

El Empresario

Vota por esta noticia: ★★★★★ Total de votos: ★★★★★ Comentarios: 0

3 votos

[« volver](#)

El Empresario

Chau al garage con fierros y dos caminadores

La creciente y más exigente demanda impulsó una gestión más profesional de los gimnasios, que suman empresarios de otros rubros atraídos por un negocio en expansión

POR Gabriela Rocha

grocha@elpais.com.uy

Eso de que sólo cuando llega el calorcito la gente se apura a bajar la panza ya casi no corre, sino que la movida de cuidar el cuerpo y la salud se ha instalado para muchos uruguayos durante gran parte del año, en algunos por un cambio de conciencia propio y en otros por las frecuentes recomendaciones de los médicos. Bajo el nuevo escenario la zafra del rubro dura ahora unos nueve meses, al comenzar ya en Turismo y extenderse hasta fin de año, cuando las vacaciones frenan la ida al gimnasio de muchos. En un mercado más dinámico que alienta un crecimiento del negocio, la oferta de gimnasios crece en cantidad de propuestas y en una gestión más profesional.

En ese sentido, éstos comienzan a relacionarse con los socios como clientes y no como alumnos, aplicando herramientas más sofisticadas de marketing. Es que al rubro han llegado empresarios experimentados en otras áreas, con capital y descontaminados del puro tecnicismo de muchos profesores de educación física local, que deciden abrir su negocio con buena formación física pero sin herramientas de management. "Muchos todavía tienen una relación romántica con lo que hacen y están en contra de lo que llaman `la mercantilización` de la actividad física", analizó el experto argentino Guillermo Vélez, director de la publicación Mercado Fitness.

Avisos Google

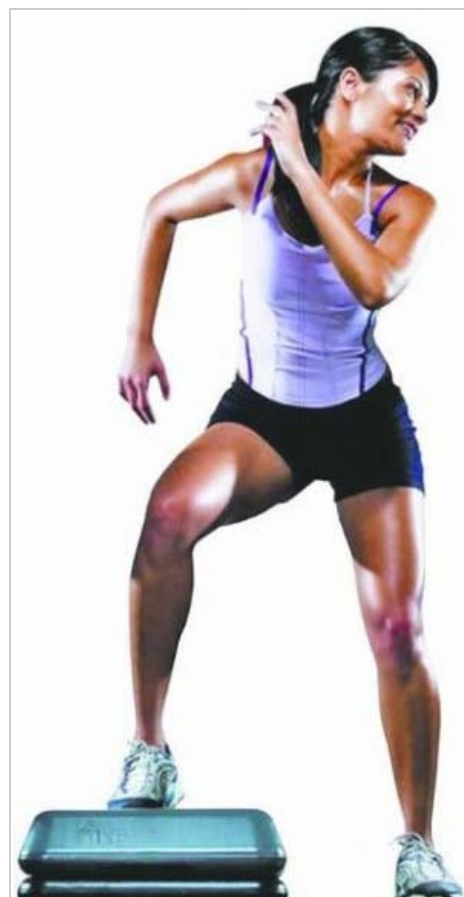
Paralelamente los viejos clubes deportivos se aggiornan, al ofrecer programas de fitness más modernos, además de sus tradicionales actividades deportivas. Éstos se vieron empujados en gran medida por una demanda más exigente y se han transformado en fuertes competidores de los gimnasios especializados.

El caso más emblemático -y pionero- es el del Club Biguá, que logró salir de una profunda crisis financiera dando un gran giro a su gestión y modernizando sus actividades. Tras él, los últimos tres años siguieron varios más, como el Carrasco Polo, el Olimpia, el Banco República, el Náutico, y el Urunday

Universitario, entre otros. Éste concretó hace dos meses una inversión superior a los US\$ 100.000 para importar nuevos equipos y, de esa manera, "darle al socio -más de 3.000 personas, sin contar con los 1.400 alumnos de 20 colegios- lo que en este momento pide", aseguró su gerente, Juan Pedro López.

