



Construyendo Salud desde 1993



MERCADO

Chile ha crecido a un ritmo sorprendente. Pero lo ha hecho asumiendo un costo que los países desarrollados ya muestran en sus cuentas finales: estrés, sedentarismo, malos hábitos alimenticios, sobre exigencia profesional y todas las enfermedades que la acelerada vida moderna trae consigo. Un ejemplo claro lo entregan las cifras de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que indican que actualmente en Chile el 38 por ciento de los adultos sufre de sobrepeso u obesidad, una cifra alarmante si se piensa que algunas de las causas importantes de esta patología están asociadas a depresión, ansiedad y mala calidad de vida.

Ese panorama fue vislumbrado hace más de 13 años, cuando se concretó un proyecto de moderno gimnasio cuya filosofía estaba orientada a lograr un impacto positivo en la calidad de vida de las personas, cualquiera fuera su edad y capacidad. Esta fue la idea de Sportlife en el año 1993, sin duda, toda una revolución para una época donde la infraestructura y el profesionalismo aún no se habían desarrollado.

La propuesta pionera que Sportlife introducía en Chile era un formato de grandes dimensiones, modernas instalaciones, máquinas de última generación y con altos estándares de operación, creando de esa forma un sello de profesionalismo en la industria del fitness, y marcando un antes y un después en el mercado.

Desde entonces, su visión se ha focalizado en construir salud, con una amplia cobertura que ya cuenta con 18 sedes, entre propias y franquiciadas. Uno de sus objetivos es aumentar el tres por ciento actual de penetración de mercado que tiene Chile, lo que se considera muy bajo si se compara, por

ejemplo, con Estados Unidos, que alcanza el 13 por ciento.

LOGROS

Sportlife S.A. es una empresa dedicada a la administración, operación y asesoría de gimnasios y centros deportivos en Chile. La cadena ha avanzado en el desarrollo de su misión a lo largo de todo el país, manteniendo el liderazgo en la industria con un posicionamiento de marca que la ha llevado al reconocimiento nacional e internacional. En las publicaciones de la revista especializada IHRSA Global Report (única organización internacional que emite reportes, estadísticas y regula los estándares de gimnasios) y de la revista Club Business Internacional, se destaca a Sportlife como una de

las cadenas de gimnasios más importantes de América Latina.

Sportlife es pionero en el área del fitness, donde además de la amplia cobertura nacional que posee, tiene cuatro licencias en Lima, Perú. ¿Es posible seguir creciendo? Sportlife así lo cree, bajo la premisa de proveer un producto de alta calidad y soluciones integrales a sus clientes.

HISTORIA

La cadena de gimnasios Sportlife comenzó a escribir la historia del fitness en Chile en 1993, con el primer gimnasio de más de 2.000 metros cuadrados, ubicado en la comuna de Las Condes, en Santiago.

La infraestructura, la alta tecnología en equipamiento y la excelencia en el servicio al cliente desarrollado en este club, marcaron la diferencia en la industria y, desde aquel momento, Sportlife ha avanzado en el desarrollo de su misión a lo largo de todo el territorio nacional.

Paralelamente a la inauguración del primer gimnasio en Santiago, Sportlife tuvo la primera licencia en el exterior, inaugurando con gran éxito sedes en Perú. Luego se concretó una alianza estratégica con la empresa D&S, dueña de la cadena más grande de supermercados en Chile, lo que le ha permitido abarcar todo el país.

Otro de los grandes pasos en su historia, fue haber logrado una mayor expansión a través de la entrega de franquicias y licencias a lo largo del país, que se suman a las sedes propias de la cadena, logrando una mayor presencia desde Antofagasta a Punta Arenas, y concretando en el último tiempo la cobertura de la zona sur, llegando a los puntos más australes de Chile.

Para el año 2010, Sportlife pretende alcanzar los 30

gimnasios a lo largo de Chile, con un gran potencial de expansión hacia otros países de Latinoamérica.

PRODUCTO

En la industria del fitness, Sportlife ha sabido posicionar un producto cuyo sello es la calidad de excelencia en el servicio, lo que se logra a través de la homogeneidad en la infraestructura, alta tecnología, diversidad de disciplinas de entrenamiento y en la atención profesional en todas las sedes a lo largo del país y fuera de Chile.

Es por ello que cuenta con el mejor staff de profesionales y personal trainers que se preocupan de

cuidado y guía de los niños, mientras sus padres desarrollan su entrenamiento de manera tranquila y segura.

Además dispone en algunas de sus sedes de saunas, sala de masajes y cafetería, además de accesos especialmente habilitados para discapacitados.

