

mercado® FITNESS


7 AÑOS


MARKETING DE GUERRILLA

Cuando la creatividad es tu mejor arma

Sorprender al consumidor de una forma no convencional en su interacción con una marca, sumergiéndolo en experiencias memorables, que desee luego compartir con amigos. Ésta es la esencia del marketing de guerrilla, una opción de divulgación a la que cada vez más gimnasios apelan para posicionarse y captar prospectos. Reunimos 32 ejemplos de creativas acciones, desarrolladas con bajo presupuesto, por gimnasios de todo el mundo.



 twitter.com/mercadofitness

 youtube.com/mercadofitness

 facebook.com/MercadoFitness

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 • La Plata (1901) • Argentina • Tel/Fax (0221) 471-2323 / (011) 4815-2950
ventas@randers.com.ar • sgrigera@randers.com.ar



DISTRIBUYE Y GARANTIZA
ARGENTRADE SRL

Feliz Cumpleaños

Había una vez tres amigos que unimos nuestra pasión por emprender y dijimos: cuándo sino ahora. Hace 10 años decidimos apostar en la crisis, eran tiempos de siembra y, colmados de ganas de hacer, sin miedo al éxito, empezamos pescando ideas y, entre halagos y críticas, fuimos transitando la vida, con la ilusión de no perder vuelo.

Así, de principios a fines, fuimos aprendiendo qué significa zapatero a tus zapatos, debatiendo sobre el cambio y sobre los prejuicios, sabiendo que las convicciones son prisiones, pero muy convencidos de que cambiar es crecer, que nuestras acciones nos definen, que hablar habla cualquiera y que la verdad es mentira y viceversa.

Hubo días en que, víctimas de la tiranía del tiempo, volviendo a casa, quisimos dejar de andar a las corridas por la vida, para detenernos en las esquinas a recuperar el aire -como el viejo leñador que afila su hacha- para recién dar otra vuelta, con la esperanza renovada, como cuando niños, de encontrarnos una vez más con el viejito de la sortija.

Hoy seguimos desandando caminos de un infinito andar, de ahí de donde somos, alentando cambios de hábitos como si fuese una cuestión personal, aprendiendo qué es eso de vivir, enseñando a vivir, a vivir con miedo a veces, buscando respuestas para los ¿... y por qué papi? y procurando además que no rompan sus juguetes.

Desanimados o cansados, el placer de trabajar sigue intacto ¡Actitud! Esa es la clave, es una cuestión de actitud. Y además hay equipo, con nombres propios. Lo importante es que juntos somos más, que no son ellos, somos nosotros los que cuando debemos optar entre tirar la toalla o usar la toalla, elegimos siempre soñarlo, decirlo, crearlo, crearlo.

En lo personal, 10 años después, confío en mi destino, pero siento que soy el capitán de mi alma y, aunque el libro puede esperar, sé que el destino es llegar. Y hacia ahí vamos, masticando algunas nostalgias, viendo entre destellos, cómo en un abrir y cerrar de ojos, se nos pasa la vida, soplando cada vez más velitas y cantando otro Feliz Cumpleaños.

Muchas Gracias por acompañarnos.
Guillermo Vélez

06 Metropolitan invierte fuera de España:

Sergio Pellón, director general de esta cadena, reveló que piensan desembarcar en Francia y en Alemania en el corto plazo.

14 Hard Candy Fitness en Canadá:

New Evolution Ventures (NeV) inauguró a fines de octubre en Toronto una nueva sede de la cadena de gimnasios de Madonna.

23 Congreso Europeo de IHRSA:

Un grupo de 12 empresarios de clubes y gimnasios de América Latina fue parte, por primera vez, de este importante evento internacional.

34 Tendencias 2014:

El entrenamiento intervalado de alta intensidad ocupa el puesto número 1 del ranking anual del Colegio Americano de Medicina del Deporte (ACSM).

40 Proyecto de Ley:

En Mendoza, a los usuarios de gimnasios podrían exigírseles la firma de una declaración jurada para poder entrenar. Además, se fijaría una edad mínima.

52 Marketing de Guerrilla:

Una opción de divulgación a la que cada vez más gimnasios apelan para posicionarse y captar prospectos. Te mostramos 32 ejemplos creativos.

66 Megatlon llega a La Plata:

El nuevo gimnasio, de 3.000 m², abrirá en el primer semestre de 2014. Tendrá una sala de musculación de 700 m² y piscina semiolímpica.

74 SouthFit 2013:

Fue organizado por CrossFit Tuluka, CrossFit Argos y 5 Yards. Participaron 440 atletas de 11 países. Fueron sponsors Phillips, Gatorade y Fenix Machines.

LATINOAMÉRICA

88 Sports World abrirá 9 clubes en 2014 en México:

Asimismo, estrenará un nuevo modelo de expansión a través de terceros inversores. Hoy tiene 35 sedes abiertas.

89 Las brasileñas Bodytech y Cia Athletica analizan fusionarse:

Así lo revelaron ejecutivos de ambas compañías, aunque remarcaron que aún no hay nada firmado.

91 Bodytech comprará Forma:

En Colombia se aprobó el 100 % de la integración y la compra de las nueve sedes de los gimnasios Forma, por parte de la cadena Bodytech.

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° 61 / Noviembre-Diciembre

Mercado Fitness Marca Registrada N° 2.427.377

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.

MERCADO **FITNESS**

10^{MA} EXPO & CONFERENCIAS



**JORNADAS INTERNACIONALES DE CAPACITACIÓN EN NEGOCIOS
PARA EMPRESARIOS Y PROFESIONALES DEL FITNESS, LA SALUD Y EL DEPORTE.**

- > EXPO de 2.800 m²
- > Conferencias
- > Seminarios
- > Consultorios empresariales
- > Test Training Sessions
- > Fitness Tour



www.mercadofitness.com

SPONSORS

MIR
●●●● FITNESS

SWAY^{XP}
Feel motion & emotion 

25/26 ABRIL 2014

CENTRO COSTA SALGUERO - BUENOS AIRES - ARGENTINA



Luis Amoroso



Almeris Armiliato



Fabián Bifaretti



Elio Bustos



Alberto Cormillot



Fabio Saba



José A. Sevilla



Stephen Tharrett



Guillermo Vélez



Mark Williamson



Fabián Bifaretti



Nicolás Loaiza



Fernando Storchi



Luiz Urquiza

Metropolitan planea expandirse fuera de España



Sergio Pellón

Sergio Pellón es director general de la cadena de clubes deportivos **Metropolitan**, de España, que al día de hoy cuenta con 20 sedes en el país, 60 mil socios y más de mil empleados. Con 25 años de trayectoria en el mercado, la compañía transita desde hace una década un plan de expansión que contempla la apertura de 2 a 3 centros por año. Los clubes tienen entre 2.000 y 6.000 m² y están ubicados en núcleos urbanos de fácil acceso.

Un rasgo diferenciador de la marca es la estética con la que se diseñan sus locales, inspirados en la industria hotelera de lujo. El objetivo de la empresa es que la apariencia de sus clubes transmita su espíritu de servicio y que los clientes se sorprendan ante el valor razonable de la cuota. "Por supuesto que no somos un *low cost*, pero la relación calidad-precio de nuestro servicio siempre debe impresionar", explica Pellón.

Todos los gimnasios cuentan con piscina, actividades deportivas, fitness y spa, que se encuentra incluido en la cuota. Según la ubicación del club, las mensualidades varían entre los €50 y €110 euros. Además, se ofrecen servicios de guardería para niños, biblioteca y lavado de ropa, entre otros, que representan "pequeñas pinceladas de atención que los clientes valoran positivamente aunque no los utilicen".

"La relación calidad-precio de nuestro servicio siempre debe impresionar".

mercadofitness|tv

Sergio Pellón, director general de esta cadena de clubes deportivos, reveló que piensan desembarcar en Francia y en Alemania en el corto plazo. También manifestó interés en las economías emergentes de Latinoamérica, aunque reconoció la necesidad de contar con un socio local para concretar la llegada de Metropolitan a esta región del planeta.

En Metropolitan, la estrategia del negocio "no es bajar los precios sino ofrecer cada día más", manteniendo el foco en la satisfacción del cliente. "Es muy fácil llenar un centro, lo difícil es renovar los socios. Entendemos que hay un nivel de cuota que nunca debemos cruzar y, gracias a una estructura de costes muy afinada, esto nos ha permitido seguir creciendo en número de clientes a pesar de la crisis", afirma el Pellón.

Con la recesión económica, el fenómeno de los gimnasios *low cost* irrumpió con gran fuerza en España, acompañado de la caída de los precios del sector inmobiliario y la creciente demanda de servicios de salud. A futuro, Pellón pronostica una industria fuertemente segmentada entre "productos de poco servicio a bajo precio y gimnasios que requieran mayor inversión pero ofrezcan a sus socios muchas prestaciones".

En la visión de Metropolitan, los gimnasios de bajo costo han llegado al país para quedarse y no descartan la posibilidad de incursionar en el negocio. Mientras tanto, consideran que "el servicio *low cost* va a ser responsable de la creación de una importante base de usuarios", dado que sus clientes más habituales están conformados por personas jóvenes y otras que nunca antes habían concurrido a un gimnasio.



“Ya nos está pasando que aquellos usuarios que anteriormente por €19 o €29 euros elegían un servicio de bajo costo, ahora quieren algo más”, señala Pellón, para quien la crisis ha dado lugar a un nuevo escenario: “Los socios vienen más seguidos y permanecen más tiempo”. En lugar de ir a un centro comercial luego del trabajo, los consumidores optan por ir al gimnasio, que representa una oferta de ocio económica.

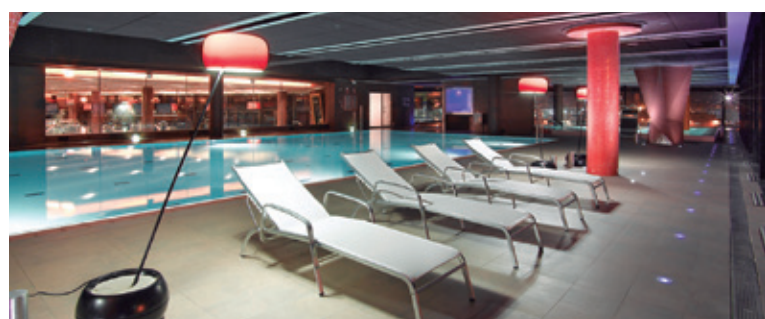
“Los gimnasios low cost serán responsables de la creación de una importante base de usuarios”.

Otra consecuencia de la recesión para Metropolitan ha sido el incremento de la rotación de clientes, tanto de altas como de bajas. Para hacer más accesible su propuesta dentro del mercado, la compañía ofrece a sus socios pagar mensualmente la cuota, lo que “requiere más gestión y seguimiento”, pero atrae a un mayor número de clientes. “Nos proponemos brindar un servicio 7 estrellas, accesible a muchos públicos”, explica.

Con respecto al impacto que la suba del IVA -del 8 al 21 %- tuvo en el sector español, Pellón señala que la gran mayoría de los operadores debieron repercutir entre el 80 y el 100 % del incremento en sus cuotas, promoviendo una reestructuración del mercado. “Muchas empresas han tenido que cerrar y otras ajustar muchísimos los servicios, bajando de tal forma su calidad que hoy son muy sensibles frente a los *low cost*.”

Actualmente, Metropolitan está en negociaciones para abrir sus primeras sedes fuera de España, puntualmente en París y Niza, en Francia, y también en Berlín, Alemania. En mercados emergentes como el latinoamericano, esta compañía también se encuentra interesada, sobre todo por el aumento de la demanda de servicios de cuidado personal, pero este tipo de proyecto implicaría “ir de la mano de un socio local”.

“Creemos que nuestro producto realmente no existe en ningún lugar del mundo. No somos ni un club de campo, ni un *country club*, ni un club deportivo. Somos una mezcla de hotel, centro de fitness, club social, centro médico, zona de estar y centro de belleza. Todo esto junto y bañado con nuestra propia estética y personalidad”, remarca Pellón. ■



Escanea el código QR
y accede a más contenido
en MF.TV



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



4700

Octane FITNESS

La línea de elípticos más 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®.



Stairmill



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

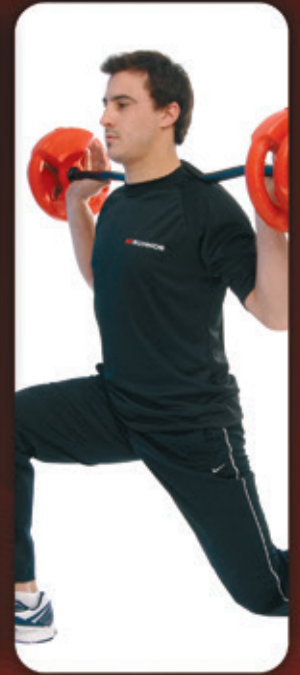
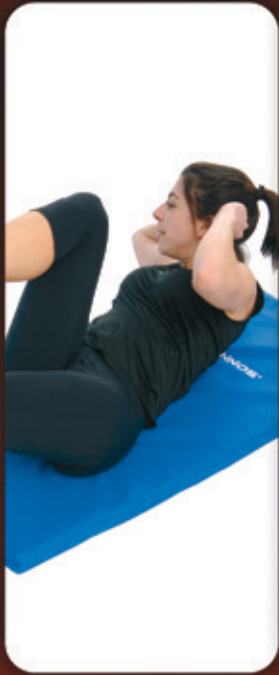
Spin®, Spinner® y SPINNING® son marcas registradas de Mad Dogg Athletics, Inc. y son utilizadas bajo licencia de Mad Dogg Athletics, Inc. STAR TRAC® es marca registrada de Core Industries LLC dba STAR TRAC. / PARAMOUNT® es marca registrada de Paramount Innovating Fitness. KEISER® es marca registrada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



SONNOS®

SOLUCIONES DEPORTIVAS

¡PRIMER TIENDA ONLINE DE FITNESS PARA GIMNASIOS!



Visitá nuestra **TIENDA VIRTUAL**
en www.sonnosweb.com
y aboná en hasta **12 CUOTAS**
SIN INTERÉS!



*Bases, condiciones y costos financieros en www.sonnosweb.com

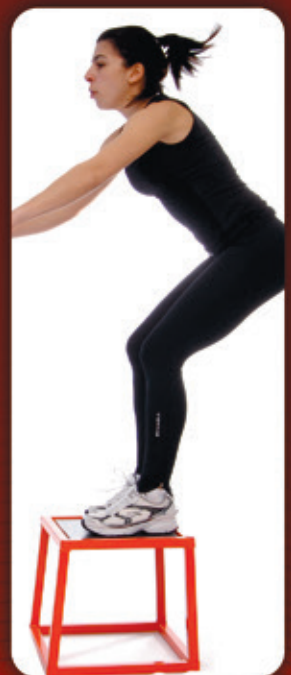


Lanzamiento
de línea de
boxeo y artes
marciales.

Montá un gimnasio de entrenamiento funcional



Baja inversión
Planes de financiación



Florencio Varela 1912 (San Justo), Tel: (54-011) 4651-4692 / Av. Corrientes 3626 (Almagro), Tel: (54-011) 5263-0143

Web: www.sonnosweb.com / Mail: info@soluciones-deportivas.com

Facebook: Sonnos Soluciones Deportivas / Skype: Soluciones.deportivas

ESPAÑA

Lanzan nuevo título universitario

En 2014, la Universidad Ramón Llull, de España, y la Asociación Catalana de Empresarios de Gimnasios lanzan el título universitario de especialización "Experto en Estrategias de Gestión en Centros de Fitness, Wellness y Deportivos". La formación, que cuenta con 4 meses de duración, se dictará entre los meses de febrero y mayo próximos.

En este curso, dirigido a profesionales de la actividad física, se brindarán conocimientos en gestión de operaciones, planificación, administración de recursos económicos y financieros, dirección de personal, marketing y organización de eventos. El costo es de €1.700 euros a ser abonados en dos pagos. Más información en www.blanquerna.url.edu

F19 apuesta a la eficiencia energética



La franquicia de gimnasios *low cost* **Fitness19** ha decidido poner mucho énfasis en el consumo eficiente de energía para mantener mejor controlados sus gastos. Para esto, privilegian la climatización de sus instalaciones a través de energías renovables, la ventilación cruzada, el uso de placas solares y la energía procedente de la biomasa.

"El uso eficiente de energía, de energías renovables y el ahorro de consumibles tienen un efecto estratégico en la competitividad de los gimnasios, ya que reduce significativamente los costos", remarca **José Luis Gaytán**, director de operaciones de F19. "Además -añade- el nuevo código de construcción nos obliga a incluir elementos eficientes".

En los gimnasios F19 la iluminación se realiza con tecnología LED, con lámparas autorregulables para aprovechar más la luz natural. El equipamiento, a excepción de las cintas de correr, es autogenerado, con la filosofía del "no enchufe". Los vestuarios son de menor tamaño, con menor número de grifos y duchas que reducen el consumo de agua.

Infinit Fitness abrió su 2º gimnasio en Madrid



Infinit Fitness, la cadena española de gimnasios 24 horas, inauguró su segundo centro en Madrid y espera finalizar 2013 con 3 nuevas aperturas en la ciudad, sobre la calle Santa Engracia y en las localidades de Pozuelo de Alarcón y Alcobendas. En 2015, la compañía planea contar con 30 sedes en el este y norte de España, así como en Madrid. Estos gimnasios ofrecen planes que rondan los €40 euros por mes.

Biwel fomenta la gimnasia laboral

La empresa catalana Biwel, especializada en el desarrollo de programas de bienestar corporativo, lanzó la campaña "Empresas Saludables", cuyo fin es la promoción de salud y actividad física en los lugares de trabajo. La iniciativa fue realizada junto con Foment del Treball Nacional, la confederación que representa a la industria catalana de España.

Actualmente, la firma Biwel realiza, junto al Gobierno catalán, la firma COMSA S.A.U. y la universidad INEFC de Barcelona, una investigación sobre el impacto que genera en las empresas la implantación de un programa regular de gimnasia laboral para disminuir los trastornos musculoesqueléticos. Para mayor información visite www.biwel.cat

FITNESS LINE
JBH EQUIP
Entrená con nosotros!

*Te brindamos
asesoramiento integral
para todos tus proyectos*



Cardioline



thea
eXclusive



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

ESTADOS UNIDOS

Crunch Fitness lanzó su portal de entrenamiento virtual



La cadena de gimnasios **Crunch Fitness**, con presencia en Estados Unidos y Australia, lanzó en octubre www.crunchlive.com, un portal de entrenamiento virtual en el que ofrece clases de fitness grupal *online* por U\$9,9 dólares al mes. Para acceder a la suscripción mensual, que ofrece acceso ilimitado a las sesiones de ejercicios en video, no es necesario ser socio de los gimnasios la compañía.

“Crunch Live es una extensión digital de nuestra marca, que nos permite expandir nuestra oferta de servicios más allá de nuestras sedes, haciendo posible que nuestras clases sean accesibles para todos”, señala **Keith Worts**, CEO de Crunch Fitness, que actualmente cuenta con 250 mil socios en sus 78 gimnasios.

Los videos de entrenamiento incluyen las actividades que la cadena ofrece en sus instalaciones, como yoga, *body sculpt*, Pilates, aerobics y ritmos, entre otras. Cada sesión está guiada por un entrenador y cuenta con la participación de los socios que concurren al gimnasio, “para transmitir el sentimiento que se genera en una clase presencial”.

“El portal Crunch Live ha sido diseñado para reflejar la experiencia dentro del gimnasio. Queremos que los usuarios sean capaces de participar de forma rápida, fácil y divertida”, explica **Christina DeGuardi**, vicepresidente de Marketing. Los suscriptores también cuentan con la posibilidad de personalizar sus rutinas y compartirlas en las redes sociales.

Fuente: www.fitnessandbusiness.blogspot.com.ar

INDIA

Vivafit inauguró su quinta sede en India

La cadena de gimnasios femeninos Vivafit inauguró su quinta sede en India, en la ciudad de Nueva Delhi. Especializada en programas de entrenamiento de 30 minutos de duración, la marca ofrece a sus socias Zumba, Pilates, yoga, ejercicios en circuitos, Tai Chi y las clases de fitness grupal de Les Mills Sh'bam y Body Vive, lanzada por primera vez en el país.

Esta franquicia portuguesa desembarcó en India en 2011 de la mano de **Manisha Ahlawat**, máster franquiciada de Vivafit en el país. Los cuatro gimnasios restantes de la cadena se encuentran en las ciudades de Guwahati, Gurgaon y Bangalore. Próximamente, la cadena proyecta abrir una sexta sede en Chandigarh.

“Las mujeres en nuestro país ahora cuentan con un centro internacional de fitness que posee los últimos programas de acondicionamiento físico, máquinas y técnicas a medida del público femenino. Y todo esto bajo un formato de entrenamiento de sólo 30 minutos”, señala Ahlawat, directora general de Vivafit India, que tiene actualmente más de 2.000 socias.

CANADÁ

Hard Candy Fitness pone un pie en Toronto

New Evolution Ventures (NeV) inauguró a fines de octubre en Toronto, Canadá, una nueva sede de la cadena de gimnasios **Hard Candy Fitness**, en la que tiene participación accionaria la cantante pop Madonna. Esta unidad, la octava de la compañía, tiene 4.000 m² de superficie y equipamiento de la firma **Star Trac**. El local está ubicado en la planta superior del edificio Aura en College Park, uno de los condominios más altos del país.

El flamante gimnasio ofrece servicios de *personal training*, entrenamiento funcional, fitness grupal, yoga, Pilates, aparatos de musculación y Spinning®, con las nuevas bicicletas Blade Ion Spinners de Star Trac. La sala de cardio cuenta con escaladores Tread Climbers y cintas de trote de la misma línea. Los socios también pueden disfrutar en Hard Candy de sauna, baños de vapor, *lounge* y una terraza.

PAÍSES BAJOS

El grupo 3i invertirá €110 millones en Basic-Fit



El grupo de inversión 3i anunció que adquirirá la participación mayoritaria de la cadena de gimnasios *low cost* **Basic-Fit**, de la compañía Health City, tras haber invertido €110 millones de euros. Valorada en €275 millones de euros, la cadena de centros de fitness de bajo costo cuenta actualmente con 200 unidades operativas en Europa, distribuidas en España (17), Países Bajos (95), Bélgica (79) y Francia (9).

“Estamos muy contentos de asociarnos con 3i, que ha demostrado un profundo conocimiento del mercado de *retail* a través de su inversión en la compañía Action y estamos deseosos de trabajar con ellos para acelerar aún más nuestro crecimiento en los próximos años”, señala el ex tenista holandés **Rene Moos**, cofundador y CEO de Basic-Fit.

Tras la operación, **Ronald Van Der Vis** fue nombrado presidente del consejo asesor, “posición desde la que aportará su experiencia en ventas a nivel internacional por su trayectoria como CEO de la cadena internacional de ópticas Pearle/Grand Vision y de la firma de diseño de indumentaria y accesorios Esprit”.

Los gimnasios de Basic-Fit cobran una cuota mensual de €15,95 y cuentan en sus instalaciones con equipamiento de la marca Technogym, además de ofrecer clases de fitness grupal virtuales, *personal training*, y, en algunos locales, Pilates y servicio las 24 horas al día, los 365 días del año.

iHRSA
2014

12-15
MARZO

SAN DIEGO, CA
ESTADOS UNIDOS

**SUMATE
AL GRUPO
MERCADO FITNESS**



Grupo de Latinoamericanos que viajó
con **Mercado Fitness** a **iHRSA Las Vegas** en 2013

**Viajá con nosotros
a San Diego y obténé
importantes beneficios
en tu inscripción.**

Networking / Capacitación / Negocios / Turismo

**mercado
Fitness**

Sponsor

Athletic
PROFESSIONAL FITNESS

info@mercadofitness.com / (54 11) 4115-3524/5

Accesorios indumentaria Entrenamiento
Entrenamiento funcional Entrenamiento funcional
Accesorios Entrenamiento funcional indumentaria
Entrenamiento funcional indumentaria Entrenamiento
os Entrenamiento funcional indumentaria Entrenamiento
Accesorio indumentaria Entrenamiento funcional
Accesorios Entrenamiento funcional indumentaria Entrenamiento
Entrenamiento funcional indumentaria Entrenamiento
uncional indumentaria Entrenamiento funcional
Accesorios indumentaria Entrenamiento funcional



Cintas de Suspensión



Indumentaria



MIR[®]

FITNESS



Entrenamiento Funcional



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 Point: Arce 554 1er Piso (C1426B5H) - C.A.B.A. Argentina.





FENIX[®]

M A C H I N E S

REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA EQUIPOS DE FITNESS

Desde 1999 somos la empresa pionera en Argentina en desarrollo, fabricación y comercialización de repuestos y accesorios para equipos de **Fitness**.



1999

POLEAS
PA 6/6



1999

REGISTROS



2000

EMPUÑADURAS
de caucho termoplástico



2001

CABLE DE ACERO
con revestimiento



2002

REGISTROS CON AJUSTE



2002

LINGOTERAS
de 40, 50, 60, 75, 80 y 100 kg



2005

DISCOS OLIMPICOS
con agarre



2007

MANCUERNAS FIJAS
revestidas en caucho

desde 1999

FENIX[®]
SIEMPRE
UN PASO
ADELANTE

HOY SOMOS LA PRIMER EMPRESA DE SUDAMERICA EN DESARROLLAR Y FABRICAR EQUIPAMIENTO PARA CROSSFIT. 100% INDUSTRIA ARGENTINA

Ricardo Rojas 1253 - Quilmes, Buenos Aires, Argentina
tel: (+5411) 4200.1798 / (+5411) 4200.3639
info@fenixmachines.com.ar - ventas@fenixmachines.com.ar


4200.1798

- BUMPER PLATES
- BARRAS OLIMPICAS
- ANILLAS
- KETTLEBELLS

- SPEED ROPES
- MEDICINE BALLS
- ABMAT
- PISO DE CAUCHO

WWW.FENIXMACHINES.COM.AR

GARANTIA EN TODOS LOS PRODUCTOS



FENIX[®]
EQUIPMENT

CROSSFIT[®]
EQUIPMENT





Por Pablo López de Viñaspre (*)

Las 8 falencias

que más enfadan a tus clientes

Cambios de instructores, modificaciones en horarios de clases, malos tratos del personal, poco asesoramiento, diferencias de precios en las cuotas, falta de limpieza y sobrepoblación en ciertos momentos del día son los principales reclamos de clientes de gimnasios, según el **Estudio WSC**, patrocinado por **Precor**, para el cual se realizaron 6.000 encuestas en profundidad a consumidores de clubes de fitness en España.

