada una, la compañía factura anualmente U\$14 millones de dólares, monto que proyecta duplicar en 2015. Tras forjar alianzas en Medio Oriente y la India, se prepara para replicar su modelo de negocios en América Latina.

Como propietario de gimnasios mixtos durante 15 años, Palumbo finalmente decidió poner foco en el segmento femenino, especialmente en mujeres de 30 a 55 años con buen poder adquisitivo. "Las mujeres no sólo representan el 55% del mercado, sino que constituyen un nicho muy atractivo, porque son propensas a comprar la mayoría de los servicios auxiliares que ofrecemos", señala el ejecutivo.

Además de los centros de fitness, **Elements®** cuenta con una amplia gama de marcas vinculadas al bienestar que incluyen productos naturales, **Slimberry®**, programas de descenso de peso, **BalanceDiet®**, terapias corporales, **Thinspa®**, y un programa de TV *on line*, **eTV®**, entre otros. Según el empresario, las mujeres no se limitan a realizar actividad física, sino que buscan diferentes herramientas que les ayuden a alcanzar sus metas.

"No somos simplemente un gimnasio, somos un estilo de vida y ofrecemos un paquete de soluciones. Esto permite a nuestras franquicias obtener interesantes oportunidades de ingresos, más allá de la rentabilidad generada por el centro de fitness", afirma Palumbo, quien considera que las mujeres compran de manera diferente a los hombres, construyendo fuertes vínculos con la marca.

Entre las ventajas que conlleva administrar un gimnasio exclusivo para mujeres, se destaca el tamaño de las instalaciones, que suelen ser más pequeñas. Por otra parte, los locales requieren de mayor inversión en diseño, sin embargo, utilizan menor cantidad de equipos, los que duran más tiempo que en los clubes mixtos. Otro beneficio que brinda dedicarse a este nicho es que no se compite directamente con las grandes cadenas.

WWW. GERBOSPORT.COM.AR



PAGALO COMO SE TE DE LA GANA

FINANCIACIÓN HASTA
EN 18 CUOTAS

PAGO CONTADO
15% DE DESCUENTO



Premium >

< Standard



Premium >

< Standard



Asesoramiento personalizado en la implementación de tu gimnasio, 16 años avalan nuestra experiencia.

 **OLMO**
bikes & fitness
DISTRIBUIDOR OFICIAL DE CARDIO

Av. Nazca 1932 - (54 11) 4581-3065
Ciudad de Buenos Aires
Ricardo Gutiérrez 3233 - Ciudad de Buenos Aires
Tel.: (54 11) 4504 3466 - info@gerbosport.com.ar

 /gerbosport
 @gerbosport
 /gerbosport

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

“En general, la industria del fitness tiene dificultades para atraer nuevos clientes. Creo que debemos considerar otras estrategias para brindar atención a nuestros socios, como lo son los productos y servicios vinculados al bienestar y la salud”, opina Palumbo, cuya propuesta de negocio incluye *software* de operación y asistencia financiera, en la selección del local, en la negociación de contratos y en el reclutamiento del *staff*.



Invertir en un centro Elements® requiere de una inversión mínima de U\$300 mil dólares. El costo en regalías es del 6%, el cargo por franquicia es de U\$39.900 dólares y el número promedio de empleados es de 6 personas. Actualmente, la compañía se encuentra en negociación con empresarios de América Central y América del Sur para expandir la marca en la región. ■

Para más información escribir a Ángelo García agarcia@elementsforwomen.com

FULL
MAK

www.fullmak.com.ar

Equipamiento para CrossFit

Entrenamiento Funcional

Otros productos:
Máquinas a lingotes y discos | Bancos y soportes | Bicicletas de indoor | Mancuernas, barras y discos | Accesorios de fitness | Repuestos e insumos | Tapizado de máquinas de musculación, bancos y equipos de pilates.

DISTRIBUIDOR DE PRODUCTOS **FENIX MACHINES**

ENVÍOS A TODO EL PAÍS

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

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



TECHNOGYM

The Wellness Company™





Arquitectura Construyendo experiencias memorables

En todo club o gimnasio la arquitectura debe usarse en favor de los clientes, creando para ellos ambientes reconfortantes y con encanto, que les despierten sensaciones y promuevan experiencias, tanto físicas como emocionales, que deseen luego recordar y repetir. En este sentido, los espacios de socialización juegan un rol central.

En los últimos 40 años la industria del fitness se ha transformado así misma. Los gimnasios de la nueva era ya no ofrecen sólo actividad física si no un abanico de posibilidades vinculadas al bienestar general de los usuarios. La piedra angular del servicio ahora radica en garantizar una mejor calidad de vida, a través de recursos que no sólo ofrezcan a los clientes experiencias físicas, sino también emocionales.

“Son muchas las personas que reconocen que deberían hacer actividad física pero son pocas las que la practican. Frente a esto, el sector ha desarrollado estrategias no sólo para atraer clientes sino para inspirarlos a que se queden”,

afirma **Bruce Carter**, presidente de la firma de diseño **Optimal Design**, responsable de la construcción de centros de fitness en 27 países por un monto total de U\$ 800 millones de dólares.

Los espacios físicos en los que las personas se desenvuelven tienen una influencia directa en su desempeño y estados de ánimo. La capacidad simbólica del lenguaje arquitectónico le ofrece a los clubes deportivos y gimnasios la oportunidad de comunicarse con sus clientes y prospectos en un nivel intuitivo, desde la percepción sensorial, captando su atención y dejando en ellos grabada una impresión indeleble.

Por María del Carmen Loria (*)

Tendencias en boga

A la hora de describir los estilos vigentes dentro de la industria del fitness, los especialistas en diseño coinciden en que una de las principales tendencias del mercado es concebir al gimnasio como un espacio social, un lugar de encuentro donde los usuarios cuenten con ambientes especialmente ideados para que puedan compartir experiencias e interactuar entre ellos.

“Pensamos el gimnasio como el club de los que no tienen club, como el hoyo 19 del golf, que es el momento que uno tiene para relacionarse tras el partido”, señala **Trino Sánchez**, CEO de Arquint, estudio responsable de la construcción de la sede Río Sur de **Bodytech** en Colombia. El proyecto, que demandó U\$2,5 millones de dólares, se distingue por el diseño de un *lounge* central que actúa como un área social de paso obligatorio, que articula entre sí a todas las zonas de producción.

Bodytech, sede Río Sur, Colombia



Según la arquitecta brasileña **Patricia Totaro**, responsable de más de 100 proyectos vinculados al fitness en Latinoamérica, los diseños deben garantizar que “el gimnasio constituya el tercer espacio en la vida de la persona”. El primer espacio alude a la vivienda donde habita, el segundo, al lugar de trabajo o estudio y, el tercero, al ocio y la diversión. Por esa razón, los cines, los parques y los bares representan para la especialista los principales competidores del sector.

Desde la cadena argentina **Sport Club**, la arquitecta **Eliana Gradel** destaca las nuevas funciones que cumplen los centros de fitness en la actualidad. “Estamos frente a un espacio que no sólo ofrece bienestar a las personas sino también identidad. Ir al gimnasio hoy representa el momento en que el usuario decide hacer una pausa en su vida y regalarse para sí algo que lo haga sentirse bien”, opina.



Sport Club, sede Obras Libertador, Argentina

“Los clientes se sienten atraídos por los lugares que los hacen pertenecer a un grupo”, remarca Totaro. Para ello, es necesario proporcionar los espacios adecuados que fomenten el encuentro y la recreación. Desde un simple sillón o banquetas en el centro del área de cardio, hasta salas de estar, de lectura, jardines externos o espacios de juego -ya sea a través de una mesa de metegol en el área de musculación o de una habitación vidriada con videojuegos- representan opciones válidas.

En base a su experiencia, Carter señala que “cuando el usuario genera un vínculo de interacción social con el club, se ven incrementados los niveles de retención en el negocio”. El diseño de áreas sociales promueve la experiencia positiva de los socios. Consisten en pequeñas licencias dentro del gran espacio destinado a entrenar, rincones diseñados para que el usuario sepa que ahí puede sociabilizar. Ya se trate de un bar o de pequeños livings, es recomendable que se ubiquen próximos a los equipamientos.

		
		
		
		
<p>Tenemos una solución en sistemas a la medida de cada una de las necesidades de tu empresa.</p> <p>La tecnología y la información pueden ser tu principal aliado a la hora de competir.</p> <p>MARCÁ HOY LA DIFERENCIA, INVERTÍ EN DIGITAL SOFTWARE.</p> <p>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</p>		



“La tendencia es promover la sensación de comunidad dentro del gimnasio”, señala **Christa Plaza**, directora del estudio **Essenza Architecture**, en los Estados Unidos, quien remarca el auge de los centros *boutique* de 300 a 500 m², especializados en prácticas determinadas, como yoga o *indoor cycling*, y con grupos reducidos de entrenamiento. Estos locales se caracterizan por diseños con marcada personalidad, que promueven atmósferas sociales y un lugar de pertenencia para los clientes.

Otro estilo en boga dentro la industria es el “*back to nature*” (vuelta a la naturaleza, en inglés). “Las investigaciones demuestran que las personas prefieren hacer actividad física en espacios bellos y naturales”, explica Carter. Dado que no todos tienen esta posibilidad, los gimnasios pueden tomar ventaja y recrear ambientes a través de colores tierra -como los amarillos, verdes, naranjas, marrones, dorados y azules-, plantas y ventanales, que permitan visualizar el paisaje exterior y el ingreso de la luz natural.

Los proyectos sustentables también pisan fuerte en el mercado mundial. El concepto de sustentabilidad está basado en tres pilares fundamentales: el económico, ambiental y social. “Una obra de arquitectura sostenible debe poder reciclar, reutilizar y enseñar”, asegura Totaro. Equipamientos de fitness que generan energía eléctrica, paneles solares, tratamientos de aguas, iluminación LED de bajo consumo y la ubicación del local en base al ingreso de la luz solar forman parte del abanico de posibilidades.

Ambientes con diseño

Hacer actividad física en ambientes con la estética tradicional de gimnasio ha quedado cada vez más relegado como concepto. En esta línea, algunos expertos se inclinan por integrar el gimnasio a la vida cotidiana de la gente y hacer de ese espacio un segundo hogar, donde el socio pueda sentirse “como en su casa”. Mientras que otros optan por recrear un escenario único y excitante, un lugar de escape que nada tenga que ver con la monótona rutina de los usuarios.

En ambos casos el objetivo es el mismo: utilizar el diseño para despertar los sentidos, transmitir sensaciones y promo-

ver experiencias positivas. “Se trata de ponerle el corazón al hombre de hojalata”, comenta Trino Sánchez, para quien los gimnasios no pueden tener sólo un aspecto funcional. Por el contrario, dentro de su infraestructura, existen distintos tópicos sobre los cuales trabajar para generar ambientes capaces de atraer y retener clientes.

El diseño de la recepción es fundamental en tanto es el espacio donde el visitante tiene la primera impresión. En la opinión de **María Cristina Parodi**, titular del estudio **Arquitectura Creativa**, en Buenos Aires, debe ser ante todo un espacio acogedor, “donde los clientes perciban un clima de confort que promueva la permanencia”. Es aconsejable la presencia de un stand de ventas, sillones y un bar o cafetería, que actúe como punto de encuentro previo o posterior a la actividad física.

Según Sánchez, las recepciones tradicionales replican la función del molinete, “donde aquel que no es parte del club queda totalmente excluido, sin poder experimentar absolutamente nada”. El concepto desarrollado para la cadena colombiana Bodytech recrea la sensación de ingreso al *lobby* de un hotel, un espacio público de sociabilización que “envuelve a los transeúntes con la atmósfera de la marca y despierta en quienes no son clientes las ganas de quedarse”.

En estos ambientes, los detalles de lujo pueden marcar diferencias muy importantes respecto de la competencia. “Un elemento distintivo de alto impacto y fácil instalación son los muros de agua”, explica Carter, quien además recomienda que los mostradores de ventas tengan contacto visual con las áreas más dinámicas del gimnasio, para incentivar la decisión de compra. Con ese fin, “también se pueden colocar pantallas planas que transmitan imágenes de las salas y clases”, opina Plaza.

La antesala a la recepción está conformada por la fachada, un elemento de propaganda en sí mismo en la vía pública. “Aconsejamos pintar con colores contundentes, utilizar iluminación para destacar el acceso, resaltar marquesinas o incorporar un *backlight*, que contenga el logo de la marca”, señala el arquitecto **Jorge Maceratesi**, de la firma Arquitectura Creativa, especializada en el diseño de clubes y gimnasios.

¡¡INCORPORÁ EL NUEVO SISTEMA!!

AQUALIFE
Dr. **CormilloT**

Nuevo Sistema de Fitness Acuático

CAPACITACIONES

- Bicicletas • Step
- Minitramp
- Cintas • Elíptico
- Accesorios

y mucho más!!

EXCLUSIVIDAD POR ZONA

informes

www.aqualifeevolucion.com.ar

ventas@aqualifeevolucion.com.ar

El uso de vidrieras es muy utilizado por el atractivo y dinamismo que genera ver desde el exterior a las personas haciendo actividad física. Es importante elegir aquellas actividades que tengan más movimiento dentro del gimnasio para exhibirlas, "no es lo mismo poner a la vista una cinta de trote que una máquina de fuerza, que es mucho más estática", afirma Gradel.

Un espacio de gran valor para los usuarios son los vestuarios, de los que se espera que sean "sumamente confortables, al estilo de un *spa*", explica Carter. Para evitar gastar dinero en presupuestos costosos "se puede invertir en el diseño de puntos focales", opina Totaro. Los lavatorios, las paredes revestidas y los espejos individuales son algunos elementos que atraen la mirada del usuario. La utilización de iluminación suave ayuda a recrear un ambiente íntimo y acogedor.

Dentro de las instalaciones es importante integrar visualmente los ambientes para que los visitantes puedan realizar un recorrido panorámico desde que ingresan al gimnasio, sobre todo los prospectos. "Lo ideal es que se tenga acceso visual a cada una de las áreas como si se trataran de extractos", subraya **Fernando Gagliardi**, titular del estudio **Gagliardi Spagnolo**, responsable del diseño de la cadena argentina **Megatlon**.



Megatlon, sede Puerto Madero, Argentina

En los casos en los que se cuenta con un presupuesto acotado, resulta necesario desarrollar una estrategia de inversión. "Distribuir el dinero disponible entre todas las áreas del gimnasio puede que no logre ningún tipo de impacto. Sin embargo, si la inversión se realiza en ciertos espacios específicos se pueden obtener ambientes visiblemente renovados y distintivos", explica Gagliardi.

Las salas de ciclismo *indoor*, las de *body-mind* e incluso las piscinas son áreas que pueden ser tematizadas con mayor facilidad, otorgándoles una personalidad única que refuerza el efecto sorpresa y la fidelización de los clientes. El uso de gráficas sensoriales ayuda a generar efectos visuales, sin necesidad de caer en la retórica de la persona joven ejercitando, que fomenta menor identificación e incluso puede llegar a intimidar a los usuarios que no se sienten cómodos con sus cuerpos.

En la puesta en marcha de cualquier proyecto de obra o remodelación se recomienda tomar contacto con los ins-

tructores y coordinadores del club, "que son quienes bajan la información real sobre los espacios, las dinámicas y las necesidades de los usuarios", observa Gradel. También es importante modificar colores y detalles en forma periódica, preferentemente cada 2 años, para mantener la sorpresa eterna entre los usuarios y evitar el aburrimiento.

