

HISTORIA EMPRESARIAL COLOMBIANA BODYTECH

*Elber Berdugo Cotera**

RESUMEN

El conocimiento de los empresarios colombianos, de sus características; el análisis de la forma cómo actúan y cómo logran tener éxito es todavía incipiente, falta todavía mucho camino por recorrer. Sobre todo lo que sabemos de los empresarios del ámbito deportivo y de las comidas es casi desconocido. Con la presentación de las historias de BodyTech y de Crepes & Waffles, queremos contribuir a ese esclarecimiento

PALABRAS CLAVE

Historia empresarial, casos empresariales, historia de empresarios, empresarios colombianos, empresariado, historia de empresas.

GIGLIOLA AYCARDI BATISTA

Una de las socias de BodyTech nació en Ocaña Norte de Santander en 1969. Su papá, Jorge Aycardi, quien terminó estudios secundarios y después hizo carrera militar, su mamá, Nelly Batista, Bachiller Normalista y profesora durante algún tiempo y su hermano Luigi Administrador de Empresas de la Universidad de la Sabana y actualmente actor, también son de esa ciudad.

En Ocaña Gigliola cursó hasta tercero de bachillerato en el Colegio La Presentación el cual es oficial. Al respecto anota:

“Sí yo estudié en un colegio departamental pues en esa época no había colegios privados. En él confluían personas de todos los estratos sociales, desde la hija del chofer de la buseta, hasta el hijo del alcalde; en ese momento estar revuelto con todo el mundo se consideraba algo normal”¹.

¹ Entrevista realizada a Gigliola Aycardi, socia fundadora de BodyTech, Bogotá, 12 de octubre de 2006.

De esa etapa de la niñez recuerda que su papá no le pudo dedicar todo el tiempo que hubiera deseado para compartir con su mamá, hermano y ella por razones de su trabajo:

(...) Mi papá trabajaba en la Gobernación de Norte de Santander y se iba todos los lunes a Cúcuta y regresaba en la noche del viernes a Ocaña. Estaba con nosotros hasta el domingo por la tarde cuando se devolvía y así durante varios años. Fue muy duro para él y para nosotros que teníamos un papá de fin de semana. Para él no sólo por tener que alejarse de su familia, sino por el agotamiento físico y mental que le ocasionaba la movilización: el viaje era aproximadamente de ocho horas de ida y ocho horas de vuelta en carro por una carretera polvorienta y peligrosa².

Posteriormente, debido a la vinculación de su padre a la Aduana, lo cual implicó trasladarse a la capital de la República, a Cali, Barranquilla, Ipiales y Leticia, haciéndose cada vez más difícil verse con su familia y también porque quería que sus hijos tuvieran una mejor educación, se radicaron en Bogotá. Así, en 1982, a los doce años de edad, Gigliola arribó al barrio El Chicó, a la calle 100 con carrera 13. El desplazamiento a Bogotá significó un cambio radical en su vida: "Sacrificar las libertades de las que gozábamos en

² Ibid

ABSTRACT

The knowledge the Colombian managers get and their special characteristics, as well as the way they reach success in professional performance, need still a long way to walk through. Specifically, in the areas of sports and food, there is almost no research.

This work describes the origins and development of Bodytech as one of the most successful companies today. This study will definitely contribute to a start in the exploration of these fields of knowledge.

KEY WORDS

Company history, Managerial case studies, History of successful Colombian managers, History of successful companies

Ocaña, dejar atrás a los amigos, las fiestas, la tranquilidad. Llegamos a la ciudad a vivir casi encerrada como es la costumbre aquí, en un ambiente inseguro”³.

En 1983 ingresó al Gimnasio Iragua, un colegio privado del Opus Dei a cursar noveno grado. Según Gigliola, ‘una institución muy estricta, donde estudiaban sólo mujeres y donde el nivel socioeconómico de las personas era muy parejo’. Esos primeros años de estadía en la capital de la república y en el colegio fueron de saudades por su tierra natal:

(...) Frecuentemente sentía nostalgia por mi pueblo. Sentía unos deseos enormes y añoraba volver a Ocaña. Por eso a medida que se acercaban la semana santa, las vacaciones de mitad o final de año, me emocionaba cada vez más y me ilusionaba el saber que nuevamente me iba a reunir con amigos, hacer lo que quisiera y dar rienda suelta a mis arrebatos juveniles⁴.