A continuación exploraremos juntos las 8 falencias típicas en gimnasios, que más enfadan a los clientes:

1) Cambios de instructores de clases grupales: los clientes no entienden muchas veces por qué se producen tantos cambios en el personal. Lo interpretan en muchas ocasiones como el resultado de una mala gestión y lo relacionan con una caída constante en el nivel de las clases.

Es evidente que cuando un instructor se va o cuando el club decide prescindir de éste, seguramente es la mejor opción, por lo que no hay muchas alternativas a que esa baja se produzca. Sin embargo, también es verdad que muchas veces ese proceso se puede hacer de una forma más eficiente y mejor para todas las partes.

En concreto, se debe gestionar mejor la comunicación que se le da al cliente sobre lo que ha pasado y se puede hacer un proceso más completo de integración del nuevo instructor para facilitar la adaptación, tanto suya como de los socios.

2) Cambios en horarios de clases: los clientes no entienden por qué se suprime una clase o por qué se ha hecho, sin comunicarlo de forma adecuada. Es el propio socio el que comenta sobre los problemas de comunicación o de falta de información a raíz de estos cambios en actividades, por lo que seguramente la solución a este problema pase por mejorar los procesos de comunicación.

El Estudio WSC realizado en España, con el apoyo de Precor, revela cuáles son los aspectos que un gimnasio debe atender para mejorar la satisfacción de sus clientes.

3) Diferencias de nivel entre instructores: muchos clientes hablan de instructores "buenos" e instructores "malos" y, dependiendo de quién da la clase, van o no al al gimnasio ese día. Muchos centros carecen de sistemas de control de calidad de las clases y del resto de servicios que ofrecen al cliente.

De momento, sólo los operadores más profesionales han implementado sistemas de "cliente misterioso" o similares para comprobar de forma sistemática la experiencia del cliente en el gimnasio. Para la mayoría de los centros debería ser una prioridad implantar mecanismos para comprobar y controlar el nivel de servicio que se ofrece al socio.

Estos sistemas no solo garantizan que se ofrezca un nivel de calidad determinado, sino que también ayudan a que mejore la "consistencia" en el servicio. Un servicio consistente es aquel que se ofrece de una misma manera todos los días y esto es clave para conseguir la satisfacción del usuario.

4) Trato poco amable del personal: el socio de un gimnasio es muy sensible al trato que recibe del personal. Muchos comentarios del estudio hacen referencia a no saludar, a actitudes poco amables o poco comunicativas. El cliente espera que el trabajador de su gimnasio sea amable, alegre y comunicativo. Entonces, cuando no es ese el comportamiento que observa, se queja de forma muy clara.

5) Corregir, ayudar y asesorar al cliente: el socio se da cuenta y valora muy negativamente cuando el personal del gimnasio se relaja y no hace su trabajo. Hay comentarios negativos realizados incluso por clientes que no necesitan ningún tipo de ayuda. Ejemplo: "Yo no necesito nada, pero veo usuarios que hacen mal un ejercicio y el instructor no les corrige".

El socio tiene una enorme sensibilidad para darse cuenta de que un trabajador no está realizando su trabajo correctamente. Cuando un empleado, vestido con la imagen de la empresa, no realiza bien su labor, se convierte en una fuente de insatisfacción para los clientes, en lugar de ser un generador de satisfacción.



En otras palabras, tener un trabajador que no hace bien su trabajo resta en lugar de sumar, nunca el balance es neutro. De modo que en ocasiones es mejor no tener a nadie que tener a alguien que no está involucrado con su función.

6) Diferencias de precios entre socios: los socios se quejaban cuando saben que alguien paga menos que ellos por su cuota. Es posible que en algunos casos estas diferencias estén justificadas por temas de antigüedad, edad, horario u otros motivos, pero en otros eso no es así y esas diferencias son simplemente el resultado de promociones puntuales o de negociaciones individuales.

Cuando ese es el caso, debemos ser conscientes de que los clientes acaban hablando de precios entre sí y esas diferencias son causa de insatisfacción.

7) Limpieza en vestuarios: Es lógico que ésta sea la zona más crítica del gimnasio en materia de limpieza y por eso es la zona a la que el socio presta más atención. Sabiendo esto, hay que ser cuidadoso con todos los detalles referentes a este aspecto.

8) Sobrepoblación en ciertos momentos: el volumen de socios que un gimnasio está dispuesto a soportar depende de diversos factores, entre ellos el posicionamiento y su nivel de precios. Cuantos más clientes, mayor es la facturación, pero a partir de ciertos niveles, el exceso de usuarios puede aumentar las quejas y las bajas, dañando la imagen y la rentabilidad de la empresa.

Si se controlan sistemáticamente esos datos, es posible saber cuándo es necesario buscar soluciones limitando la entrada de socios a ciertas horas, optimizando los procesos o mejorando la utilización de los espacios.

Si pones el foco en atender y resolver estos 8 aspectos, verás cómo mejora la satisfacción de tus clientes. ■

Puedes descargar el Estudio WSC completo en www.wsconsulting.net

(*) Gerente de Wellness & Sport Consulting (WSC) – Director de la Fitness Management School pablo@gedoformacion.com



Escanea el código QR y accede a más contenido de este experto.

VIDEO (with a camera icon)

BRANDING (with a registered trademark symbol)

COMUNICACIÓN

REDES SOCIALES (with a social media icon)

FOTOGRAFÍA

www/s.e.o (with a cloud icon)

DISEÑO (with a smartphone icon)

ATENCIÓN PERSONALIZADA (with a smiley face icon)

www.laicmi.com

comunicación visual - marketing y tecnología

www.laicmi.com

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

MAX FUNCIONAL



www.equipamientosfox.com

Tené tu propia jaula de entrenamiento funcional

*Felicidades a
nuestros amigos de
**mercado
Fitness**
y el desea de Éxitos!!!*

Hechas en ARGENTINA



Madrid 2013

América Latina presente en el Congreso Europeo de IHRSA

Por iniciativa de Mercado Fitness, un grupo de 12 empresarios de clubes deportivos y gimnasios de la región fue parte, por primera vez, de este importante evento internacional.



Del 17 al 20 de octubre se llevó a cabo en Madrid, España, la 13ª edición del **Congreso Europeo de IHRSA**. De este evento, que reunió a casi 600 líderes de la industria del fitness provenientes de 36 países, participó un grupo de profesionales y empresarios de clubes deportivos y gimnasios de Uruguay, Chile, El Salvador, Venezuela y Argentina.

"Fue una experiencia muy buena, que nos ofreció una oportunidad única de entablar contactos, afianzar vínculos, actualizar conocimientos sobre el mercado y conocer las últimas tendencias del sector", destacó **Guillermo Vélez**, responsable del grupo **Mercado Fitness** que fue parte de este evento internacional.

Para **Joe Moore**, presidente y CEO de **IHRSA**, "este congreso europeo ha sido un tremendo éxito, ya que superó todos los récords de participación". En su opinión, esto se debió principalmente a "la maravillosa red de aliados que tenemos en toda Europa, que trabajaron muy duro para que gente de sus países viniera a aprovechar lo que ofrecemos".

Por su parte, **Hans Muench**, director de **IHRSA Europa**, detalló que el crecimiento en concurrencia fue del 25% respecto al año anterior. Al margen de los participantes locales, las mayores delegaciones fueron las de Rusia (90 personas) y Francia (70). "El encanto de Madrid jugó un rol importante y además tuvimos muy buenos contenidos", señaló.



"Parte importante de este crecimiento dijo **Alison OKane Giannaras**, directora de desarrollo internacional **IHRSA**- incluye al grupo de **Mercado Fitness**, uno de nuestros socios más fuertes en América Latina". Y en este sentido agregó: "Esto es muy significativo, porque es la primera vez que tenemos empresarios de esa región visitándonos en Europa". ■



Mercado Fitness ya tiene abierta la inscripción al próximo show internacional de **IHRSA**, que tendrá lugar del 12 al 15 de marzo en San Diego, Estados Unidos. Quienes quieran recibir más información al respecto, deben escribir a info@mercadofitness.com





Por Marcela Garcés Cardona (*)



Qué tener en cuenta para hacer promociones EXITOSAS

Ser creativos en el mensaje, apelando a las emociones y generando urgencia en la compra; identificar con claridad al público objetivo de cada oferta; y definir los medios apropiados para comunicarla. Estos son los aspectos fundamentales a la hora de lanzar promociones.

Hemos leído y escuchado mucho acerca de estrategias de venta o promociones, pero ¿qué son realmente?, ¿cómo debemos manejarlas?, ¿cuál es el mejor momento para implementarlas? Como veremos en este artículo, lo más importante es conocer las tendencias del mercado, el comportamiento de nuestros clientes, la estacionalidad y el movimiento histórico de las ventas para, después, aplicar la estrategia de promoción.

La **promoción de ventas** es una herramienta o variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), que consiste en dar a los consumidores **incentivos de corto plazo**, los cuales están conformados principalmente por descuentos, cupones, regalos, sorteos, concursos, invitaciones, etc.; y que tienen como finalidad promover y agilizar la venta de los productos, induciendo al consumidor a que se decida por la compra.

Las promociones de ventas las podemos usar al momento de lanzar una nueva sede de nuestro gimnasio, presentar un nuevo servicio a nuestros afiliados, cuando las ventas del gimnasio hayan disminuido, o cuando busquemos mejorar la fidelización de los clientes.

Igualmente, aplicamos las estrategias de promoción para hacer frente a las tácticas de la competencia, o en cualquier momento que queramos lograr un aumento rápido de las ventas o posicionar la marca en el mercado objetivo. Lo importante es no acostumbrar a nuestros socios actuales y tampoco potenciales a que sólo nos compren con descuento.

Debemos tener en claro cuáles son las temporadas más apropiadas, según la estacionalidad del mercado. En algunos países, esa estacionalidad es más marcada en temporadas próximas al verano o a las vacaciones, cuando un mayor número de personas busca verse y sentirse bien. Otro momento es la Navidad, la temporada comercial por excelencia.

Las promociones realizadas por el aniversario de la marca o del gimnasio, o el lanzamiento de un nuevo local (preventa), deben destacarse y formar parte del plan de marketing trazado. Y después de definir cuáles serán nuestras promociones y la frecuencia con la cual las manejaremos, para que sean realmente exitosas, entonces debemos considerar:



Creatividad: La creatividad e innovación en nuestras promociones juegan un papel fundamental, ya que de lo contrario, nos harán pasar totalmente desapercibidos. La creatividad en el mensaje y en la forma de comunicarlo, son la base de la estrategia. Ejemplo: Recurrir a emociones, sentimientos y recuerdos es un recurso que crea conciencia, recordación y conexión con la marca, lo que será muy importante en la decisión de compra.

Identificación del *target*: De esta forma, la promoción tendrá un mayor ratio de respuesta positiva. Es necesario definir a quien está dirigida: ¿a socios actuales para que renueven?, ¿a socios inactivos para que regresen?, o ¿a la captura de nuevos socios?

En este punto debemos detenernos y analizar la estrategia de la promoción, ya que no todos los clientes actuales o potenciales necesitan lo mismo y en el mismo momento. Mientras más clara sea ésta segmentación, mejor será el impacto y el alcance de la promoción.

Comunicación y plan de medios: Es muy importante cómo comuniquemos y qué medios usemos, teniendo en cuenta dos variables: nuestro *target* y nuestro presupuesto. Ejemplo: Si no tenemos un presupuesto elevado, podemos usar nuestras propias redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, o mailings a nuestra base de datos.

Aproximadamente el 20 % de los clientes llega como referido de amigos y familiares. Asimismo debemos hacer alianzas estratégicas con otras marcas que sean afines a nuestro *target*, organizar eventos internos, colocar afiches o *banners* dentro del gimnasio y apoyarnos en todos los medios que tenemos a nuestro alcance para dar a conocer la oferta.

mercadofitness|tv
The fitness business channel

mf|tv

YouTube f t

www.mercadofitness.tv

Después de considerar estos 3 aspectos... ¡vamos a la práctica! Ya tenemos definido el objetivo de la promoción, la frecuencia y a quién vamos a dirigirla. Ahora debemos hacernos las siguientes preguntas:

¿Cómo definir la promoción?

- **Descuento en la membresía**, éste es el recurso más tradicional, el que siempre funciona. Lo importante es definir un descuento realmente atractivo, que el cliente vea como un beneficio, como una oportunidad única de matricularse, algo irresistible para que no tenga la menor duda que no tendrá nuevamente esta chance, o sea que no puede dejarla pasar.

- **Cross-selling**: Podemos tener un descuento y adicionar otro de nuestros servicios que necesitemos relanzar o dar a conocer, como una consulta en nutrición, clases especiales, masajes, tiempo adicional, etc.

Ejemplo: Por la compra de un año con el 30 % de descuento recibe 5 sesiones de masajes o 5 clases gratuitas para ti y un amigo. También podemos hacer alianzas con marcas de implementos deportivos o nutricionales que mejoren el desempeño en el entrenamiento y ofrecerlos como un beneficio adicional que el club les da por hacerse socios.

El cliente debe percibir que lo que está recibiendo equivale al precio que está pagando. En **Bodytech** una de las promociones más exitosas es: por la compra de un plan de un año, regalamos un monitor cardíaco Polar. Durante esta promoción notamos normalmente un incremento de hasta un 60 % en las ventas de planes de un año.

- **Pases de invitación**: Puede ser una oferta llamativa para atraer clientes nuevos que necesitan la oportunidad de probar, sin ningún riesgo financiero, los servicios ofrecidos por nuestro gimnasio. Ejemplo: invitaciones y pases de cortesía de 1 semana o de 15 días.



¿Cómo divulgamos la promoción?

Es muy importante tener definido un presupuesto según lo definido en el plan estratégico de la compañía: sea mucho o moderado, debemos optimizar nuestros recursos para llegar al público objetivo y que realmente nuestra promoción tenga un alto impacto.

Si bien es cierto que las redes sociales e Internet son herramientas de fácil acceso que insumen no muy altos costos, también hay otros medios tradicionales que pueden ayudarnos y que no podemos olvidar, como los afiches, banners, volantes, pauta en medios impresos (el medio local más visto por el *target*), radio y publicidad exterior.

También es importante tener presencia en eventos deportivos o en parques donde se concentre gente que hace deporte al aire libre -allí se pueden recolectar datos de posibles interesados-, las llamadas de los asesores comerciales a los afiliados activos e inactivos, así como hacer eventos y motivar a nuestros socios a que traigan como invitados a sus amigos.

En este punto, nuestra creatividad se pone a prueba porque cada recurso y cada contacto que hagamos es una oportunidad de venta. Así las cosas, los invitamos a poner en marcha estas estrategias que llevarán a nuestros gimnasios a otro nivel, cumpliendo con nuestro objetivo básico de mejorar la calidad de vida de quienes viven en nuestra comunidad. ■

(*) Gerente de Marketing de Bodytech Perú.
Marcela.garces@bodytechcorp.com

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



Generadores de vapor
Termotanques industriales
Calderas para calefacción
Climatizadores de piscinas



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



Fitcode

Encuentro de *networking* para gimnasios

El pasado 7 de diciembre, la consultora Fitcode, especializada en el asesoramiento a clubes deportivos y gimnasios, organizó el **2° Encuentro de Gimnasios Clientes**. El mismo tuvo lugar en el centro de entrenamiento **Bonh**, del barrio porteño de Coghlan, y su propósito fue crear un espacio de relacionamiento y capacitación para empresarios del sector.



“La experiencia resultó muy enriquecedora ya que nos permitió desarrollar nuevas ideas y compartir soluciones que otros gimnasios ya implementaron. Al mismo tiempo, los participantes pudieron conocer las realidades de otros operadores del sector y así se fueron generando lazos de colaboración”, señala **Julián Rud**, socio consultor de Fitcode.

Durante la jornada se abordaron los distintos desafíos que conlleva la gestión de un gimnasio, se realizaron trabajos en grupo y hubo mesas de debate. “Estamos muy contentos de aportar diferentes herramientas para que nuestros clientes desarrollen al máximo su capacidad de gestión”, comenta **Nicolás Wainstein**, director comercial de la consultora.

En 2014, Fitcode planea realizar 2 nuevas ediciones de este encuentro, una en la Ciudad de Buenos Aires y otra en el interior del país. Más información en www.fitcode.com.ar ■



CONTROL GYM

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



» Funcionando actualmente en clubes y gimnasios de primer nivel en todo el país.

» Capacitación y Soporte post-venta.

» Datos de Socios y Profesores.

» 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



Por Luis Maggi Armenta (*)



“Una venta no es un evento, es un proceso”

Esta máxima de Bob Thomson es la que todo vendedor, en cualquier tipo de empresa, debe tener presente si no quiere perder posibles clientes por el camino.

Aunque en la mayoría de las organizaciones incrementar las ventas es el objetivo principal, los gerentes y aquellos participantes del proceso de planificación no deben olvidar la importancia de ser eficientes y de fomentar la lealtad de los clientes.

Eficiencia. Como responsabilidad específica en materia de ventas es importante monitorear las actividades diarias, ya que 40 % del tiempo de los empleados suele ocuparse en tareas no relacionadas con las ventas, como lo indica el libro *Improving Sales Productivity* del especialista Bob Thompson. En muchas ocasiones, los procesos administrativos pueden minar su capacidad de interacción orientada a las ventas.

Información. Es importante como gimnasio conocer las características del mercado objetivo y evitarle al cliente tener que recibir llamadas telefónicas y correos nuestros en cantidades que puedan ser consideradas irritantes. Una interacción bien planeada puede limitarse a un correo, un par de llamadas y una visita de cierre.

Organización. Mantener una agenda de ventas es importante para la gerencia y para los vendedores, ya que sirve de soporte para organizarse y evitar que los cierres se enfríen o ser demasiado insistente con clientes que no lo desean, dañando la imagen del gimnasio.

Interacción. Una buena venta no implica llamar incesantemente o mandar *mails* todos los días al prospecto. Una venta implica dominar el producto, escuchar al cliente y ofrecerle soluciones a sus necesidades. Los gimnasios EQUINOX se caracterizan por tener comerciales que venden y hablan con los clientes de valor, no de pesos ni de centavos. Y éste es un primer paso para acercarse a la necesidad del cliente.

Para cumplir con la meta de ventas, es importante lograr cierres exitosos. Muchos vendedores reciben a un número alto de prospectos que llegan al gimnasio a averiguar, pero no cumplen con sus metas porque no terminan de cerrar sus procesos de ventas.

La primera impresión puede ser un componente crítico.

Lo primero de lo que uno debe concientizarse es que el 90 % de lo que dices no viene de tus palabras. Entre las primeras fallas que puedes tener como vendedor o como supervisor del área comercial es no estar pegado a tu cliente. ¿Cómo sucede esto?

- Un prospecto llega a tus instalaciones y no hay nadie que lo atienda (repcionista ocupada, vendedores ausentes, gerente fuera de oficina).
- Decirle “hola” a un prospecto y entregarle un formulario inmediatamente para que complete sus datos es algo impersonal, que puede poner a un cliente a la defensiva. No hay nada más importante que ese prospecto.

Cuando un cliente entra a tu gimnasio, está nervioso, no está seguro de qué preguntar ni a quién debe dirigirse. Ellos quieren entrar y salir lo antes posible con su información, que usualmente es tan sólo el precio.

Al revisar esto con tu personal de ventas te dirán: “Claro que los hago sentir bienvenidos, siempre los saludo cuando llegan y les digo bienvenidos”. Esto es un buen inicio, pero puede ser mejorado por mucho. Esta primera impresión puede ser el catalizador para un gran cierre.



Analícemos qué no se debe hacer:

1. No ser sincero. Al igual que en las clases, los prospectos perciben el desinterés.
2. Actuar como si te interrumpieran.
3. Actuar como si estuvieras estresado.
4. Evitar contacto visual.
5. No sonreír.
6. No ser cortés.
7. Actuar sobre emocionado.
8. Compartir tus problemas.
9. No saludar.
10. Ignorarlos cuando comienzan a hablar.

¿Cómo impactar al cliente?

La regla es la misma que si fueras tú el cliente, da más de lo que esperan. Cuando un prospecto entra, tu misión debe ser dejarlo boquiabierto, hacerlo sentir la persona más importante del lugar, del siguiente modo:

1. **Bienvenida:** una sonrisa y un saludo de bienvenida
2. **Profesionalismo:** ponerte de pie y hacer contacto visual.
3. **Sinceridad:** interesarte en lo que dice.
4. **Comodidad:** ofrecer una botella con agua.
5. **Conocimiento:** darle un tour por las instalaciones.
6. **Socializar:** presentarle a un par de entrenadores, quienes pueden explicar un poco de alguna disciplina.
7. **Prueba de satisfacción:** presentarle a un par de tus mejores clientes, a aquellos que tengas identificados como tus mejores promotores.

Esta experiencia elimina el nerviosismo, brinda alivio y confianza, deja al cliente receptivo y ¡listo para un cierre exitoso! Aun si no cierras el prospecto por algún tema, esta persona esparcirá su experiencia de primera mano o en alguna red social como *Foursquare* o *Twitter*, lo cual la multiplicará exponencialmente.

¿Qué sigue? Pon a prueba a tu equipo y entiende cómo opera, ¡Sólo así lograrás asimilar qué cambios se requieren para detonar esas ventas y lograr el despegue de tu gimnasio!■

(*) Consultor. CEO de Maggia Deportiva, especializada en la asesoría y capacitación de profesionales de la industria de clubes y gimnasios - luis.maggi@maggiadeportiva.com

SPORT MANIAC

LA GRAN JUGUETERÍA DEL FITNESS

Todos los productos y marcas en 18 cuotas sin interés

ATENCIÓN ESPECIAL
Gimnasios, Clubes y Consorcios

Dardo Rocha 2024, Martínez
(011) 4717-1811
comercial@sportmaniac.com.ar
www.sportmaniac.com.ar

Cómo valora el cliente las clases virtuales

Aunque las clases de fitness guiadas por instructor real son todavía mejor evaluadas por los usuarios de gimnasios, en términos de valor percibido y de fidelidad, las clases virtuales ya tienen una valoración media muy aceptable.



La irrupción de la tecnología en el fitness es un hecho constatable que podemos comprobar diariamente. Cada vez más, vemos en nuestras salas cómo la proliferación de las nuevas tecnologías y diferentes herramientas innovadoras facilitan el día a día de nuestros clientes para la práctica de actividad física.

De forma progresiva, hacen su aparición nuevos productos de base tecnológica sobre todo en el área de las clases colectivas, que representa un elemento esencial de los centros de fitness. La evolución de las actividades dirigidas con técnico y su fusión con la tecnología virtual se están haciendo un hueco en la oferta de muchos gimnasios.

Sin embargo, se desconocía hasta ahora qué tipo de aceptación, por parte de los clientes, tienen estas actividades dirigidas por un técnico virtual y si éstas pueden influir en la percepción de valor del consumidor y, por lo tanto, en su fidelidad hacia el gimnasio, aspectos que son críticos para quienes deben dirigir un centro deportivo.



El análisis

Un reciente estudio realizado por investigadores de la Universidad de Sevilla, en España, analizó el valor percibido por los usuarios y su fidelidad tanto en actividades colectivas con técnico como en clases de fitness virtual. El trabajo se llevó a cabo en un gimnasio de Sevilla, con la colaboración de Gym Cinema, firma especializada en fitness virtual.

Los datos obtenidos, tras entrevistar a los usuarios al terminar sus clases, evidenciaron que los dos tipos de actividades obtuvieron resultados positivos en la valoración de los clientes, aunque las clases con técnico deportivo recibieron una valoración mayor respecto de las virtuales, tanto en el valor percibido como en la fidelidad del cliente.

No obstante, las actividades virtuales tuvieron una valoración media considerable: 7,15 sobre 10 para el valor percibido; y 7,19 sobre 10 en lo que respecta a fidelidad. Asimismo, se pudo constatar que el valor percibido tuvo una incidencia importante sobre la fidelidad en ambas actividades, pero fue más fuerte aún en las clases de fitness virtual.

La prevalencia, en cuanto a valoración, de las clases con técnico puede atribuirse a la seguridad, ya que el instructor está en la sala, así como al *feedback* y a la motivación que éste ofrece durante la clase. Y la valoración positiva de las actividades virtuales se atribuye a una mayor flexibilidad en horarios y/o la autorregulación de la actividad. ■

Síntesis del artículo "Influencia del valor percibido en la fidelidad de los clientes de actividades virtuales frente a las actividades con técnico en centros de fitness", publicado en el sitio web de la revista científica de actividad física y deporte Kronos, de la Universidad Europea de Madrid, y escrito por Baena Arroyo, M.J., García Fernández, J., Bernal García, A. y Lara Bocanegra, A.