Sin importar el estilo, las ambientaciones creadas deben estar sustentadas en un servicio de calidad. "No basta con el diseño cuando dos tercios de los clientes quieren exactamente lo que los gimnasios no les dan, soluciones basadas en el entendimiento de sus necesidades individuales", explica el consultor y arquitecto brasileño **Luis Amoroso**.

Arquitectura estratégica

El diseño arquitectónico representa un activo diferencial a disposición de la marca y los objetivos del negocio. La clave para el éxito es delinearla en base a las necesidades, intereses y expectativas de los usuarios. "La infraestructura debe reflejar el posicionamiento del gimnasio en relación al nicho de mercado al que se dirige", explica Amoroso.

Los centros de fitness dedicados al segmento de lujo, con pocos clientes y cuotas altas, deberán enfatizar en los detalles para garantizar el confort de sus usuarios. En cambio, aquellos gimnasios que apunten a un público masivo, caracterizados por tener muchos socios y tarifas de menor precio, tendrán que poner foco en materiales resistentes al desgaste, así como en el diseño del flujo y circulación de las personas.

En la opinión de Totaro, la industria del fitness debe tomar como referentes a otros rubros dedicados a los servicios, como la industria hotelera, donde la hospitalidad es el alma del negocio. "Tomar este eje como referencia es fundamental para gestionar la arquitectura a favor de los usuarios, creando espacios reconfortantes y con encanto", comenta la arquitecta.



Unique Family Fitness Club, sede sudoeste, Brasil.
Fotógrafo: Telmo Ximenes.

El lenguaje arquitectónico es una valiosa herramienta para vincularse con los usuarios desde la percepción sensorial, sobre todo con aquel público cuya prioridad no es la actividad física. La capacidad de clubes y gimnasios de diseñar ambientes adecuados es un valor estratégico que gana terreno frente a un mercado cada vez más ávido por consumir tanto experiencias físicas como sociales y emocionales.



Hay que personalizar las experiencias

Por Rudy Fabiano (*)

Una de las últimas tendencias en arquitectura dentro de la industria del fitness es la "personalización" de la experiencia de cada individuo a través del diseño. Los prospectos, los clientes y los socios que son fanáticos de la marca son los tres grupos con los que interactúa un gimnasio. Atraer y vincularse con cada uno de éstos a nivel emocional es el propósito a alcanzar, utilizando la arquitectura como herramienta.

Al recorrer un gimnasio por primera vez, un posible cliente tiene una percepción y una experiencia muy diferentes a las que posee quien ya es socio. Los prospectos necesitan ser intrigados desde lo visual, teniendo influencia directa en su decisión de compra la percepción que se lleven con ellos. Por otra parte, el cliente actual centrará su atención en la programación de las clases, los *amenities*, el confort y la seguridad.

En cuanto a los admiradores, éstos necesitan experimentar la motivación y el éxito. Las últimas tendencias son lo que están buscando dentro del gimnasio. Que los clientes se conviertan en fanáticos de la marca es tan vital como que los prospectos se transformen en socios. Los admiradores generan vínculos unos con otros, dando forma a la cultura del club. Ser parte de ésta es la principal razón por la que los miembros decidirán quedarse.

Dentro de un gimnasio, espacios como los de ciclismo *indoor* o cardio deben exceder todas las expectativas de los clientes. Para ello, se debe personalizar estos ambientes, como si se trataran de las únicas fuentes de ingreso de la empresa. A modo de ejemplo, cualquier centro de fitness puede contar con una sala de *indoor cycling* bien ventila-

da y equipada, pero no todos pueden ofrecer a sus socios la misma tecnología de sonido y efectos visuales.

A medida que la industria madura y crece la competencia, es fundamental recordar que un club no es sólo un lugar para hacer ejercicio, sino un espacio donde las personas concurren a disfrutar de su tiempo libre. El objetivo es poder diseñar ambientes que mejoren la experiencia de entrenamiento de cada uno de los miembros. Esta misma idea deberá ser replicada en todas las salas del gimnasio, para maximizar la identidad de la marca.

Al momento de inscribirse, las personas no se están uniendo a un gimnasio sino que se están convirtiendo en parte de una cultura. Esa es la razón por la que la empresa tiene la responsabilidad de hacerlos participar, para que a través de su interacción ayuden a construir la historia del gimnasio. Un nivel de sociabilización elevado es necesario para promover la construcción de fuertes lazos.

Contar con áreas sociales dentro de las instalaciones ayuda a construir la cultura de un club. No se trata de preguntarse: "¿cómo puedo hacer que un miembro sea parte de mi negocio?", sino de interrogarse sobre cómo el gimnasio puede ser una parte importante en la vida de los clientes. Hacer socialmente relevante a la empresa es crucial. Con el tiempo, esto es lo que marcará la distinción de un gimnasio respecto de otros. ■

(*) Arquitecto y diseñador de interiores, presidente de la firma Fabiano Designs, responsable de la construcción de más de 400 proyectos de centros de fitness, bienestar, deportivos, recreativos y spa, en los últimos 23 años.

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

GSD



GSDTECNOLOGIA
Grupo Silicon Dinap S.R.L.

La solución integral de control de acceso llave en mano.

Software de
gestión de socios

Molinetes

Timer para crossfit

15:10:53

Lectores y
Llaveros RFID
de proximidad

Pantalla led programable

Credenciales full color

Lectores de huella

Más de 15 años de
experiencia y más de
100 gimnasios instalados
avalan nuestra calidad.





Cuando el deporte
se convierte en
Koncept: SK line

SK HAMMER-6950
Cinta motorizada



5HP



SK-9000
Bike



SK-9100
Elíptico



SK-9900
Recumbent



Vibroboost
Plataforma Vibratoria
Profesional con
vibración triplana



Línea BH LK



FC-58H Bicicleta Indoor



FC-5900 Cinta Motorizada



FC-249 Elíptico Electromagnético



FC-7000 Bicicleta Electromagnética

www.randers.com.ar

REPRESENTANTE EXCLUSIVO 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



DISTRIBUYE Y GARANTIZA

ARGENTRADE SRL

By Tuluka

Capacitaciones de "Entrenamiento Real"



La firma **Crossfit Tuluka**, de Buenos Aires, anunció su cronograma de formaciones para el segundo semestre del año, en diferentes ciudades de América Latina. Estas capacitaciones, denominadas "Entrenamiento Real", estarán a cargo del head coach **Santiago "Siri" Terbalca** y se llevarán a cabo entre los meses de julio y noviembre de 2013.

El cronograma es éste: 27 de julio, módulo 2 en Argentina; 3 de agosto, módulo 1 en Costa Rica; 10 de agosto, módulo 2 en Costa Rica; 24 de agosto, módulo 1 en Paraguay; 31 de agosto, módulo 1 en Argentina; 14 de septiembre, módulo 1 en Ecuador; 28 de septiembre, módulo 1 en Uruguay; 16 de noviembre, módulo 1 en Chile; y 23 de noviembre, módulo 1 en Brasil. Por informes e inscripciones escribir a jime@crossfittuluka.com

Se viene otra Expo Fitness en Buenos Aires



El 24 y 25 de agosto, el profesor **Marcelo Levín** organiza en la Sociedad Hebrea Argentina, de Buenos Aires, una nueva edición de **Expo Fitness**, con entrada libre y gratuita. De la exposición participarán importantes proveedores de indumentaria y calzado deportivo, música y videos, equipamiento de gimnasios, editoriales, empresas de hidratación y suplementación, entre otras. Más información en www.expo-fitness.com.ar

South American Pilates Conference



Del 28 al 30 de septiembre se realizará a en el hotel Hilton de la Ciudad de Buenos Aires la segunda edición del **South American Pilates Conference**, organizado por **Pilates Move**. En este evento, instructores de diversos países se congregan para perfeccionarse con algunos de los máximos referentes mundiales de esta técnica, como: Mary Bowen, Elizabeth Larkam, Kyria Sabin, Peter Fiasca, Katey Corey y Brett Howard, entre otros. Más información en www.pilates-move.com

Tercera edición de Pilates Ultimate



El 17 y 18 de agosto próximo se llevará a cabo en la Ciudad de Buenos Aires la edición 2013 de **Pilates Ultimate**, que organiza **Verónica Ponieman**. Como ya es costumbre, las clases y workshops de este evento, tanto de *matwork* como de equipamientos, estarán a cargo de Michael King, Malcom Muirhead, Verónica Ponieman y todo el staff de tutores MK. Los cupos son limitados. Más información en www.veronicaponieman.com

Seminario de Pilates Zone en Carlos Paz

Del 20 al 22 de septiembre tendrá lugar en el hotel Portal del Lago, de Villa Carlos Paz, Córdoba, el seminario **Pilates Zone Primavera 2013**. En esta capacitación se dará a conocer un nuevo concepto de ejercicios avanzados: pre parto y suelo pélvico, posturología, patologías de columna en reformer y combo, entrenamiento en suspensión, y muchos temas más. Más información al respecto en www.pilateszoneweb.com



FreeMotion, con nuevo director de ventas

La firma **FreeMotion** designó a **Mike Carranza**, con 25 años de trayectoria en la industria del fitness, en el cargo de director de Ventas para América Latina. "Las expectativas son muy positivas ya que estamos frente a un mercado con un potencial muy grande de crecimiento y FreeMotion cuenta con un gran reconocimiento dentro del sector a nivel global", asegura el ejecutivo.

Dentro de los planes regionales de la compañía se destaca la apertura del mercado en cada uno de los países latinos por medio de representantes locales. "Ya contamos con varios candidatos interesados en la representación de la marca", señala Carranza, quien los últimos 15 años se desempeñó como gerente de Ventas para Latinoamérica de la firma norteamericana de equipamientos Star Tac.

La línea de equipos **Live Axis**, con sistema de cable para entrenamiento funcional y el **Ocean Yoga**, que combina los beneficios de la práctica de surf y yoga, fueron los últimos lanzamientos realizados por FreeMotion. En octubre, la compañía se prepara para presentar sus nuevos productos en la feria comercial y conferencias **Club Industry 2013**, a realizarse en la ciudad de Chicago, en Estados Unidos.



En Chile

Equity estrena Key Account Manager

La compañía chilena **Equity Brands & Retail**, representante exclusiva de las marcas Sparta, Trek, New Balance, Speedo, Head, Rebels Golf y Technogym, designó al español **Federico Lorente** como *Key Account Manager* de Fitness, responsable del canal de venta de equipamientos para clubes y gimnasios. "Nuestra máxima prioridad es desarrollar la marca Technogym en el país", explica el ejecutivo.

Federico Lorente es gestor deportivo y creador de la central española de compras para gimnasios y clubes deportivos **Graufit**, que permite a los centros independientes comprar a precio mayorista. Previamente, se desempeñó como director deportivo para la cadena británica de gimnasios **Virgin Active** y como director de instalación deportiva en **Gaia Gestión Deportiva**, entre otras compañías.



V É R T I G O

UN NUEVO PRODUCTO ORIENTADO A LAS
PERSONAS QUE SUFREN DE VÉRTIGO

- Rutinas en posición vertical
- Cuenta con 2 mástiles de apoyo para no perder el equilibrio
- Posibilidad de regular la carga
- Puede combinarse con otros accesorios, bandas, bosus, flex, etc.



PYP Capacitaciones

Showroom en Fábrica: 5 de julio 6681

entre Cerrito y Triunvirato

(Carapachay) - Ptdo Vte. López

Tel.: (54 11) 4735-2061/3797

Cel.: (11) 15-6381-3102 ID: 140*2095

www.pyequipamientos.com

Sport Maniac

“Somos como una juguetería, pero del fitness”

Sebastián Petrillo



Así describe Sebastián Petrillo esta tienda, especializada en la venta de equipamientos y accesorios de fitness, que ya factura anualmente \$ 1,2 millones de pesos.

Sebastián Petrillo es administrador de empresas y deportista. Desde su infancia, la pasión por el fitness estuvo presente en la familia. Su padre, Nicolás, supo ser campeón sudamericano de pesas y es fundador de la empresa argentina **Pesas Sol**, proveedora mayorista de discos, barras y complementos para gimnasios. “Amante del deporte, me transmitió su entusiasmo, hoy encarnado en este proyecto que tiene como prioridad acercar la actividad física y el bienestar a la comunidad”, explica el joven emprendedor.

En 2010, con una inversión inicial de \$200 mil pesos, Petrillo decidió abrir las puertas de **Sport Maniac**, una tienda dedicada a la venta de equipamientos de fitness y otros artículos para varios deportes, que hoy factura \$1,2 millones de pesos por año. Ubicado frente al Hipódromo de San Isidro, al norte del Gran Buenos Aires, este local comercializa, por mayor y por menor, productos de marcas como Mir Fitness, Randers, Semikon, Olmo, Everlast, Tempo y Athletic Services, entre otras.

Desde su inicio, Sport Maniac detectó dos demandas a ser satisfechas en el mercado. “Por un lado, la necesidad de los entrenadores personales de contar con productos novedosos, que estén a la vanguardia, para trabajar con clientes cada vez más exigentes e informados”, dice Petrillo. Y, por otro lado, su empresa brinda a clubes y gimnasios la posibilidad de encontrar en un solo lugar gran variedad de equipamientos de primeras marcas, “sin tener que entrar en contacto con diferentes proveedores o buscar asesoramiento externo”.

“Somos como un juguetería del fitness, pero para grandes. Trabajamos con más de 30 proveedores nacionales e internacionales para garantizar diversidad de productos a nuestros clientes”, señala el empresario. Recientemente, la firma lanzó su nuevo portal web www.sportmaniac.com.ar, desde donde los usuarios pueden realizar compras *on line* de más de 1.000 artículos, con diferentes modalidades de pago y hasta optar por la entrega a domicilio, en cualquier punto del país.

Actualmente, la empresa planea remodelar las instalaciones de su local en Martínez. “Contar con mayor espacio físico no sólo le brindará más comodidad a los clientes sino que nos dará la posibilidad de ampliar aún más nuestra propuesta comercial”, asegura Petrillo, quien también proyecta abrir una nueva tienda en el barrio porteño de Belgrano y reforzar además la venta por internet en el interior del país, “donde las últimas novedades del sector tardan en llegar y el abanico de productos disponible es acotado”.

Sport Maniac ofrece descuentos a gimnasios y una tarjeta de membresía para entrenadores personales y profesores de educación física, con la que éstos acceden a beneficios especiales en las compras que realizan. Más información en www.sportmaniac.com.ar ■

ESCUELAS NEF
NUEVA EDUCACION FISICA

15 AÑOS DE TRAYECTORIA EDUCATIVA
CONSTANCIAS OFICIALES Y PUNTAJE DOCENTE
Secretaría de Educación C.A.B.A.

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

INSTRUCTORADOS MASTERS EVENTOS

(54 11) 4331-6698
www.escuelasnef.com.ar
info@escuelasnef.com.ar
Escuelas Nef
@escuelasnef
Escuelasnef



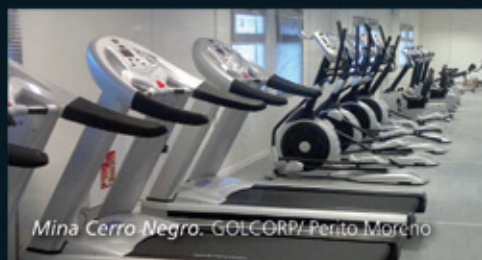
Gimnasio Tiro Federal. Bahía Blanca



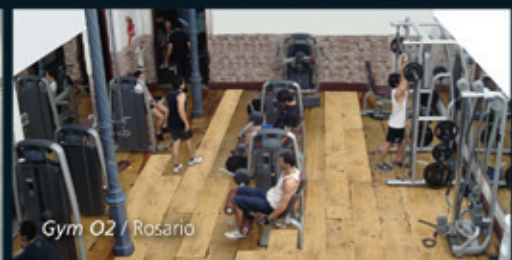
Gym Center. La Plata



Centro de Alto Rendimiento. CENARD / Buenos Aires



Mina Cerro Negro. GOLCORP/ Perito Moreno



Gym O2 / Rosario

Elegí cómo posicionarte en el mercado.