Su título de bachiller lo obtiene en noviembre de 1985. A principios de 1986 entra a la Universidad Javeriana a estudiar Ingeniería Industrial, después de convencer a sus padres y de convencerse a sí misma que era la carrera y la institución que llenaba totalmente sus expectativas. Ese episodio de su vida lo relata en los siguientes términos:

(...) A mí me gustaba todo, yo quería estudiar Derecho, quería estudiar Administración de Empresas, quería estudiar Ingeniería, y no sabía que hacer; mi papá quería que estudiara Odontología a lo cual le respondía que cómo iba a escoger esa profesión cuando no sentía inclinación por las manualidades, si no era capaz de hacer un muñeco o un dibujo. Me acuerdo que en el colegio en Ocaña existían unas materias relacionadas con esos aspectos y con costura y bordados. Para no perderlas, acudía a una prima de mi madre quien me hacía la colcha, el tendido y todo lo demás. Finalmente, luego de descartar otras carreras me decidí por Ingeniería Industrial de la que se dice que es un océano de conocimientos con un centímetro de profundidad. Sin embargo en ella hallé todo lo que anhelaba saber⁵.

En cuanto a la escogencia de la universidad, anota:

(...) Tuve diferencias con mi mamá que prefería a los Andes. Ella quería que estudiara allí, a lo que me opuse porque tenía la percepción de que en ésta, las personas eran como un número y que era muy difícil, demasiado pesado el nivel académico. Al cabo de una discusión en donde expuse mis puntos de vista, me dio la aceptación por la Pontificia.⁶

³ Ibid

⁴ Ibid

⁵ Ibid

⁶ Ibid

Como estudiante se considera que fue buena tanto en el bachillerato como en la universidad. En el primero, se destacó y en la segunda, solamente perdió dos materias, una que se llamaba Estática, según ella por culpa del profesor al que no le cayó bien:

(...) Yo siempre digo que Estática la perdí porque el profesor me odiaba; una vez me tiró un borrador en la cabeza por estar hablando con la compañera del lado, entonces desde ahí no nos la llevamos bien. Viene a mi mente un episodio que me marcó toda la vida: presenté el examen final de su materia, yo necesitaba sacar una nota de 2.5 para pasar la materia y estaba segura de alcanzarla. Cuando el señor me entregó la calificación, esta fue de 0.50. Al hacer el reclamo ante la Facultad la respuesta fue negativa por haber hecho el examen a lápiz perdiendo la materia. Desde ese día no he vuelto a utilizar un lápiz, todo lo escribo con esfero y si me toca tachar pues tacho pero con lápiz no escribo. La otra materia que repetí fue Física Eléctrica: El profesor era queridísimo, pero yo como que para ese tema no servía, entonces me tocó hacer curso de vacaciones para no atrasarme un semestre. De esta forma volví a nivelarme alcanzando al finalizar mis estudios un promedio de 4.0⁷.

La reafirmación de que Gigliola fue una estudiante 'pilosa' y que sobresalió en la Universidad lo confirma el hecho de haber terminado materias en diciembre de

1990 y en abril de 1991 recibir su título de ingeniera. Y de graduarse con una tesis sobre el sector automotriz, considerada la mejor tesis de Ingeniería Industrial y premiada por la Facultad.

Gigliola ha sido una persona inquieta, no le gustaba (ni le gusta) permanecer inactiva, estar dependiendo de sus padres. Por eso desde noveno semestre empezó a trabajar con un profesor que era el director administrativo y financiero de Intermedio Editores:

(...) Me vinculé a la editorial de El Tiempo a comienzos de 1990 a trabajar en organización y métodos. Aquí estuve hasta finales de noviembre para dedicarme de lleno a mi proyecto de investigación. En marzo de 1991 a Financiera Mazda crédito como analista de organización y método hasta cuando me aburrí y renuncié en septiembre. Después me incorporé a finales de 1991 a Delta Bolívar, del Grupo Bolívar. Laboré en organización y método y a los seis meses me trasladaron a otra dependencia para que apoyara a un grupo de planeación estratégica que estaba haciendo toda la parte de la reingeniería de sistemas. La experiencia fue interesante, pero nuevamente no me sentí a gusto con lo que hacía y con el sueldo que era muy bajo. Por eso en julio de 1992 demito y me voy a trabajar en una empresa de artes gráficas. La experiencia en esta compañía no fue

⁷ Ibid

nada agradable ya que me estancué profesionalmente. Al cumplir el contrato que se había pactado por un año dije hasta luego⁸.