FITNESS BEAT .COM

MUSICA - VIDEOS Y ACCESORIOS PARA FITNESS

FITNESS BEAT SHOP: JURAMENTO 1470 /
C1428DMR - CABA / BS. AS. / ARGENTINA
TEL./FAX: (54 11) 4784 1074 / INFO@FITNESSBEAT.COM

WWW.FITNESSBEAT.COM



KETTLEBELL FUNDICION

KETTLEBELL PLASTICAS

COREBAGS

BUMPERS

GUANTES MMA

PROTECTORES TIBIALES



MEDICINE BALLS CON 2 MANIJAS

SEMIESFERA B.O.S.U.

RP TRAINER

BANDA DE SUSPENSION

BOLSAS DE BOX

VENDAS ELASTICAS 275CM



MEDICINE BALL CON PIQUE

MEDICINE BALL CON 1 MANILIA

STEP

BANDA FUNCIONAL REFORZADA

BARRAS OLIMPICAS

GUANTES DE BOX 12 OZ

CABEZAL



ZIG ZAG

VALLAS

CONOS 20 CM

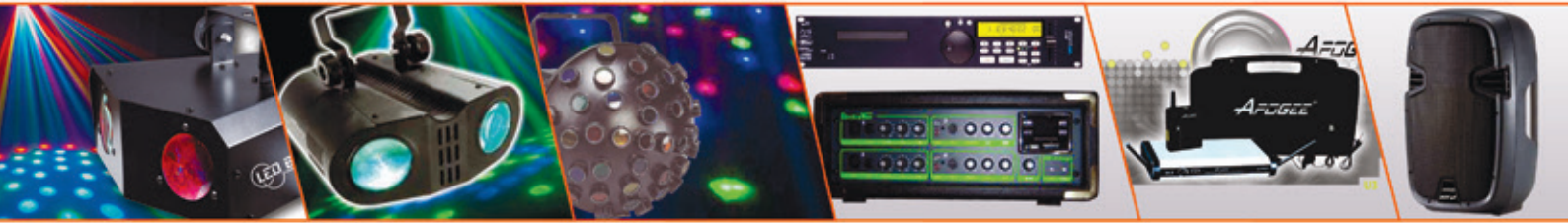
MINITRAMPOLINES

SET DE CONOS

CONOS 30 CM

QUANTINES

BOLSA CON PNE



EFFECTOS OPTICOS A LED

COMPACTERA CD/MP3-CONSOLA USB

MICROFONO UHF

BAFLES

PACK CD+DVD / DVD / CD / DESCARGAS DIGITALES



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



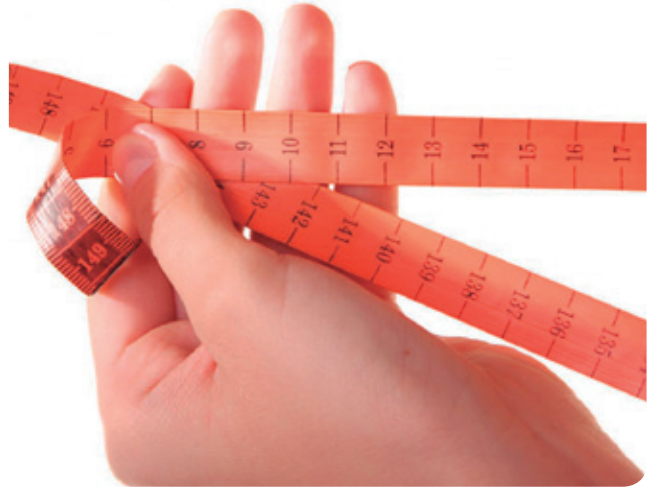
Veredas en buenas condiciones promueven la actividad física

Un estudio hecho en Detroit, Estados Unidos, indica que las personas son más activas físicamente en aquellas zonas de la ciudad que tienen veredas en buenas condiciones.

Un equipo conducido por **Jamila L. Kwarteng**, de la Facultad de Salud Pública de la Universidad de Michigan, entrevistó a 919 adultos de barrios de clase baja y media de Detroit para saber cuánto ejercicio hacían y con qué regularidad. Al mismo tiempo, recorrieron los vecindarios a fin de calificar el estado de las veredas y las calles.

Según los resultados obtenidos, que fueron publicados en el *Journal of Public Health*, los habitantes que vivían en las cercanías de veredas desparejas o con obstrucciones tendían a ser más sedentarios, en especial los más jóvenes. Para Kwarteng la conclusión es clara: "La existencia de veredas en buen estado está relacionada con una mayor actividad física".

El 26 % de los nuevos usuarios de gimnasios suele engordar



Así lo indica un estudio realizado entre 1.000 socios de gimnasios por una empresa de suplementos dietéticos. El 49 % mantiene el mismo peso y sólo el 27 % logra reducirlo.

Un estudio concluyó que el 26 % de los nuevos usuarios de gimnasios suben de peso en lugar de bajar. Según **Daily Mail**, uno de los motivos sería que después de inscribirse en un gimnasio, las personas se permiten ingerir comidas más calóricas: 42 % de los entrevistados reconoció consumir más calorías porque creen que van a compensarlas en la cinta de trote.

Según esta investigación, realizada por una empresa de suplementos dietéticos, para la cual se entrevistaron a 1.000 usuarios de gimnasios, el 39 % de las personas consume cerca de 300 calorías por visita al gimnasio, 25 % elimina entre 200 y 300 calorías, 10 % apenas 100 calorías y 4 % menos de 100 calorías.

"La cantidad de calorías quemadas en el gimnasio no es suficiente (...) Las personas deben seguir controlando sus hábitos alimenticios", opina **Lee Smith**, directora de la empresa responsable de este estudio, que también reveló que "el 49 % de los nuevos usuarios de gimnasios mantienen el mismo peso y sólo el 27 % dice haberlo reducido".

La investigación reveló que las personas entrevistadas entrenan entre 3 y 4 veces por semana durante unos 40 minutos. Sin embargo, al salir del gimnasio, los usuarios suelen abusar de la comida. También incide en esto el hecho de que la actividad física aumenta el apetito: 53 % de los entrevistados dice tener más hambre tras una hora en el gimnasio.



**DISEÑO, CALIDAD
Y EL MEJOR PRECIO
DEL MERCADO**



CINTA PROFESIONAL
Motor 3Hp C.A.
6 programas
Preestablecidos

PROMO

11 bicicletas indoor
+ Tarima para profe
\$23.900

BICICLETA OFICIAL
DEL PROGRAMA





www.xfit.com.ar - info@xfit.com.ar

Av. Remedios de Escalada 3090 V Alsina
Lanus Oeste (1822) Tel. (54 11) 4208 -1480

¡Odio el Gym! Ya está disponible el libro de Sergio Verón



Ya está disponible en Argentina **¡Odio el Gym!**, el libro del especialista en obesidad **Sergio Verón**, panelista del programa televisivo *Cuestión de Peso*, que se emite por Canal 13, y coordinador de Educación Física en la Clínica de Nutrición y Salud Dr. Cormillot. Este libro fue publicado en el país por la editorial Edaf del Plata.

“Cada uno de nosotros tiene a su alcance el remedio más inmediato, seguro y confiable para potenciar su salud. No tiene vencimientos, funciona tanto para jóvenes como mayores y, sin ninguna duda, es capaz de cambiarnos la forma de vivir”, asegura Sergio Verón en referencia a la actividad física.

El libro contiene recomendaciones y rutinas de entrenamiento diseñadas por el especialista, que no requieren de equipamientos de gimnasios para su ejecución. Por el contrario, Verón propone una gran variedad de actividades para estar en forma utilizando los objetos más cotidianos de la casa, desde libros y sillas, hasta botellas de agua.

Para mayor información escribir a edafdelplata@edaf.net



Tangona en el nuevo reality show de América TV

El entrenador **Daniel Tangona** será parte del *staff* del nuevo *reality show* “¿Qué no me gusta de mí?”, que saldrá al aire durante el verano por la pantalla de América TV. En el programa, los participantes serán asesorados por el entrenador, especialistas médicos y esteticistas, con el objeto de mejorar su apariencia física e incorporar hábitos saludables.

El médico nutricionista Máximo Ravenna, el cirujano plástico José Juri, el oftalmólogo Roberto Zaldívar y el diseñador Claudio Cosano conformarían el resto del equipo de profesionales que guiará a los participantes durante su transformación. Trascendidos indican que la conducción del programa podría recaer en Pamela David.

AQUADEMY

BUSINESS CONFERENCE

SEGUNDA JORNADA DE CAPACITACIÓN GERENCIAL PARA PROPIETARIOS Y ADMINISTRADORES DE NATATORIOS.

26 de
ABRIL



www.mercadofitness.com

Tendencias



El entrenamiento intervalado de alta intensidad (HIIT, según su sigla en inglés) ocupa el puesto número 1 del *ranking* anual de tendencias del fitness que elabora desde hace 8 años el Colegio Americano de Medicina del Deporte (ACSM).

En su informe de tendencias del fitness, el **Colegio Americano de Medicina del Deporte** (ACSM, según su sigla en inglés) reveló que el *ranking* 2014 lo encabeza, por primera vez, el entrenamiento intervalado de alta intensidad, seguido por los ejercicios con el propio peso corporal. Mientras que Zumba registró una de las mayores caídas en este informe.

El objetivo principal de este estudio es confirmar, reconfirmar o presentar nuevas tendencias que tendrán impacto en la industria de clubes y gimnasios. Para este octavo informe, el ACSM analizó las respuestas de 3.815 profesionales del fitness, provenientes de diferentes países, que identificaron 38 posibles tendencias para el próximo año.



En este sentido, los expertos del ACSM hacen un gran esfuerzo por diferenciar tendencias de modas. Las primeras son descriptas en el informe como "un cambio general de situación o comportamiento de la gente", mientras que las segundas son definidas como "algo que es tomado con gran entusiasmo por un corto periodo".

Para 2014, las 20 principales tendencias del ACSM son:

1. Entrenamiento intervalado de alta intensidad

Consiste en cortos periodos de ejercicio intenso, seguidos por cortos periodos de recuperación. Normalmente duran menos de 30 minutos. A pesar del peligro potencial que conlleva por los riesgos de lesión asociados, esta actividad se tornó popular en gimnasios de todo el mundo y ocupa hoy el puesto 1 en el *ranking* de tendencias 2014.

**NUEVA VERSIÓN
FREE**

SISTEMA DE
**AUTOGESTIÓN DE
TURNOS**

SOLICITALO HOY MISMO!

www.turnocheck.com




**SIMPLE, RÁPIDO Y EFICAZ PARA
ORGANIZAR LAS RESERVAS
DE TUS CLIENTES**

info@turnocheck.com (5411) 5093-5346 / 2073-1234

encabeza el ranking del **ACSM**

2. Entrenamiento con el peso corporal

Esta tendencia apareció por primera vez en el *ranking* 2013, escalando una posición al segundo lugar este año. La gente ha usado el peso de su cuerpo para ejercitarse durante siglos, pero en los últimos tiempos los gimnasios lo relanzaron como un programa, que requiere mínimo equipamiento, lo cual lo torna en una forma barata y efectiva de entrenar.

3. Profesionales formados, certificados y con experiencia

Esta tendencia cayó del puesto 1, que ocupó durante los últimos 6 años, al tercer lugar del *ranking*. Es cada vez mayor la oferta educativa que tiene el sector. Y el Departamento de Empleo de Estados Unidos sigue prediciendo en sus estadísticas que "la contratación de instructores de fitness y entrenadores personales crecerá un 24% entre el 2010 y 2020".

4. Entrenamiento de fuerza

El entrenamiento de fuerza cayó este año dos puestos, del segundo al cuarto lugar, pero es una tendencia fuerte desde la primera edición de este informe. Muchos jóvenes, clientes de gimnasios, se entrenan exclusivamente con pesas. Sin embargo, hoy todo tipo de individuos se enfocan, al ejercitarse, en mejorar o conservar su nivel de fuerza.

5. Ejercicio y pérdida de peso

Este tipo de programas promueve la inclusión de la actividad física regular en las dietas que restringen la ingesta de calorías para controlar el peso. Esta tendencia ha ido mejorando su ubicación en el *ranking* desde los inicios de este informe, repitiendo este año el 5° puesto que obtuvo en 2013. La combinación de dieta y ejercicio es esencial para perder peso.

6. Entrenamiento personalizado

Los entrenadores personales son actores importantes en distintos ámbitos de esta industria: en el fitness corporativo, en gimnasios, en programas médicos, etc. A medida que más profesionales se capacitan y se certifican, el entrenamiento personalizado se consolida aún más. Esta tendencia ha estado dentro del top 10 de este *ranking* en los últimos 8 años.

7. Programas de fitness para adultos mayores

La preocupación por la salud de los ancianos ha estado siempre en los primeros lugares de este informe y 2014 no es la excepción. Como este grupo suele disponer de mayores recursos para usar discrecionalmente, que la población más joven, los gimnasios deben capitalizar este segmento de mercado, ofreciéndole programas apropiados y seguros.



Nueva Línea
bioFA
con Sensores de Medición
de Fuerza Isométrica

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



8. Fitness funcional

Apareció por primera vez en el *ranking* del ACSM en el puesto 4 en 2007 y desde entonces se mantuvo, excepto en el año 2009, en el *top 10* de tendencias. Estos tipos de ejercicios mejoran el equilibrio, la coordinación, la fuerza, la potencia y la resistencia, con el fin de que un individuo pueda desarrollar mejor las tareas cotidianas.

9. Entrenamiento personalizado grupal

El entrenador entrega el servicio personal que los clientes esperan, pero lo hace para grupos reducidos, de 2 a 4 individuos, a los que entrena al mismo tiempo, ofreciéndoles a cambio descuentos en su tarifa por hora a cada integrante. Ésta parece ser una alternativa razonable, desde el punto de vista económico, tanto para los *personal trainers* como para sus clientes.

10. Yoga

Apareció en el *top 10* en 2008, pero al año siguiente cayó al puesto 20. Desde entonces ha ido recuperando posiciones para estar en 2014, nuevamente, entre las 10 primeras tendencias. El Yoga se reinventa permanentemente y se ofrece en varias modalidades. Además, existen abundantes videos y libros instructivos, así como certificaciones.

11. Ejercicios para el tratamiento y prevención de la obesidad infantil

La obesidad infantil es una de las mayores problemáticas sanitarias en la mayoría de los países del mundo y se torna cada vez más importante buscarle una solución. Y cuantas más horas de educación física recorte el sistema educativo público, mayores serán las oportunidades para que gimnasios puedan aprovechar el potencial de este segmento.

12. Promoción de la salud en el trabajo

Esta tendencia abarca a un amplio abanico de programas y servicios que incorporan sistemas de evaluación de costos por enfermedad y productividad laboral. Algunos de estos programas se desarrollan dentro de las mismas compañías y otros afuera, a veces en gimnasios. En cualquier caso, el objetivo es siempre mejorar la salud de los trabajadores.

13. Core Training

Entre 2007 y 2010, esta actividad se mantuvo en el *top 5* del *ranking*, pero en los últimos 4 años perdió popularidad, ocupando ahora el puesto 13, según el ACSM. Con el *Core Training* se busca fortalecer los músculos estabilizadores del abdomen, tórax y espalda. Normalmente se usan elementos de estabilidad como esferas, bosis, tablas y rolos.

14. Actividades al aire libre

Normalmente abarca actividades como escalada, canotaje, juegos, deportes y también se incluyen programas de aventura, como viajes y campamentos. En 2010, esta tendencia ocupó el puesto 25, en 2011 el 27, en 2012 el 14 y el año pasado el 13. Este tipo de actividades puede realizarse con la familia, con amigos, en grupos o de forma individual.

15. Entrenamiento en circuito

Apareció en el puesto 18 en 2013 y ahora ocupa el 15 del *ranking*. Los circuitos consisten en grupos de 6 a 10 ejercicios, que completan uno tras otro, en una secuencia predeterminada. Cada ejercicio tiene una cantidad específica de repeticiones o un tiempo de duración, seguido por un descanso rápido antes de la próxima estación.

OZONO FITNESS

ozone_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



16. Medición de resultados

Esta tendencia estuvo fuera del top 20 en los últimos años, pero reapareció en el puesto 17 en 2013. Su énfasis está puesto en definir metas y monitorear resultados para probarle a quienes realizan un programa de actividad física que éste realmente funciona. La proliferación de tecnologías de medición significa un gran aporte en este sentido.

17. Wellness coaching

En el top 20 durante los últimos tres años, esta tendencia integra la promoción de la salud, la prevención de enfermedades y los programas de rehabilitación con técnicas específicas para lograr cambios comportamentales en las personas. Normalmente, este tipo de servicios se ofrece en forma personalizada, con un coach que sirve de apoyo, guía y motivación.

18. Entrenamiento deportivo específico

Dejó el top 10 en 2010 y fue cayendo en posiciones desde entonces hasta el puesto 20 en 2013. Esta tendencia contempla la preparación física de atletas para deportes particulares como el baseball o el tenis. Este tipo de entrenamientos específicos posiblemente le permita a clubes y gimnasios atraer un nuevo mercado, ofreciéndole un tipo de servicio diferente.

19. Programas de incentivos para trabajadores

Apareció en el top 20 de este ranking en 2011 y se mantuvo en los siguientes dos años. Consiste en estimular en los trabajadores comportamientos saludables, en el marco de un programa de beneficios para los empleados y un programa de promoción de la salud, cuyo objetivo principal es la reducción de costos por enfermedad y ausentismo para la empresa.

20. Boot Camp

Apareció en el ranking en 2008 y fue ganando posiciones hasta 2012, cuando cayó del puesto 8 al 13, y luego al 16 en 2013. Éste es un entrenamiento de alta intensidad, de estilo militar, que mejora la condición cardiovascular, la fuerza, la resistencia y la flexibilidad. Se realiza tanto *indoor* como *outdoor* y suele ser guiado por un instructor muy entusiasta. ■

Dentro del top 10 de tendencias para 2014, 8 ya habían figurado en rankings anteriores.



DECIRLO, CREERLO, CREARLO.

COMUNICACIÓN Y MARKETING MOTIVACIONAL

#remeras #calendarios #bolsas
 #tazas #colchonetas #llaveros
 #lapiceras #imanes #pines
 #gráfica vehicular #calcos

WAYKIS®
 ideas in shape

WWW.WAYKIS.COM





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



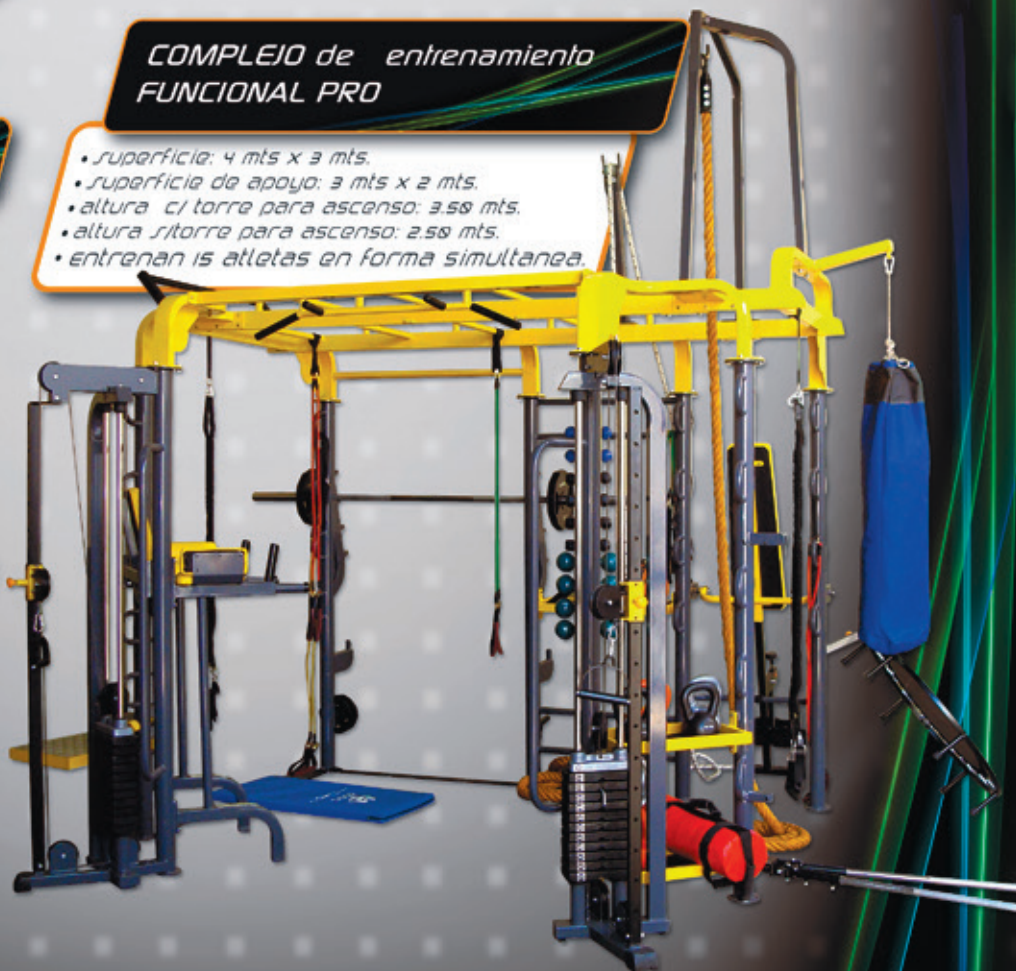
CODIGO 13007

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



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

MENDOZA

Usuarios de gimnasios deberán firmar declaración jurada para entrenar



Además se fijará una edad mínima para poder entrenar en gimnasios y se les exigirá un título oficial a quienes trabajen como entrenadores personales.

La **Secretaría de Deportes de Mendoza** enviará a la legislatura un proyecto de ley que modificará a la Ley 6.457, que regula a los gimnasios provinciales, con motivo de las dos muertes registradas en centros de fitness durante 2013. El último incidente ocurrió en noviembre cuando una fisicoculturista sufrió un paro cardíaco mientras entrenaba.

Una vez sancionado el proyecto, que se estima ingresará al parlamento en enero, los gimnasios deberán exigirles a sus socios que firmen mensualmente una declaración jurada que certifique que se encuentran aptos para realizar actividad física. En el caso de los menores de edad, el documento deberá ser firmado por los padres.

En declaraciones a la prensa local, el jefe de Gabinete de Deportes, **Eduardo Lapiana**, manifestó que aun cuando los gimnasios solicitan a los usuarios un certificado médico que avale su condición física, "la mayoría de los clientes no lo entrega o lo trae firmado por un amigo profesional, sin haberse realizado el chequeo pertinente".

En la opinión de **Alejandro Zlotow**, gerente del gimnasio **Amazona**, de Analía Herrera, los certificados médicos sólo tienen validez en el momento que se emiten. "La declaración jurada resguardaría legalmente al gimnasio. Sin embargo, no sabemos hasta qué punto y tampoco existe un seguro que proteja al sector contra este tipo de incidentes".

"Estamos de acuerdo con la medida por seguridad pero no resuelve el tema de fondo, que es la protección y bienestar del usuario", explica **Marcelo Innella**, gerente de **Energym**, de Godoy Cruz, para quien la firma de las declaraciones juradas debería realizarse trimestral o semestralmente. "No es fácil perseguir todos los meses a 500 socios", señala.

Para **Sebastián Renalias**, propietario del gimnasio **Bio Fitness**, de Luján de Cuyo, que tiene 400 socios y 15 años de trayectoria en el mercado local, sólo se trata de un paliativo. "Hoy en día, con la ley vigente, no hay control y existen cientos de gimnasios ilegales en Mendoza. Entonces, aunque modifiquen la ley, no va a terminar sucediendo nada", opina.

Además de exigir una declaración jurada, el proyecto incluirá dos modificaciones más: la definición de un mínimo de edad para ingresar a un gimnasio y la regulación de la actividad desarrollada por los entrenadores personales, quienes deberán contar con título oficial y ser profesores o licenciados en Educación Física.

Ziva+
Changing Your Workout
www.ZivaPlus.com

CORECycle
Sistema de Monitoreo Cardíaco Grupal

NUEVO PRODUCTO
CoreCycle Personal Trainer

PRECIO
\$1599
Pesos Argentinos
Válido hasta 31/01/14

LANZAMIENTO

Alcance puedes utilizar nuestro sistema para monitorear a tus alumnos personalizadas.

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.

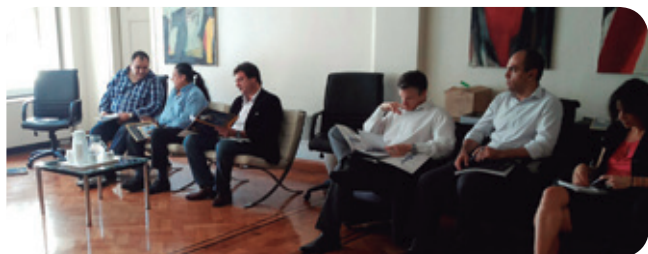


www.semikon.com.ar

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

CIUDAD DE BUENOS AIRES

El gobierno avanza en la creación del Distrito del Deporte



En noviembre, un grupo de empresarios del sector del fitness mantuvo un encuentro con **Germán Gutiérrez**, asesor del Ministerio de Desarrollo Económico de la Ciudad de Buenos Aires, con motivo de la inminente creación del Distrito del Deporte en la Comuna 8, integrada por los barrios de Villa Soldati, Villa Lugano y Villa Riachuelo.

Aquellas empresas y profesionales que se radiquen o ya se encuentren dentro del distrito obtendrán como beneficio la exención de los impuestos sobre Ingresos Brutos, Delineación urbana y Construcción, Territorial y de Pavimentos, Sellos y de Alumbrado, Barrido y Limpieza. Además, gozarán de créditos preferenciales otorgados por el Banco Ciudad.