MASTERTECH te brinda todas las posibilidades.

Tenemos una propuesta para cada presupuesto y para cada espacio a equipar.

MAGNA. VERTIKA. STERLING. PLAMAX. CARDIO PREMIUM. VITREX.



MASTERTECH

www.mastertech-usa.com

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

Cómo superar una percepción negativa

Al comprar un gimnasio perteneciente a otra firma no sólo se adquieren sus instalaciones sino también su reputación. Tres empresarios de la industria del fitness brindan algunos consejos sobre qué hacer cuando un club mal gestionado en el pasado está bajo una nueva dirección.

Joe Cirulli, Health & Fitness Center, Gainesville

Una de las mejores estrategias de marketing es modificar el ambiente dentro del gimnasio. En primer lugar, esto requiere cambios físicos, como asegurarse que todo el local se encuentre en óptimas condiciones de limpieza y que no exista ningún equipamiento dañado. Por el contrario, todas las máquinas deben estar en perfecto estado de funcionamiento.



Artículo provisto por



En segundo lugar, es muy importante la capacitación del personal. Al adquirir un club que anteriormente pertenecía a otra firma, hay que asegurarse de definir la visión, misión, valores y cultura empresarial que representan al nuevo negocio. Cada uno de estos conceptos debe ser comunicado con claridad al *staff*. En caso de que el personal no se identifique con ellos, se deberá reclutar nuevos recursos humanos.

Una vez realizados estos cambios, se está en condiciones de organizar un evento de inauguración con los empleados, socios, amigos de los socios y comerciantes aledaños. En este punto se puede comenzar a planear publicidad en los medios locales, ya sea TV, radio, periódicos y portales web, o incluso campañas de *e-mail* marketing. El boca en boca será sin duda la herramienta más poderosa de recomendación.

Bret FitzGerald, Athletic Clubs, Las Vegas

Las estrategias a implementar siempre variarán dependiendo del presupuesto disponible y de la eficacia en la gestión de prensa y publicidad realizada en los medios de comunicación de la zona. En el caso de una cadena con varias unidades, sin dudas la difusión en radio y TV será de gran ayuda, no así en el caso de un gimnasio con una sola sede.

En cuanto a Athletic Clubs, la folletería impresa y los mails directos no han resultado ser las herramientas de mayor eficacia. Sin embargo, colgantes para puertas pueden ser una solución económica que, además, brinda la oportunidad de conocer a los vecinos personalmente y hablar con ellos para difundir los nuevos servicios y ofertas disponibles.

Si el propietario anterior destruyó la marca, probablemente haya que invertir en la creación de una nueva y en su posicionamiento. Incluso será necesario considerar la necesidad de cambiar el nombre del gimnasio cuando la percepción de la comunidad sea negativa. Para conocer qué es lo que la población local piensa, se pueden realizar encuestas puerta a puerta en un radio de 3 kilómetros a la redonda.

Paul Brown, sistema de retención Face2Face

Cuando uno toma las riendas de una empresa existente conviene ser atrevido, ruidoso y entusiasta, sin necesidad de poner en relieve las deficiencias de la gestión anterior. Los socios y la comunidad en torno al gimnasio tienen la capacidad de ver por sí mismos y hacer las comparaciones pertinentes.



PRODUCTOS FABRICADOS EN U.S.A.

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.

AGREGÁ RENTABILIDAD A TU GIMNASIO
LLEVÁ LOS QUE QUIERAS SIN MÍNIMO DE COMPRA.



¡5 PRODUCTOS DE SALIDA A MITAD DE PRECIO!

- CREATINE 300 GRAMS
- POLVO PROTEICO (ULTRA WHEY) 750 GRAMOS
- GANADOR DE PESO (MASS MAKER) 1 KG
- AMINOÁCIDOS DE CADENA RAMIFICADA (BCAA 2200) 250 TABLETAS
- PACK DE ENTRENAMIENTO (OUTER LIMITS) 30 PACKS

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

www.saturnargentina.com.ar
www.facebook.com/Saturn.Argentina
www.twitter.com/SaturnArg1991

SATURN SPORT NUTRITION CENTER
FLORES: José Bonifacio 3101 C.A.B.A. | (011) 4613-0025
ventas@saturnargentina.com.ar
RECOLETA: Paraná 992 C.A.B.A. | (011) 4813-8351
recoleta@saturnargentina.com.ar



La manera en que se difunde el mensaje depende del estilo del gimnasio y del mercado local, entre otras variables. Sin embargo, también se deben tener en cuenta los siguientes puntos:

1. Definir la visión del negocio, los valores fundamentales de la empresa y la misión.
2. Organizar una reunión con el equipo de trabajo para conocer cuál ha sido el desempeño pasado en el club y cuáles son las expectativas e ideas del *staff*. Una vez que el personal ha sido escuchado se debe compartir la visión que el nuevo propietario tiene del negocio.
3. Promover reuniones informales con ex socios y miembros actuales, evitando juzgar la gestión pasada y con el propósito de generar contactos y promover una retroalimentación positiva.
4. Tomar contacto con medios escritos y *on line*, tanto locales como regionales, para concretar entrevistas y generar contenido para su posterior publicación.
5. Diseñar una nueva web y estrategia en las redes sociales para que los miembros de la comunidad puedan realizar consultas y comentarios.
6. Con la adquisición del gimnasio también se adquiere su historia, que puede ser buena o mala. En estos casos, vale la pena diseñar un nuevo nombre, lema o logo para la marca.
7. Realizar un evento de relanzamiento a puertas abiertas, como puede llegar a ser una ceremonia de corte de cinta. Resultará conveniente invitar a dirigentes locales, a la cámara de comercio de la zona y a comerciantes vecinos, así como a los proveedores del gimnasio.
8. Participar de eventos locales como carreras, maratonés, ferias y reuniones vecinales, entre otras, ofreciendo pases libres y difundiendo los nuevos valores y misión de la empresa.
9. Ofrecer oportunidades de patrocinio a equipos deportivos locales e instituciones académicas. Aunque el apoyo no sea monetario se pueden ofrecer membresías de prueba que ser subastadas o utilizadas por estas entidades a modo de premios.
10. Diseñar nuevos sistemas de señalización y llevar a cabo un buen trabajo de pintura e iluminación demuestran a los socios y vecinos que las cosas están cambiando en el club, sin necesidad de realizar una gran inversión.

Para más información sobre IHRSA puede visitar www.ihrsa.org ■



**Fábrica de Equipamiento Profesional
para Gimnasios, Hoteles y Spa**

Línea PILATES
Variedad de Modelos
Metal/Madera



**Nuevo
Plataforma
Vibratoria**



Consulte por cursos
de capacitación

Línea MUSCULACION
Todos los Accesorios



Línea AEROBICA



ENVIOS A TODO EL PAIS



Para más información ingrese a nuestra nueva web
www.evolutioncenter.com.ar
o envíenos su consulta a ventas@evolutioncenter.com.ar

Teléfonos: (0351) 4118866 / 155 099115

MERCADO FITNESS

Ciclo de conferencias online en septiembre



En septiembre se realizará un ciclo de conferencias online, organizado por **Mercado Fitness**, en el que seis consultores españoles abordarán temas vinculados a gestión. Cada conferencia tendrá una duración de 60 minutos (de 12.00 a 13.00 – hora argentina) y el único requerimiento técnico para participar es contar con una buena conexión a internet.

Los conferencistas serán: Pablo López de Viñaspre (fidelización); José Antonio Sevilla (experiencias); Miguel Ángel Sánchez (ventas); José Luis Gaytán (branding); Pere Solanellas (liderazgo); y Lucas Peñas (costos). Las sesiones se transmitirán en vivo por Internet. Por más información al respecto, visitar www.mercadofitness.com

Fitcode lanzó su newsletter DataFit



Fitcode, la consultora argentina especializada en soluciones de gestión para gimnasios, lanzó su newsletter informativo DataFit, que contiene novedades de la industria del fitness, datos del mercado, casos de éxito, recomendaciones, ideas y estrategias vinculadas al management de clubes, gimnasios y centros deportivos.

“DataFit es un nuevo canal de comunicación que le brinda al sector la oportunidad de interactuar y compartir experiencias, inquietudes y soluciones. No pretendemos ser los dueños de la pelota, sino invitar a toda la industria a jugar y participar de este *newsletter* colaborativo”, señala **Nicolás Wainstein**, de Fitcode. Más info en www.fitcode.com.ar

Presentan e-book gratuito sobre gestión

La consultora española **Tiempod**, especializada en la gestión de gimnasios, lanzó un libro electrónico gratuito llamado “10 indicadores de gestión para mi centro deportivo”. En este material, destinado a profesionales y empresarios del fitness, se detallan los principales aspectos a tener en cuenta a la hora de controlar el nivel de eficiencia del negocio.

“Los indicadores de gestión aportan la información necesaria para detectar si nos estamos desviando de los resultados esperados y permiten aplicar las correcciones adecuadas, para el cumplimiento de los objetivos estratégicos”, señala **Alfredo Bastida**, titular de Tiempod. Para descargar este e-book deben ingresar al sitio www.tiempod.es

BICICLETAS DE INDOOR CYCLE - IMPORTADORES DIRECTOS

Disponemos de bicicletas para alquilar en Capital Federal (mínimo 10 unidades)

EXEL PLUS



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

Cel.: (011) 15-4058-7195

kapitanpedales@yahoo.com.ar

NUEVO **SUPERGYM 7.0**
20 años protegiendo tu negocio
!!! TRES SISTEMAS EN UNO !!!

- Control de Acceso por Huellas, Tarjetas o manual
- Agenda de turnos para clases y consultorios
- Único sistema con integración a redes sociales !!!

Software de Administración y Entrenamiento de Fitness

Informática & Deportes
Te.: 54+341+4932606 | www.entrenar.com.ar

NUEVO

ENTRENÁ CON ESTILO

VICTORIA
by Fitness Machine®

CicLine
EXCLUSIVE DESIGN ©



**FINANCIA TU GIMNASIO COMPLETO
HASTA EN 12 MESES SIN INTERESES Y
TOMAMOS TU VEHÍCULO EN PARTE DE
PAGO A VALOR MERCADO.**



Mega Force Paraná



Ozono Bahía Blanca

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**

Aniversario

Bodypump® cumple 15 años en Argentina



Body Systems Argentina, compañía licenciataria de los programas de fitness grupal de **Les Mills**, celebra los 15 años de **Bodypump®** en Argentina. Este programa de resistencia muscular llegó al país en 1998, actualmente se brinda en más de 15.000 clubes deportivos y gimnasios de todo el mundo y cuenta con 4 millones de fanáticos en más de 75 países.

Les Mills tiene más de 10.000 gimnasios licenciados en el planeta, de los cuales 3.000 son clientes de **Body Systems LatinAmerica**, la principal agencia de las 18 que existen de esta compañía neozelandesa. En Argentina, se estiman que unas 350.000 personas se entrenan por día en gimnasios con alguno de los programas que comercializa **Body Systems**.

En julio, esta firma relanzó su sitio web, que entre sus nuevas funcionalidades ofrece la posibilidad de inscripción *on line* a cursos y a entrenamientos, un buscador de centros y entrenadores oficiales y un *e-club*, que permite a los gimnasios descargar distintas herramientas de marketing. Más información en www.bodysystems.org

Buenos Aires

Life Fitness muda su showroom



La firma **Fitness Company**, representante oficial de **Life Fitness** en Argentina y fabricante de la línea de equipamientos **Uranium Fitness**, muda su *showroom* de la Ciudad de Buenos Aires. A partir del 1 de agosto, el local comercial se traslada a Av. Del Libertador 5901, en el barrio porteño de Belgrano.

El nuevo *showroom* cuenta con el doble de metros de exhibición y dos plantas estratégicamente distribuidas para facilitarle al cliente el recorrido, prueba y visualización de los equipos por segmento. La firma mantendrá los horarios y teléfonos de atención habituales. Más información en www.fitnesscompany.com.ar

Indumentaria

Vitnik presentó VKNet

La firma **Vitnik**, especializada en la venta por catálogo de indumentaria de fitness y tiempo libre, lanzó **VKnet**, una plataforma virtual desde la cual es posible hacer pedidos *on-line*. De este modo, los gimnasios de la **Red Vitnik Gym** pueden incrementar fácilmente sus ingresos como agentes comerciales de la marca, sin invertir recursos ni tiempo.

Cuando un gimnasio se convierte en agente comercial de **Vitnik**, recibe su código **VKNet**, para que luego sus socios puedan acceder a la plataforma *on-line* <http://net3.vitnik.com> y hacer pedidos, una vez que hayan elegido las prendas en el catálogo impreso o digital. Los pedidos quedan cargados en la cuenta del gimnasio, que luego debe confirmarlos.

Además, los gimnasios que sean miembros de la **Red Vitnik Gym** obtienen como beneficios: indumentaria para el staff de profesores y también apoyo en acciones de fidelización de sus socios. Para conocer más detalles al respecto, pueden llamar al 0810 777 VITNIK (848645) o visitar el sitio www.vitnik.com

TURNO CHECK



SISTEMA DE AUTOGESTIÓN DE

TURNOS ONLINE

Ahora tus clientes pueden reservar, comprar y consultar sus turnos desde cualquier lugar.

www.turnocheck.com
EFECTIVIDAD EN TIEMPO REAL

info@turnocheck.com
(5411) 5093.5346 / 2073.1234
DESDE
\$350 POR MES
VINCULABLE CON TU
SISTEMA DE GESTIÓN

DÉCADAS EN
EL GIMNASIO,
**Y APENAS
ESTAMOS
CALENTANDO.**



StairMaster®

+



SCHWINN FITNESS

Al celebrar 30 años de liderazgo en StairMaster y 10 años de educar profesionales con la Educación de Schwinn, nuestro enfoque en la calidad e innovación es más fuerte que nunca. Los entusiastas más exigentes del fitness no se conformarán con nada menos, y nosotros tampoco.