Estos clubes junto a los gimnasios conforman una oferta de 200 propuestas en Uruguay -con superficies mayores a los 100 metros cuadrados-, de las cuales más de 150 están en la capital. El líder del mercado es Aerobic, que cuenta hoy con cuatro sedes y 5.500 socios.

Su historia es diferente a la de la mayoría de los establecimientos modernos. Luis Moroni, su director, fue profesor durante muchos años hasta que en un momento se encontró con tres locales y con una decisión que tomar. Entonces resolvió profesionalizar la gestión de la empresa y uno de los primeros pasos fue optar por la



capacitación en el exterior, tanto para él como para su equipo.

Los resultados están a la vista. Tras la apertura del local Mix en 2007 y la ampliación de las sedes de Centro y Cordón, el crecimiento de la firma fue de 25 % en socios y 45 % en facturación, al tiempo que hoy emplea a unas 120 personas.

Moroni integra varios elementos a su estrategia, entre los que se destacan diversas promociones intentando "tener la cuota en los menores niveles posibles", así como la disposición de un equipo de asesoras que dan una atención personalizada a los socios, siguiendo la evolución de sus objetivos en el gimnasio y rastreándolos si faltan.

Negocios asociados

Este giro en el negocio del fitness fue posible gracias a una mayor disponibilidad de los equipos necesarios en el mercado local. "Antes morías en dos proveedores históricos, o tenías que comprarte una cinta en Motociclo, que para ellos es un producto más de una cartera amplísima; hoy sin embargo tenés proveedores específicos", apuntó Vélez.

El principal proveedor local es Hi Fitness que, con la explosión de las actividades de gimnasia grupal, abasteció la creciente demanda del rubro accesorios "en prácticamente todos los gimnasios y clubes los últimos años", aseguró su director Antonio Carvalho.

Dentro de este rubro, se destacan los trampolines para hacer Power Jump, por ejemplo, las barras con discos para Body Pump y los steps de pvc, que sustituyen a los cajones de madera. Los trampolines cuestan \$ 3.000 y los kit de Body Pump \$ 1.500; Carvalho aseguró que, pese a que pueden parecer costosos, se trata de una inversión que da buenos resultados.

Lo mismo sucedió con la demanda de bicicletas de Spinning -las StarTrac son las únicas reconocidas para esa disciplina de ciclismo grupal-, que hace dos años no existían en Uruguay; hoy hay 250 unidades distribuidas en 12 centros oficiales.

Con la llegada de estos equipos, gana terreno asimismo la instalación de los programas de fitness precoreografiados que, la mayoría de las veces, los gimnasios compran del exterior. El líder mundial es Body Systems, creado en Nueva Zelanda y que hoy se vende a 70 países. Aerobic fue el primer establecimiento en incorporarlo en 1999.

Paulo Bher, "Magoo", es el brasileño que a partir de este año representa estos programas en Uruguay, lo que implica que los clientes locales -25 gimnasios-, ya no tienen que hacer viajar a sus profesores a Buenos Aires para capacitarse cada tres meses; además, pueden evacuar sus dudas personalmente en Uruguay. Pero no sólo habrá un representante, sino que posiblemente antes de fin de año esté instalada la oficina local de Body Systems y, según confió Bher a El Empresario, prevén llegar a los 80 clientes en los próximos tres años. Una licencia mensual de Body Systems le cuesta a un gimnasio local unos US\$ 200 por cinco o seis programas, a la vez que el instructor debe abonar por la certificación inicial \$ 2.000 por programa.

Todos estos elementos hacen prever un panorama de seguro crecimiento para el negocio local del fitness. Bher aseguró que Uruguay está a la altura de los países de la región en cuanto a infraestructura y capital humano; Moroni coincidió, aunque admitiendo que aún es un porcentaje bajo de la población el que realiza actividad física, por lo que "hay mucho por crecer". En tanto, Vélez dijo que tal vez estemos tres años atrás de Argentina y diez de Estados Unidos "aunque estas distancias cada vez se acortan más".