El proyecto está dirigido a personas físicas o jurídicas que se dediquen a la fabricación de productos deportivos; a la construcción, mantenimiento o reparación de infraestructura deportiva; y a la prestación de distintos servicios, por parte de profesionales, técnicos y escuelas deportivas, para la realización de prácticas deportivas.

Desde el Gobierno porteño proyectan la sanción de la ley en el mes de diciembre. A partir de su reglamentación, los beneficios tendrán una vigencia de 10 años. Para la revalorización social y económica de la zona también se prevé la construcción de una villa olímpica, con motivo los Juegos Olímpicos de la Juventud que tendrán lugar en 2018.

Crece los controles a gimnasios en San Juan y en Paraná



Tras el inicio de la temporada alta de gimnasios, la **Dirección de Deportes** del gobierno de San Juan inició controles a nivel provincial con el objetivo de verificar el cumplimiento de la LEY N° 8.281, que regula a gimnasios, centros deportivos, academias y demás institutos dedicados a la actividad física, prácticas preventivas y recuperativas.

La normativa, sancionada en 2012, establece que los centros deben estar bajo la dirección técnica de un profesional de la educación física y los usuarios deben presentar en forma obligatoria el apto médico. Según el periódico Diario La Provincia, el director de Deportes, **Gustavo Álvarez**, señaló que "en caso de incumplimientos se puede clausurar el local".

Por su parte, en la ciudad de Paraná, provincia de Entre Ríos, el Concejo Deliberante aprobó recientemente un proyecto de resolución que solicita al Departamento Ejecutivo Municipal el efectivo cumplimiento de la ordenanza N° 8.903, que regula la actividad de los gimnasios desde julio de 2010.

Según **Diego Scocco**, titular de la cámara de gimnasios de Paraná, hasta ahora nunca se salió a controlar a los gimnasios en nombre de la ordenanza. "En Paraná hay alrededor de 70 centros y sobran los dedos de una mano para decir cuáles están habilitados", alertó el profesor de educación física y director de Oxígeno – Actividades Físicas & Spa.



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

FESTEJAMOS EL 15º ANIVERSARIO

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

Escuelas Nef
@escuelasnef
Escuelasnef





En 2014 URANIUM puede formar parte del equipo de tu gimnasio

EQUIPAMIENTO NUEVO

Elliptical Series es la más completa línea de musculación del mercado argentino, compuesta por más de cincuenta productos entre los que podemos encontrar: Estaciones Individuales, Duales, Poleas, Bancos y Accesorios. De biomecánica destacada, movimientos convergentes y precisos. Su diseño robusto le da a sus usuarios, una sensación de satisfacción superior. **Pruebelas!**



PLAN CANJE

Una magnífica oportunidad para cambiar su equipamiento **Uranium Classic** por la nueva Línea **Elliptical Series**. Entregando en parte de pago sus equipos en el estado que estén. Este plan, ha sido un éxito rotundo, por eso decidimos continuar por algunos meses más. Si sus equipos no son **Uranium**, no deje de consultarnos. Podemos armar un plan a su medida.

PLAN REFURBISHED

Uranium suma a su oferta, equipos de la línea **Uranium Classic**. Los productos en su mayoría ingresan a fábrica por el *Plan Canje*. Son desarmados íntegramente, ingresando en línea de producción, garantizando de esta forma que los equipos estén óptimos para volver al mercado.

También los Clientes que poseen equipos **Uranium Classic**, pueden optar por este sistema para recuperar a nuevo sus productos. **Consultenos!**

Contamos con una trayectoria de más de 20 años en el mercado, equipamos a la mayoría de los gimnasios y cadenas más importantes del país. Nuestra industria esta a la altura de los mejores fabricantes mundiales.

Uranium brinda asesoramiento integral. El mejor financiamiento directo. Y un producto, robusto, confortable, versátil, del que estará orgulloso por muchos años.

Lo esperamos!



 URANIUM
uraniumfitness.com

NUEVA

Serie FIT

Equipos
Múltiples
para espacios
reducidos



Con el respaldo de:

 FITNESS
COMPANY

EN RUSIA

Tickets del metro a cambio de sentadillas



La acción tuvo como fin promover los juegos olímpicos de invierno 2014. Hace un par de años, con el fin de estimular la actividad física, en Bélgica y en Chile, convirtieron las escaleras fijas del metro en pianos gigantes que la gente podía tocar con sus pies.

En 2009, los ciudadanos de Bruselas, en Bélgica, fueron testigos de una singular y divertida experiencia: convertir en notas musicales cada uno de sus pasos sobre los peldaños de una escalera fija del metro de la ciudad. Para esto, convirtieron los escalones -provistos de sensores- en teclas gigantes de un piano, que sonaban a medida que la gente las pisaba.

Este proyecto se realizó en el marco de la "Semana del Corazón" con el objetivo de motivar a los pasajeros del metro a usar las escaleras normales y no las mecánicas. En 2010, repitieron la misma experiencia en la estación de metro de la Quinta Normal en Santiago de Chile, también con el fin de estimular a la gente, de una forma divertida, a hacer ejercicio.

A tono con este tipo de ideas creativas para divulgar estilos de vida saludables, recientemente una empresa instaló en el metro de Moscú, Rusia, una máquina que entregaba boletos a cambio de 30 sentadillas, en lugar de hacerlo por dinero. El objetivo esta vez fue promover los juegos olímpicos de invierno a realizarse en Sochi, en 2014.

Estacionamientos subterráneos para bicicletas



En los últimos años, las bicicletas han ido recuperando terreno como medio de transporte en las grandes urbes atestadas de automóviles. La contracara de este saludable fenómeno es que en muchas de esas ciudades, que no estaban preparadas para ese crecimiento, es cada vez más complicado para los usuarios de bicis encontrar lugares aptos para estacionarlas.

Frente a esto, en España han instalado estacionamientos subterráneos -llamados **Biceberg**- en los que caben hasta 92 bicicletas. Para estacionar una bicicleta allí, hay que introducir una tarjeta y una clave para abrir así una puerta que da acceso a una cabina en donde se guarda la bicicleta, que luego descende por un cilindro entre 1,5 y 5,75 metros bajo tierra.

Algo similar hizo en Japón la firma **Giken**, que diseñó **Eco Cycle**, un estacionamiento subterráneo construido con tecnología antisísmica, que permite estacionar 200 bicicletas en un mismo lugar. El sistema se activa con una tarjeta que reconoce al usuario, quien se debe registrar y pagar U\$30 dólares mensuales o U\$15, en el caso de los estudiantes.

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 !!!

Software de Administración y Entrenamiento de Fitness

Control de Acceso por Huellas, Tarjetas o manual

Agenda de turnos para clases y consultorios

Único sistema con integración a redes sociales !!!

Informática & Deportes

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

NUEVO

El mayor enemigo
de los profesionales y las empresas
no es la competencia

No son los otros. ni un tercero. ni las circunstancias.

El mayor enemigo de los profesionales y las empresas

es la Ignorancia.

Y para evitar caer en su red o salir de ella

NECESITAMOS ENTENDER HACIA DÓNDE VA EL MUNDO

en tanto le aportemos alguna

contribución innovadora y positiva

para dejarlo mejor de lo que lo encontramos.

Les Mills. **One Tribe**



LES MILLS
Argentina

www.bodysystems.org





“Entrené 150



Con esta realidad se toparon en 2009 estudiantes de la escuela **Berghs School of Communication**, de Suecia, que debían desarrollar una estrategia de reposicionamiento de marca para **Fortum**, una compañía de electricidad líder en los países escandinavos. Y para lograr esto, propusieron invertir el presupuesto de marketing de una manera diferente.

Para reposicionar su marca, estudiantes de publicidad le propusieron a una compañía eléctrica escandinava abrir su propio gimnasio. Allí sus clientes podrían generar energía, entrenando en las máquinas, que sería restada a fin de mes de su factura de servicios.

No resulta nada extraño que a nadie le gusten las compañías eléctricas. El producto que venden es algo que el común de la gente da por sentado que tiene a su alcance y, además, los clientes sólo entran en contacto con ese tipo de empresas, una vez por mes, cuando reciben las facturas de servicios, que deben pagar por lo que consumen.

Partiendo de la premisa de que la energía eléctrica no es algo que la gente debería dar por sentado -ya que se consume mucha a diario-, los estudiantes de publicidad pensaron en formas de involucrar a los clientes de Fortum con su propio consumo de electricidad, con el objetivo final de convertir una aburrida compañía eléctrica en una marca divertida.

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 Domínico - Bs. As.



kilowatts esta mañana”

Para esto, pensaron en hacer algo que a ninguna otra compañía del sector se le ocurriría: abrir un gimnasio, **Forum Active**, en el que todos los equipos estarían conectados a generadores eléctricos. Esto le permitiría a cada usuario producir su propia energía mientras ejercitaba, la cual a fin de mes sería restada de su factura de electricidad.

La persona en lugar de decir “entrené una hora esta mañana” diría “entrené 150 kilowatts esta mañana”. Las máquinas iban a estar sincronizadas con el perfil que cada usuario tendría *online*, desde el cual éste podría monitorear la cantidad de energía que generaba en el gimnasio, su nivel de su consumo en el hogar y planificar sus próximos entrenamientos.

Además, los clientes contarían con una aplicación para teléfonos móviles desde la cual podrían monitorear esos parámetros. Asimismo, la campaña contemplaba que cuando el usuario entrara al gimnasio, su estatus en redes sociales se actualizaría automáticamente para decirles a sus amigos que estaba allí, generando energía mientras entrenaba.

Por otro lado, estaba previsto el lanzamiento de una línea de productos -Fortum Energy Drink y Fortum Energy Bars- que serían vendidos en forma directa a clientes y a través de tiendas minoristas. De este modo, con el eslogan “tu energía se convierte en energía”, el gimnasio se convertiría en la principal herramienta de comunicación de la compañía.

Con este plan de acción, Fortum crearía conciencia sobre cuánta energía se necesita para generar electricidad; incrementaría la frecuencia de contacto con sus clientes; la energía generada se restaría de la factura y del perímetro de cintura de cada cliente; y, sobre todo, lograrían el objetivo de dejar de ser una marca aburrida y convertirse en una divertida.

Esta creativa campaña tuvo una recepción excepcional en la comunidad de marketing. Tanto es así que obtuvo dos premios muy importantes en el mundo de la publicidad: el Gold en los *Clio Awards* y el *Future Lion* en Cannes. Sin embargo, llamativamente, la compañía eléctrica Fortum nunca puso en práctica ninguna de estas ideas. ■

CAPACITACION PROFESIONAL

DICTADA POR **SANTIAGO “SIRI” TERBALCA**

ENTRENAMIENTO
REAL

CAPACITATE E IMPLEMENTALO EN TU PAÍS O PROVINCIA.

VOS PODÉS SER EL PRÓXIMO!!

CAPACITACIONES EN LATINOAMERICA
Y CENTROAMERICA

ARGENTINA - COSTA RICA - REPUBLICA DOMINICANA - URUGUAY
PARAGUAY - CHILE - BRASIL - ECUADOR

CONTACTO: jime@crossfittuluka.com

WWW.CROSSFITLULUKA.COM



Panamá

HINO GYM,

un gimnasio móvil para camioneros



Fue montado con partes de camiones, por la compañía Hino Trucks, para ayudar a sus camioneros a mejorar su estilo de vida. En el verano de 2014 abrirán 5 gimnasios más.

Tres millones de personas mueren anualmente, en todo el planeta, a causa de enfermedades que son consecuencia del sobrepeso y el estilo de vida sedentario. En Panamá, 6 de cada 10 habitantes fallece por estas causas, según la Organización Mundial de la Salud (OMS). Y los camioneros son parte importante de estas alarmantes estadísticas.

Por esta razón, la compañía multinacional Hino Trucks, fabricante de camiones, decidió lanzar, con la ayuda de la agencia publicitaria P4 Ogilvy & Mather Panamá, una campaña para ayudar a los camioneros a mejorar su expectativa de vida. Y eligieron hacerlo montando el primer gimnasio móvil, con equipamientos hechos con partes de camiones.

Bajo el eslogan "camioneros tan resistentes como nuestros camiones", la compañía abrió las puertas del primer Hino Gym, donde en tan sólo un mes 120 camioneros quemaron más de 96 mil calorías. Frente a estos promisorios resultados, Hino Trucks prevé abrir 5 nuevos gimnasios móviles durante el verano de 2014. ■

FULL MAK

Servicios y soluciones para gimnasios

TAPIZADOS Y RETAPIZADOS DE EQUIPAMIENTOS DE MUSCULACIÓN Y PILATES

WWW.FULLMAK.COM.AR

Cambiamos los tapizados deteriorados por piezas completamente nuevas, sin interrumpir el funcionamiento de la máquina



DISTRIBUIDOR DE REPUESTOS E INSUMOS 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

Mercado Pago



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 PARA ARGENTINA: ARGENTRADE SRL
Calle 514 N° 2050 • La Plata (1901) • Argentina • Tel/Fax (0221) 471-2323 / (011) 4815-2950
ventas@randers.com.ar • sgrigera@randers.com.ar

DISTRIBUYE Y GARANTIZA
ARGENTRADE SRL

ARTIS[®]

ART IN MOTION



ARTIS[®] es la primera colección de 30 piezas de cardio, fuerza y equipos funcionales totalmente integrados. Un abanico de productos que redefine el espacio de entrenamiento con un diseño uniforme, para ofrecer una experiencia de entrenamiento totalmente conectada, para proveer un movimiento totalmente natural, para reducir, reciclar y renovar energía.



**Bienvenido al inicio de una nueva generación.
Averigua más en www.technogym.com/artis**

LATAM - TECHNOGYM EQUIPAMENTOS DE GINÁSTICA E SOLUÇÃO PARA BEM-ESTAR LTDA.
Ph. +55 21-3176-6070 - E-mail: info_latam@technogym.com

OTHER COUNTRIES - TECHNOGYM SpA - Ph. +39 0547 650111 - E-mail: info@technogym.com

TECHNOGYM®

The Wellness Company

Marketing de Guerrilla

Cuando la creatividad es tu mejor arma

Sorprender al consumidor de una forma no convencional en su interacción con una marca, sumergiéndolo en experiencias memorables, que desee luego compartir con amigos. Ésta es la esencia del marketing de guerrilla, una opción de divulgación a la que cada vez más gimnasios apelan para posicionarse y captar prospectos. Reunimos 32 ejemplos de creativas acciones, desarrolladas con bajo presupuesto, por gimnasios de todo el mundo.

En 1984, el creativo publicitario **Jay Conrad Levinson** acuñó por primera vez el término *Guerrilla Marketing* para designar a las estrategias de mercadotecnia ejecutadas por medios no convencionales. Éstas consisten en tomar por sorpresa al consumidor en contextos donde no espera ser interpelado, promover vivencias positivas en él y generar la empatía suficiente como para que desee contar y compartir con otros la experiencia vivida.

A diferencia de la publicidad tradicional, no necesita de grandes montos de inversión, lo que lo convierte en una herramienta ideal para pequeñas y jóvenes empresas. Sin embargo, requiere tiempo, esfuerzo y mucho ingenio. La clave radica en la originalidad con la que se personaliza el mensaje, que también "debe generar interacción con la marca e involucrar los 5 sentidos", explica **Marcela Garcés**, jefa de Marketing de la cadena **Bodytech**, en Perú.

Desde juegos de agilidad, desafíos de fuerza, bromas, caricaturas, concursos y regalos; en *shoppings*, en vía pública o en estacionamientos; mediante adhesivos, con ropa, carteles, correspondencia, cajas y también sobres; a través de alianzas con peluquerías, panaderías, supermercados, restaurantes, pizzerías y tiendas de ropa. En acciones de guerrilla, la creatividad no entiende de reglas. Pero es necesario respetar ciertos lineamientos.

En la opinión de **Sergio Serrano**, consultor español de gimnasios y director de la agencia de publicidad **Social Synapsis**, lo más importante es que la campaña esté claramente vinculada con el negocio y que la estrategia desarrollada no le robe protagonismo a la marca. Caso contrario, "la gente termina por recordar la acción, incluso de qué sector provenía, pero no quién era el anunciante", explica.

En este sentido, **Julián Rud**, socio fundador de la consultora **Fitcode**, en Argentina, destaca que por replicar acciones que otros han hecho, "se suele perder el mensaje y la identidad del gimnasio". Numerosas y buenas ideas para promocionar centros de acondicionamiento físico pueden surgir incluso de otras industrias, pero cuando se las toma prestadas, necesitan ser "transformadas y adaptadas" a la esencia del propio negocio.

En analogía con la guerra de guerrillas, el consultor brasileño **Luis Amoroso**, director de la red de gimnasios **Monday**, de San Pablo, señala que para llevar adelante este tipo de marketing se deben diseñar una serie de pequeñas acciones, de breve duración, a ser ejecutadas a lo largo del tiempo. Por el contrario, en su opinión, "sería incorrecto llevar adelante una campaña de manera aislada y esperar de ésta resultados significativos".

Para el especialista, el éxito de toda estrategia de guerrilla en la industria del fitness pasa por la definición precisa del público objetivo al que se apunta y por la regularidad con la que se realicen este tipo de acciones. Esto permitirá “construir una relación con el cliente potencial” para que, en el preciso momento en que el usuario piense en la idea de realizar actividad física, “nuestro gimnasio aparezca primero en su mente”.

“Lo importante es generar contenidos de alto valor y ser capaces de viralizarlos, es decir, hacer que la gente hable de la marca y de lo que se está haciendo. Para ello, Internet y especialmente las redes sociales resultan aliados estratégicos en los que no sólo hay que estar, sino saber estar”, remarca **Lucas Lepera**, director de **Láicmi**, consultora de comunicación, marketing y tecnología 2.0 especializada en el sector de fitness.

Además del bajo costo, el alto impacto y el efecto multiplicador que puede lograr un mensaje por medio de las nuevas tecnologías, otra de las ventajas que brinda el diseño de una campaña de guerrilla es no estar limitado por ningún soporte. “No debes encuadrarte en el tamaño de ningún folleto, ni en los 20 segundos de un spot de radio. Los límites son las ideas”, remarca Serrano, quien aconseja el asesoramiento profesional para llevarlas a cabo.

Al igual que cualquier otra acción de marketing, una de guerrilla debe ser planificada, contar con objetivos definidos y medir el retorno sobre la inversión. A la vez, los mensajes tienen que ser claros y previamente analizados, para que en el afán de cautivar miradas, ningún potencial consumidor se sienta molesto a causa de la campaña. Una buena idea la puede tener cualquiera, pero mal ejecutada puede resultar contraproducente para la marca.

Desde el punto de vista de Rud, este método de promoción tiene muy buenos resultados, especialmente “para trabajar sobre el área primaria” del gimnasio. Aun así, Lepera advierte el sinnúmero de oportunidades comerciales que muchos centros de fitness pierde a diario “al creer que por ser pequeños no tienen la estructura adecuada para realizar este tipo de acciones de marketing o, aún peor, por pensar que éstas no son necesarias”.

Imaginación sin fronteras

En marketing de guerrilla, cualquier medio es válido. Todos los espacios y objetos del entorno cotidiano sirven a modo de escenario. Solamente hay que transformarlos de

manera inesperada, para “crear una experiencia mágica que genere recordación”, destaca Garcés. Muchísimos son los ejemplos que han dejado boquiabiertas a personas de todo el mundo. Ahora, disfruten e inspírense con la creatividad de la que es capaz la industria del fitness.



Body Factory (España): Pegaron en vía pública carteles que simulaban la búsqueda de una persona extraviada, pero el mensaje decía: “Se busca (...) Mi vientre plano se ha escapado estas navidades”, y estaba acompañado de una foto para su reconocimiento. En la parte inferior del cartel, se podían recortar tiras con los números telefónicos del gimnasio.

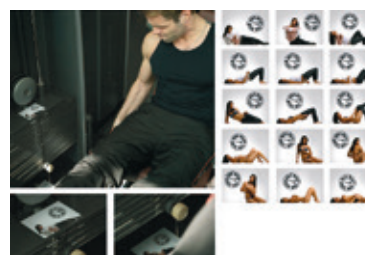


Bodytech (Perú): En verano, promotores recorrieron las playas con tablets que contenían juegos interactivos de agilidad y entrenamiento mental. Al jugar, las personas participaban por *merchandising*

de la empresa y también pases de invitación para conocer los gimnasios.



Companhia Athletica (Brasil): Colocaron bancos en plazas, con el asiento inclinado, para que la gente no pudiera sentarse. En el respaldo, un adhesivo decía “Muévete”.



Companhia Athletica (Brasil): *Strip-tease* - Cada lingote de la máquina tiene pegada la foto de una mujer quitándose la ropa. Cuanto más peso añade el usuario en su ejercicio, menos ropa

tendrá la mujer que vea. La campaña se llamó “¿Quiere más? Entrene más”.



Downtown Gyms (Italia): En las cercanías del gimnasio se colocaron reproducciones de bloques de cemento, realizadas en material liviano, obstruyendo autos estacionados. Cuando sus propietarios quitaban los bloques, tenían la ilusión de estar levantando un peso enorme, sin esfuerzo. En el bloque estaban los datos del gimnasio.



Dynamic Health: Colocaron en lugares públicos espejos que hacían lucir más delgada a la gente. Les tomaban una fotografía y se la obsequiaban en un marco imantado para pegarlo en la heladera, que además contenía mensajes motivacionales, logo y datos del gimnasio.



Energy (India): Para crear conciencia sobre el sobrepeso, se colocó en el suelo la imagen de una balanza que marcaba 90 kg, justo donde las personas apoyaban sus pies al sentarse en los bancos, con la leyenda: "Quemá calorías", junto a los datos de contacto del gimnasio.



Fitness Academy Sport Club: Realizaron un acuerdo con un fabricante de pan que abastecía a tiendas cercanas al gimnasio. Y se desarrolló un pack de pan

saludable, llamado Fitbuns, que contenía un *free pass* para ir a entrenar a este centro.



Fitness World: Colocaron un adhesivo en el escalón de entrada de una tienda, simulando un step.



Form & Fitness Gym (Dinamarca): En el interior de cada caja de pizza colocaron un flyer con el mensaje "Justifica tu podrido estilo de vida", junto a los datos del gimnasio.



Fuk Luk Sau (Italia): Colocaron un auto en una zona céntrica de la ciudad, al lado del árbol de Navidad, cubierto de papelitos, que eran pases gratuitos al gimnasio. Cada invitación decía: "¿Necesitas bajar de peso rápido? Llévate tu pase gratuito".



Funktion Personal Training (Canadá): Este centro especializado en programas de *Boot camp* al aire libre sacó a rodar por las calles de su vecindario una bicicleta fija horizontal con el mensaje "Escápate de tu aburrido gimnasio".

Future Sports (Noruega): Colocaron en mapas públicos de la ciudad adhesivos, más grandes que los puntos de referencia normal, para indicar exceso de peso. Los adhesivos decían "Usted está aquí y le llegó la hora de bajar de

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



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.





peso". Quienes enviaban un mensaje de texto diciendo "Estoy aquí", recibían en sus teléfonos las instrucciones para llegar al gimnasio más cercano. Y si seguían el resto de las instrucciones, tenían 20 % de descuento.



Garage Fitness Club (Israel): A quienes pedían bebidas dietéticas en restaurantes, se las servían en vasos especiales, que tenían la imagen de la frente de una persona y el mensaje: "Para estar delgado también es necesario sudar".

A medida que la persona bebía, por diferencia de temperatura, se generaba un efecto de gotas de sudor sobre la foto en el vaso.



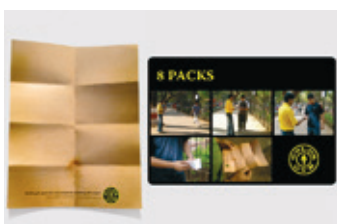
Greenline Gym (Italia): colocaron adhesivos con el mensaje "Quema lo que comes" en las cintas transportadoras de mercadería, en cajas registradoras de supermercados.



Godoi Muscle Gym (Brasil): Colocaron supuestos billetes de 50 reales debajo de las ruedas de autos estacionados. Para quedarse con esos billetes, la gente intentaba mover los autos. Quienes lo lograban, descubrían que no eran billetes verdaderos, sino cupones de 30 % de descuento para el gimnasio, que decían "Cuando más fuerte eres, más fácil es tu vida".



Gold's Gym (Egipto): A los hombres que iban a cortarse el cabello, les colocaban un delantal con la imagen de un cuerpo musculoso y el logo del gimnasio. Al salir de la peluquería, a los clientes se les entregaba una invitación para entrenar en Gold's Gym.



Gold's Gym (India): Tener abdominales marcados es tan fácil como abrir este folleto. Folletos doblados, con la imagen del estómago de un hombre, se entregaron en parques. Cuando las

personas los abrían, las marcas del papel simulaban músculos abdominales bien marcados. Llevando ese folleto al gimnasio, había 20 % de descuento en la inscripción.

Gold's Gym: En el *ticket* del supermercado, en lugar de aparecer los precios de cada alimento, aparecía la cantidad de calorías que contenía, junto a actividades diarias sugeridas para quemar esas calorías.



Gold's Gym (Estados Unidos): Al comprar una nueva camisa, los hombres descubrían la fotografía de un cuerpo musculoso dentro del envoltorio, simulando lo sensuales que se verían en ella si tuvieran un cuerpo Gold's Gym.



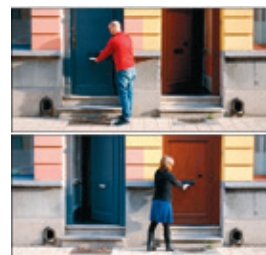
Gold's Gym (Estados Unidos): Para las cajas de supermercados, fueron diseñados separadores de artículos con el logo y los datos del gimnasio. Cada separador tenía un peso de 6,9 kg. Además, en tapas de frascos colocaron también el logo de Gold's Gym.