LLAMENOS A + 360.836.3532 / MATT RAMIREZ
WWW.STAIRMMASTER.COM / VENTAS@STAIRMMASTER.COM
EN ARGENTINA SWAY XP
TEL: (5411) 4100-0400 / CEL: (011) 4188-0945

SHOWROOM:
FRANKLIN ROOSEVELT 5814
CAPITAL FEDERAL / BUENOS AIRES
WWW.SWAYXP.COM / INFO@SWAYXP.COM



StepMill 5



StepMill 3



StairClimber 5



AC Performance Plus



AC Sport



IC Pro

Mywellness, disponible en Google Play



A partir de julio, la aplicación *mywellness* de **Technogym** está disponible en el portal de almacenamiento Google Play, para poder descargarla desde cualquier *smartphone* o dispositivo portátil con sistema Android. Esta aplicación permite medir el nivel de actividad diaria del usuario, acceder a rutinas de entrenamiento y registrar logros y objetivos, entre otras funciones. Más información en www.technogym.com/ar/

Waykis, soluciones creativas para gimnasios



La agencia de marketing y comunicación motivacional **Waykis** lanzó al mercado soluciones creativas para mantener el orden en las áreas de pesos libres y fitness grupal de los gimnasios. Mediante divertidos mensajes en vinilos autoadhesivos, la propuesta recuerda a los usuarios la importancia de guardar "cada cosa en su lugar". Más información en www.waykis.com

Musculación & Cardio

Peso libre & Insumos

Control de acceso

www.maxmetal.com.ar

**MAXMETAL
FITNESS**

Fabricante de equipamientos para gimnasios



Life Center - Maschwitz Mall Panamericana

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

Max Metal es proveedor
exclusivo de la cadena
LifeCenter.argentina

LifeCenter

Compra, venta y canje
de equipos usados
www.dealerfitness.com.ar

Dealer Fitness
Equipments and Supplements

Seguros

Lanzan póliza para gimnasios

El Instituto Asegurador Mercantil lanzó al mercado Seguro GYM, diseñado para brindar protección y seguridad a gimnasios. La póliza incluye siniestros por incendio, robo, roturas de cristales y un seguro de responsabilidad civil ante hechos fortuitos. Equipamientos de fitness, accesorios, valores de en caja fuerte y demás elementos cuentan con cobertura.

Además, la aseguradora ofrece seguros de accidentes personales para profesores de educación física, instructores, usuarios de fitness y deportistas. La cobertura AP Deportistas incluye asistencia médica, servicio de emergencias, renta por accidente, incapacidad física, fallecimiento y servicio de sepelio. Más información en www.institutoasegurador.com.ar

Virtual Training

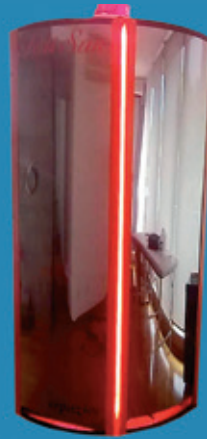
Sway XP amplía su cartera de clientes



La firma argentina Sway Xp, proveedora de equipamientos y sistemas de entrenamiento virtual, se expande en América Latina e incorpora nuevos gimnasios a su cartera de clientes. "Al día de hoy tenemos equipos en ocho países de la región y las expectativas son muy buenas sobre todo en lo que respecta a soluciones para clases virtuales de ciclismo indoor, fitness grupal y musculación", destaca Charly Chagas, director de la empresa.

Recientemente, la empresa incorporó como clientes a los gimnasios Full Fitness y Miriam Balogh, de Bahía Blanca; Inclub, de Córdoba; Espacio Bessere, de La Plata; Jockey Club, de Tucumán; New Life, de Corrientes; New Stadium, de Lanús; Sport Club Dot, de Buenos Aires; Sport Club Ushuaia, de Tierra del Fuego; Privilege, de Bolivia; Smart Fit, de Brasil y México; y Bonga Gym, de México. Más información en www.swayxp.com

Cabinas de colágeno para tratamiento anti age



La empresa Full Sun, especializada en la fabricación y comercialización de equipos para bronceado en gimnasios y centros de estética, presentó su nueva cabina de colágeno para tratamientos anti age. "La performance del tubo Collagen Plus 10, que ha sido especialmente diseñada para los solárium, estimula el colágeno en la dermis, alisando líneas y arrugas", señala Ruben Reymundi titular de la firma.

Además, Full Sun comercializa camas solares faciales y camas solares verticales, con o sin vestidor, que garantizan un bronceado de 360°. Cada uno de los diseños se destaca por su económico sistema de bronceado de 100 watt de potencia, que reemplaza al de 160 watt. Además, todos los equipos cuentan con turbos y plataformas de flujo de aire envolvente. Más información en www.fullsunbelgrano.com.ar

Movement® abre nueva tienda en Bauru

En alianza con Globo Fitness, el fabricante brasileño de equipamiento para gimnasios, Movement®, inauguró su quinta tienda concepto, de 500m², en Bauru, en el interior del estado de San Pablo. Esta marca abriría un nuevo punto de ventas en el segundo semestre de 2013. Las otras tiendas están en Manaus, Brasilia, Palmas y Campinas.

ATLETIC SERVICES S.A.



Importadores de barras y discos olímpicos. Agarres, mancuernas, trampolines y pelotas de esferodinamia.

Inclán 3015 (C1258AA0) CABA TEL: (54 11) 4941-7711 L. Rot. atleticservices@fibertel.com.ar / www.atleticservices.com.ar

NATIONAL COUNCIL ON
STRENGTH & FITNESS



Certificación de Personal Training

Obtenga la certificación de Personal Training
y avance un paso más en su carrera.

Participe del programa en español que
se encuentra disponible para toda América
y gane reconocimiento profesional a
nivel internacional.

Obtenga más información en:
www.ncsfespanol.org

70 :: Novedades de Anunciantes

Software

T-Innova presenta SmartCMI

T-Innova presentó su nuevo cuadro de mandos integral, **SmartCMI**, diseñado para gerentes de instalaciones deportivas. El mismo está disponible para teléfonos móviles y tabletas Apple o Android. Permite controlar, visualmente y en tiempo real, todos los indicadores clave (KPIs) del negocio: altas, bajas y número de accesos (por segmentos de clientes), cumplimiento de objetivos comerciales, comparativa por períodos, etc.

Chris Clawson, emprendedor del año



Chris Clawson, presidente de **Life Fitness** desde 2010, fue galardonado por la consultora Ernst & Young con el premio **Emprendedor del Año**, que reconoce a líderes de negocios, de más de 50 países a nivel mundial, que se destacan por su éxito en el desempeño financiero, la innovación y el compromiso personal con la empresa y comunidad.

Gerbo Sport acepta pagos con CEDIN

La firma argentina **Gerbo Sport**, distribuidora de equipamientos para gimnasios, anunció que acepta el CEDIN (Certificado de Depósito para Inversión) como moneda de pago en la compra de máquinas de fitness. "Queremos darles a los clientes una herramienta más de pago para estimular las ventas y promover la actividad en todo el sector", señala **Germán Borrego**, titular de la empresa. Más información en www.gerbosport.com.ar



Recuerdas cuando la gente tomaba fotos con cámaras?
Recuerdas cuando la gente entrenaba en cintas de correr?



Nuevo Precor Adaptive Motion Trainer® (AMT®) con Open Stride™. No necesitas más cintas de correr. Necesitas nuestro nuevo AMT paso-por-paso, proporciona un entrenamiento superior a todos los demás equipos de cardio. Junto con el agregado de un factor "wow" a cualquier sala, la AMT 885 ofrece una experiencia de entrenamiento de bajo impacto con una personalización inigualable y un compromiso sin límites. El gran avance tecnológico de la característica Open Stride permite ajustar la altura del paso a su voluntad. Combine esto con la capacidad del AMT para adaptarse dinámicamente a la longitud de zancada y sus ejercicios pueden crear inmediatamente la sesión de cardio más personalizado posible.

VEA EL OPEN STRIDE EN ACCIÓN EN:

AMTFITNESS.COM

© 2012 Precor Incorporated



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

DISTRIBUYE Y GARANTIZA
ARGENTRADE SRL



Tendencias 2013, según IDEA

Personal training, fitness grupal y equipamiento pequeño

Este informe muestra que, en Estados Unidos, hay una solución en equipamientos de fitness y en programas de entrenamiento para casi todo tipo de consumidor.

La décimo séptima edición del informe anual de IDEA sobre programas de entrenamiento y equipamiento destaca que, en Estados Unidos, los profesionales del fitness se están especializando cada vez más, pero de una forma más diversa, a medida que la población norteamericana envejece, transformando así sus indicadores demográficos.

En promedio, los entrenadores personales trabajan en dos gimnasios, dan 10 sesiones personalizadas por semana y cobran U\$50 dólares por sesión.

Para el informe de este año, IDEA obtuvo la mayor cantidad de encuestados en su historia (2.818). Igual que en ediciones anteriores, en la programación de servicios ofrecidos se destacan el entrenamiento personal y las clases de fitness grupal. Además, los participantes informaron que la mitad de sus instalaciones ofrecen actividades cuerpo-mente.

Los accesorios pequeños, usados por los entrenadores de manea innovadora para desafiar y mejorar la condición física de sus clientes, siguen encabezando las tendencias en materia de equipamiento. Los equipos portátiles y versátiles ayudan a los profesionales a atender las necesidades de los usuarios tanto en el ámbito de gimnasios como en sus propios hogares.

Entre sus ventajas, permiten realizar sesiones de entrenamiento multi-sistema y adaptarlas para lograr mejoras cardiorrespiratorias y neuromusculares en los usuarios. Según el informe de IDEA, con este tipo de equipamiento, los entrenadores pueden hacer bien su trabajo usando tan sólo su creatividad y el peso del cuerpo de sus clientes.

El entrenamiento con el peso del cuerpo, el entrenamiento funcional y el entrenamiento específico para adultos mayores son los más elegidos por los entrenadores personales.

Los números del informe

Perfil de los clientes (*)

Género		Edades	
Mujeres	69%	Menos de 18 años	9%
Hombres	35%	De 18 a 34 años	22%
		De 35 a 44 años	25%
		De 45 a 54 años	25%
		De 55 a 64 años	19%
		65 años o más	16%

(*) Los porcentajes son estimaciones, que pueden no sumar 100, y no responden necesariamente a datos duros.

CERTIFICACION KETTLEBELLS

STEVE COTTER EN ARGENTINA
LEVEL I - LEVEL II

23-24-25 DE AGOSTO 2013

CONTACTO E INSCRIPCIÓN EN BUENOS AIRES
JERÓNIMO MILO - (54911) 155 416 9529

ARGENTINA
IKFF

info@kettlebell.com.ar - www.ikff.com.ar



Programas cuerpo-mente: el 50% de los gimnasios los ofrecen y las modalidades más comunes para hacerlo son: individual (11%), grupal (42%) y ambas (48%). Las actividades de este tipo más populares son: yoga (81%), Pilates (74%) y tai chi (30%). Asimismo, las clases que fusionan estas técnicas también ganan terreno (77%) en la industria.

Equipamiento: los pequeños siguen encabezando la lista de los más ofrecidos: bandas tubulares de goma (92%), balones de estabilidad (91%), discos y mancuernas (89%), rolos de goma espuma y balones pequeños (84%), accesorios para equilibrio (83%) y balones medicinales (82%). Entre los equipamientos de gran porte, el ranking de los más ofrecidos es: cintas de trote (67%), dorsaleras con polea (63%) y caminadores elípticos (63%).

¿Cada cuánto tiempo lo reemplazan?

¿Cada cuánto tiempo compran nuevo?

Menos de 6 meses	2%	Menos de 6 meses	11%
Entre 7 meses y 1 año	9%	Entre 7 meses y 1 año	23%
Entre 1 y 2 años	29%	Entre 1 y 2 años	28%
Menos de 2 años	60%	Menos de 2 años	38%

Personal Training: el 81% de los gimnasios encuestados brinda este servicio. Las modalidades más ofrecidas son: entrenamiento de fuerza (100%), estiramiento y/o flexibilidad (97%), equilibrio (95%) y resistencia (94%). Las modalidades bajo las cuales se ofrece el servicio son: uno a uno (99%), dos clientes (90%), tres a cinco clientes (71%).

Fitness grupal: el 75% de los gimnasios encuestados ofrece este servicio. En promedio, cada instructor trabaja en dos gimnasios y la duración más común de cada clase es 60 minutos. Las clases basadas en entrenamiento de la fuerza y acondicionamiento del *core* encabezan el ranking de las más ofrecidas, destacándose aquellas en las que el cliente usa el propio peso de su cuerpo como resistencia, principalmente con bandas de suspensión.

■ Fuente: www.idealfit.com

FITNESS SHOP

www.fitness-shop.com.ar



Casa central: Catamarca 1663, Mar del Plata, Buenos Aires, Tel.: (0223) 491 0739 / **Sucursal:** Alberdi 1687, Mar del Plata, Buenos Aires, Tel.: (0223) 451 2073.

Franquicias: Constitución 4992, Mar del Plata, Buenos Aires, Tel.: (0223) 472 5272 / Calle 2 Nº 1150, Santa Teresita, Buenos Aires, Tel.: (02246) 524006 / 9 de Julio 243 Local 3, Santa Rosa, La Pampa, Tel.: (02954) 428179



Universal Jumps



Llená tus salas
otra vez, **Sumá**
Kangoo Jumps
a tu gimnasio

Asesoramiento
y venta de botas



Kangoo Jumps
FITNESS PROGRAMS

Kangoo BOOT CAMP™ | Kangoo Kick™ program | KANGOO POWER™ program | Kangoo discovery™ program

Certificación oficial con validez internacional

Tel: (54911) 4174-6445 / (54911) 4025-2404 / (5411) 4100-0412

www.universaljumps.com.ar - info@universaljumps.com.ar



FitLeads

Nuevos residentes, potenciales clientes

Esta herramienta permite contactar a potenciales clientes en el preciso momento en que se acaban de mudar a la zona de influencia del gimnasio.

FitLeads es el nuevo emprendimiento desarrollado por el especialista en marketing para la industria de fitness, **Curtis Mock**, en Estados Unidos. Éste ofrece a clubes y gimnasios la posibilidad de conocer en forma mensual quiénes son las personas que recientemente se han mudado a la zona de influencia del negocio y contactarlos para su captación.

“Cuando alguien acaba de mudarse no sólo tiene la tarea titánica de contratar nuevos servicios sino de buscar lugares cercanos a donde ir de compras, comer y hacer ejercicio”, señala Mock, quien explica que los nuevos residentes gastan durante el primer mes de su estadía hasta ocho veces más que el resto de los vecinos.

“Ese momento representa la ocasión perfecta para que el gimnasio contacte a los prospectos invitándolos a conocer las instalaciones”, afirma el emprendedor. El servicio suministrado por FitLeads proporciona una lista mensual de 150 contactos, incluyendo datos como nombre, apellido, dirección, teléfono y distancia respecto al gimnasio, entre otros.

Los informes pueden ser adaptados según el nicho de mercado al que se enfoque la empresa. “Si el gimnasio es un centro de alta gama, podemos ajustar la lista para proporcionar datos de prospectos con niveles de ingreso determinados”, ejemplifica Mock. La firma también se encarga de la producción de cartas de bienvenida y de su envío.

FitLeads ofrece paquetes de servicios por U\$39 y U\$ 99 dólares mensuales. “Se trata de una herramienta de marketing barata, que genera contactos con potenciales clientes sin necesidad de invertir tiempo ni recursos humanos”. Con la contratación del servicio, la empresa hace entrega por única vez de los informes correspondientes a los últimos 6 meses.

Más información sobre FitLeads en www.fitleads.com ■

Creemos en lo mejor

En Matrix creemos en lo mejor. Creemos en la creación de soluciones para los problemas reales del mercado. Creemos en el diseño accesible y en la innovación. Este afán innovador es el que nos inspira a resolver creativamente los problemas que otros pasan por alto.

Nuestro objetivo no era crear otro producto, sino crear la mejor experiencia de fitness posible. Escuchamos a nuestros clientes y a sus técnicos de servicio, vimos a sus socios entrenar y, con minuciosa atención en los detalles, lanzamos una máquina que simplemente supera a las demás.