A varias puntas

- Los shoppings locales comienzan a incorporar gimnasios en sus instalaciones como negocios "ancla", alineados con el mundo. Así, el Montevideo abrió You Fitness Area y el Punta Carretas construye ViaAqua Spa.

1.000 Socios espera tener Club One en los próximos meses. Pese a que el sector detecta una desestacionalización de la demanda, ese gimnasio espera que a los 900 clientes activos se sumen otros 100 en los meses de verano. El establecimiento está sobre Jackson y nació en 2007.

- De la mano de la profesionalización de la gestión de los gimnasios, cada vez son más los uruguayos que viajan a tomar cursos en el exterior. Aunque poco a poco están logrando que algunos se desarrollen localmente, dada la alta demanda. En esa línea, la empresaria uruguaya María Frins realizará nuevamente su convención anual de fitness el próximo noviembre.

- Power Plate es una de las novedades en actividades de fitness que ha dado gran resultado Buenos Aires. Es lo que se llama entrenamiento por aceleración y consiste



¿Grasa en el estómago?

Luché por años contra la grasa hasta que encontré este truco único
www.perdorgorduradelestomago.com

Goethe-Institut

Excelentes cursos de alemán en Montevideo.

¡Consúltenos aquí!

www.goethe.de/montevideo

Como Invertir En La Bolsa

Aprenda Paso A Paso Como Invertir Desde

Uruguay En Las Bolsas De USA

Comohacersemillonarioenlabolsa.com

Axe Music Star

Atraé Mujeres con Axe Musicstar Llena tu MSN de

groupies. Ingresa!

AxeMusicStar.com.uy



Anuncios Google

en una plataforma que vibra y altera la gravedad, siendo el peso del cuerpo mayor sobre ella; entonces, cualquier actividad que se realice resulta más intensa. En Montevideo ya existen algunos locales que lo han incorporado.



- Para desarrollar clases de Spinning se requiere tener profesores especialmente entrenados y las bicicletas StarTrac, de lo contrario, se trata de clases de ciclismo indoor. En Buenos Aires surgieron varias demandas realizadas por gente que se lastimó en instituciones que decían dar clases de esa disciplina pero con bicicletas que no eran las indicadas y, por tanto, no funcionaron adecuadamente.

94 años es la edad máxima de las socias que ha tenido Aerobic. La mayoría de las que asisten a los locales de Centro y Cordón tienen entre 18 y 30 años, en tanto, a Pocitos va un público mayor, sobre todo, por las actividades de piscina que ofrece.

 ¿Encontraste algún error?

 [Comentar esta noticia](#)

[« volver](#)

Vota por esta noticia:  Total de votos:  Comentarios: 0 
3 votos

Compartir: 



Para expresarse sobre la actualidad, en tiempo real, con comentarios breves, por favor diríjase a nuestro [CHAT](#).



Comentarios: 0

[ver comentarios](#)



Escribe tu comentario

Usuario:

Contraseña:

Solo **usuarios registrados** pueden comentar y/o denunciar.
Mantenga y vigile el nivel de debate y recuerde que nuestras **Normas de Participación** implican obligaciones y responsabilidades.

[Registrarse](#) | [Olvidé mi contraseña](#)

ASISTENCIA AL USUARIO 903 1986

CLASIFICADOS 400 2141 - 131 | SHOPPING EL PAIS 903 1986

REDACCION IMPRESA 902 0115 | REDACCION DIGITAL 902 0115 int 440 | PUBLICIDAD IMPRESA 902 3061 | PUBLICIDAD DIGITAL 9020115 int. 184/186

Zelmar Michelini 1287, piso 4, CP.11100, Montevideo, Uruguay | Copyright © EL PAIS S.A. 1918-2009