Guangyin Yoga (Shanghai): Pusieron una pequeña caja de madera en una zona céntrica y dentro se metió uno de los maestros de yoga. Cada vez que alguien pasaba cerca, una mano salía por sorpresa para darle al transeúnte una tarjeta de invitación al centro.



Gym Box (Reino Unido): Eligieron comunicar la apertura de una nueva sucursal en los pasamanos de las escaleras del centro comercial donde estaba ubicada la nueva sede.



Health City: Enviaron intencionalmente correspondencia a la dirección equivocada. El sobre tenía la dirección correcta del receptor, pero el nombre de su vecino. Entonces, éste iba hasta su casa y dejaba la carta en su buzón. Pero el vecino, luego, hacía lo mismo al ver que la carta no tenía su dirección. Finalmente, al abrir el sobre, el mensaje destacaba que ambos ya habían hecho ejercicio, pero que para ponerse en forma debían ir a Health City.



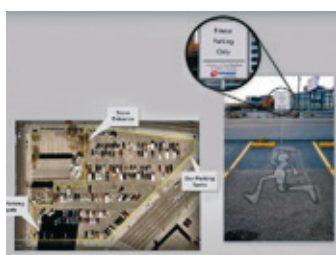
Iron Kore (Canadá): Volcaron un automóvil a metros de la puerta del gimnasio y pusieron un cartel que decía "Te dijimos que estaba prohibido estacionar".



Iron Kore (Canadá): Se colocaron en vía pública bloques de cemento con el logo del gimnasio. El objetivo era desafiar a clientes potenciales en su primera interacción con la marca. Por cada bloque que llevaban al gimnasio, obtenían un mes gratis de entrenamiento.



Metalac (Croacia): Colocaron en la salida de un shopping una barra olímpica con 2 discos que sumaban 40 kilos y delante pusieron un cartel que desafiaba a los transeúntes: "¿Crees que puedes hacerlo?". Lo que nadie sabía era que los discos estaban sujetos a una base de acero instalada debajo del piso, lo que hacía imposible levantar la barra.



24 Hour Fitness (EEUU): En el estacionamiento de un centro comercial, bloquearon algunos espacios para autos, que estaban distantes de la puerta de entrada, con un cartel que decía "Fitness Parking Only". El

objetivo era incentivar a los consumidores a caminar la mayor distancia posible desde sus autos hasta las tiendas.



SportsGym (EEUU): *Anger Management* (manejo de la ira, en inglés). Este folleto fue pegado en una cartelera, con el número telefónico del gimnasio y la dirección del mismo.



World Class Gym (Suecia): Para su lanzamiento, el gimnasio colocó, en diferentes puntos estratégicos de la ciudad, a un caricaturista para que realizara dibujos de los peatones con cuerpos perfectos, para luego entregarles un cupón con una oferta especial de inscripción.



YMCA (Canadá): Para invitar a sus socios a visitar su nuevo sitio web, que contenía videos de entrenamiento de 2 minutos a cargo de los instructores de la YMCA, colocaron bolsos dentro de sus instalaciones con una invitación "Llévate a tu casa un entrenador".



Monti Fitness (Italia): Ubicado en una zona de restaurantes, este gimnasio imprimió rutinas de ejercicios en el dorso de los tickets de restaurantes, junto con una invitación a entrenar. El mensaje era: "Terminó el almuerzo. Ven a quemar lo que comiste". ■

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

INERXIAL

Polea Cónica Inercial

Tecnología aplicada al entrenamiento

- Entrenamiento funcional y neuromuscular
- Contracción y Sobrecarga Excéntrica
- Resistencia Variable e ilimitada
- Prevención de lesiones
- Fuerza explosiva



Mirá a
INERXIAL
en acción

Tel.: (54 11) 5897-0312 / 5460 5188
info@inerxial.com - ventas@inerxial.com
www.facebook.com/inerxial - Twitter: @inerxial
www.inerxial.com





**TÓMATE
LA VIDA
UN PASO
A LA VEZ.**



StairMill™ E-SM

Tome un producto icónico de la industria que haya sido un pilar para clubes y gimnasios durante décadas, luego hágala auto-alimentada y añádele la pantalla de entretenimientos, compacta e intuitiva, que ha hecho famosa a Star Trac y obtendrá como resultado la nueva StairMill™ de Star Trac, un nuevo jugador en una categoría de productos que ha sido la preferida del sector por años. Conquiste algunos paisajes más famosos del mundo, con el programa Famous Steps® de Star Trac. Escale uno de los siete programas Famous Steps® como la Gran Pirámide, los 102 pisos del Empire State Building en Nueva York, la Torre Eiffel y otros sitios famosos.

CONTÁCTESE CON NOSOTROS PARA PONERLO EN COMUNICACIÓN CON SU PROVEEDOR LOCAL:

Argentina: IMPACT FITNESS
Bolivia: DXT Corp.
Brasil: STAR TRAC
Caribe: UNIVERSAL FITNESS
EQUIPMENT

Chile: GLOBAL FITNESS SERVICE
Costa Rica: SPORTEC
Honduras: FITNESS SOLUTIONS
México: GIMPORTS
Panamá: FITNESS SHOP

Paraguay: CHACOMER
Peru: COMPAÑIA FITNESS
Uruguay: HI FITNESS
Venezuela: BIG FITNESS

Llámenos a: 001-786-797-6262 / ventas@startrac.com / www.startrac.com





Ova Gym ofrece clases grupales sobre escaladores

Osvaldo Fattobene, atleta y propietario del gimnasio **Ova Gym**, de la ciudad santafesina de General Baigorria, es el ideólogo de las clases grupales sobre escaladores que se realizan en su centro de entrenamiento. El concepto surgió mientras él se preparaba para competir en un mundial de fitness fuera del país.

“Para la parte aeróbica siempre había trabajado con el escalador y comencé a notar que mis piernas tomaban más forma con este tipo de entrenamiento que haciendo fierros”, señala Fattobene. Las clases se dictan en circuito, combinando el ejercicio de piernas con el de abdominales y brazos.

El gimnasio cuenta con 20 escaladores que poseen 5 niveles de graduación, especialmente diseñados por la firma **Cobra Power**, de Rosario. “Las clases son tan concurridas como las de ciclismo *indoor*, con la ventaja de que no se necesita tener resistencia extrema o una elevada coordinación”, explica.

Según el atleta, la particularidad del escalador es que permite variedad de posibilidades de entrenamiento. “Arriba de él se puede trabajar tanto la fuerza como en forma aeróbica, ejercitando las pantorrillas, los abductores, los oblicuos y los glúteos, que tanto interesan a las mujeres”.

Ova Gym cuenta con 17 años de trayectoria en el mercado. En su local, de 400 m², se ofrecen además clases de fitness grupal, TRX, GAP, localizada, *indoor cycling*, musculación y *personal training*. También cuenta con dos saunas y un bar. A futuro, Fattobene proyecta abrir una nueva sede para público infantil y adolescente.

Sport Fitness abrió su segunda sede en Boedo

Sport Fitness, de Pablo Aponte, abrió su segunda sede en el barrio porteño de Boedo, en Carlos Calvo 3595. Tras una inversión de \$1,5 millones de pesos, el gimnasio, de 500 m², tiene sala de fitness grupal, con programas de **Body Systems**, un área de cardio, equipada con máquinas de las marcas **Embreex** y **BH Hi Power**; y otra de musculación, con aparatos de **Equipamientos Fox**. En breve, planean inaugurar un área de entrenamiento funcional.

Zona Indoor Cycling abre sus puertas en La Cumbre

El 31 de octubre, el centro **Zona Indoor Cycling** abrió sus puertas en la ciudad de La Cumbre, en Córdoba. Equipado con bicicletas indoor de la línea FX 5 de **Equipamientos Fox**, el local, de 100 m², tiene piso flotante, aire acondicionado, sistema de audio JBL, iluminación con rayos láser y efectos con LEDs. Sólo la sala de *ciclismo indoor* demandó una inversión de \$250 mil pesos. A futuro, proyectan incorporar un box oficial de CrossFit.

El Golf Club Andino estrenó gimnasio



En noviembre, el gimnasio **Centro de Entrenamiento Integrado** inauguró sus instalaciones en el Golf Club Andino de Mendoza. En el local, de 400 m², se ofrece Pilates, yoga, grupos de entrenamiento reducido, Spinning® -con bicicletas **Star Trac**- y musculación, en una sala montada por **Equipamientos Fox**. Además, el predio posee una cancha de fútbol 5 de 540 m² y, en verano, brindará el servicio de colonia de vacaciones.

Buenos Aires Fitness Center cumplió 30 años

En noviembre, el gimnasio Buenos Aires Fitness Center, de Capital Federal, festejó sus 30 años de trayectoria con la organización de un *Pizza Party* para sus actuales y antiguos clientes. “Comenzamos con 100 socios y hoy tenemos más de 2.000. Esto demuestra que nuestro trabajo, esfuerzo y dedicación dieron finalmente sus frutos”, señala **Peter Jens Koderer**, propietario de la empresa.

Ubicado en Lavalle 655, el local se encuentra emplazado en un edificio de 4 pisos, equipado por las marcas **Equipamientos Fox** y **Kip Machines**. Ofrece clases de fitness grupal, escuela de danza, artes marciales, solárium, *buffet*, ciclismo *indoor*, departamento médico y de nutrición. La sala de musculación cuenta con 100 máquinas y el área de cardio con 30 cintas, 50 bicicletas, 8 elípticos y plataformas vibratorias.

El Jockey Club, de Córdoba, renovó equipamiento

El gimnasio **Jockey Club**, de Córdoba, eligió a la marca de equipamientos **Mastertech** para renovar su cuarta sede, ubicada en Barrio Cerro de las Rosas. Estas instalaciones, que anteriormente pertenecieron al gimnasio Sui Generis, cuentan con 3.500 m² donde entrenan unos 1.200 socios activos. Para su sala de musculación eligieron 30 máquinas de las líneas Magna y Vertika, que importa Mastertech.



Abren en Palermo una escuela de boxeo

La **Escuela de Boxeo ABB** reinició sus actividades en las instalaciones del club Asociación Vecinal Rosedal, en el barrio de Palermo. Ubicado en Av. Chenaut 1940, el centro, de 144 m², ofrece boxeo recreativo y amateur para ambos sexos, todos los niveles y edades. Bajo la dirección técnica de Alejandro López, cuenta con más de seis bolsas, *punching balls*, cielo tierra y un *ring* de 4 x 4 m. La cuota mensual es de \$250 pesos.



"Látigo" Coggi en el gimnasio Q21 Sport Fitness

Desde noviembre, el ex campeón mundial "**Latigo**" Coggi es el nuevo entrenador de boxeo del gimnasio **Q21 Sport Fitness**, de Quilmes. Las clases, que se dictan los días martes, jueves y sábados, son recreativas y están dirigidas a mayores de 16 años de ambos sexos. Para esta actividad, hay un área de 300 m², equipada con un *ring* de *box* profesional, peras, bolsas, *punching balls*, sogas, guantes, cabezales y guantines, entre otros elementos.



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

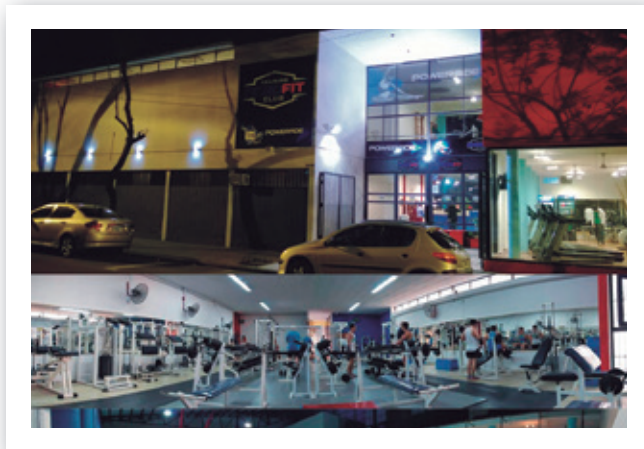
(Carapachay) - Ptdo Vte. López

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

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

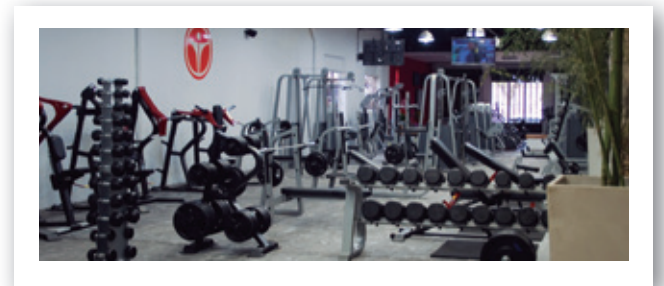
www.pyequipamientos.com

En Rosario nació Acrofit Training Club



Este centro de entrenamiento empezó a funcionar en Rosario, Santa Fe, en las antiguas instalaciones del emblemático gimnasio **Methas**. Ubicado en calle Salta 1649, este local, de 2.700 m² distribuidos en 3 plantas, cuenta con áreas de musculación y cardio -con equipamiento **Technogym**- sala de fitness grupal, sala de Pilates, área de entrenamiento funcional y sala de *indoor cycling*. Su cuota mensual promedio es de \$300 pesos.

Fitness Point abrió sus puertas en 9 de Julio



En la ciudad de 9 de Julio, al oeste de la provincia de Buenos Aires, abrió sus puertas el gimnasio **Fitness Point** del profesor Mariano Tello. Ubicado en Avenida San Martín 833, el centro de 550 m², que demandó una inversión de \$2 millones de pesos, tiene una sala de musculación, equipada con máquinas de la línea Vertika de **Mastertech**, y otra de clases grupales, de 100 m², donde se ofrece *ciclismo indoor*, Pilates, localizada y *stretching*.

Kronos abrió su segunda sede en Córdoba

En noviembre, **Kronos Training Center**, de Córdoba, inauguró su segunda sede en el centro de la ciudad de Córdoba, en Av. Colón 735. Con una inversión de \$400 mil pesos, el local de 550 m² -que es de Hernán Busquin- cuenta con área de artes marciales, una de entrenamiento no convencional, una de yoga y una sala de musculación, equipada con máquinas de **Equipamientos Fox**. Busquin planea en breve habilitar un box de Crossfit en este centro. La primera sede de Kronos se abrió en noviembre de 2012 en Nueva Córdoba.

La gestación de un negocio exitoso requiere de un método sólido, una marca líder...y más de 9 meses

Primera Licencia en Latino América



EMPRESAS

- Desarrollá una nueva unidad de negocios;
- Explorá un creciente nicho de mercado;
- Brindale mayores servicios a tus clientes;
- Generá ingresos adicionales para tu centro.

PROFESIONALES

- Excelente oportunidad de autoempleo;
- Independencia laboral rápida y segura;
- Baja inversión, rápido retorno;
- Método probado, líder en el mercado.

1. Licencia para uso de marca
2. Capacitación técnica inicial
3. Herramientas de marketing
4. Consultoría on-line
5. Educación continua
6. Descuentos en equipamientos
7. Red de centros licenciados
8. Publicidad y prensa
9. Alianzas estratégicas

EMBARAZO ACTIVO®

ACTIVIDAD FISICA - PRODUCTOS - SERVICIOS



Tel: 5411 4825 8234 - licencias@eactivo.com.ar - www.eactivo.com.ar

Inauguran Club de Box y Gym en La Banda



En noviembre abrió sus puertas el **Club de Box y Gym de Alto Rendimiento** dentro del Estadio Único de Box Coliseo en la ciudad de La Banda, Santiago del Estero. Ambos proyectos demandaron una inversión de \$10 millones de pesos. El gimnasio, de 500 m², tendrá vista al *ring* central y contará con áreas de musculación, Pilates, *ciclismo indoor* y cardio, que fueron equipadas con máquinas y bicicletas de la firma **Equipamientos Fox**.

Único de Box Coliseo en la ciudad de La Banda, Santiago del Estero. Ambos proyectos demandaron una inversión de \$10 millones de pesos. El gimnasio, de 500 m², tendrá vista al *ring* central y contará con áreas de musculación, Pilates, *ciclismo indoor* y cardio, que fueron equipadas con máquinas y bicicletas de la firma **Equipamientos Fox**.



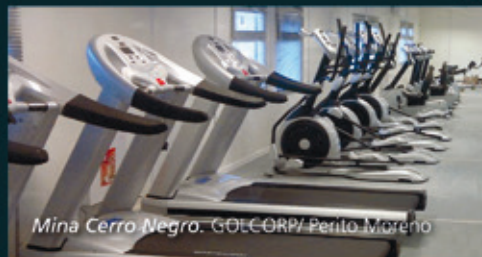
Gimnasio Tiro Federal. Bahía Blanca



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

NUEVOS BOXES DE CROSSFIT

BoxPro CrossFit Elite llegó a Belgrano

Abrió sus puertas en noviembre sobre Teodoro García 2655, en el barrio porteño de Belgrano. Está equipado con elementos de **Fenix Machines**, cuenta con 5 coaches level 1, un área de entrenamiento para 40 personas y un semipiso para eventos. Este box es propiedad de los ex *rugbi*ers Martín Huergo, Rodrigo Falcón y Carlos Pérez.

Inauguran CrossFit Tropa en Vicente López

CrossFit Tropa inauguró su box en la localidad de Vicente López, al norte del conurbano bonaerense. El local de 400 m², ubicado en la calle Maipú 1154, demandó una inversión de \$1,5 millones de pesos. Cuenta con recepción, patio interno, vestuarios, área de entrenamiento, equipamiento de **Fenix Machines** y 6 *coaches*, de los cuales 4 cuentan con la certificación *level 1*. El atleta Juan Carlos Recio es socio fundador de CrossFit Tropa.

Inauguran Rotor CrossFit en Balvanera



En noviembre, se inauguró Rotor CrossFit en el barrio porteño de Balvanera, sobre Avenida Corrientes 2019. El nuevo local, que posee 420 m², cuenta con 4 *coaches level 1* y uno especializado en *weightlifting*. El box, propiedad de Facundo González, cobra una tarifa mensual de entre \$380 pesos -por 8 clases- y \$540 pesos por el pase libre.



¡Ahora también en Uruguay!

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

SUPER PROMOCIÓN DE VERANO

QUEMADORES DE GRASA



Llevando tres o más unidades de cualquiera de nuestros quemadores: 50% de descuento

ADEMÁS DISTRIBUIMOS FENIX MACHINES, EVERLAST, OLMO Y UNA AMPLIA GAMA DE ACCESORIOS PARA GIMNASIOS.

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

Nuwa CrossFit pone en forma a Lomas de Zamora

Nuwa CrossFit abrió sus puertas en Lomas de Zamora, al sur del conurbano bonaerense. Ubicado en Av. Hipólito Yrigoyen 9.385, este *box*, de 450 m², tiene una tarifa promedio de \$450 pesos y 3 *coaches* con certificación *level 1*. Sus propietarios están en tratativas con la Municipalidad de Lomas de Zamora para entrenar a la policía municipal.

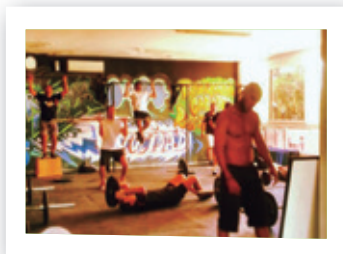
Briskbox Crossfit abrió en Córdoba

Briskbox Crossfit inauguró su box en Córdoba Capital, sobre la Avenida Rafael Nuñez 4.344. Se trata del primer *box* oficial de CrossFit en abrir en la provincia de Córdoba. Este centro de 350 m² pertenece a **Gustavo Torras**, entrenador de *rugby* y *head coach* del *box*, quien ya está pensando en abrir un nuevo *box* en otro punto de la ciudad de Córdoba.

Puerto Madryn también tiene box de Crossfit

En noviembre, el box **Madryn CrossFit** abrió sus puertas en la ciudad de Puerto Madryn, en la provincia de Chubut, y se convirtió así en el primer box certificado de CrossFit en inaugurar en la Patagonia argentina. Este box de 95 m², cuya construcción demandó una inversión de \$180 mil pesos, es propiedad de Agustín Pérez Michelena y Franco Zavatti, quienes también son dueños del gimnasio **Onda Fit** de esa ciudad.

Tucumán ya tiene un box



CrossFit San Miguel de Tucumán abrió sus puertas en Yerba Buena. Ubicado dentro del gimnasio **Kuwana**, el local, de 220 m², fue equipado por **Fenix Machines**. Maximiliano Benejam es *head coach* y socio fundador del box junto con los *rugbiers* Leopoldo De Chazal y Nicolás Centurión, ambos exjugadores de Los Pumas. En el mediano plazo, Benejam proyecta abrir un nuevo box, de 500m², en el centro de San Miguel de Tucumán.

Full Fitness organizó el desafío StepMill



El gimnasio **Full Fitness**, de Bahía Blanca, organizó en octubre el desafío **StepMill** entre sus socios. Durante la competencia, los usuarios debieron ejercitarse sobre la escalera de la marca **StairMaster** y alcanzar los 30 pisos en menos de 5 minutos. Más de 40 clientes superaron el desafío y recibieron como premio remeras motivacionales de **Waykis**.



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

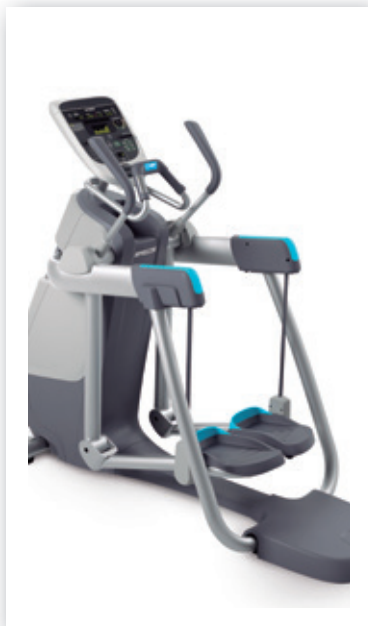


Para más información ingrese a nuestra nueva web
www.evolutioncenter.com.ar
o envíenos su consulta a ventas@evolutioncenter.com.ar

Teléfonos: (0351) 4118866 / 155 099115

Sport Club adquirió equipos AMT de Precor

La cadena de gimnasios Sport Club equipó a su sede Diagonal Norte, en el microcentro porteño, con 4 de las nuevas máquinas cardiovasculares Adaptive Motion Trainer® (AMT), de la firma Precor, diseñadas con el sistema Open Stride®, que permite a los usuarios ajustar libremente la zancada durante el entrenamiento, desde los 17 a 25 cm de altura hasta los 91 cm de longitud.



“Decidimos innovar con el AMT para ofrecer a nuestros socios un entrenamiento diferente” señala **Diego Estévez**, gerente de esta sede de Sport Club, para quien la inversión en equipos de alta gama “permite aumentar la capacidad de retención de clientes, ofreciendo una opción perfecta para quienes buscan un entrenamiento completo, entretenido y con gasto calórico intenso”.

Los equipos AMT están diseñados para que los usuarios cambien de manera instantánea su rango de movimientos y velocidad sin apretar botones en el tablero. “Esto da lugar a diversidad de entrenamientos cardio en una sola máquina y duplica la intensidad de los ejercicios en cintas, elípticos y bicicletas”, explica **Santiago Grigera**, gerente de Ventas de la firma **Argenttrade**, representante de Precor en Argentina.

Equilibrio Gym muda su local en Villa Trinidad

A partir de diciembre, **Equilibrio Gym**, de **Inés Caporgno**, en Villa Trinidad, provincia de Santa Fe, muda sus instalaciones a la calle Simón de Iriondo esquina Lhemann. El gimnasio, de 380 m², requirió una inversión de \$1,5 millón de pesos. Cuenta con 4 salones y equipamientos de las firmas **Fox**, **PyP**, **Argenttrade** y **EXO**.



Entre los servicios que ofrece se destacan los programas de fitness grupal de **Body Systems** y **Radical Fitness**, danzas clásicas y contemporáneas, estudio de Pilates, musculación, cardio, plataformas vibratorias de la firma **BH** y clases entrenamiento funcional de **Active Functional Training**. La cuota promedio es de \$250 pesos.

Inauguran Punto Training en Victoria

Punto Training fue inaugurado en la localidad de Victoria, al norte del Gran Buenos Aires. Ubicado en Av. Libertador 3190, dentro del complejo comercial Le Point, el local, que demandó una inversión de \$1,5 millón de pesos, cuenta con 420 m² y equipamiento de las marcas **Athletic**, **Mastertech** y **Star Trac**. La tarifa mensual promedio es de \$450 pesos.



NUEVO!

RollFlex



Útil en todo el cuerpo, permitiendo automasajes, otorgando así flexibilidad a las fibras musculares. (Punto Gatillo)

- Funcional
- Ergonómico

Chico: 6 cm (diámetro) x 30 cm (largo)
Grande: 12,5 (diámetro) x 45 cm (largo)

MAT PRO



NUESTROS PISOS DE SIEMPRE
ENCASTRABLE DE 5 - 7 - 10 mm

MATERIAL  RECICLADO

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

Pisos Q

Baldosas: 1 x 1 metro
Espesor: 10 - 20 mm
Flotante de Fácil Colocación

Ideal para Actividades Funcionales

- Media Densidad
- Alta Elasticidad
- Resiste Altos Impactos

PRIMEROS EN PRODUCIR PISOS PARA USOS DEPORTIVOS

KETTLEBELL

LATINOAMERICA

KBLA



- CERTIFICACIONES
- CAPACITACIONES
- CLASES
- MANUALES
- Asistencia constante

Contacto e inscripción:
(54911) 155 416-9529
info@kettlebell.com.ar



WWW. GERBOSPORT.COM.AR



PAGALO COMO SE TE DE LA GANA



Premium >

< Standard



FINANCIACIÓN HASTA EN 18 CUOTAS

PAGO CONTADO 15% DE DESCUENTO



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

Marcos Juárez Fitness Center se amplía



A mediados de diciembre, el gimnasio **Marcos Juárez Fitness Center**, de la provincia de Córdoba, reabre sus puertas tras la remodelación y reequipamiento de sus instalaciones. Estas mejoras requirieron de una inversión de \$400 mil pesos e incluyeron el diseño de un nuevo entrepiso de 73 m².