Presentamos el nuevo Matrix Ascent Trainer®

El Ascent Trainer de Matrix es el primer equipo en recrear la experiencia de correr cuesta arriba y de subir escaleras. El aumento de la pendiente alarga la longitud de la zancada, lo que proporciona un mayor alcance de movimiento. A modo de resultado, se logra en simultáneo un entrenamiento eficaz y estimulante.



world.matrixfitness.com

MATRIX

 **Argentina**
Total Wellness SRL
Diego Barberán
ventas@totalwellness.com.ar

 **Bolivia**
Premier Fitness
Ricardo Issa
rissa@premier.com.bo

 **Chile**
Novasport LTDA
Alejandro Manieu,
amanieu@novasports.cl

 **Mexico**
Gym Shop International
Juan Carlos Tobon
customerservice@gymshopinter.com

 **Colombia y Panama**
Forma Equipos
Martin Benites
formaimport@une.net.co

 **Costa Rica**
Inversiones Gabi
Enrique Jimenes
ventas@inversionesgabi.com

 **Ecuador**
Mongardini Medina
Janine Mongardini
janinesgym@yahoo.com

 **Paraguay**
Chacomer SAECA
Boris Kathler
bkathler@chacomer.com.py

 **Peru**
Forma Peru
Oscar Arrospide
gerencia@fitshop.com.pe

 **Republica Dominicana**
Wellness Pro
Stefan Feketefoldi
stefan@wellprocarib.com

 **Uruguay**
Motociclo SA
Fabian Rozenblum
frozenblum@Motociclo.com.uy

Música
Relajación
en el embarazo
y postparto



La firma **EMBARAZO ACTIVO®** presentó su nuevo CD con música instrumental para mujeres embarazadas y bebés, con 10 canciones de cuna diseñadas para crear momentos de armonía intensa. "Es una herramienta valiosa para ser utilizada durante los ejercicios de Yoga y la relajación en clases de gimnasia para embarazadas", señala **Mariela Villar**, directora de la empresa.

El compacto "Música del mundo para compartir con los más pequeños" está dirigido a profesores e instructores de fitness especializados en embarazo y postparto, así como a madres y embarazadas. Próximamente, la firma planea lanzar, en conjunto con Fitness Beat, una colección de música para clases de actividad física durante el embarazo y post parto. Más información en www.eactivo.com.ar

E-book
Manual de
actividad física
para embarazadas



La profesora **Marcela Galiano**, creadora y directora del sistema de gimnasia para embarazadas **Mamis Gym**, lanzó un manual de actividad física para mamás con indicaciones para llevar a cabo 32 ejercicios de fácil ejecución, que incluyen trabajo de piernas, abdominales, elongación, fortalecimiento de pectorales, glúteos y peroneales, entre muchos otros.

Este e-book posee además 4 capítulos escritos por profesionales especializados de la salud, que brindan al lector información sobre lactancia, gestación, nutrición y masaje infantil. También cuenta con ilustraciones explicativas y el audio de una clase dictada por Galiano, con ejercicios de respiración y relajación. Más información en www.mamis-gym.com.ar

SWAY^{XP}

Feel motion & emotion

Baja los costos fijos, optimiza los espacios, entra hoy mismo al mundo del

ENTRENAMIENTO VIRTUAL!

Con HDMI para pantalla gigante.

→

i-Biker

| grupal
| single

→

i-Fitness

Entrenamiento virtual
para salones de Indoor Cycling

Entrenamiento virtual
para salones de Fitness Grupal

MÁS DE 100
OPCIONES DE
ENTRENAMIENTO
VIRTUAL

MÁS DE 40
CLASES
DIFERENTES

info@swayxp.com • Tel: + 5411-41000400

www.swayxp.com



GANÁ DESDE ADENTRO

#WINFROMWITHIN

ALIMENTO LÍQUIDO A BASE DE SALES CON 45MG% DE SODIO Y 12MG% DE POTASIO. GATORADE ES MARCA REGISTRADA DE STOKELY - VAN CAMP, INC. SABOR BERRY.

Sported

Ayudando a cumplir sueños deportivos

Se trata de un emprendimiento de financiación colectiva que tiene como objetivo ayudar a personas, equipos o instituciones a cumplir sueños relacionados con el deporte.



Sported es un sitio web basado en el concepto de *crowdfunding* (financiación colectiva) que busca ayudar a todo tipo de deportistas, equipos, centros o instituciones deportivas, entrenadores o a cualquier persona relacionada con el mundo del deporte amateur o profesional, a conseguir el apoyo económico necesario para poder cumplir sus objetivos.

“Éste es el punto de conexión entre quienes necesitan fondos para cumplir sus proyectos con quienes estén dispuestos a colaborar para cumplirlos, ya sean individuos, instituciones o empresas”, relata **Damián Cohan**, impulsor de Sported y miembro de la selección nacional de Taekwondo, quien enfrentó asiduas dificultades para financiar su pasión.

PROMOCIÓN LANZAMIENTO CINTA PROFESIONAL CS300

CUOTAS FIJAS EN PESOS

3 HP CA | INCLINACIÓN | 1450 KG



Consulte por nuestra línea profesional completa ◀

NUEVO

ENTREGA INMEDIATA
A TODO EL PAÍS

Amplio stock ◀
y entrega inmediata

Desde el exterior: (54 911) 4196-1831 / (54 911) 4196-1830
Desde la Argentina: (011) 15 4196-1831 / (011) 15 4196-1830
info@leparcequipamientos.com | www.leparcequipamientos.com



LeParc[®]
EQUIPAMIENTOS



La financiación colectiva basa su idea en que una cantidad indeterminada de personas se junten para apoyar económicamente una causa, aportando el dinero necesario para llevarla a cabo. "Buscamos contribuciones económicas que ayuden a deportistas a quitar sus proyectos de su lista de sueños, para ponerlos en el álbum de sus recuerdos", relata Cohan.

¿Cómo se lleva a cabo?

Cada proyecto deportivo conlleva un monto solicitado para cumplirlo, un plazo para lograrlo y recompensas para quienes colaboren. Los colaboradores aportan el dinero necesario para concretarlo.

Si el objetivo propuesto requiere la recaudación de la totalidad del dinero solicitado, una vez alcanzado ese valor el beneficiario recibe el dinero y quienes aportaron reciben las recompensas seleccionadas. Este tipo de proyecto se denomina "monto total".

Si cualquier suma de dinero recaudada es útil para que el beneficiario cumpla su proyecto, una vez alcanzado el plazo fijado se le entrega el dinero recaudado y quienes aportaron reciben sus recompensas. Este tipo de proyecto se denomina "monto acumulado".

En el caso que un proyecto del tipo "monto total" no haya recaudado el dinero necesario en el plazo estipulado, se reintegra a los colaboradores la totalidad de lo aportado. Si un proyecto "monto acumulado" no recuda al menos el 25% de lo establecido se reintegra el dinero aportado a los colaboradores.

¿Qué se puede financiar?

Las propuestas de financiamiento deben ser específicas del área del deporte y la actividad física, y factibles de llevarse a cabo en un plazo inmediato. Algunos ejemplos son: participación en eventos deportivos, compra de materiales de entrenamiento, mejora de estructuras de entrenamiento, implementación de programas sociales deportivos, etc.

Pueden realizarse acciones solidarias que no sean específicamente deportivas pero éstas deben asociarse de alguna manera al deporte, ya sea a través de sus recompensas o del patrocinio de algún deportista. "Sported podrá rechazar cualquier proyecto si considera que su objetivo no se condice con sus ideales deportivos", aclara Cohan.

Más información en www.sported.com.ar ■

mercado fitness

Ciclo de Conferencias On-line

SEPTIEMBRE 2013

10 | 12 | 17 | 19 | 24 | 26

Una gestión más profesional a un clic de distancia

Desde tu PC, donde sea que estés, compartirás 6 sesiones on-line, de 1 hora de duración, con algunos de los principales expertos en gestión de gimnasios de España.



Informes e inscripción: (54 11) 4115-3525/24
roberto@mercadofitness.com - #MercadoFitnessOL

Natación, lo mejor para estar en forma

Así lo asegura un estudio realizado por la marca Speedo, en el que el 86% de los encuestados dice que la natación es mejor entrenamiento que cualquier otro ejercicio.

La natación es uno de los mejores métodos de acondicionamiento físico que existe, según lo revela una reciente investigación de la marca **Speedo**, en la cual se destaca que quienes practican este deporte para mantenerse en forma "tienen una vida más saludable" que aquellos que optan por otras modalidades de entrenamiento, dentro o fuera del agua.



Este estudio indica que el 73% de quienes nadan o desean empezar a nadar cree que "la natación es el único deporte que puede practicarse de por vida". Asimismo, el 86% considera que "la natación aporta un mejor entrenamiento" y el 71% se siente, gracias a la natación, "más en forma que con cualquier otro tipo de ejercicio físico".

Según el 76% de los encuestados "nadar mejora la estética corporal más que cualquier otro ejercicio"; el 84% considera que nadar es más divertido que otros deportes; y el 92% señala que la natación alivia el estrés. Para este estudio, la firma **Vision Critical** encuestó a 4.120 adultos -que nadan o nadaron- del Reino Unido, Estados Unidos, Francia y China.

"Esperamos que estos resultados animen a más personas a lanzarse a la piscina y a empezar a nadar", señala **Sean Hastings**, vicepresidente de producto y marketing de Speedo. Esta compañía acaba de lanzar el programa de entrenamiento "Get Speedo Fit" (Ponte en forma con Speedo, en inglés) para impulsar a más gente a optar por la natación para ponerse en forma. ■

FF-19
FITNESS 19
FRANQUICIA LOW COST GYM

El Master franquicia, con uno o varios centros piloto propios, es quien se encarga de gestionar la franquicia FITNESS19, en su país o región, adquiriendo en **EXCLUSIVA** los derechos para comercializar la marca.

Es un **DOBLE NEGOCIO**, las ganancias de tus propios centros, y los ingresos por cada nuevo centro de Fitness19 que se instale

Es una **OPORTUNIDAD UNICA**, ! contáctanos antes que se te adelanten !

¡Únete al futuro del fitness, tu puedes ser el primer Master franquicia en Latinoamérica!

www.fitness19.es / info@fitness19.es

Una fiesta acuática solidaria



Cristina Barcala

Será el 5 de octubre próximo. Se realizará en simultáneo en piscinas de toda la Argentina. Es a beneficio del Hospital Garrahan. La organiza Cristina Barcala Group.

El 5 de octubre próximo tendrá lugar la primera edición del **AQUADAY** que organiza **Cristina Barcala Group**. Se trata de una jornada solidaria, a realizarse en simultáneo en piscinas de toda la Argentina, cuyo fin es ofrecer gratuitamente a la comunidad clases abiertas de fitness acuático y divulgar los beneficios de la actividad física en el agua.

Durante este encuentro, a realizarse entre las 15.00 y 18.00 hs, los instructores dictarán, en las piscinas designadas como anfitriones, las mismas clases, con idéntica música. "El objetivo es que la gente conozca nuevas actividades, se divierta y disfrute, iniciando este camino hacia el bienestar a través de la gimnasia en el agua", explica **Cristina Barcala**.

Los organizadores del **AQUADAY** proveerán a los anfitriones de archivos digitales con todo el material de marketing desarrollado para divulgar el evento, para que éstos puedan realizar por su cuenta, en sus ciudades, la impresión de banners, folletos, remeras, etc. Asimismo, recibirán la música para las clases y un DVD con las tres sesiones a dictarse.

Además, desde **Cristina Barcala Group** asistirán a los anfitriones en detalles organizativos, reclutamiento de voluntarios, registro de participantes, recepción de aptos médicos, medidas de seguridad, plan en caso de emergencias, actividades de bienvenida, preparación de los materiales para cada clase y todo lo necesario para que el evento sea un éxito.

"Todas las piscinas del país, con sus socios, están invitadas a sumarse a esta fiesta acuática. Queremos estar todos en el agua, al mismo tiempo, palpitando la misma energía para llevar este mensaje de salud a toda la población", dice **Barcala**. Se necesita un mínimo de 20 participantes por actividad y el máximo será determinado por la capacidad de cada piscina.

Esta jornada solidaria, que cuenta con el apoyo de la Cámara Argentina de Natatorios (CADEN), será a total beneficio del **Hospital Garrahan**. La fecha límite de registro de piscinas anfitriones es el 20 de septiembre de 2013. Quienes deseen ser anfitriones, pueden solicitar ficha de inscripción y reglamento en www.crisbarcala.com.ar ■

mercado fitness

FORMACIÓN GERENCIAL PARA EMPRENDEDORES Y PROFESIONALES DE GIMNASIOS Y CLUBES DEPORTIVOS.

DEJE DE IMPROVISAR A LA HORA DE GESTIONAR SU NEGOCIO Y COMIENCE HOY A CAPACITARSE CON LOS MEJORES.



PACK DE INICIACIÓN

- Suscripción anual a la revista (6 ediciones)
- 3 Libros de Gestión
- 10 DVDs (1 hora c/u)

PRECIO: \$ 1.660 (US 310)*

PACK PROFESIONAL

- Suscripción anual a la revista (6 ediciones)
- 4 Libros de Gestión
- 20 DVDs (1 hora c/u)

PRECIO: \$ 2.660 (US 490)*

PACK AVANZADO

- Suscripción anual a la revista (6 ediciones)
- 5 Libros de Gestión
- 30 DVDs (1 hora c/u)

PRECIO: \$ 3.660 (US 680)*

PAGUE EN 12 CUOTAS

SIN INTERÉS



(*) Costo de envío incluido dentro de la República Argentina.

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



Skipping Beach

Entrenamiento funcional en arena de playa



Este programa conjuga los beneficios de la práctica de actividad física al aire libre con los ejercicios de salto y el entrenamiento sobre superficies de inestabilidad constante.

El **Skipping Beach**, creado por el preparador físico de la selección venezolana de fútbol femenino, **Froilán Bonilla**, combina ejercicios de *skipping* y circuitos de *functional training* al aire libre, sobre arena de playa. Al realizarse sobre una superficie inestable, este entrenamiento permite desarrollar las capacidades de coordinación neuromotora, potencia, flexibilidad, velocidad, resistencia aeróbica y anaeróbica.

“La metodología surgió como una forma distinta de entrenar a jóvenes atletas nadadores durante los fines de semana en las playas del Estado de Vargas. En muy poco tiempo el rendimiento de cada uno de los deportistas en el agua mejoró notablemente”, explica el profesor Bonilla, quien había practicado entrenamiento en arena durante su juventud, cuando competía en atletismo a nivel nacional.

Entre los ejercicios que desarrolla el programa se destacan los de agilidad, como escaleras, pase de vallas y desplazamientos en zigzag; los de fuerza, como ejercicios con ligas, bolsas de arena y entrenamiento en suspensión TRX; los de aceleración y desaceleración; los de empuje y arrastre de cauchos; y el entrenamiento metabólico aeróbico y anaeróbico.

PROFESSIONAL GYM
EQUIPAMIENTOS PARA GIMNASIOS

Apertura con vuelos posteriores



detalle 1



detalle 2



facebook.com/professionalgym



A las clases asisten niños, jóvenes, adultos mayores y atletas de alto rendimiento. Algunos beneficios del entrenamiento funcional en arena son el incremento de la fuerza del core, la disminución del impacto y el aumento de la capacidad de propiocepción, entre otros. A nivel deportivo, ha contribuido a formar a deportistas como Bryan Chávez, campeón nacional infantil y Alejandro Semprun, maratonista olímpico.

Para la práctica del Skiping Beach en clases matutinas es obligatorio el uso de protector solar. Además, se deben ingerir un aproximado de 800 calorías con dos horas de anticipación al entrenamiento, cada usuario debe estar suficientemente hidratado, el uso de zapatillas será necesario dependiendo de las características de la playa y es recomendable entrenar con ropa cómoda, ligera y de colores claros.