Desilusionada y sin empleo, sin saber qué hacer ni para dónde irse a trabajar, optó por viajar a Atlanta, Estados Unidos, a perfeccionar el inglés en agosto de 1993, permaneciendo allí hasta diciembre cuando regresó a Bogotá con el firme propósito de hacer un M.BA en aquel país. Debido a lo costoso que era, se tuvo que quedar en Colombia y empezar de nuevo la búsqueda de empleo. En febrero de 1994 se enganchó en la agencia de noticias y servicios financieros, Reuters, como administradora

de ventas y más adelante como directora administrativa y financiera. Su estadía en esta compañía fue de un año, al cabo del cual tomó la decisión de retirarse y no volver a estar sujeta a un salario:

(...) Dije, no quiero seguir siendo empleada, quiero hacer un MBI para montar mi propia empresa; entonces me inscribí a los Andes, me realizaron la entrevista y los exámenes y pasé. Recuerdo que cuando me entrevistaron me preguntaron porqué quería hacer el M.B.I. a lo cual contesté tajantemente: porque no quiero trabajar para nadie más, esa es la razón de ser⁹.

BODYTECH

Origen y desarrollo de la empresa. BodyTech surge en el momento en que hay una gran preocupación por el cuidado del cuerpo y sobre todo por la salud, en algunos países desarrollados como los Estados Unidos. Por ejemplo, en éste hacia comienzos de los setentas del siglo pasado, empezaron a fabricarse y a utilizarse equipos como la bicicleta estática y otras máquinas para la práctica del ejercicio. Estas innovaciones atrajeron por primera vez a millones de mujeres al mercado del ejercicio hasta ese momento reservado

únicamente para hombres. Este nuevo estilo de ejercicio comenzó su auge con las investigaciones posteriores realizadas por los médicos sobre el impacto positivo del ejercicio en la prevención, mejora y cura de enfermedades y la proliferación desde los años noventa de libros, revistas y artículos en periódicos que se especializaron en el tema o que dedican alguna sección a los cuidados alimenticios, a la práctica de uno o más deportes y al ejercicio físico, popularizando esta nueva filosofía. Fue entonces cuando se comenzó a manejar el término Fitness Centers¹⁰.

⁸ Ibid

⁹ Ibid

¹⁰ BODYTECH, propuesta portafolio 2006.p.1.

En Colombia el culto al cuerpo y a la belleza como algo esencial al ser humano, empezó a abrirse paso de forma débil y paulatina, especialmente hacia finales de los 90s y tomó fuerza desde principios del nuevo siglo, induciendo a los jóvenes colombianos a volcarse en masa hacia los gimnasios. Sin embargo si bien es cierto que esa mirada sigue siendo válida, la tendencia creciente de ocuparse por la salud de las personas condujo a la introducción de un nuevo concepto denominado Wellnes. De esta manera, BodyTech, poniéndose a tono con esas transformaciones lo implementó en el país, sin que ello implicara olvidarse de la estética y la salud corporal sino como algo complementario entre la práctica deportiva, el bienestar físico y el mental.

Sus gestores, haciendo alusión al contexto nacional en cuanto a esta actividad y al significado de BodyTech en el momento en que arrancan, precisan:

(...) Los gimnasios en Colombia serían testigos de la incursión de una nueva modalidad en el campo de la salud, relegada su atención hasta ese momento, a los hospitales o los centros médicos. La figura del gimnasio evolucionaba entonces a la nueva generación de Centros Médicos Deportivos. Esta evolución se convertiría en la más grande revolución rompiendo esquemas y paradigmas en el manejo integral de la salud. A esta corriente se le denominó BODYTECH. Nuestra empresa se convierte en el bastión para impulsar el sueño de la práctica deportiva y el

bienestar físico y mental tendiente a cambiar la cultura del fitness al wellnes en la capital colombiana¹¹.