“Apuntamos al sector de alto poder adquisitivo de la ciudad de Marcos Juárez, por lo que debíamos contar con un centro de fitness de gran calidad”, explica el deportista y diseñador industrial **Germán Fianchini**, quien a corto plazo, planea incorporar consultorios de kinesiología y nutrición a los servicios de su gimnasio.

La flamante sede, de 320 m², está equipada con la nueva línea de musculación Q5 de **Biomax**, de producción nacional, especializada en rehabilitación. Tras haber abierto hace 3 meses, el gimnasio cuenta con 150 socios y proyecta alcanzar los 500 en julio de 2014 con una tarifa mensual promedio de \$200 pesos.

Megatlon abrirá su primer gimnasio en La Plata



La red de clubes **Megatlon** abrirá su primer gimnasio en La Plata durante el primer semestre del 2014. El emprendimiento, de 3.000 m², contará con un salón de musculación de más de 700 m², una sala de ciclismo *indoor* con 40 bicicletas, una piscina semiolímpica, dos salones de fitness grupal, un área de entrenamiento funcional, bar y amplios vestuarios.

“La Plata es un mercado muy exigente en materia deportiva, que cuenta con muy buenas ofertas de gimnasios. Este nuevo Megatlon está diseñado para satisfacer a ese público, brindándole una alta calidad de servicio, de instalaciones y de equipamiento”, señala **Javier Petit de Meurville**, gerente de Marketing y Relaciones Institucionales de la cadena.

En otro orden, la empresa informó que, por séptimo año consecutivo, lanzará junto a la compañía MSC Cruceros el **Crucero Temático Fitness**, que combina turismo de bienestar con hábitos saludables y actividad física, mientras se recorren las playas de Brasil y de Uruguay. El crucero zarpará desde Buenos Aires el 8 de diciembre y el viaje durará 8 días.

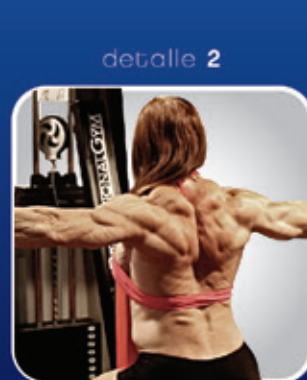
Megatlon renovó las bicicletas de *cycling* de su sede Núñez con la línea IC PRO de **Schwinn Fitness**, que se caracteriza por la robustez de su estructura de acero galvanizado.

PROFESSIONAL GYM
EQUIPAMIENTOS PARA GIMNASIOS

Apertura
con vuelos
posteriores



detalle 1



detalle 2



facebook.com/professionalgym

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

Premian a los elípticos de Octane Fitness

Nueve de los elípticos desarrollados por la firma **Octane Fitness** obtuvieron el premio *Best Buy* (Mejor Compra, en inglés), que anualmente otorga el portal web www.FitnessProfessorReview.com, especializado en la evaluación técnica de equipos y el asesoramiento a usuarios en la compra de máquinas de entrenamiento.

“Estamos comprometidos en innovar nuestros elípticos de manera continua y estos premios ayudan a reforzar nuestro desempeño y liderazgo en la industria”, señala **Tim Porth**, vicepresidente de Desarrollo de Productos y Marketing de la compañía.

Entre las máquinas que resultaron ganadoras en 2013 se encuentran los elípticos de las líneas LateralX, Q47, Q37, Q35 y XR6, correspondiente a la categoría de bicicleta elíptica. En los últimos 10 años, la empresa ha recibido 70 premios de este tipo en base a la calidad y precio de sus productos. Más información en www.impactfitness.com.ar

Embarazo Activo logró el aval del ACSM



El sistema Embarazo Activo®, especializado en actividad física durante el embarazo y post parto, fue reconocido por el Colegio Americano de Medicina Deportiva (*American College of Sports Medicine*, en inglés) como proveedor de capacitación a nivel internacional. En virtud de este reconocimiento, los cursos y talleres de Embarazo Activo suman créditos educativos oficiales del ACSM. Por mayor información ingresar en www.eactivo.com.ar

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](https://www.facebook.com/Lifecenter.argentina)

 **LifeCenter**

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

 **Dealer Fitness**
 Equipments and Supplements

Uranium, elegida para los tests de calzado ASICS



La cinta de trote 7200 Commercial de **Uranium Fitness** fue elegida por la firma de indumentaria y calzado deportivo **ASICS** para la realización de distintas pruebas a los atletas argentinos que participaron en noviembre del maratón de Nueva York. El evento, en el que se evaluaron a unos 180 deportistas, se realizó en el Club de Golf de Palermo.

Las cintas Uranium 7200 cuentan con nueve programas de entrenamiento predeterminados, pantalla LED, sensores de frecuencia cardíaca, motor 5 hp, sistema de absorción de impacto *Smooth Deck*, palancas de elevación y de velocidad. Además, la versión 7200E posee pantalla táctil con TV y puerto USB. Más información en www.uraniumfitness.com.ar

Semikon lanza equipos con autogenerador de energía

Semikon presentó nuevos equipos ergométricos con autogenerador de energía, que no requieren de conexión a la red eléctrica para su funcionamiento. Esta nueva línea de equipamientos cardiovasculares, que promueven el ahorro energético, está compuesta por un caminador elíptico electromagnético y dos bicicletas -una vertical y otra horizontal-. Más información en www.semikon.com.ar

Exigencia Personal apuesta al entrenamiento no convencional

La firma **Exigencia Personal** lanzó al mercado su nueva línea de equipamientos para entrenamiento no convencional y de alto rendimiento. Entre los productos de fabricación nacional que ofrece, se destacan barras olímpicas, pesas rusas, anillas, trineos, cinturones de potencia y pelotas con cargas desde los 5 a los 20 kilos. Informes: (011) 4932 -3588.

Kangoo Jumps cumple 4 años en Argentina

Tras 4 años de trayectoria en el mercado local, la empresa **Universal Jumps**, representante en Argentina del programa **Kangoo Jumps**, festejó en noviembre pasado su cuarto aniversario con la organización de un festival y 2 *workshops* de formación y actualización para instructores, realizados en un club del barrio de Núñez, en Capital Federal.

"El principal objetivo del evento fue promover un estilo de vida más saludable a través de la actividad física", señala **Laura Dean**, *master trainer* y titular de Universal Jumps junto con Mariano Celis. Durante este evento se realizaron 4 clases magistrales, que estuvieron a cargo de las instructoras Carol Macario, de Brasil, y Raquel Caturla, de España.

Actualmente, hay 537 instructores certificados en Argentina y son más de 200 gimnasios los que conforman la red nacional de centros oficiales Kangoo Jumps. En diciembre, Megatlon Rosario sumará la actividad y, en febrero, lo harán dos gimnasios de las provincias de Formosa y Jujuy, de este modo el programa tendrá presencia en todo el país.

La mejor manera de cuidar a tus clientes.

NUEVO COMBO 2

COMBO FITNESS
2 THERMO BLOCK
+1 Rutina de ejercicio rápido
+1 Guía de alimentación inteligente

BiobodyX
Plan **QUEMADOR DE GRASAS**
Suplemento dietario 100% NATURAL
Plan de 12 semanas

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

BiobodyX Averiguá como mejorar la performance de tu gimnasio
Llámanos al (011) 3972-5646 o envianos un mail a: info@biobodyx.com.ar

ATLETIC SERVICES S.A.

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

Inclán 3015 (C1258AAO) CABA TEL: (54 11) 4941-7711 L. Rot.
atleticservices@fibertel.com.ar / www.atleticservices.com.ar

ARTIS, la nueva línea de Technogym



Incluye una completa gama de equipamientos cardiovasculares, 19 máquinas de fuerza, 6 estaciones para entrenamiento funcional y la nueva estación de trabajo OMNIA.

La compañía italiana **Technogym** presentó su nueva línea de equipamientos **ARTIS**, compuesta por una colección de 30 piezas de cardio, fuerza y entrenamiento funcional, que fusiona la ingeniería biomecánica con la tecnología interactiva, la sostenibilidad ecológica y el diseño minimalista.



Cada equipo ha sido diseñado como un dispositivo personalizado de interacción y entrenamiento. Al iniciar una sesión en la consola interactiva *Unity*, los usuarios tienen acceso directo a sus rutinas, programas de ejercicios, el histórico de resultados, las redes sociales, aplicaciones y sitios favoritos de internet.

Además, las consolas cuentan con *webcams*, brindando la novedosa posibilidad de realizar videollamadas durante el entrenamiento, y se encuentran conectadas a la plataforma *Technogym Ecosystem*, que guarda los registros de los usuarios en la nube, a los que se puede acceder desde cualquier lugar del mundo.

ARTIS es la colección líder de equipos *eco-friendly* de Technogym. Sus motores reducen un 30% el consumo eléctrico, mientras que la energía humana producida es utilizada para alimentar las pantallas de las máquinas y la red completa del gimnasio, permitiendo el diseño de un centro de fitness ecológico y autosustentable.

La línea incluye una completa gama de equipamientos cardiovasculares -entre cintas de trote, elípticas, escaladoras y bicicletas-, 19 máquinas de fuerza, 6 estaciones para entrenamiento funcional y la nueva estación de trabajo OMNIA, que conjuga ejercicios de velocidad, coordinación, estabilidad, flexibilidad y resistencia.

Los equipos fueron desarrollados por el departamento de investigación del Technogym Village, en Italia, y examinados por el Instituto de Tecnología del Deporte de la Universidad de Loughborough, en Inglaterra. El diseño fue concebido sin marcos geométricos, juntas o cables visibles, para reforzar la sensación de amplitud. Más información en www.technogym.com

Baron



RESTO-LOUNGE

EVENTOS, CUMPLEAÑOS, AGASAJOS,
FESTEJOS, BRUNCHS CORPORATIVOS Y
REUNIONES DE AMIGOS.

MIÉRCOLES FIESTAS TEMÁTICAS



Reservas: 4902-8050 / 4902-8931
Av. Rivadavia 4945, Caballito.

f BARON Resto-Lounge @baronresto
www.baronresto.com.ar





¿A dónde te gustaría ir hoy?

Virtual Active by Matrix permite a los usuarios escapar a nuevos destinos, con entrenamientos de video totalmente interactivos, con calidad de cine. Disponible en todos los productos cardiovasculares 7xe.



Crater Lake, OR



Bryce Canyon, UT



Capitol Reef National Park, UT

Escapa con Matrix

Con más de 100 lugares únicos, Virtual Active by Matrix es la mejor manera de entrenar.


world.matrixfitness.com

MATRIX

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

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

 **Chile**
Novasports 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

 **Venezuela**
Business and Fitness
Luis Alvarez
Tel: +58(0)2418383436



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™ | KANGOO POWER™ | Kangoo discovery™

Certificación oficial con validez internacional

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

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

EntrenaYA ganó el concurso de emprendedores BAE 2013



La plataforma web **EntrenaYA**, especializada en la difusión de servicios de gimnasios, ganó el concurso de emprendedores que organiza el Ministerio de Desarrollo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a través del programa **Buenos Aires Emprende (BAE)**, que ofrece asesoría y financiamiento a emprendimientos radicados en la ciudad.

"Estamos contentos por este premio y ya tenemos la mirada puesta en la temporada que inicia en marzo", señala **Nicolás Cohen**, cofundador de EntrenaYA junto a **Javier Wasserman**, quienes planean expandir territorialmente su propuesta con el objetivo de "incrementar la exposición y las ventas *online* de los gimnasios adheridos a la plataforma".

En la sexta edición de Buenos Aires Emprende, de los 115 proyectos presentados sólo 49 resultaron ganadores, en base a su potencial de crecimiento, capacidad financiera y nivel de innovación. Los emprendimientos seleccionados en 2013 obtendrán aportes económicos de \$50 mil a \$150 mil pesos, dependiendo de la categoría en la que se hayan inscripto.

SPINNING® festeja su vigésimo aniversario

Este programa de ciclismo comenzó a practicarse oficialmente en 1993 en los gimnasios Crunch de Nueva York, en Estados Unidos. Tan solo unos meses después, la compañía **Mad Dogg Athletics (MDA)** se asoció con **Jonathan Goldberg** -conocido popularmente como Johnny G- y decidieron patentar el nombre y la marca **SPINNING®**.

"La aceptación del programa y del método de enseñanza fue tan buena que en estos 20 años el SPINNING® ha sido adoptado en la mayoría de los países", comenta **Andrés Dillenberger**, titular de la firma **Impact Fitness**, que tiene la representación de MDA para la comercialización de todos los productos SPINNING® en Argentina.

En este país ya existen 182 centros oficiales SPINNING®. "Tenemos presencia en Capital Federal y las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Santiago del Estero, Tucumán, San Luis, Mendoza, Río Negro, Chubut y Santa Cruz", añade Dillenberger, al tiempo que adelanta que en 2014 planean realizar diversas actividades para promocionar la actividad. Más información en www.facebook.com/spinning.argentina

ABRA ESPACIO PARA LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN.

NEW PERFECT



Athletic sabe que sus necesidades evolucionan a un ritmo acelerado. Por eso mismo invierte fuertemente en innovación para garantizar la solución perfecta entre biomecánica, ergonomía y funcionalidad. Es el caso de la línea New Perfect, proyectada a partir de estudios profundos envolviendo diseño, tecnología y costo-beneficio. Al final, la solidez que conquistamos en 27 años pasa por nuestra capacidad de sorprender siempre.

*Línea New Perfect.
Su gimnasio más cerca del futuro.*



Equipos modulares que se encajan entre sí.



Movimientos convergentes y biangulares.



Torre de peso baja.

Athletic
BEST FOR LIFE

contactopro@athleticpro.com.br

55 47 3461-1050

www.athleticpro.com.br

Southfit - The Challenge

El CrossFit

de América Latina tuvo su *fiesta*



La organizaron CrossFit Tuluka, CrossFit Argos y 5 Yardas. Participaron 440 atletas de 11 países. Fueron *sponsors* de esta primera edición Phillips, Gatorade y Fenix Machines.



El evento, que fue organizado por **CrossFit Tuluka**, **CrossFit Argos** y la agencia **5 Yardas**, tuvo lugar en el predio Lagos del Rocío, de Pilar. Durante una intensa y calurosa jornada, más de 2.500 fanáticos de este deporte fueron testigos de esta exigente competencia, en la que resultaron ganadores del primer puesto: Nora Koppel, en la categoría Mujeres RXD, Joel Bran, en la de Hombres RXD y CrossFit Aquila, en la de Equipos Scaled.

“En América Latina la única competencia importante que teníamos eran los regionales. Y sabemos que para llegar al nivel de los atletas de Estados Unidos y Europa lo que necesitamos es competir. Por eso organizamos SouthFit en seis meses y la verdad es que fue un éxito”, dice **Martín Casas**, socio gerente de CrossFit Tuluka, quien añade: “Queremos seguir creciendo y generando actividades para la comunidad de CrossFit”.

El 30 de noviembre se realizó en Argentina la primera edición de **SouthFit**, una competencia internacional de CrossFit de la que participaron 440 atletas de Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, México, Chile, Ecuador, Guatemala, Colombia, Venezuela y Panamá. Además, llegaron como invitados especiales el guatemalteco Joel Bran, los colombianos Augusto Castro y Luis Guiraldo, el mexicano Luis Pérez, el ecuatoriano Giancarlo Vera Ochoa y los chilenos Marcelo Decidet y Marilyn Rojas.



Esta primera edición de SouthFit contó con el patrocinio de **Phillips**, de **Gatorade** -que estuvo a cargo de la hidratación de todos los deportistas-, y de **Fenix Machines**, que montó las estructuras y aportó todos los elementos para la competencia. Los organizadores ya están planeando las próximas ediciones de este evento, que en 2014 tendría dos fechas. “También estamos en tratativas para poder hacerlo fuera del país”, adelanta Casas. ■

CrossFit Tuluka & ENADE

Lanzan la Escuela Argentina de *Coaches*

Reebok CrossFit Tuluka y la Escuela Nacional de Entrenadores (ENADE) se asociaron para crear la Escuela Argentina de *Coaches*, especializada en entrenamiento no convencional. La institución, que comenzará a dictar clases a partir de marzo 2014, estará ubicada en el nuevo *box* que Tuluka está próximo a inaugurar en la Ciudad de Buenos Aires.

"Actualmente en el mercado hay muchas personas que piensan que con un curso de fin de semana ya están capacitadas para dictar clases, cuando en realidad esto es una carrera que tiene un tiempo de maduración, que requiere de mucha práctica y experiencia personal para poder transmitir las técnicas", explica **Martín Casas**, socio fundador de CrossFit Tuluka.

La formación dura ocho meses, con la posibilidad de ingresar a la carrera cada dos meses, y ofrece conocimientos específicos sobre levantamiento de pesas, pesas rusas, atletismo, gimnasia, fisiología, anatomía del movimiento, biomecánica, coaching ontológico y neurolingüística, entre otros temas, que serán dictados por especialistas en cada disciplina.

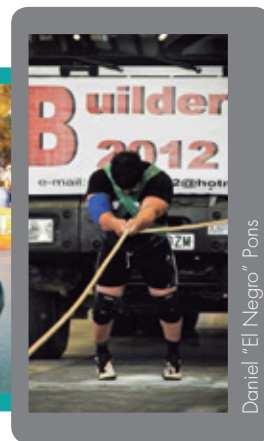
En la opinión de **Sergio Parra**, director de ENADE, "esta capacitación será la solución para muchos entrenadores que trabajan casi de oído en actividades que son sumamente complejas y que pueden ser peligrosas sin la formación correspondiente". El nuevo *box* de Tuluka tendrá salones para el dictado de las capacitaciones y un área para entrenamiento de atletas. ■

Fenix Machines lanza su línea *Strongman*

La firma **Fenix Machines** lanza su nueva línea de equipamientos *Strongman* para la práctica de CrossFit, que tendrá al atleta Daniel "El Negro" Pons como imagen. El lanzamiento oficial tendrá lugar el 8 de marzo de 2014 en el *box* RM CrossFit, del barrio de Caballito, donde se llevará a cabo la certificación oficial CrossFit *Strongman* Trainer.

"Son elementos de entrenamiento especiales, desarrollados para atletas que ya tienen una gran capacidad de fuerza y que quieren ser más fuertes. Sin duda, estos nuevos elementos les permitirán a los deportistas realizar mayores esfuerzos y mejorar su *performance*", explica **Nicolás Szczyrka**, director comercial de la compañía.

Esta línea estará compuesta por *fat bars*, *farmers bars* y piedras de Atlas, entre otros elementos, que se caracterizan por el diámetro superior de las tomas respecto de los agarres convencionales. "Toda la línea fue diseñada para ser utilizada por cualquier atleta *strongman* de elite, que normalmente soportan cargas de peso extremas".



Daniel "El Negro" Pons

Además, Fenix Machines está organizando junto con **Ariel Couceiro**, entrenador especializado en fuerza, y "El Negro" Pons cursos sobre *Strongman*, "para poder mostrarle al mercado la técnica adecuada para utilizar estos nuevos equipamientos". El proyecto es acercar estas capacitaciones a los *boxes* de CrossFit de la región y también a entrenadores.

En otro orden, Fenix Machines anunció su desembarco en Brasil, con sede propia en Río Grande do Sul y en Río de Janeiro. "Inicialmente comercializaremos la marca y luego pretendemos llevar nuestra matricería para producir en forma directa", señala Szczyrka. Actualmente esta firma exporta a Uruguay, a Paraguay y también al mercado brasileño. Más información en www.fenixmachines.com.ar ■

Biotech

fabrica remos ergómetros en Argentina



La firma **Biotech**, ubicada en la ciudad de Piamonte, Santa Fe, fabrica y comercializa ergómetros de kayak y remo. Su titular, **Gabriel Clerici**, tiene más de 15 años de experiencia en el canotaje competitivo, sumados a su vocación por la metalúrgica y el desarrollo de productos innovadores para el alto rendimiento deportivo.

Los ergómetros son máquinas de remo que simulan en tierra la acción del remo en el agua. "Mediante una turbina centrífuga se imita la resistencia del agua. Regulando la salida de aire, podemos darle mayor o menor intensidad a la remada", explica Clerici, al tiempo que detalla los cinco modelos de ergómetros que está fabricando:

IMPORTADOR DIRECTO: BH HI POWER - WHIRLY CYCLE

CUOTAS FIJAS EN PESOS

3 HP CA | INCLINACIÓN | 145 KG

NUEVO

ENTREGA INMEDIATA
A TODO EL PAÍS

Consulte por nuestra línea profesional completa ◀

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



- Kayak - K1 Ergómetro – Modelo "Club".
- Kayak - K1 Ergómetro – Modelo "Flex", con sistema de inestabilidad regulable.
- Remo Ergómetro – Modelo "Single".
- Remo Ergómetro – Modelo "Raptor", con toletes y remos en acero inoxidable, con mangos de madera.
- C1 Ergómetro.

"Los equipos Biotech son robustos, con caños estructurales de 2 mm, poleas y rodillos montados sobre rulemanes de primera calidad, apoya pies regulable, con correa rígida ajustable, asiento regulable en altura e inclinación, y un velocímetro básico con marcador de parciales de tiempo, distancia y velocidad", detalla Clerici.

En el corto plazo, esta firma proyecta lanzar **Biotech Training**, una aplicación para PCs y dispositivos Android, que permite realizar mediciones biométricas reales, cálculo de potencia, velocidad y distancia, regulados por el peso del usuario. Más información en www.biotechergometros.com o al teléfono (03401) 15490699. ■

SWAY XP

Feel motion & emotion



Baja los costos fijos, optimiza los espacios, entrá hoy mismo al mundo del **ENTRENAMIENTO VIRTUAL!**
Con HDMI para pantalla gigante.

→ **i-Biker** | grupal
single

→ **i-Fitness**



MÁS DE 100 OPCIONES DE ENTRENAMIENTO VIRTUAL

Entrenamiento virtual para salones de Indoor Cycling

MÁS DE 40 CLASES DIFERENTES

Entrenamiento virtual para salones de Fitness Grupal

iHRSA
2014
12-15 MARZO
SAN DIEGO, CA USA

*¡Generá contactos e inspirete
con nuevas ideas!*

- Capacitación y workshops
- Oportunidades de networking
- Foro Latinoamericano de Gimnasios
- Negocios en la Exposición comercial



¡INSCRIBITE
HOY!

SUMATE AL GRUPO MERCADO FITNESS

Y obtén importantes beneficios en tu inscripción.

Si deseas recibir más información sobre el grupo Mercado Fitness, por favor escriba a guille@mercadofitness.com o llame al (+54 11) 4331 3175.

IHRSA 2014 – 33rd Annual International Convention & Trade Show
San Diego Convention Center • 12-15 Marzo 2014 • ihrsa.org/convention



[facebook.com/ihrsa](https://www.facebook.com/ihrsa)



[@ihrsa](https://twitter.com/ihrsa) | [#ihrsa2014](https://twitter.com/ihrsa2014)



ihrsa.org/convention



IHRSAevents@ihrsa.org

INTERNATIONAL HEALTH, RACQUET & SPORTSCLUB ASSOCIATION • SEAPORT CENTER, 70 FARGO STREET, BOSTON, MA 02210 USA



Chile

MPTrain ganó el "Desafío LG Smart TV"

A modo de premio, MPTrain recibirá un monto de U\$8.000 dólares, mientras que la aplicación MPTrain TV será incluida en los smart TVs que la marca LG comercializa en el mercado chileno y en el brasileño. En principio, el programa ofrecerá clases de entrenamiento en bicicleta estática y, posteriormente, en cintas de trote y elípticos.

Actualmente, la compañía está abriendo una nueva sociedad en Chile, en busca de inversores para el desarrollo de una nueva aplicación para smartphones, compatible con iPhone y Android, que incluirá un GPS para el trazado de rutas -para la práctica de ciclismo y running- y también funciones para monitoreo cardíaco.

Esta app tendrá también un *personal trainer* virtual que, mediante una voz en off, brindará clases de entrenamiento *indoor*-bicicleta fija, cinta de trote y elíptico- y *outdoor*. Su lanzamiento está previsto para julio de 2014, junto con el de MPTrain TV para smart TVs, al que se accederá mediante una suscripción mensual que se estima será de U\$7 dólares. Más información en www.mptrain.com ■

"Haber sido elegidos por una firma tan prestigiosa es un gran reconocimiento, que no sólo nos permitirá ingresar en el mercado hogareño, sino posicionar nuestra marca internacionalmente, con la posibilidad de que la aplicación sea incluida a futuro en todos los smart TVs de LG del mundo", explica **Joaquín González**, director de MPTrain.

La compañía **MPTrain**, especializada en el desarrollo de sistemas de entrenamiento virtual, ganó el concurso "Desafío LG Smart TV", de Chile, con el producto MPTrain TV, que consiste en un programa animado en 3D que ofrece distintas rutinas y escenarios de acondicionamiento físico, con instrucciones y mensajes motivacionales para los usuarios.