Más información en @SkipingBeach ■



Instituto
Asegurador Mercantil

Seguro GYM



Especialmente diseñado para brindar protección y seguridad a los gimnasios y sus clientes.

•Robo e Incendio •Responsabilidad Civil •Seguro para Deportistas

Seguinos en:

 /Instituto Asegurador Mercantil  @INSTITUTO_ASEG

Av. Belgrano 774, C.A.B.A, Argentina. (011) 5555-8500 / 0800-3333-426
www.institutoasegurador.com.ar

Tuluka Kids

"Corren, se divierten

Así describe Martín Casas, socio gerente de CrossFit Tuluka, el programa de acondicionamiento físico infantil que desarrolló y lanzó su empresa.

Tuluka Kids es un programa de ejercitación física, lanzado en Argentina en el mes de agosto de 2012. El mismo fue especialmente diseñado para el público infantil por los responsables técnicos de **CrossFit Tuluka**. Este programa contempla distintos niveles de desarrollo motriz, así como las necesidades específicas de cada grupo de niños.

"La propuesta es amplia e inclusiva", asegura **Martín Casas**, socio gerente de CrossFit Tuluka, al tiempo que remarca: "Este programa no es una adaptación de CrossFit para chicos, sino un método de acondicionamiento físico con una pedagogía y un lenguaje que consideran que los niños tienen gustos y características diferentes a las de los adultos".

"El punto de partida de estas clases son la salud y la seguridad de los chicos", añade Casas. Tuluka Kids propone actividades funcionales para mejorar su condición física ya sea jugando con amigos o practicando algún deporte. "Corren, empujan, trepan, saltan, se acuestan y levantan en una clase divertida, con un *coach* a cargo que les enseña", dice.



MyGYM

El mejor vínculo con sus socios

MyGYM es el software para la gestión on line de Reserva de Turnos y Planes de Entrenamiento que permite vivir el gimnasio de otra manera: **más cercana, personal y divertida.**

→ GESTIÓN DE RESERVA DE TURNOS.

- Permite la reserva on line de manera rápida y simple.
- Libera al gimnasio de tareas administrativas.

→ GESTIÓN DE PLAN DE ENTRENAMIENTO.

- Armado interactivo de planes de entrenamiento.
- Objetiva los resultados del entrenamiento.

**MyGYM = CERO INVERSIÓN + FIDELIZACIÓN
+ MOTIVACIÓN - BUROCRACIA.**

Desde la nube, pagando sólo por lo que utiliza y sin inversión adicional, fidelice a sus socios y posicione la marca de su gimnasio con la ayuda de **MyGYM**

**Para más información llame al 5352 7472
o envíenos un mail a mygym@eneas.biz**

www.eneas.biz/mygym

eneas
software en la nube
by omni

trepan, saltan, y hacen amigos"



Las clases tienen una hora de duración y, al igual que en cualquier WOD, todos los ejercicios realizados por los participantes se miden y se almacenan para poder evaluar luego sus progresos. Tanto en la sede de Núñez como en la de Pilar se dictan clases para "peques" de 3 a 6 años de edad y para "pequeños atletas" de 7 a 12 años.

En este contexto, Casas señala que "la salud de los chicos es prioritaria y creemos que este programa aporta una solución en la lucha contra el sedentarismo", al que muchos niños son inducidos por el uso excesivo de videojuegos, teléfonos móviles y computadoras. "Con Tuluska Kids les inculcamos hábitos saludables y mejoramos su autoestima", explica.

"En nuestros boxes –dice Casas– les damos un espacio seguro para divertirse y hacer amigos jugando, a la vez que adquirieren nuevas destrezas físicas y mejoran capacidades motoras. A nivel psicosocial, incorporan valores como la cooperación, la solidaridad y el respeto. Y también adoptan una actitud de auto-superación y de confianza en sí mismos".

De este modo, explica Casas, "los vamos haciendo parte de la misma comunidad Tuluska a la que ya pertenecen sus padres, hermanos y amigos". Sin embargo, el empresario reconoce que, al principio, fue difícil convencer a los padres de las bondades del programa, "pero con el correr del tiempo entendieron de qué se trataba y lo fueron aceptando".

Según Casas, "éste es un producto súper cuidado, que crece lentamente en base al boca a boca y con acciones puntuales de marketing en redes sociales". En esta línea añade: "Tenemos grandes expectativas y creemos que los resultados serán más tangibles en la adolescencia de estos chicos". Más información al respecto en www.crossfittuluska.com ■

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

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

FITNESS MANIA®

POR UN FITNESS
RESPONSABLE Y SALUDABLE

 Andrea Bellucci
Andrea Bellucci II   
Muevelo todos podemos bailar

 /elamorbrujo

 /andreaafbellucci

AMMO
PROFEES
sión

INFORMES E INSCRIPCIONES
infofitnessmania@gmail.com
www.wix.com/fitnessmania/fitnessmania
www.m.wix.com/fitnessmania/fitnessmania
15-5719-2583

AB Design®



Actividad física reduce ansias de fumar

Estudios realizados en la **Universidad de Exeter**, en Gran Bretaña, revelaron que una sesión de ejercicio físico ayuda a reducir las ansias de nicotina. A esta conclusión llegaron luego de asignar aleatoriamente a un grupo de fumadores ejercicios como caminar o andar en bicicleta, y de poner a otro grupo a ver videos o estar sentados. En general, los fumadores dijeron que tenían menos ganas de fumar después de hacer ejercicio que antes.

Riesgo cardiovascular, deterioro cognitivo

Los factores de riesgo de las enfermedades cardiovasculares pueden conducir a un declive del funcionamiento cerebral en adultos jóvenes y mayores, según un estudio realizado en Holanda. Del mismo participaron 3.778 personas, de 35 a 82 años de edad, que realizaron pruebas sobre los factores de riesgo de enfermedades cardiacas -tabaquismo, diabetes e hipercolesterolemia- y de evaluación de la memoria y las habilidades mentales.

Ejercicio añade años a la espera de vida

Un estudio basado en los hábitos de más de 400 mil personas de Taiwán reveló que una sesión de ejercicio moderado de 15 minutos por día o 90 a la semana puede añadir tres años a la esperanza de vida. Además, según los investigadores del **Instituto Nacional de Investigación en Salud de Taiwán**, que realizaron este estudio, cada 15 minutos adicionales de ejercicio diario, se reduce las causas de muerte en un 4%.

Por otra parte, un nuevo estudio del **Hospital Sant Joan de Déu**, de Barcelona, confirma que el sedentarismo acorta la esperanza de vida. Según esta investigación realizada en España, la esperanza de vida bajará en las próximas generaciones si los niños siguen siendo tan sedentarios. La falta de actividad física en la infancia aumenta el riesgo de sobrepeso, obesidad, diabetes, hipertensión arterial, colesterol o asma, entre otros males.

Los padres definen estilos de vida

Aquellos niños cuyos padres los incentivan a ejercitarse y a comer bien, además de darles ejemplos saludables con sus propios comportamientos, tienen mayores chances de ser físicamente activos y alimentarse saludablemente, según una investigación de la **Facultad de Medicina** de la **Universidad de Duke**, en Estados Unidos. Este estudio destaca así la importancia de los padres como ejemplo para promover estilos de vida saludables.



Educación física mejora capacidad de aprendizaje

Un estudio de la **Universidad de Malmö**, en Suecia, asegura que la educación física es vital para mejorar la capacidad de aprendizaje de niños y jóvenes. Esta investigación reveló que aquellos estudiantes, que durante 9 años consecutivos asistieron a clases de educación física cinco horas a la semana, lograron mejores notas en lengua, inglés y matemáticas que el resto de sus compañeros, que sólo realizaron una o dos clases por semana.

60 minutos de gimnasia vs 2 horas de pantalla

Un estudio realizado a 4.299 adolescentes europeos y brasileños, por las universidades de **Zaragoza** y de **San Pablo**, revela que hacer actividad física durante al menos 60 minutos por día puede contrarrestar el efecto negativo de estar dos horas sentado frente a una pantalla. Los científicos confirmaron que la actividad física es un potente vasodilatador, que aumenta la tasa de oxigenación del corazón y disminuye la presión arterial.



Más fuerza muscular, menor riesgo de mortalidad

Una investigación publicada recientemente por el *British Medical Journal* confirmó que a mayor fuerza muscular se presentan menores índices de mortalidad, y lo hizo tras seguir y analizar durante casi 20 años a poco menos de 10.000 hombres adultos, de diferentes edades.

En Estados Unidos, la obesidad ya es una enfermedad

La **Asociación Americana de Médicos** (AMA, por sus siglas en inglés), la entidad de facultativos más numerosa de Estados Unidos, reconoció oficialmente en junio pasado por primera vez que la obesidad es una enfermedad, lo cual obliga a los médicos a comprometerse más con esta afección y a las aseguradoras a cubrir su tratamiento. En este país, más de 78 millones de adultos y más de 12 millones de niños la padecen.

Actividad física contra el estrés infantil

Un estudio realizado por investigadores norteamericanos, cuyas conclusiones se publicaron en el *Journal of Clinical Endocrinology and Metabolism*, asegura que los niños que hacen más deporte manejan mejor las situaciones de estrés y ansiedad. Para esto analizaron la conducta de 258 niños de ocho años de ambos sexos, con diferentes hábitos de actividad física, y midieron sus niveles de cortisol, la hormona que libera el cuerpo ante el estrés.

Cuánto ejercicio físico se necesita

Un estudio realizado en tiendas de Baltimore, Estados Unidos, confirmó una reducción en el consumo de bebidas azucaradas tras informar a los consumidores no sólo las calorías que éstas contenían, sino la cantidad de ejercicio necesario para quemar ese aporte calórico. Según el estudio, publicado en *American Journal of Public Health*, estos mensajes redujeron el consumo de refrescos e incrementaron el de agua.



DSR

URBAN
style



danseur

🌐 www.danseur.com.ar

📱 [danseur.argentina](https://www.facebook.com/danseur.argentina)

✉ info@danseur.com.ar

☎ T (+ 54 11) 4441.5586

VENTAS

Antonio Palladino

Vendo Natatorio y gimnasio en actividad en zona residencial del Gran Buenos Aires. Incluye inmueble.
Tel.: (011) 4751-4556
E-mail: doctoni@hotmail.com

Diego Assel

Vendo maquinas con lingotera de 75kg, press de pecho plano, press de hombro, sillón de cuádriceps, bancos y bicicletas de ciclismo indoor, entre otros productos, en caño de 100 x 50. Todo nuevo en stock o a fabricar. Bicicleta indoor plato 18ks: \$2.500. Máquinas con lingotera: \$4.700, color a elección. Envío fotos.
Tel.: (011) 1535403668
E-mail: diegogestor072@gmail.com

Ariel Prea

Vendo plataforma vibratoria profesional marca BH modelo Yv30r con menú y pantalla digital. Menos de 6 meses de uso con todos los accesorios, manual, DVD y poster con ejercicios. Envío fotos. Costo: \$4.900.
Tel.: (011) 1557638711
E-mail: luganogymclub@hotmail.com

Gustavo Ghilardi

Vendo plataforma Power Plate PRO5 con múltiples opciones de selección para variar los niveles de entrenamiento. Las series Pro tienen una superficie grande, facilitando una gran variedad de posiciones de ejercicio para mayor aprovechamiento de la máquina.
Tel.: (0261) 154543089
E-mail: gustabenson@hotmail.com

Norberto Nava

Vendo o permuto maquinas Fox, Kip Machines y Star Trac. Envío inventario y fotos. Tasado al 50% de su valor real según lista de precios de enero 2013.
Tel.: (0261) 5552066
E-mail: info@gimnasioyx.com.ar

Hugo Alberico

Vendo dos bicicletas de la marca Fox línea Full con detalles de pintura. Se venden a \$2.200 las dos unidades.
Tel.: (011) 1564818333
E-mail: afullgym@hotmail.com

Marcelo Santoro

Vendo set de mancuernas de 320kg por renovación. De 4 a 12 kg engomadas y de 14 a 22 kg pintadas.
Tel.: (02257)15638966
E-mail: profesantoro@hotmail.com

Fernando Soto

Vendo aparatos de musculación San Martino: Banco scott sentado \$1.000. Prensa horizontal \$5.000. Peck deck \$5.000. Mancuenero de 2 pisos \$800.
Tel.: (0299)155800471
E-mail: nuevoestilo98@yahoo.com.ar

Diego Ascurra

Vendo cinta profesional para correr de la marca Masterfit con motor 3 HP y corriente continúa. Soporta más de 150 kg, cuenta con banda nueva y se encuentra actualmente en funcionamiento.
Tel.: (011) 1555600124
E-mail: diegoascurra@yahoo.com.ar

Pedro Cuadros

Vendo elíptico profesional Athletic de la línea Advanced. Cuenta con 9 programas, sensor de pulso y es electromagnético.
Tel.: (0261) 3406663
E-mail: gymdelgolf@gmail.com

Carlos Marachlian

Vendo 21 minitramps en lote por \$4.200, en efectivo.
Tel.: (011) 1557000063
masterymargentina@yahoo.com.ar

Andrés Ciut

Vendo cinta de trote profesional y elíptico. La cinta posee banda doble tela 1.450 x 450mm, piso flotante, capacidad de carga de 180kg, velocidad 1 a 16km/hs., tablero con indicador de velocidad y distancia, además de tiempo de detención programable. El elíptico es de la marca Fitness Gym, mecánico de doble acción, alta resistencia, carga hasta 180kg y resistencia regulable en forma manual.
Tel.: (0221)15 572-8086
E-mail: andresciut@hotmail.com

Carolina Ponce

Vendo lote de 17 bicicletas de ciclismo indoor de la marca Equipamientos Fox, línea Gold. Precio: \$2.200 cada una.
Tel.: (02284) 15 472088
carolinagamberini@hotmail.com

Alejandro Ponce

Vendo urgente prensa 45 marca JC.
Tel.: (02964) 15577667
E-mail: luxiopon@yahoo.es

Daniel González

Vendo cinta para caminar y correr con elevación electrónica Embreex | ARG 575TX1 Superficie banda: 142 x 50cm. Peso máximo de usuario: 150Kg. Velocidad: de 1.6 a 18Km/H. Motor de corriente de alterna de 3 HP de libre mantenimiento. Control de pulsaciones por contacto. Pantalla de LCD (no TV) con indicadores y programas. Opcional lubricación Automática. Garantía del motor: 5 años.
Tel.: (011) 1531777634
E-mail: torreleon@hushmail.com

Virginia Berte

Vendo plataforma profesional triplana Vibroboost BH a \$8.000
Tel.: (0351)156245722
E-mail: virberte81@hotmail.com

Fernando Fernández

Vendo prensa 45° San Martino y cinta para correr profesional de la misma marca modelo 10001 con 1 año de uso, por renovación.
Tel.: (02954) 15517429
E-mail: fmfpersonal@gmail.com

COMPRAS

Hernán Chacon

Compro fondo de comercio rubro gimnasio en Corrientes o Resistencia Chaco.
Tel.: (0379) 4660539
E-mail: hernanchacon2@hotmail.com

Damián Mocchi

Compro polea enfrentado o complejo de poleas en buen estado. Enviar fotos.
Tel.: (03576) 15413170
E-mail: damianmocchi@hotmail.com

BÚSQUEDAS

Alicia de Maio

Se busca profesor de aeróbica para cubrir horas fijas.
Tel.: (011) 1556613166
E-mail: alyd07m@hotmail.com

Pablo González

Se busca instructor de musculación o personal trainer con experiencia.