DESARROLLOS RECIENTES

Entre 2004 y 2005, Sportlife ha incursionado en el mercado del fitness con la extensión del producto hacia el sur de Chile, con lo que se puede decir que hoy cubre las principales ciudades, entre ellas, Talca, Concepción, Talcahuano, Temuco, Puerto Montt y

Sportlife también se ha preocupado de promover el valor de la unidad de la familia, entregando los servicios y productos que ello requiere, como por ejemplo, las guarderías infantiles ubicadas en cada sede, así como una multiplicidad de horarios para entrenamiento, disciplinas para distintas edades y actividades dirigidas a la comunidad, que permiten reunir a la familia en torno a la actividad deportiva. Asimismo, durante sus 13 años, la compañía se ha preocupado de entregar una permanente capacitación



manera permanente en guiar a los socios, según sus requerimientos y objetivos. Ya son más de 300 profesionales altamente calificados quienes se desempeñan en las distintas sedes a lo largo de Chile, lo que ha significado además contribuir a generar empleo en el país.

Sportlife está equipado casi en su totalidad con máquinas de ejercicio Lifefitness, la marca internacional más prestigiosa del mundo, que ha permitido mantener a los gimnasios de la cadena con una amplia variedad y cantidad de equipamientos que están a la vanguardia en cuanto a diseño, rendimiento y facilidad de uso.

Manteniendo siempre el alto estándar, Sportlife logró introducir en forma pionera el spinning en Chile, y ofrece todas las disciplinas con las que cuenta el fitness actual, como yoga, pilates, además de la licencia Body System, entre otros.

Uno de los productos altamente valorados por los socios Sportlife son las guarderías infantiles. Éstas últimas han logrado marcar la diferencia en el mercado, porque son únicas y cuentan con parvularias profesionales abocadas a brindar un servicio de

Punta Arenas.

De igual forma, los últimos desarrollos se han focalizado hacia los estratos socioeconómicos medios, con gimnasios que cumplen los mismos estándares que tienen todos los de la cadena, siguiendo de esa manera la misión de llegar con un producto de calidad a todas las edades y capacidades de las personas.

PROMOCIÓN

A pesar del posicionamiento permanente en los medios de prensa, a través de las noticias, promociones de marketing y publicidad, Sportlife ha seguido trabajando el marketing interno, logrando una mayor fidelización a través del "boca a boca", es decir, comunicación de socio a socio y de socios a amigos, familia o conocidos. Esto ha generado, a su vez, el marketing experiencial que transmiten los socios a sus pares, y que ha creado un sentido de permanencia en los socios del club Sportlife.

A ello se suma la comunicación complementaria que considera la imagen corporativa en cada gimnasio, promociones estacionales, club de beneficios y página web, entre otros. De igual forma, Sportlife se ha hecho presente en el mercado a través de eventos ampliados hacia la comunidad, como las Master Class de diversas disciplinas al aire libre, actividades para la tercera edad, caminatas, fiestas de aniversario, gran fiesta de fin de año para todos los socios, inauguraciones y team de verano, entre otros.

VALORES DE MARCA

El mayor valor logrado a través de la marca, es su contribución a construir salud y asociar a Sportlife con el concepto de calidad de vida. Esto ha sido posible en todo el país y desde sus inicios, gracias a un trabajo sistemático que se ha focalizado en la excelencia en el servicio, una dedicada atención a sus socios y en la respuesta efectiva a las demandas del mercado, manteniendo siempre los estándares de operación que caracterizan a los fitness center de la cadena.

a sus profesores, trayendo a los mejores panelistas internacionales en las diferentes disciplinas del fitness, y enviándolos a cursos en el extranjero, con el propósito de estar a la vanguardia en el entrenamiento y nuevas modalidades de actividad física.

LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE SPORTLIFE

- El gimnasio más austral del mundo pertenece a Sportlife. Está ubicado en Punta Arenas, tiene a la fecha más de 700 socios y fue inaugurado en enero del 2005.
- Al cierre del año 2005, los socios de Sportlife llegaban a 25 mil personas en toda la cadena.
- La asistencia de los adultos mayores a Sportlife ha logrado crecer en los últimos diez años en un 123 por ciento. Prefieren las clases dirigidas, pero no dejan de lado rutinas en máquinas y bicicletas estáticas.
- Los gimnasios Sportlife se han convertido en verdaderos centros sociales, que permiten lograr una sociabilización de acuerdo a los intereses de cada cual. Amigos, socios de negocios y hasta matrimonios han sido formalizados arriba de unas máquinas de trote o en clases de baile entretenido.