OTS TRANSPONDER SYSTEM
La cerradura de proximidad referencia del sector

WELLNESS SYSTEM
CONTROL



LOCKR MULTIFUNCTION

Cerraduras de moneda y tarjeta

OCS TOUCH LOCK
Cerraduras de código

LOCKR

L'CKR HASP
Cerradura de candado

DEPOSITA TU CONFIANZA EN EL LÍDER

Confían en nosotros: **Reebok**, Madrid, España; **Dir**, Barcelona, España; **Budapest Baths**, Budapest; **Hoteles Marriots**, IH3, Lake City, USA; **Key Fitness**, Roanoke Rapids, NC, USA

- > EXPERTOS EN CERRADURAS PARA LOCKERS
- > SOLUCIONES RFID
- > SOLUCIONES DIGITALES
- > SOLUCIONES GENERADORAS DE RETORNO



WWW.OJMAR.COM

BUSCAMOS DISTRIBUIDORES, INTERESADOS CONTACTAR CON leisure@ojmar.com



**CERO INVERSIÓN
+ FIDELIZACIÓN
+ MOTIVACIÓN
- BUROCRACIA**

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.

NUEVO

Social media en tu GYM!!

Ahora podés conectar **MyGym** con tus redes sociales y comunicar todo lo que hagas.



**Además... ¿Tus socios están al día con los pagos?
¿Cuál es tu situación de caja?**
Próximamente gestioná todo en **MyGym**.

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



www.eneas.biz/mygym

*Promoción válida adquiriendo el servicio Mygym antes del 15 Febrero.

Clubes deportivos

Deloitte lanzó un nuevo sistema de gestión



Es un modelo de balance de fácil uso, basado en Excel. La herramienta permite ordenar ingresos y gastos por disciplina deportiva, asignar metas y generar planes de corrección.

El departamento de Industria Deportiva de la firma **Deloitte**, a pedido de la compañía **Weber Saint Gobain**, desarrolló y presentó al mercado una nueva herramienta de gestión para clubes deportivos de barrio con 2.000 a 4.000 socios. Se trata de un modelo de balance de fácil utilización basado en el programa *Microsoft Office Excel* de Windows.

"A través de este sistema, el club sólo debe modificar los campos de valor de cuota y cantidad de integrantes de cada categoría para que calcular los ingresos. En el caso de los costos, se debe modificar cada importe pero ya se encuentran detallados todos los gastos para no dejar fuera nada", explica **Juan Manuel Anlló**, *leader project* de Deloitte.

La herramienta permite ordenar ingresos y gastos para que los clubes puedan hacer proyecciones. Permite dividir los ingresos y egresos por disciplina, asignar metas a las áreas deportivas, evaluar cómo se desarrollan y generan planes de corrección y monitorear la cantidad de socios que hay en los diferentes deportes, para fijar objetivos de reclutamiento.

El sistema también contempla el diseño de gráficos que permiten realizar un seguimiento de la evolución financiera de las categorías deportivas del club. Esto posibilita a los miembros de la comisión directiva obtener un vistazo rápido de la situación, además de analizar las tendencias de la institución. Más información por mail a jmanllo@deloitte.com ■

Honduras 4700

Ciudad / Partido

Musculación

Buscar

Publicar en **entrenaya** es gratis

Sin mensualidad ni tasa de adhesión



Expandí tu oferta

Podrás vender pases flexibles (pases diarios) permitiendo que los usuarios que visitan EntrenaYa puedan probar tu gimnasio inmediatamente convirtiéndose en potenciales clientes.



Mantenete visible

Potenciales clientes podrán encontrar tu gimnasio en el mapa, buscando por cercanía y por clases / servicios que tu gimnasio ofrezca, ¡sin ningún costo!



Proponé nuevos beneficios

Actuales y potenciales clientes contarán con todos los medios de pago digitales y promociones en cuotas para que se sientan más atraídos.

Por qué publicar en **entrenaya.com.ar**

te ofrecemos un sistema tan simple como efectivo

el promedio de rotación de socios es muy alto!



Atraé nuevos clientes

6 de cada 10 personas que toman la iniciativa de matricularse, no supera los 3 meses de permanencia. Hay un amplio público que por cuestiones de pereza, distancia u horarios laborales, no concurren frecuentemente y no son clientes de un plan mensual regular.



Posícionate en Google y Facebook

Publicando tu gimnasio en EntrenaYa, aparecerás en los primeros resultados de búsqueda de Google y tendrás más exposición en las redes sociales.



aprovechá la oportunidad y posícionate!



Generá nuevos ingresos

Los pases diarios aportan una forma flexible de concurrir a tu gimnasio o hacer una actividad física. El 60% de nuestro público está interesado en un plan regular mensual y utiliza entrenaya como una guía para elegir tu gimnasio en las detalladas fichas de nuestro sitio web.



lee el código con tu celular

contactanos!

Adherí tu gimnasio ahora!

Te ayudamos a definir las reglas más convenientes para tu negocio.

Contá con todos los medios de pago       

Llamanos al (+5411) 15 3686 7035
Escribinos a info@entrenaya.com.ar



EQUIPAMIENTO
PARA GIMNASIOS



Nosotros **HACEMOS**
de tus **PROYECTOS**
una **REALIDAD**

Linea Cardio



Maquinas



Cycling



Accesorios



WWW.GOLDGYMFITNESS.COM
INFO@GOLDGYMFITNESS.COM

TROTADORAS - ELIPTICAS - BICICLETAS
MAQUINAS DE MUSCULACION - BANCOS Y MAS

Pilates es beneficioso para pacientes cardíacos



Los ejercicios de Pilates pueden servir como tratamiento complementario para pacientes con problemas cardíacos, según un estudio publicado por *Cardiovascular Therapeutics*. Tras analizar a 16 personas con problemas cardíacos durante 16 semanas, en las cuales realizaron diferentes programas de ejercicio físico, los investigadores concluyeron que sólo el grupo de Pilates mostró un incremento notable en la capacidad ventilatoria de base.

Menos quebraduras en ancianos que se ejercitan

Los adultos mayores que se ejercitan regularmente suelen caerse menos que los ancianos sedentarios y, si se caen, tienen 37 % menor riesgo de lastimarse, según lo indica un estudio del **Instituto Nacional de Salud e Investigación Médica** de Francia. Estadísticas señalan que en Estados Unidos entre el 30 y el 40 % de los mayores de 65 años se caen por lo menos una vez al año. En el 50 % de esos casos, se producen lesiones graves como fractura de cadera.

El Tai Chi aumenta el tamaño del cerebro

Investigadores de la **Universidad de Florida**, en Estados Unidos, y de la **Universidad Fudan de Shanghai**, en China, demostraron que los adultos que practican *Tai Chi* tres veces por semana tienen mayor volumen cerebral y mejores resultados en test de memoria y razonamiento. Estos resultados aparecieron en la revista *Journal of Alzheimer's Disease*.

Correr seguido es bueno para el cerebro

Un nuevo estudio de la **Universidad de Cambridge**, del Reino Unido, asegura que correr con frecuencia fomenta el desarrollo del cerebro. Los experimentos científicos, realizados con ratones, confirman que correr regularmente y hacer otros ejercicios aeróbicos potencia el proceso de neurogénesis, que es el de crecimiento de nuevas células en el cerebro, sobre todo en las zonas relacionadas con la memoria y el aprendizaje.



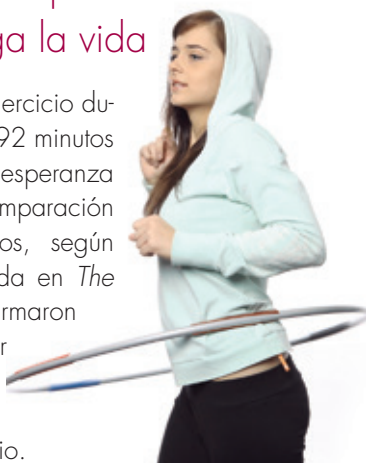
Ejercicio después de los 60 años, igual de beneficioso

Comenzar con un programa de actividad física después de los 60 años de edad ayuda a evitar enfermedades así como el desarrollo de la demencia, según lo indica un estudio publicado recientemente en el *British Journal of Sports Medicine* y que fue realizado por investigadores del **University College London**.

La investigación, para la cual se evaluaron durante 8 años a 3.500 individuos retirados o por jubilarse, determinó que aquellos que se ejercitaban regularmente tenían probabilidades 3 veces mayores de tener una buena salud que quienes llevaban un estilo de vida sedentario. Además, los más activos tenían menos problemas para realizar las actividades cotidianas.

Con 15 minutos de ejercicio por día se prolonga la vida

Las personas que hacen ejercicio durante 15 minutos al día o 92 minutos a la semana prolongan su esperanza de vida tres años en comparación con quienes son inactivos, según una investigación publicada en *The Lancet*. Los científicos confirmaron que el riesgo de muerte por cualquier causa descendió 4 % por cada 15 minutos más de ejercicio.



Daniel Tangona
International Coach & Speaker

Tangona[®]
MANAGEMENT



Tangona Management pone al servicio de su gimnasio, evento y desarrollo profesional, la experiencia del entrenador líder del mercado.

Workshops | Talleres | Consultoría

- ▶ Marketing Personal para entrenadores.
- ▶ Gestión Profesional del Servicio.
- ▶ Cómo avanzar en su carrera.
- ▶ Expansión del negocio.
- ▶ Atracción de sponsors.
- ▶ Marketing Motivacional.
- ▶ Las nuevas tendencias.
- ▶ Excelencia en la comunicación.
- ▶ Captación y fidelización de clientes.

www.tangona.com
Twitter: @TangonaBootcamp
Facebook: /daniel.tangona
Cel. Buenos Aires: (54 9) 11 3639-1200
Cel. Punta del Este: (094) 480006

Beneficios de la gimnasia online en el trabajo

Prevenir y aliviar el dolor lumbar inespecífico a través de ejercicios de corta duración en el lugar de trabajo puede ser beneficioso para la salud y calidad de vida de los trabajadores, al mismo tiempo que aumenta la productividad laboral. Un estudio realizado por la **Universidad de Extremadura**, en España, demostró que intervenciones diarias y cortas -de 11 minutos de duración- a través de Internet, son efectivas en un entorno de oficina.

Mujeres en forma disfrutan más del sexo

Una mujer que hace ejercicio físico tiene mayores posibilidades de disfrutar del sexo con su pareja, de acuerdo a lo que reveló un estudio de la **Universidad Faith**, de Ankara, en Turquía. "La práctica regular de ejercicios puede mejorar el flujo en el clítoris y potenciar la función sexual", explicó **Omer Faruk Karatas**, investigador a cargo del estudio.

La fuerza, un indicador del estado de salud

Una investigación de la **Facultad de Ciencias del Deporte de la Universidad de Granada**, de España, y del **Instituto Karolinska** asegura que la fuerza muscular en la adolescencia es un marcador del estado de salud y se relaciona con factores de riesgo de enfermedad a edades adultas, de modo que podría predecir la mortalidad prematura. La fuerza se puede evaluar con una dinamometría manual o un test de extensión de piernas.

El ejercicio previene la pérdida de memoria



Investigaciones realizadas en el Reino Unido, Japón y Estados Unidos, cuyas conclusiones fueron presentadas en la Conferencia anual de la Asociación de Alzheimer, que se realizó en Canadá, aseguran que el ejercicio físico regular -especialmente los entrenamientos aeróbicos, de estiramiento, de equilibrio y de resistencia- tiene impacto positivo en las funciones cognitivas y reduce el deterioro mental en adultos mayores.

Logran predecir la obesidad desde la infancia

Investigadores del **Imperial College de Londres** diseñaron una fórmula que calcula el riesgo de obesidad en un recién nacido. Para esto analizaron los registros de 4.032 niños finlandeses nacidos en 1986 y los datos de otros dos estudios que incluyeron a 1.503 niños italianos y 1.032 niños estadounidenses. Y concluyeron que analizando variables como el peso del bebé al nacer y si la madre era fumadora, era suficiente para predecir la obesidad.

EXIGENCIA  **PERSONAL**

**Productos innovadores
y exclusivos para el
deportista de alto rendimiento**





GATORADE



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.



EL SECTOR ESTÀ AQUÌ. FORUMCLUB. SOLO PARA PROFESIONALES.

El evento de referencia para los sectores del fitness y el wellness tiene su sede en la Feria de Bologna. De nuevo en 2014 la cita para los profesionales es en la Feria de Bologna, para descubrir las últimas novedades del fitness y de los gimnasios. Todo lo que hay que ver y saber está aquí: se organizan convenciones y seminarios con los mejores especialistas para profundizar las tendencias del mercado y está la exposición para descubrir equipos, productos, accesorios y todas las novedades del sector. Al mismo tiempo, en los mismos pabellones, está ForumPiscine, la cita internacional dedicada a las piscinas, a los centros acuáticos y a las spa. Dos eventos para conocer dos mundos cada vez más cercanos

20-21-22 febrero 2014
Feria de Bologna (Italia)

FORUMCLUB
15th Expo and International Congress
for Fitness, Wellness & Aquatic Clubs

es un proyecto



www.forumclub.it

en colaboración con



sponsor principal



Secretaría organizadora e oficina de prensa: ABSOLUT eventi&comunicazione - tel. +39 051 272523 - fax +39 051 272508
Secretaría científica e venta de stands: EDITRICE IL CAMPO srl - tel. +39 051 255544 - fax +39 051 255360 - forum@ilcampo.it

VENTAS

Marcelo Attaguile

Vendo cinta de trote marca Johnson Fitness modelo Jet 7000. Origen USA, motor 3hp y con elevación.
Tel.: (011) 6094 0484
E-mail: mtano.1973@gmail.com

Antonio Palladino

Vendo gimnasio y natatorio en zona oeste del conurbano bonaerense en funcionamiento.
Tel.: (011)4758-1548
E-mail: nuevoroger@gmail.com

Gustavo Magnano

Vendo press de hombro marca Fitness Machine y camilla femoral con 80 kg y caño estructural de 50 x 50.
Tel.: (0351)155126721
E-mail: gustavomagnano@hotmail.com

Pablo Cuadros

Vendo elíptico profesional Athletic con pantalla de LCD, equipos de remo, press de pectorales y press de hombros marca Masterfit.
Tel.: (0261) 2406663
E-mail: gymdelgolf@gmail.com

Mariana Richetta

Vendo minitraps Sonnos y steps Nuevo Millenium.
E-mail: marianarichetta@hotmail.com

Federico Engel

Vendo escalador Life Fitness 7500 y 2 bicicletas verticales Lifecycle 7500, actualmente en uso.
Tel.: (011)4733-6627
E-mail: perubeachfitness@fibertel.com.ar

Walter Marcolin

Vendo estudio de Pilates en Recoleta, Ciudad de Buenos Aires.
Tel.: (011)1558303837
E-mail: wpilates@live.com

Fernando Fernandez

Vendo prensa 45° y mariposa marca Máquinas Sanmartino.
Tel.: (02954)15517429
E-mail: fmfpersonal@gmail.com

Laura De Luca

Vendo plataforma vibratoria Vibro-Boost Profesional.

Tel.: (02246)15405382
E-mail: tatyluky@hotmail.com

Fernando Moscatelli

Vendo Elíptico Precor EFX 833 nuevo, Precor EFX 536i usado y un elíptico Life Fitness 93X usado.
Tel.: (011)4573-4081
E-mail: techno_fitness@yahoo.com.ar

Dora María Rico

Vendo gimnasio completo: 17 máquinas neumáticas cromadas para todos los grupos musculares, polea doble, 3 bicicletas ergométricas, mancuernas, discos, barras, escritorio, fichero, etc.
Tel.: (011)1540538933
E-mail: dorita@avantcastelar.com.ar

Carlos Alberto Lazaro

Vendo gimnasio completo con más de 40 aparatos de gimnasia de marca, 1.050 kg en mancuernas y discos de hierro macizo, equipo de audio, lockers guardarropa con cerraduras individuales, 4 ventiladores, espejos, tarima, 20 steps, 1 esfera de Pilates, 8 pelotas inflables, 15 pares de tobilleras de 1 kg y 20 colchonetas, entre otras máquinas.
Tel.: (02926)15414774
E-mail: carloslazaro_3@hotmail.com

Silvia Barroso

Vendo seis bicicletas de indoor cycling marca X Italy Force. Precio: \$1500 cada una.
Tel.: (0346)2422432
E-mail: tiamaria@tiamariaweb.com.ar

Adriana Cartier

Vendo o permuto, por lote de bicicletas indoor, equipamiento de Pilates: trapecio, barrel y chair con todos sus accesorios, en madera maciza y con tapizado impecable.
Tel.: (011)5452-7057
E-mail: adriaysanti@hotmail.com

Carlos Aloí

Vendo cinta, elíptico y bicicleta Recumbent Profesional marca Uranium.
Tel.: (011)1559248775
E-mail: charlymaloi@live.com

Juan Ignacio Sánchez

Vendo lote de máquinas Fitness Machine línea Gloria por renovación.
E-mail: juanni78@hotmail.com

Yanina Perotti

Vendo cinta para caminar o trotar
E-mail: yany-perotti@hotmail.com

Mariana Pazos

Vendo equipamiento para centro de estética.
esteticamarianne2012@hotmail.com

Jesica Nieves

Vendo o permuto Solarium funcionando con 1 cama de 9000, 1 cama de 12.000, 1 cama vertical nueva con plataforma vibratoria, 1 facial 7000, computadora con sistema funcionando para solarium. Se permuto por vehículo o se financia con cheques.
Tel.: (011)1550610194
E-mail: jessica@fitnessmachine.com.ar

Ariel Stavara

Vendo 2 cintas de trote marca Power Force.
Tel.: (011)45436474
E-mail: elreyar@hotmail.com

Norberto Nava

Vendo cinta Kip Machines KR218 sin inclinación.
Tel.: 2615552066
E-mail: info@gimnasioyx.com.ar

Fernando Soto

Vendo banco scott sentado marca Máquinas Sanmartino, color gris y tapizado amarillo nuevo. Precio \$700. También se vende soporte de 2 pisos para mancuernas. Precio \$500.
E-mail: nuevoestilo98@yahoo.com.ar

BÚSQUEDAS

Ariel Preatoni

Buscamos profesor de educación física o estudiante avanzado para cubrir el horario de tarde-noche en la sala de musculación. Monotributista y proactivo. Enviar CV por mail.
Tel.: (011)1557638711
E-mail: luganogymclub@hotmail.com

Christian Cragno

Estamos en la búsqueda de coach CrossFit Level 1 Trainer con experiencia, proactivo/a y responsable. Serán valoradas todas las certificaciones adicionales que posea. La zona de trabajo es dentro de Capital Federal.

Tel.: (011)1541964924
christian.cragnozazzarini@gmail.com

Martin Biancalana

Busco socio para gimnasio con espacio para artes marciales y preparación física. Tengo tatami de piso encapsado y elementos para preparación física en diversas áreas. Mi búsqueda se centra en asociarme o compartir resultado comercial conjunto.
Tel.: (011)155 808 8994
E-mail: mps.martin@hotmail.com

Pablo Speroni

Se busca con urgencia, para centro deportivo en Caballito, profesora de Pilates con experiencia y CV actualizado. Horario de trabajo: Martes y Jueves 17hs a 21hs. Interesados enviar curriculum vitae por mail.
Tel.: (011)1544755821
E-mail: gimnasioehache@hotmail.com

Daniel

Gimnasio en zona Belgrano busca instructor de musculación para los días martes y jueves de 7.30 a 13.00 hs. Interesados enviar curriculum vitae por mail.
E-mail: cabildovinfo@yahoo.com.ar

ALQUILER

Bernardo Frontini

Alquilo gimnasio funcionando en Mar del Plata con 300 socios de promedio en 2013.
Tel.: (0223)5377755
E-mail: berfron@hotmail.com

FONDO DE COMERCIO

Adrián Laterra

Vendo fondo de comercio del gimnasio Virage Gym, de 150 m², en el barrio San Cristobal, de Ciudad de Buenos Aires.
Tel.: (011) 1565430649
E-mail: adrilaterra@hotmail.com

SERVICIOS

Rolando Salazar

Se ofrece servicio técnico de equipos de gimnasios en Perú.
Tel.: +997429918
serviciotecnicoalazar@hotmail.com



CAMARA DE GIMNASIOS DE ARGENTINA

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

Formá parte de la Camara de Gimnasios de Argentina
Asociate. Te estamos esperando!





México

SPORTS WORLD

abrirá 9 clubes en 2014

Fabían Bifaretti

Asimismo, estrenará un nuevo modelo de expansión a través de terceros inversores. Esta cadena, que tiene hoy 35 sedes abiertas, sumó 23 mil clientes en los últimos 2 años.

Fundada en 1996, la cadena de clubes deportivos **Sports World** nació como un emprendimiento familiar. Diez años después, fue adquirida por el fondo de inversión **Nexus Capital** y, desde 2010, cotiza en la bolsa de valores. A partir del lanzamiento de la oferta pública a inversionistas, la compañía experimentó un importante crecimiento, reflejado en la apertura de 21 nuevas sedes en los últimos tres años.



Otro aspecto al que esta cadena apuesta para destacarse de la competencia es la innovación. “Siempre intentamos ser los primeros en utilizar las nuevas tecnologías y los entrenamientos que lanza la industria y un ejemplo testigo de esto es que hayamos sido el primer gimnasio en el mundo en contar con el programa infantil *Born to move* (Nacido para moverse, en inglés) de Les Mills”, explica el ejecutivo.

Con miras al 2014, la cadena ya ha cerrado negociaciones para abrir 9 gimnasios en México, 2 de éstos bajo un nuevo modelo de negocio, que ya cuenta con 21 propuestas comerciales. A través de este formato, un tercero realiza la inversión, mientras Sports World se hace responsable de la administración y gestión de los locales, permitiendo “acelerar el proceso de expansión de la empresa”.



“Habernos orientado al segmento familiar es un rasgo que nos diferencia y privilegia en el mercado, por su creciente demanda. El 40 % de nuestra membresía hoy proviene de este segmento, por lo que el plan de crecimiento de la compañía contempla que el 60 % de las futuras aperturas correspondan a clubes familiares”, señala **Fabían Bifaretti**, director general de Sports World.

Otro proyecto de la compañía para el próximo año es el lanzamiento de un sistema de variación de tarifas en función del perfil del cliente, que permitirá que a los socios con mayor antigüedad se les incremente la cuota en menor medida que al resto, según el aumento de costos que sufre el servicio anualmente. “Desarrollamos esta propuesta inédita en el mercado para premiar la fidelidad de los usuarios”, explica Bifaretti. ■

Al día de hoy, la cadena cuenta con 35 unidades operativas bajo dos formatos diferentes de servicio. Los clubes familiares, que poseen 3.000 m² y albergan a 2.700 socios cada uno, se distinguen por contar con piscina y áreas de entrenamiento y de recreación para niños. Por otro lado, el formato gimnasio tiene instalaciones de 2.200 m² y capacidad de 2.000 clientes. Las tarifas mensuales varían desde los U\$50 hasta los U\$170 dólares.

Para asegurar la calidad del servicio, la empresa ha desarrollado el Instituto Sports World, junto con la Universidad de Puebla, para la formación y capacitación de instructores. Además, con el foco puesto en la atención al socio, desde 2012, el 30 % de la remuneración variable de los profesores está vinculada al nivel de satisfacción que manifiestan los clientes, el cual es monitoreado periódicamente.

Brasil



Luiz Urquiza

Grupo Bodytech y Cia Athletica

analizan unificar operaciones



Richard Bilton

Así lo revelaron ejecutivos de ambas compañías, aunque remarcaron que aún no hay nada firmado. En caso de concretarse el acuerdo, sucedería en el segundo trimestre de 2014.

Los máximos ejecutivos del **Grupo Bodytech** y de **Companhia Athletica**, dos de las mayores redes de clubes y gimnasios de Brasil, reconocieron en exclusiva a **Mercado Fitness** haber intensificado sus conversaciones en los últimos meses con miras a unificar sus operaciones a futuro, aunque de momento destacaron que “no hay nada firmado”.

“Hace más de tres años que venimos conversando sobre nuestras perspectivas futuras. En el pasado, tuvimos grandes dificultades para avanzar en conversaciones por cuestiones societarias de cada lado. Pero en este momento, retomamos la negociación y buena parte de esos problemas ya fueron superados”, explicó **Luiz Urquiza**, CEO del Grupo Bodytech.

Por su lado, **Richard Bilton**, presidente de Cia Athletica, remarcó que “no hay documentos firmados aún (...) y es impropcedente cualquier información que diga que la operación está realizada o en vías de realizarse en el corto plazo”. Según Bilton, aún están negociando y “el acuerdo recién podría concretarse en el segundo trimestre de 2014”.

Urquiza confía en que esta vez “existe la posibilidad de llegar a buen puerto” con esta negociación, pero también reconoce que “de momento, no hay nada concreto”. En caso de confirmarse esta unificación, Bilton asegura que “pasaremos a ser el grupo de gimnasios más fuerte del hemisferio sur y uno de los más importantes del mundo”.

Con 28 años en el mercado, Companhia Athletica tiene actualmente 18 clubes deportivos, que representan en conjunto 69 mil m², que albergan a 35 mil miembros. El Grupo Bodytech, fundado en 2005, tiene 62 gimnasios en su red, 41 bajo la marca Bodytech y 21 con la denominación Fórmula, utilizada para unidades de menor porte (600 a 1000m²). ■

Exjugadora de vóley abre gimnasios Fórmula

Fernanda Venturini, exjugadora de vóley de la selección brasileña, abrirá en abril de 2014, en Ribeirão Preto, la primera de varias franquicias de la cadena de gimnasios Fórmula. Venturini es esposa del reconocido técnico de vóley Bernardinho, quien es socio accionista del Grupo Bodytech, propietario de **Fórmula**. En este emprendimiento, Venturini se asociará con su entrenadora personal y amiga, **Alandra Nascimento**.

PERÚ

Bodytech invierte U\$1.4 millones en Trujillo



La cadena de gimnasios **Bodytech**, de origen colombiano, invirtió U\$1.4 millones de dólares para abrir su segunda sede en Trujillo. La nueva unidad está ubicada en el centro comercial Mall Aventura Plaza y tiene 1.400 m² distribuidos en: zona cardiovascular, de estiramiento, de *indoor cycling*, de musculación, y de nutrición, entre otros servicios.