Tel.: (011) 1158669014
E-mail: pabloimc@msn.com

Bruno Atalia

Importante proveedor de equipamiento importado de fitness, con oficinas en Bs. As., busca vendedor full time con urgencia. Interesado enviar CV.
E-mail: adillen@systemfit.com.ar

FONDOS DE COMERCIO

Julian Climaco

Se vende fondo de comercio de gimnasio sobre importante avenida de San Cristobal, Ciudad de Buenos Aires. Ideal para dos profesores, posee sala de musculación, salón de aeróbica y de Pilates reformer (4 camas). También cuenta con una sala de 16m2 para otras actividades. Posee 110 socios activos. Se necesita una garantía de Capital para el nuevo contrato de alquiler. Envío el inventario por mail.
Tel.: (011) 1558808604
E-mail: jucli@hotmail.com

Esteban Fuentes

Se vende fondo de comercio de gimnasio en Capital Federal funcionando. Ubicado en esquina sobre 2 avenidas. Posee salón de fitness, de Pilates con reformers, de ciclismo indoor y de musculación, habilitado. Monto: \$ 300.000
Tel.: (011) 1544467893
E-mail: urquizaagym@gmail.com

Vanina Stagno

Vendo fondo de comercio de gimnasio de Gualeguaychu, Entre Ríos. Sala de musculación, bicicletas de indoor, Reformer Pilates, equipamiento para clases grupales.
Tel.: (011) 40850884
E-mail: vaninas_29@hotmail.com

Carlos Fernández

Se vende fondo de comercio de gimnasio en capital federal funcionando, sobre avenida. Totalmente equipado con salon de fitness, Pilates con reformers, de indoor y de musculación, equipado con maquinas de sobre carga y aeróbicas de ultima generación. Habilitado. Infraestructura edilicia de categoría. \$ 590.000.
carlosfernandez00@hotmail.com



CAMARA DE GIMNASIOS DE ARGENTINA

ASOCIACION CIVIL SIN FINES DE LUCRO PARA EL DESARROLLO DEL FITNESS & WELLNESS

- Prestamos a nuestros socios asesoría legal, edilicia y administrativa.
- Trabajamos a diario sobre los reglamentos nacionales y municipales que rigen la actividad.

→ Brindamos información respecto a inspecciones, habilitaciones, derecho laboral, imagen corporativa y difusión.

Si querés formar parte de la C.G.A., hacemos alguna consulta o comentario, podés escribirnos a info@camaradegimnasios.org.ar o bien telefónicamente al 5787-1044 Int. 112.

Te esperamos!





México



BONGA GYM

anuncia planes de expansión

Fundada en 2011, esta cadena de gimnasios de bajo costo tiene hoy 4 sedes. En los próximos 7 meses, planea abrir 3 nuevas unidades en el Distrito Federal.

La cadena mexicana de gimnasios *low cost* **Bonga Gym** anunció la apertura de tres nuevas sedes en Ciudad de México, en los próximos siete meses. “Con apenas 2 años de operación ya hemos vendido más de 25 mil membrecías en nuestras cuatro unidades”, señala **Fernando García Rochin**, fundador y director general de la compañía, quien a mediano plazo proyecta tener 20 locales en el país y expandirse internacionalmente.

“A pesar de haber recibido varias propuestas, al día de hoy estamos concentrados en unidades propias y por el momento no pensamos lanzar franquicias”, señala el ejecutivo, cuyo apodo en la universidad -“Bonga”- le dio el nombre a esta cadena. Su última apertura se llevó a cabo en diciembre de 2012, en La Raza, Distrito Federal. Ese gimnasio, de 1.500 m², demandó una inversión de U\$1,5 millones de dólares.

Bonga Gym ofrece a sus clientes área de cardio, de peso libre y de peso integrado. A diferencia de otros gimnasios *low cost*, también cuenta con clases grupales como *indoor cycling*, Zumba®, yoga, Bodycombat® y Bodypump®, entre otras. “Para garantizar óptimos niveles de calidad, acudimos a Body Systems para la estandarización, homologación y sistematización de las actividades grupales”, explica García Rochin.



“Nuestro objetivo es brindar la más alta calidad al más bajo precio”, destaca. La cuota promedio de Bonga Gym es de U\$31 dólares al mes, para planes anuales a través de tarjetas de crédito, y de U\$39 dólares para planes mensuales. Según García Rochin, a modo de referencia, “las tarifas de gimnasios convencionales en México, con un nivel similar de equipamiento y servicio, varía entre U\$100 y U\$200 dólares”.

Los gimnasios de esta cadena tienen equipamientos Matrix y Life Fitness. Además, poseen un instructor de piso, que orienta a los socios pero no diseña rutinas ni realiza seguimientos, más instructores de clases grupales. El servicio de entrenador personal se cobra aparte y cuesta U\$12 dólares por hora, “mientras la tarifa normal de un *personal trainer* en nuestro mercado ronda los U\$35 dólares por hora”, señala el empresario.

Esta cadena también tiene un circuito de televisión -Bonga Gym TV- que se emite en cada sede. Sus gimnasios están abiertos los 7 días a la semana, cuentan con vigilancia, estacionamiento, *lockers*, duchas y clases de fitness virtual. “El segmento de gimnasios *low cost* está en maduración. Éste es un negocio de volumen, en el que hay que administrar los tiempos de ocio del gimnasio para evitar esperas”, dice García Rochin. ■

PERÚ

Encuentro Internacional de Gestores en Lima



El 13 de julio se llevó a cabo el primer **Encuentro Internacional de Gestores de Fitness**, en el Hotel Business Tower de Lima. Bajo el lema “Conviértete en un profesional líder de la gestión del fitness y wellness”, el evento estuvo a cargo del consultor colombiano **Gustavo Yepes**, quien habló sobre liderazgo, y del especialista brasileño, **Alexandre Osorio**, que expuso sobre ventas. El encuentro fue organizado por **Fitness Marketing**.

Medellín, COLOMBIA

Seminario de Gestión de Gimnasios en Medellín

El 17 de agosto, de 2pm a 6pm, el consultor colombiano **Gustavo Yepes**, director de **Gestión Fit**, dictará en Medellín un seminario de gestión en el que abordará los temas: ciclo de vida de un gimnasio, indicadores a tener en cuenta y bases de un buen modelo comercial. Esta jornada se realizará en el Hotel Plaza Granada, en alianza con la firma It Big Boss, de software para gimnasios. Por informes gustavo.yepes@gestionfit.com

Santiago, CHILE

Fitness Conexions organiza jornada en Santiago

Con el auspicio de CMS International, la flamante firma **Fitness Conexions**, de **Ricardo Boudon**, organiza su primera jornada de profesionalización de gimnasios y clubes, el 24 de agosto en Santiago de Chile. El seminario, a realizarse en el Hotel Intercontinental, estará a cargo de los consultores Gustavo Yepes (Colombia), Yajaira Basaure (Venezuela), Ricardo Cruz (Brasil) y Rodrigo Ovalle (Chile). **Informes a info@fitco.cl**



Ahora en Perú

Athletic
PROFESSIONAL FITNESS

*Precio accesible
Funcionalidad
Moderno diseño*




COMPañIA
FITNESS
soluciones para su gimnasio

(01)276 7035

ventas@ciafitness.com.pe / www.ciafitness.com.pe

PERÚ

Gold's Gym lanza su "Manual Fitness 2013"

En el marco de su décimo quinto aniversario en Perú, **Gold's Gym** publicó su "Manual Fitness 2013", una guía para lograr resultados físicos positivos gracias a la combinación de ejercicios y una buena alimentación. En este manual cada ejercicio está ilustrado con fotografías para ayudar a apreciar las posturas correctas y evitar riesgos de lesiones.

En la publicación también se abordan temas como control de peso, calidad de vida, hidratación, alimentación -antes, durante y después de cada sesión de entrenamiento- y suplementos nutricionales. El "Manual Fitness 2013" de Gold's Gym ya está a la venta en las principales cadenas de librerías o autoservicios de este país.

Abren centro de entrenamiento en Puno

El **Instituto Peruano del Deporte** puso en marcha en Puno un gimnasio multideportivo para atletas de alto rendimiento.

COSTA RICA

Abren Kaia Wellness en Heredia



En octubre próximo abrirá sus puertas, en la ciudad de Heredia, **Kaia Wellness**, "el primer gimnasio DOMO sostenible de Costa Rica". Este centro, a cargo del empresario **Juan Diego Bonilla**, pondrá fuerte énfasis en el entrenamiento funcional. "La palabra KAIA proviene del sanscrito y significa cuerpo", explica Bonilla, quien participó en 2012 del curso de gestión estratégica de gimnasios que organizó **FitBiz Institute** en Buenos Aires.



21 AÑOS
PENSANDO Y PREOCUPADOS
POR TU SALUD



Nuevo Trotador T7xi
Motor Matrix 5.0 hp AC
Pantalla Touch 19"
Conectividad WiFi
Acceso a :



NOVA SPORTS
FITNESS BOUTIQUE
Ventas - Servicios - Proyectos



MATRIX



VISION
FITNESS



MERIT
FITNESS

TREO
FITNESS

KRANKcycle

Nuevo Showroom en: Av. Alonso de Córdova #5710 Las Condes, Santiago

Tel: 2220 2500 - ventas@novasports.cl - www.novasports.cl



México

C+ Club

presentó In-tensse

Este programa de entrenamiento está basado en los principios de la gimnasia artística. Utiliza una estructura metálica con barrales, que cuenta con 24 estaciones de trabajo.

La firma mexicana de clubes **C+**, con dos sedes en México D.F., desarrolló y lanzó al mercado **In-tensse**, un programa de entrenamiento grupal basado en los principios de la gimnasia artística. Para su ejecución, utiliza una estructura metálica con barrales, que cuenta con hasta 24 estaciones de trabajo y una gran diversidad de accesorios, con los que se pueden brindar clases de trapecio, de bandas de suspensión y también en circuito.

Tanto el diseño del sistema como del equipamiento fue ideado por **Carmen Gómez Alcalá**, directora de la compañía y presidente del comité “Gimnasia para Todos” en la Unión Panamericana de Gimnasia, quien en su juventud fuera gimnasta de la selección mexicana y medallista panamericana. El desarrollo de la potencia, el incremento de la movilidad, la coordinación y el equilibrio son algunos de los beneficios que ofrece este programa.

Además, In-tense no sólo permite desarrollar sesiones de entrenamiento funcional y de fuerza de un modo versátil y divertido, sino que también aporta nuevas sensaciones y emociones a todos aquellos que participan en estas clases. “El hecho de suspender, apoyar, rotar y girar el cuerpo sin siquiera apoyar los pies en el suelo genera una experiencia única en las personas”, explica la ex deportista.



Para capacitar a los profesionales de la actividad física en la práctica y enseñanza del sistema In-tense, se diseñó una plataforma educativa junto a la Federación Mexicana de Gimnasia. “Creamos un curso de 40 horas en el que nuestros entrenadores se prepararon en los fundamentos de la gimnasia en suspensión y en preparación física”, señala Gómez Alcalá, fundadora de C+ junto a **Arturo Treviño Santos**.

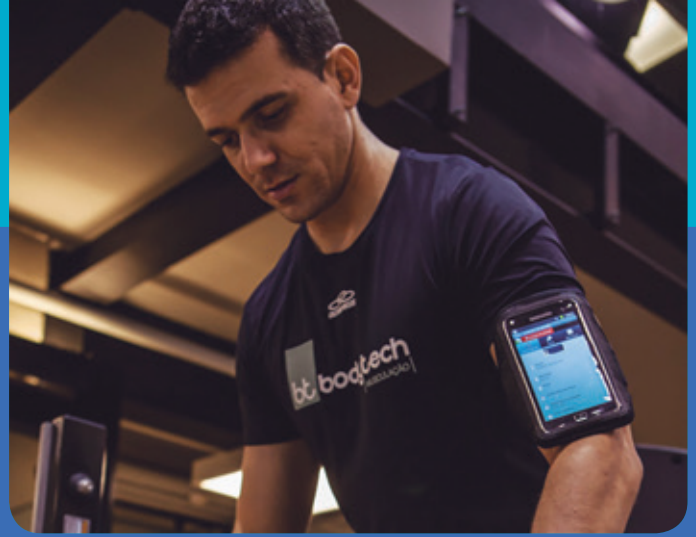
Actualmente, la firma cuenta con 12 instructores capacitados, que están dando clínicas en 3 modalidades: **In-tense trapecio**, que desarrolla movimientos circenses, incluso rotaciones de 360° y balanceos; **In-tense bandas de suspensión**, que logra activar al máximo los músculos estabilizadores y realizar desde *curls* de bíceps hasta sentadillas; e **In-tense circuitos**, en el que se combinan ejercicios cardiovasculares, de fuerza y estiramiento.

“La llegada de In-tense se traduce en la posibilidad de ofrecer nuevas alternativas para el entrenamiento físico, que produzcan nuevas emociones e impliquen diversión”, afirma la ejecutiva, para quien la implementación del programa se tradujo en una mayor retención de clientes en los clubes C+. A corto plazo, la firma planea incorporar nuevos accesorios a la estructura, como las anillas, ligas, telas y escaleras marinas, para el diseño de nuevas clases. ■

Mobile Training

Bodytech

invierte **U\$250 mil** en un software



La red brasileña de gimnasios Bodytech lanzó una innovadora herramienta para personalizar el servicio prestado a sus socios dentro de la sala de musculación.

Con una inversión superior a los U\$250 mil dólares, la red de gimnasios **Bodytech**, de Brasil, desarrolló y presentó un nuevo *software*, llamado *Mobile Training*, cuyo objetivo principal es mejorar la experiencia de sus socios durante su entrenamiento en la sala de musculación, con el fin de ayudarlos a lograr mejores resultados y cambiar su estilo de vida.

Esta herramienta les permite a los entrenadores acceder directamente desde una *tablet* al sistema, sin necesidad de trasladarse hasta una PC de escritorio. “Creamos este software para acompañar a aquellos socios que quieren evolucionar cada vez más en sus entrenamientos”, relata **Leonardo Cabral**, coordinador nacional de musculación de la red.

A través de indicadores técnicos y operativos, el equipo de profesionales evalúa cómo se están desempeñando los clientes con relación a sus metas iniciales al inscribirse al gimnasio. “Para esto, se carga en el sistema una visión táctica que transforma a los entrenadores en grandes gestores de cambio de comportamiento”, explica Cabral.

Cada socio es asignado dentro de una cartera de clientes, que un entrenador específico tiene a su cargo y puede visualizar con esta aplicación. “Así realiza un seguimiento de cada fase del ciclo de vida del socio en el gimnasio. Y el cliente, por su parte, recibe en su móvil, por *e-mail*, una cita con el entrenador para armar o revisar su programa de ejercitación”, añade.

Lo mejor, según Cabral, es que esta herramienta informática les permite identificar a aquellos clientes que poseen dificultades para cambiar sus estilos de vida y no logran adoptar la práctica regular de ejercicios como un hábito. “Este *software* es una forma de incentivo para reforzar su compromiso con la actividad física”, concluye Cabral. ■



Mobile Training elimina la necesidad de imprimir en papel el programa de entrenamiento en el momento que el entrenador lo genera.

URUGUAY

Carrasco Polo Club amplió su gimnasio



El club deportivo **Carrasco Polo Club**, de Montevideo, inauguró las ampliaciones realizadas a su centro de fitness, de 600 m². Las instalaciones ahora cuentan con dos nuevas salas, de 150 m² cada una, destinadas a la práctica de *indoor cycling*, entrenamiento funcional, Pilates mat, artes marciales y fitness grupal, entre otras actividades.