Ésta es la décimo segunda unidad de Bodytech y, tras su apertura, **César López Barrantes**, gerente de Expansión de la compañía, adelantó: “Al cierre del presente año, planeamos sumar en nuestras dos sedes de Trujillo 3.800 afiliados, para lograr así una facturación de S/.3 millones de soles”. El primer gimnasio de Bodytech en Trujillo se inauguró en 2010.



Bodytech llegó a Perú en 2008 y en la actualidad tiene 12 unidades a nivel nacional. En Lima, cuenta con 4 gimnasios ubicados en los distritos de Surco, Miraflores, Santa Anita e Independencia; y 3 sedes con el nombre de Energym, en los distritos de Miraflores, Surco y Jesús María. En provincias, tiene 5 locales ubicados en Trujillo (2), Arequipa (2) y Piura.

Sportlife y Life llegaron al socio 100 mil



El grupo **YTB Fitness**, fundado por el ex tenista **Jaime Yzaga Tori** y conformado por las cadenas de gimnasios **Sportlife** y **Life Sport & Fitness**, inscribió en noviembre pasado a su socio número 100 mil, en base al registro de usuarios a los que la empresa ha prestado servicios desde su apertura en 1997. El flamante cliente recibió como obsequio un kit deportivo VIP y un plan con derecho de ingreso a todas las sedes de ambas cadenas.

“Estamos trabajando en el plan de fortalecimiento de nuestras dos marcas para consolidarnos como la mejor alternativa en fitness”, señala Jaime Yzaga, gerente general de la compañía, que al día de hoy posee 15 mil socios activos. En 2014, el empresario planea inaugurar 2 gimnasios de 1.800 m², uno en Arequipa y otro en Lima. Al cierre de 2013, el grupo registrará una facturación superior a los U\$15 millones de dólares.

Mercado Fitness dijo presente en Lima



Mercado Fitness estuvo presente en noviembre pasado en una nueva edición de la **EXPO FITNESS**, realizada en el Hotel Estelar, bajo la organización de **BodyAction Corp**, la compañía que conduce Rommel Torres. En el evento se realizaron cursos técnicos y de gestión a cargo de reconocidos expertos internacionales como Gustavo Yepes, de Colombia, Patricia Totaro, Alexandre Osorio y Marco Tulio Pimenta, todos de Brasil.

COLOMBIA

Autorizan que Bodytech compre los gimnasios Forma

Mediante la resolución 74.281 del 5 de diciembre de 2013, la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia aprobó el 100% de la integración y la compra de las 9 sedes de los gimnasios **Forma**, “sin condicionamiento alguno”, por parte de la cadena **Bodytech**.

A mediados de 2013, el titular de este organismo estatal había frenado la operación, aduciendo que la integración de ambas firmas produciría efectos monopolísticos. Con ocho unidades en Medellín y una en Armenia, los centros de acondicionamiento físico Forma eran hasta ahora el mayor competidor de Bodytech en esta región de Colombia.

Ante ese freno, Bodytech interpuso a través de su estudio de abogados un recurso de reposición, alegando que existían muchos más competidores en el mercado que la SIC reconocía en su primera resolución desfavorable, incluyendo las ciclorutas y los parques públicos, que son también opciones que la gente tiene para ejercitarse.

Con esta operación, Bodytech refuerza aún más su situación de liderazgo. Desde su nacimiento, en 1997, esta firma creció en el país principalmente de manera orgánica, abriendo un gimnasio tras otro, pero con esta adquisición acelera su expansión, acercándose a la meta de terminar el año con 60 sedes en Colombia y facturar 20 % más que en 2012.

MÉXICO

Se realizó Deportium en Morelia



Entre el 15 y el 17 de noviembre se llevó a cabo en Morelia un congreso internacional de ciencias aplicadas al deporte, bautizado como **Deportium**. Del evento, realizado en el Complejo Deportivo Bicentenario, participaron destacados atletas mexicanos, médicos deportólogos, periodistas, entrenadores y expertos en gestión y marketing del deporte.

Entre los conferencistas presentes estuvieron los españoles María Ángeles de Santiago, Álvaro Merino y Néstor Serra. Asimismo, participó del evento Guillermo Vélez, director y editor de **Mercado Fitness**, quien presentó su “Museo de Ideas”, con más de 200 campañas de marketing desarrolladas por clubes deportivos y gimnasios de todo el mundo.

MÉXICO

Sport City compró el gimnasio Fitbiz



La cadena de clubes deportivos **Sport City**, propiedad del Grupo Martí, concretó durante el último trimestre de 2013 la compra del gimnasio **Fitbiz**, ubicado en la delegación Benito Juárez del Distrito Federal. Al momento de la operación, este gimnasio contaba con unos 400 socios, que tendrán un precio preferencial de entrada a Sport City.

Fitbiz dejó de funcionar el 30 de septiembre pasado, cuando sus instalaciones fueron cerradas para iniciar las obras de remodelación. El nuevo club deportivo será un **Sport City Entrenna**, que tendrá 3.500 m², cuya apertura está prevista para el mes de abril de 2014. Sin embargo, el club ya inició la preventa con descuentos en el pago de inscripciones.

CHILE

Smart Fit abre su primera sede en Vitacura

La cadena de gimnasios *low cost* **Smart Fit**, que pertenece al **Grupo Bioritmo** de Brasil, inaugura en diciembre, en Vitacura, su primera sede en el país. Estas aperturas son impulsadas por el **Grupo O2 Fit**, que opera cuatro gimnasios de alta gama bajo la marca O2 y es además propietario de la franquicia maestra de **Smart Fit**.

En declaraciones a la prensa local, **Felipe Zuloaga**, gerente de Operaciones de Smart Fit Chile, señaló que estas aperturas “representan la oportunidad de llevar a más chilenos un mensaje de salud y bienestar”, ya que podrán acceder a instalaciones deportivas de calidad a un precio de tan sólo U\$ 28 dólares por mes.

En este sentido Zuloaga agregó: “La experiencia de O2 operando gimnasios en Santiago, sumada al gran conocimiento con el que cuenta Bio Ritmo nos permitirá ser capaces de llevar la cultura de la actividad física a más personas”. Las siguientes aperturas de Smart Fit en Chile serían en Apoquindo y luego en Walker Martínez.

El 70 % de la población es sedentaria

El nivel de sedentarismo alcanza al 70 % de la población chilena, según un estudio de la consultora **GfK Adimark**. Las mujeres son las más inactivas y, a medida que baja el nivel socioeconómico, los índices empeoran. Un 20 % de los encuestados dijo realizar algún ejercicio al menos 3 veces por semana y un 10 % reconoció hacerlo más de 3 veces por semana. La mayoría de este último grupo no tiene hijos y representa los niveles C1 y C2.

Según esta encuesta, las causas por las que los chilenos no son más activos son: falta de tiempo libre, exceso de trabajo, falta de lugares para hacer ejercicios y el cansancio o flojera. No obstante, el 35,4 % dijo que “todo está en la fuerza de voluntad” y que “depende de uno” mantenerse activo. Este estudio se hizo en hogares de Santiago, de manera presencial y aleatoria.



21 AÑOS
PENSANDO Y PREOCUPADOS
POR TU SALUD



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



NOVASPORTS
FITNESS BOUTIQUE
Ventas - Servicios - Proyectos



MATRIX JOHNSON VISION FITNESS HORIZON 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

Rodrigo Vilches se sumó a GFS



Rodrigo Vilches, master instructor de **Spinning®** en Chile, fue designado recientemente como director de Operaciones y Ventas de la compañía **Global Fitness Service**, especializada en la venta de equipamientos profesionales para clubes deportivos y gimnasios y representante de las marcas **Star Trac**, **Hoist**, **Foreman** y **Throwdown**.



“Mis expectativas son llevar a Star Trac y a nuestras otras marcas a lo más alto en estándares de venta y servicio post-venta, ofreciendo a los clientes una fabulosa experiencia de asesoría integral personalizada”, señala Vilches, quien además es responsable en Chile de la organización de cursos oficiales de formación de instructores de Spinning®.

Ésta es la tercera incorporación destacada de Star Trac a su equipo comercial, luego de la llegada de **Dan Valla** como director *senior* para la región y el posterior arribo de **Enrique Montejo**, como director asociado para América Latina, quien llegó para prestar apoyo en el desarrollo de negocios con foco en los mercados de México, Chile y Centroamérica.



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

BRASIL

Unique Fitness anunció nuevas aperturas



Unique Fitness anunció la apertura de 2 nuevos gimnasios durante el año 2014. Uno de ellos estará en el centro comercial ParkShopping São Caetano, en San Pablo, y el otro estará en Brasilia, en el barrio Clubs Sector Sur. La construcción de ambas instalaciones deportivas demandará una inversión de U\$14 millones de dólares.

“Nuestra llegada a San Pablo representa el primer paso en la nacionalización de la marca”, destaca **Diogo Salim**, director administrativo de este grupo de gimnasios originario

de Brasilia, cuya sede Sudoeste, de 16.000 m², fue reconocida recientemente por la revista brasileña de negocios Exame entre los ocho gimnasios con mejor diseño del mundo.

Unique Fitness tiene hoy 4 gimnasios y 12 mil socios. Con las 2 nuevas aperturas, proyecta alcanzar los 16 mil clientes antes de finalizar 2014. “Vamos a generar más de 200 nuevos empleos, totalizando 600 empleados”, señala Salim, a la vez que reconoce su interés por avanzar, en mediano plazo, sobre los mercados de Río de Janeiro y Belo Horizonte.

“Yo uso el gimnasio”, grupo de debate en Facebook



La arquitecta brasileña **Patricia Totaro** abrió en Facebook el grupo de debate “*Eu uso academia*” (Yo uso el gimnasio, en portugués) con el propósito de conocer, de primera mano, las opiniones, experiencias y sentimientos de los usuarios de los centros de fitness. Actualmente el grupo ya cuenta con más de 800 participantes.

Al respecto, Totaro explica: “Conocer lo que los clientes desean y valoran es la fórmula para retenerlos”. A partir del *feedback* de los participantes se debatirá sobre las actividades predilectas, el uso de vestuarios, la importancia de la ubicación, el equipamiento, etc. Los interesados pueden sumarse en www.facebook.com/groups/euUSOacademia/

UFC Gym quiere poner un pie en Brasil



La cadena de gimnasios **UFC Gym** pretende desembarcar en territorio brasileño. Así lo confirmó **Dana White**, presidente de UFC, durante su última visita a San Pablo en septiembre pasado. Esta cadena, que fue lanzada al mercado en 2009 por **New Evolution Ventures (NeV)** y **UFC**, tiene hoy 81 centros en Estados Unidos y en Australia.

PARAGUAY

Inauguran gimnasio en el Shopping Multiplaza



En el Shopping Multiplaza, de la ciudad de Asunción, se inauguró el gimnasio **Plaza Fitness Gym**. El mismo está ubicado en el segundo piso del edificio, frente al complejo de cines que funciona en el centro comercial. Se trata de un centro oficial **Body Systems**, que brinda clases de Bodypump y Bodycombat, además de contar con consultorio nutricional.

También tiene un área de musculación, clases de entrenamiento funcional, Zumba, fitness grupal, Pilates *mat* y una sala de cardio y de ciclismo *indoor*, equipadas con máquinas y bicicletas de la firma de equipamientos **Athletic**. Entre los planes de la empresa se encuentra incorporar a sus servicios MMA, *Jiu Jitsu*, *Muay Thai*, *Kick Boxing* y CrossFit.

REPÚBLICA DOMINICANA

Flex Fitness abrió sus puertas



El 15 de noviembre se inauguró el gimnasio **Flex Fitness** en San Francisco de Macorís. El flamante centro, propiedad de **Niño López**, está abierto de 6.00 de la mañana a 10.00 de la noche y cuenta con áreas de musculación y cardio, ofrece clases de Zumba, Yoga y TRX, así como servicios de masajes y guardería infantil. También cuenta con una cafetería y planea incorporar a su equipo profesionales del área de nutrición.

Se realizó el 1° Open CrossFit en Asunción



El pasado 23 de noviembre se realizó en Asunción la primera edición del **Open CrossFit** del que participaron 176 atletas de Paraguay, Brasil y Argentina. La competencia, que fue organizada por **Rakiura** y el *box DS Fitness*, que conduce la entrenadora **Daniela Santarelli**, contó con el patrocinio de New Balance, Matrix, GNC y Powerade, entre otras marcas. Además, estuvo presente el campeón iberoamericano de *Strongman*, **Daniel Pons**.

URUGUAY

CrossFit MVD mudó su *box* a Malvín

El *box* **CrossFit MVD** se mudó al barrio Malvín, de la ciudad de Montevideo. El nuevo local, ubicado sobre Avenida Italia 4334, tiene 400 m² y 6 *coaches*, de los cuales 3 son *Level 1*. Además de CrossFit, este centro ofrece clases de defensa personal y cuenta con la representación de la academia americana de artes marciales mixtas **Gracie Jiu Jitsu**.

En el mediano plazo, **Mathías Capó**, *head coach* y propietario de MVD, planea junto a sus socios **Marcel Capó**, **Víctor Capó** y **Pablo Ávila**, llevar el CrossFit a otros barrios de la ciudad. “Pensamos abrir un *box* en Ciudad Vieja, donde hay muchas oficinas, para acercar la actividad a los empleados y empresarios de la zona”, dice Capó.

CrossFit MVD nació en septiembre de 2012. Su tarifa mensual promedio es de U\$62 dólares y, a futuro, sus propietarios planean sumar a su oferta el programa CrossFit Kids.

Inauguran Instinto CrossFit en Pocitos



El 2 de diciembre abrió sus puertas en Pocitos, Montevideo, el *box* **Instinto CrossFit**. Sus instalaciones tienen 1.000 m², están equipadas con elementos de la firma **Fenix Machines** y requirieron una inversión de U\$475 mil dólares para su apertura. La capacidad del *box* por clase es de 30 personas, que en promedio pagan una tarifa mensual de U\$100 dólares.

Instinto CrossFit tiene 7 *coaches*, de los cuales 5 realizaron el Nivel 1 de CrossFit y todos completaron el curso de Entrenamiento Real de Tuluca. “Sólo el primer día, 180 personas vinieron a entrenar. Incluso tuvimos que comenzar a dar clases abiertas dos semanas antes de abrir, con los obreros aún pintando”, dice **Sebastián Carballido**, uno de los fundadores.

Andrés Deagostini y **Ciro Gentile** también son parte de este emprendimiento junto a Carballido, quien ya había participado en la apertura de CrossFit del Sur, el primer *box* uruguayo, aunque luego se desvinculó. “Nuestras expectativas son muy altas, porque hicimos una apuesta fuerte”, dice Carballido, quien para marzo proyecta tener 500 clientes.

En otro orden, este emprendedor comentó que están organizando, junto a otros *boxes* interesados en promover la cultura del CrossFit, una movida regional para crear escuelas de entrenamiento no convencional que formen profesionales de calidad. En ese sentido, adelantó que están en negociaciones con **ENADE Uruguay** para abrir allí una escuela.

An advertisement for HF Fitness. At the top is the logo for HF Fitness, which includes the letters 'HF' in orange and white, and the text 'HI-FITNESS SOLUCIONES EN LO ALTO'. Below the logo are three rows of gym equipment: a blue medicine ball, a black foam roller, a circular mat, a red dumbbell, a set of black dumbbells, a black kettlebell, a red resistance band, a wooden rowing machine, a silver elliptical machine, a red and silver leg press machine, a silver stationary bike, and a silver treadmill. At the bottom of the advertisement are logos for various brands: Paramount, Star Trac, Spinning, Idpil.com, Power Plate, Fitness XBeat, Mercado Fitness, and Fitmix. At the very bottom, there is an orange bar with contact information: Tel: 7083210, Cel: 094540563, www.hf.com.uy, and info@hf.com.uy.

Saturn abrió una tienda en Montevideo

A través de una alianza entre **Bumak SRL** y **Saturn Supplements** de Argentina, esta marca norteamericana de suplementos nutricionales para deportistas abrió su primer tienda en la ciudad de Montevideo, a metros del Estadio Charrúa. “Inauguramos hace apenas 5 meses y ya estamos trabajando con la mayoría de los centros deportivos”, señala **Carina Zapata**, responsable de Marketing de la firma.

BOLIVIA

Go Fitness & Spa abre su segunda sede



El gimnasio **Go Fitness & Spa** anunció la apertura de su segunda sede en febrero de 2014, en el barrio Achumani, al sur de la ciudad de La Paz. Las nuevas instalaciones, de 500 m², demandarán una inversión de U\$250 mil dólares e incluirán servicios de musculación, área cardiovascular, entrenamiento funcional y CrossFit.

En septiembre pasado, la sede ubicada en el centro comercial Megacenter de La Paz celebró su décimo aniversario. “Estos 10 años fueron de muchísimo trabajo, que dio sus frutos y hoy nos permite ver consolidado nuestro negocio, lo que representa un verdadero logro”, explica **Liliana Ascarrunz**, gerente general de la compañía.

PUERTO RICO

Cerraron el gimnasio Zona Activa



Debido al incremento en sus costos operativos, incluyendo alzas en energía eléctrica y agua así como la aparición de nuevos impuestos, el gimnasio **Zona Activa**, de Puerto Nuevo, que es propiedad de **Yariza Yulián**, debió cerrar sus puertas. Sus clientes con membresías activas podrán continuar entrenando en el gimnasio **Equilibrium**. Por otro lado, Yulián confirmó que el centro **Zona Activa Kids**, ubicado en Hato Rey, seguirá funcionando.



HOMBRES TRABAJANDO
mejorando tu rendimiento

mercado Fitness
Seminarios y capacitaciones

DREAM BODY

SONNOS
SOLUCIONES DEPORTIVAS
Representaciones

Gimnasio laboral

COASyP
CONSEJO VENEZOLANO
DE ASISTENTE PERSONAL

SE

Cursos de Entrenador Personal

www.dreambodybolivia.com

f DREAM BODY info@dreambodybolivia.com

Av. Bolívar No. 1063 at. C. 17 Ed. Horizonte Local 8 Calacoto - Tel. +591 2 2770761 - 72021375
La Paz - Bolivia

PUBLICIDADES EN ESTA EDICIÓN

Active Life - info@goldgymfitness.com / www.goldgymfitness.com
Athletic - contactopro@athleticpro.com.br / www.athleticpro.com.br
Athletic Services S.A. - (011) 4941-7711 / athleticervices@fibertel.com.ar
BH Hi - Power - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar
BiobodyX - (011) 3972-5646 / 15 5568-3278 / info@biobodyx.com.ar
Biomax - (0341) 464-9441 / holiday@citynet.net.ar
Body Systems - www.BodySystems.net
Calderas Santero - (011) 4931-0183/0294 / info@calderassantero.com
Cámara de Gimnasios - (011) 5787-1044 / info@camaradegimnasios.org.ar
Cia. Fitness - (01) 276 7035 / ventas@ciafitness.com.pe
Control Gym - (011) 4958-1711 / info@controlgym.com.ar
CoreCycle - www.zivaplus.com
CrossFit - (011) 4773-1838 / info@crossfittuluka.com
Dream Body - (591) 2 2770761 - 72021375 / info@dreambodybolivia.com
EntrenaYa - (011) 15 3686-7035 / info@entrenaya.com.ar
Embarazo Activo - (011) 4825-8234 / licencias@eactivo.com.ar
EmbreeX - (0221) 471-2323 / mktg@randers.com.ar
Equipamientos Fox - (011) 4278-3072 / ventas@equipamientosfox.com.ar
Escuelas NEF - (011) 4331-6698/0089 / info@escuelasnef.com.ar
Evolution Center - (0351) 4118866 / 155 099115 / ventas@evolutioncenter.com.ar
Exigencia Personal - (011) 4932-3588 / exigenciapersonal@hotmail.com
Fenix Machines - (011) 4200-1798 / ventas@fenixmachines.com.ar
Fitness Beat - (011) 4784-1074/4787-6588 / info@fitnessbeat.com.ar
Fitness Company - (011) 4713-5090 / info@fitnesscompany.com.ar
Full Mak - (011) 4482-2791 / info@fullmak.com.ar
Gatorade - www.gatorade.com
Gerbo Sport - (011) 4504-3466 / info@gerbosport.com.ar
Grupo Silicon Dinap - (011) 4202-1837 / info@gsdtecnologia.com.ar
Hi Fitness - 7083210 / 094540563 / info@hf.com.uy
Impact Fitness - (011) 4855-6722 / adillen@systemfit.com.ar
Inerxial - (011) 5897-0312 / info@inerxial.com
Informática & Deportes - (0341) 493-2606 / info@entrenar.com.ar
JBH Equip - (011) 4228-6141/4228-3182 / info@jbhequip.com.ar
Kapitan Pedales - (011) 15 4058-7195 / kapitanpedalen@yahoo.com.ar

PÁG.

82
73
69
49
69
35
45
26
87
93
27
40
47
97
81
60
02
22
42
63
84
18
31
99
48
85
65
54
96
08
56
44
13
44

Kettlebell - (011) 15 5416-9529 / info@kettlebell.com.ar
Láicmi - (011) 2076-2373 / info@laicmi.com
Le Parc - (011) 15 4196-1831 / info@leparcequipamientos.com
Life Fitness - (011) 4713-5090 / info@fitnesscompany.com.ar
Lion Force - (011) 4207-8668 / www.lionforce.com.ar
Máquinas Sanmartino - (0358) 464-8213/maquinassanmartino@arnet.com.ar
Mastertech - (011) 4574-0910 / info@mastertech-usa.com
Matrix - www.matrixfitness.com
Mat Pro - (011) 4442-1796 / info@mat-pro.com.ar
Max Metal - (0237) 468-7894 / admin@dealerfitness.com.ar
Mir Fitness - (011) 4574-4842 / 43 / mir@mirfitness.com.ar
My Gym - (011) 5352-7472 / mygym@eneas.biz
Não Pressão - (011) 4666-9484 / naoindumentaria@hotmail.com
Nova Sports - 2220 2500 / novasports@novasports.cl
Ojmar - leisure@ojmar.com / www.ojmar.com
Ozono Equipamiento - (011) 4468-1037 / ozono_fitness@yahoo.com.ar
Professional Gym - (011) 4847-3118 / www.professionalgym.com.ar
PyP Equipamientos - (011) 4735-2061/3797/ventas@pypequipamientos.com
Randers - (0221) 471-2323 / info@randers.com.ar
Saturn Supplements - (011) 4613-0025 / ventas@saturnargentina.com.ar
Semikon - (011) 4208-1285 / ventas@semikon.com.ar
Sonnos - (011) 4651-4692 / info@sonnosweb.com
StairMaster - (011) 4100-0400 / info@swayxp.com
Star Trac - (011) 4855-8574 / info@spinning-ar.com.ar
Star Trac Internacional - (001) 786-797-6262 / ventas@startrac.com
Sport Maniac - (011) 47171811 / info@sportmaniac.com.ar
Sway - (011) 4100-0400 / info@swayxp.com
Tangona Management - (011) 15 3639-1200 / www.tangona.com
Technogym - (55 21) 3176-6070 / info_latam@technogym.com
Turno Check - (011) 5093-5346 / info@turnocheck.com
Universal Jumps - (011) 15 4174-6445 / info@universaljumps.com.ar
Uranium - (011) 4713-5090 / info@uraniumfitness.com
Xfit - (011) 4208-1480 / info@xfit.com.ar
Waykis - www.waykis.com

PÁG.

64
21
76
100
46
38
61
71
64
68
16
80
39
92
79
36
66
59
02
62
41
10
67
09
57
29
77
83
50
34
72
43
32
37

CALENDARIO 2014

Enero

26 al 29 - **ISPO Munich** (Munich, Alemania)

Febrero

20 al 22 - **ForumClub 2014** (Bologna, Italia)

Marzo

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

12 al 15 - **IHRSA 2014** (San Diego, EE.UU.)

Abril

3 al 6 - **FIBO 2014** (Cologne, Alemania)

18 al 21 - **Fitness Brasil Internacional** (Santos, Brasil)

25 y 26 - **Mercado Fitness, Expo & Conferencias** (Buenos Aires, Argentina)

Mayo

20 al 22 - **Sports Unlimited 2014** (Barcelona, España)

30 al 2 de junio - **Rimini Wellness** (Rimini, Italia)

Julio

25 al 27 - **16° Rio Sport Show** (Rio de Janeiro, Brasil)

Agosto

13 al 17 - **IDEA World Fitness 2014** (California, Estados Unidos)

28 al 30 - **15° IHRSA Fitness Brasil** (San Pablo, Brasil)

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

SYNRGY360

FUNCTIONAL TRAINING
BOXING
SUSPENSION TRAINING
CORE TRAINING
REACTION TRAINING
SPORTS SPECIFIC TRAINING
STRENGTH TRAINING



Synrgy360XM

Redefinimos el Entrenamiento Funcional

Life Fitness lleva el entrenamiento funcional a su máxima expresión con la Serie **Synrgy360™**. 5 equipos concebidos para brindar entre 2 y 8 espacios de entrenamiento con la posibilidad de incorporar desde un módulo mínimo, más espacios combinados o mezclar equipos de diversas funciones. Súmese a la experiencia **Life Fitness**.

SYNRGY360

Synrgy360XL 8 estaciones

Nuevo

Synrgy360XM 6 estaciones

Synrgy360S 5 estaciones

Nuevo

Synrgy360XS 4 estaciones

Nuevo

Synrgy360T 2 estaciones

Más información sobre estos productos
synrgy360@lifefitness.com.ar

Nuevo



Synrgy360XM

Nuevo



Synrgy360XS

Nuevo



Synrgy360T

Entrega inmediata

Life Fitness
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.