“La ampliación realizada y el desarrollo de actividades recreativas fueron motivadas por la inauguración de tres grandes barrios privados próximos al club, así como por el desarrollo de nuestro proyecto institucional enfocado en la familia y la calidad del servicio”, señala **Ignacio Fernández Ferdinand**, gerente deportivo de la organización.

Además, el centro de fitness cuenta con un estudio de Pilates (30 m²), una sala de cardio y musculación equipada con aparatos de la marca Star Trac (170 m²) y un salón para entrenamiento deportivo y de alto rendimiento (120 m²). El club también ofrece a sus socios colonia de verano, práctica de polo, hockey, rugby y fútbol.

A mediano plazo, la entidad planea construir una piscina cerrada para uso recreativo y terapéutico, con el objetivo de incluir la oferta *wellness* a sus servicios. A futuro, está prevista también la edificación de un gimnasio polideportivo cerrado para la práctica de deportes colectivos. La cuota promedio de este club es de U\$120 dólares por mes.

BRASIL

Gimnasios superan los 6 millones de usuarios

Según la **Asociación Brasileña de Gimnasios** (ACAD es su sigla en portugués), con 22 mil clubes deportivos y centros de fitness en funcionamiento, Brasil es el segundo mercado del mundo en cantidad de operadores y el primero en América Latina. En este país, el sector atiende a más de 6 millones de personas y mueve U\$2.300 millones de dólares al año.

Congreso Iberoamericano en Montevideo

El 2, 3 y 4 de septiembre se llevará a cabo el **4° Congreso Iberoamericano de Instalaciones Deportivas y Recreativas (CIDYR)**, en la ciudad de Montevideo. Las áreas temáticas a desarrollarse en este congreso serán: planificación, diseño y construcción, gestión y gerenciamiento de clubes, gimnasios e infraestructuras deportivas, entre otras.

Abren gimnasios públicos en Durazno

La **Intendencia de Durazno** construye gimnasios públicos para uso recreativo, social y deportivo en los centros más poblados del interior del departamento y en barrios de la ciudad. La inversión en cada gimnasio es de U\$500 mil dólares. Ya se inauguraron dos y se abrirán otros en las próximas semanas, hasta alcanzar los 10 gimnasios en Durazno.

HF-FITNESS
SOLUCIONES EN LO ALTO

PARAMOUNT
STAR TRAC
SPINNING
ldpil.com
POWER PLATE
Fitness x8eat
mercado fitness
FITRIZ

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

CHILE



O2 Fitness suma CardioCinema

La cadena de gimnasios **O2 Fit** inauguró en su sede Kennedy el primer CardioCinema del país; un espacio en el que sus clientes pueden ejercitarse en una cinta o en una bicicleta mientras disfrutan de videos, series de televisión e incluso películas, que se proyectan en dos pantallas de 120 pulgadas cada una. Las proyecciones se realizan de lunes a viernes entre las 6.30 y las 23.00, los sábados de 8.00 a 21.00 y los domingos de 9.00 a 19.00.

Deportes Concepción tendrá nuevo complejo

Con una inversión de casi U\$1,2 millones de dólares, el club **Deportes Concepción** abrió la primera etapa de su nuevo complejo deportivo en el Valle de Nonguén. Las instalaciones tendrán una cancha sintética iluminada, camarines reacondicionados, canchas de futbolito, un centro de eventos y un restaurant.

El CER tiene nuevo gimnasio





A principios de julio se inauguró el gimnasio del **Centro de Entrenamiento Regional (CER)** de Santiago, ubicado en el CARR del Parque Mahuida. El gimnasio, que fue construido de cara a los Juegos Sudamericanos Santiago 2014, será operado por TCM Sports, que invirtió dinero en equipamiento para entrenamiento funcional.




Nuevo complejo deportivo en Antofagasta


El **Instituto Nacional de Deportes (IND)** inauguró las nuevas instalaciones del complejo deportivo Lautaro, en Antofagasta. La remodelación de este campo ubicado en Avenida Rendic, que demandó una inversión total de U\$2,6 millones de dólares, fue posible gracias a una alianza entre el IND y la Fundación Minera Escondida.






EQUIPAMIENTO PARA GIMNASIOS







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

Ministerio del Deporte cada vez más cerca



La Comisión de Educación del Senado chileno aprobó en particular el proyecto de ley que crea el **Ministerio del Deporte**. El paso siguiente se dará en la Comisión de Hacienda, donde se revisarán los artículos relativos al financiamiento, para recién luego pasar a votación en la sala. En caso de aprobarse allí, pasaría entonces a la Cámara de Diputados.

MÉXICO

Sports World opera club de un tercero



Sports World firmó un convenio en virtud del cual asesorará en el diseño y supervisará la obra del club del Colegio Internacional de México, para luego hacerse cargo de la operación del mismo a través de sus sistemas de administración, con instructores certificados, sumados al respaldo de sus sistemas de información y de las áreas de soporte de sus oficinas corporativas. Ésta será la primera vez que SW opere un club de un tercero.

10° aniversario de Body Systems



El 12 y 13 de octubre se celebrará el décimo aniversario de **Body Systems** en México. Los festejos se realizarán en el marco del Body Systems Fitness Fest, *powered by Puma*, que tendrá lugar en el World Trade Center del DF. El evento reunirá a instructores y a alumnos fanáticos del sistema, así como a propietarios y gerentes de gimnasios licenciados.

PANAMÁ

Nuevo complejo deportivo en Chiriquí

Tras una inversión de U\$1,5 millones de dólares fue inaugurado el complejo deportivo del **Club Activo 20-30** de David, ubicado frente al aeropuerto Enrique Malek.

BOLIVIA

Seminario de gestión en La Paz



El 24 de agosto se realizará en el Hotel Casa Grande, de La Paz, un seminario de gestión profesional de gimnasios. Esta jornada, coorganizada por **Mercado Fitness** y **Dream Body** y patrocinada por **Technogym**, estará a cargo del consultor brasileño **Almeris Armiliato**, quien abordará, entre otros temas, marketing, retención, ventas y liderazgo.

un equipo de grandes formadores ...

mercado Fitness Seminarios y capacitaciones
DREAM BODY
SONNOS SOLUCIONES DEPORTIVAS Representaciones
Gimnasio laboral
COASyP CENTRO OPERATIVO DE SERVICIOS PROFESIONALES Cursos de Entrenador Personal

www.dreambodybolivia.com **DREAM BODY** info@dreambodybolivia.com
 Av. Bolivian No. 1063 alt. C. 17 Ed. Horizonte Local 8 Calacoto - Tel. +591 2 2770761 - 72021375
 La Paz - Bolivia

PUBLICIDADES EN ESTA EDICIÓN	PÁG.		PÁG.
Aqua Life - (011) 4484-6512 / ventas@aqualifeevolucion.com.ar	54	JBH Equip - (011) 4228-6141/4228-3182 / info@jbhequip.com.ar	13
Atletic Services S.A. - (011) 4941-7711 / athleticervices@fibertel.com.ar	69	Kapitan Pedales - (011) 15 4058-7195 / kapitanpedalen@yahoo.com.ar	64
Bard International - (011) 4545-7700 / info@bard-international.com	51	Kettlebell - (011) 15 5416-9529 / info@kettlebell.com.ar	72
BH Hi - Power - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar	57	Láicmi - (011) 2076-2373 / info@laicmi.com	21
BiobodyX - (011) 3972-5646 / 15 5568-3278 / info@biobodyx.com.ar	85	Le Parc - (011) 15 4196-1831 / info@leparcequipamientos.com	78
Biomax - (0341) 464-9441 / holiday@citynet.net.ar	35	Life Fitness - (011) 4713-5090 / info@fitnesscompany.com.ar	100
Body Systems - www.BodySystems.net	45	Lion Force - (011) 4207-8668 / www.lionforce.com.ar	46
Calderas Santero - (011) 4931-0183/0294 / info@calderassantero.com	24	Máquinas Sanmartino - (0358) 464-8213/maquinassanmartino@arnet.com.ar	38
Cámara de Gimnasios - (011) 5787-1044 / info@camaradegimnasios.org.ar	89	Mastertech - (011) 4574-0910 / info@mastertech-usa.com	61
Cia. Fitness - (01) 276 7035 / ventas@ciafitness.com.pe	91	Matrix - www.matrixfitness.com	75
Control Gym - (011) 4958-1711 / info@controlgym.com.ar	25	Max Metal - (0237) 468-7894 / admin@dealerfitness.com.ar	68
Crecer en Movimiento - (0221) 15 566-8352 / vivianagugliara@ciudad.com.ar	31	Mir Fitness - (011) 4574-4842 /43 / mir@mirfitness.com.ar	16
CrossFit - (011) 4773-1838 / info@crossfittuluka.com	47	Movement - www.movement.com.br	23
Danseur - (011) 4441-5586 / info@danseur.com.ar	88	Muevelo - 15 5719 2583 / infofitnessmania@gmail.com	86
Digital Fitness - (011) 4711-6168 / contacto@digitalfitness.com.ar	53	My Gym - (011) 5352-7472 / mygym@eneas.biz	84
Dream Body - (591) 2 2770761 - 72021375 / info@dreambodybolivia.com	97	Não Pressão - (011) 4666-9484 / naoindumentaria@hotmail.com	39
EmbreeX - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar	02	National Council on Strength & Fitness - www.ncsfespanol.org	70
Equipamientos Fox - (011) 4278-3072 / ventas@equipamientosfox.com.ar	22	Nova Sports - 220 2500 / novasports@novasports.cl	92
Escuelas NEF - (011) 4331-6698/0089 / info@escuelasnef.com.ar	60	Ozono Equipamiento - (011) 4468-1037 / ozono_fitness@yahoo.com.ar	36
Evolution Center - (0351) 4118866 / 155 099115 / ventas@evolutioncenter.com.ar	63	Precor - www.randers.com.ar	71
Fenix Machines - (011) 4200-1798 / ventas@fenixmachines.com.ar	19	Professional Gym - (011) 4847-3118 / www.professionalgym.com.ar	82
Fitness Beat - (011) 4784-1074/4787-6588 / info@fitnessbeat.com.ar	33	PyP Equipamientos - (011) 4735-2061/3797/ventas@pypequipamientos.com	59
Fitness Company - (011) 4713-5090 / info@fitnesscompany.com.ar	43	Randers - (0221) 471-2323 / info@randers.com.ar	02
Fitness Machine - (011) 4241-6096 / ventaonline@fitnessmachine.com.ar	65	Saturn Supplements - (011) 4613-0025 / ventas@saturnargentina.com.ar	62
Fitness Shop - (0223) 491-0739 / info@fitness-shop.com.ar	73	Semikon - (011) 4208-1285 / ventas@semikon.com.ar	41
Fitness 19 - info@fitness19.es / www.fitness19.es	80	Sonnos - (011) 4651-4692 / info@sonnosweb.com	10
Full Gym - (56) 32 2682216 / ventas@fullgym.cl	96	StairMaster - (011) 4100-0400 / info@swayxp.com	67
Full Mak - (011) 4482-2791 / info@fullmak.com.ar	50	Star Trac - (011) 4855-8574 / info@spinning-ar.com.ar	09
Gatorade - www.gatorade.com	77	Sport Maniac - (011) 47171811 / info@sportmaniac.com.ar	29
Gerbo Sport - (011) 4504-3466 / info@gerbosport.com.ar	49	Sway - (011) 4100-0400 / info@swayxp.com	76
Grupo Silicon Dinap - (011) 4202-1837 / info@gsdtecnologia.com.ar	56	Turno Check - (011) 5093-5346 / info@turnocheck.com	66
Hi Fitness - 7083210 / 094540563 / info@hf.com.uy	95	Universal Jumps - (011) 15 4174-6445 / info@universaljumps.com.ar	74
Impact Fitness - (011) 4855-6722 / adillen@systemfit.com.ar	08	Uranium - (011) 4713-5090 / info@uraniumfitness.com	99
Informática & Deportes - (0341) 493-2606 / info@entrenar.com.ar	64	Xfit - (011) 4208-1480 / info@xfit.com.ar	34
Instituto Asegurador Mercantil - (011) 5555-8500 / www.institutoasegurador.com.ar	83	Waykis - www.waykis.com	37

CALENDARIO 2013

Agosto

- 7 al 11 - **IDEA 2013 World Fitness Convention®** (Los Ángeles, EE.UU.)
- 14 al 18 - **Toronto International Fitness Conference and Trade Show** (Toronto, Canadá)
- 15 al 17 - **9º Vitality Wellness and Fitness Convention** (Johannesburgo, Sudáfrica)

Septiembre

- 5 al 7 - **LatinAmerican IHRSA Show** (San Pablo, Brasil)
- 2 al 4 - **4º Congreso Iberoamericano de Instalaciones Deportivas y Recreativas** (Montevideo, Uruguay)
- 24 al 26 - **LIW, Leisure Industry Week** (Birmingham, Reino Unido)

Octubre

- 9 al 11 - **MIOFF, Moscow International Open Fitness Festival** (Moscú, Rusia)
- 17 y 18 - **Sports Facilities Management Congress / Feria body LIFE Barcelona** (Barcelona, España)
- 17 al 20 - **13º Congreso Europeo Anual de IHRSA** (Madrid, España)
- 23 al 25 - **Club Industry Show** (Chicago, Estados Unidos)

Noviembre

- 12 al 15 - **3º ChinaFit / IHRSA China Management Forum** (Nanjing, China)

Calendario 2014

Marzo

- 8 al 10 - **Cosmobelleza y Wellness** (Barcelona, España)

SERIE URANIUM COMMERCIAL

La línea cardiovascular Uranium Commercial fue desarrollada bajo los más altos estándares del mercado mundial. Con una distinguida estética, es la más elegida por aquellos clientes que necesitan un producto confiable con un presupuesto más acotado.

URANIUM

Cardio Profesional

NUEVO

Línea
TOUCH/TV
7200-E

Línea
LED 7200

POTENCIA
PRESTACIÓN
DURABILIDAD



La línea esta compuesta por Cintas, Elípticos, Bicicletas verticales y reclinadas. En dos versiones: consola LED 7200 y consola Touch/TV 7200-E

URANIUM
www.uraniumfitness.com

Más información sobre estos productos:
cardio@uraniumfitness.com



Seguinos en:
/FitnessCompanyArgentina



FITNESS
COMPANY

©2013, Fitness Company S.A. URANIUM® es marca registrada de Fitness Company S.A. Todos los derechos reservados

uranium

DESCUBRA EL FUTURO AHORA

DISCOVER



Made for
iPod iPhone iPad



Ahora puede sincronizar un teléfono inteligente Android™, un iPhone®, un iPod® o un iPad® con los productos cardiovasculares Discover.

Nuevo



ELEVATION™ Serie Discover SE

DESCUBRA LO NUEVO DE LA SERIE ELEVATION

Música. Películas. TV. Correo electrónico. Todo con sólo deslizar un dedo. Los nuevos productos cardiovasculares de la Serie Elevation Discover redefinen las sesiones de entrenamiento gracias a la tecnología de consola más avanzada, que incluye numerosas opciones de entretenimiento, una mejor interacción, conexión a Internet y mucho más.

LifeFitness
WHAT WE LIVE FOR

Distribuidor Exclusivo
FITNESS
COMPANY

Seguinos en:



/FitnessCompanyArgentina



www.fitnesscompany.com.ar

©2013. Life Fitness, una división de Brunswick Corporation. Todos los derechos reservados. Life Fitness es marca registrada de Brunswick Corporation.