Esta empresa constituida en Bogotá el 14 de julio de 1997 es el producto del sueño de dos estudiantes del M.B.A de la Universidad de los Andes, Gigliola Aycardi y Nicolás Loaiza. El gimnasio BodyTech fue el resultado del proyecto de grado de dos jóvenes ambiciosos que se hicieron amigos durante su estadía en ese centro universitario en el año 1996. Al principio comenzaron a hacer trabajos juntos y cuando llegó el momento de presentar una propuesta final para obtener el grado, elaboraron el proyecto para montar un gimnasio modelo con la idea de que más que un lugar para hacer deporte, fuera un centro dedicado a quienes desearan mantener y recuperar su salud por medio del ejercicio¹².

La idea surgió de la necesidad de Nicolás quien viviendo en Chapinero alto para ir a hacer ejercicios a un gimnasio tenía que desplazarse hasta Pasadena todas las noches, empleando dos horas en ir y venir, y se le ocurrió que si se instalaba uno en su sector, ese podría ser un buen negocio. Gigliola subraya que un día de esos, Nicolás en una conversación le expuso el tema y a ella le pareció interesante. Madura la idea, procedieron a hacer cálculos, a crear escenarios posibles: pesimista, normal y optimista; a proyectar unos niveles de crecimiento, clientes esperados, punto de equilibrio y retorno de la inversión, concluyendo que el proyecto era factible, que la rentabilidad era muy buena¹³.

¹¹ Ibid

¹² <http://www.revistafucsia.com/fucsia/articulo View>.

¹³ Entrevista realizada a Gigliola Aycardi, socia fundadora de Body Tech, Bogotá, 12 de octubre de 2006.

En el momento en que montan BodyTech no había mucha competencia:

(...) No había nada, o sea nosotros nos dimos cuenta que había muy poca oferta y mucha demanda y lo percibimos porque cuando abrimos en la 63 mas del 50% de la gente jamás en su vida había hecho ejercicio sino que un día se despertaron y observaron que al frente de la casa había un letrado que decía BodyTech y gente haciendo aeróbicos, era un mercado virgen¹⁴.

Realizaron un estudio de mercados, efectuaron encuestas, auscultaron sobre los gustos de la gente y llevaron a cabo sesiones de grupo. Además visitaron varios gimnasios de Bogotá, desde lo mejor que había en ese momento que era Sport Gym en la calle 90 con carrera 10a y otros sofisticados como el ubicado a la vuelta de la residencia de Gigliola, y en Unicentro, hasta uno normal en Pasadena, en Cedritos y un gimnasio popular que había en la calle 57 con carrera 13. Igualmente se matricularon en algunos de ellos con el propósito de conocer a fondo la organización y el funcionamiento interno.

El paso siguiente que dieron fue el de reunir el capital, conseguir el local y los equipos. Respecto a lo primero, resultó difícil conseguirlo. No tenían dinero disponible, el sistema financiero estaba en

plena crisis. Acudieron a algunos bancos y no les prestaron porque la idea de montar un gimnasio con tecnología de primera era algo que le sonaba raro y por no contar con el suficiente respaldo económico para garantizar la deuda. Estando en esa encrucijada, un amigo de la familia les dijo que se dirigieran al Fondo Nacional de Garantías, una institución estatal que podría estudiar la propuesta y servir como aval ante la banca.

Comenta Gigliola que sin perder tiempo:

(...) Fuimos al Fondo a presentar el proyecto. Este lo evaluó y seguidamente nos avaló mediante la expedición de un certificado por el valor que requeríamos para que los bancos nos lo concedieran. Felices salimos rumbo a una entidad financiera pensando que ya teníamos la financiación. Mentiras. No todas, conocían o poseían convenios con el Fondo; otras adujeron que el monto era muy alto, que prestaban menos. Con el fin de sortear esos problemas, resolvimos dividir la garantía y así fue como la Caja Social, el Banco Ganadero y Finalsol nos hicieron los desembolsos. El resto del dinero que necesitábamos lo conseguimos con la venta de nuestros carros y con la ayuda de mi mamá quien creyendo en nosotros hipotecó el apartamento donde vivíamos y nos prestó esos recursos¹⁵.

¹⁴ Ibid

¹⁵ Ibid.

De esta experiencia que vivió Gigliola, la moraleja que extrajo es que no hay que tomar como verdades absolutas todo lo que en la universidad le enseñan a los estudiantes: “Uno sale de la universidad creyendo lo que le dicen; que buscar y conseguir la plata es muy fácil, que lo difícil es construir ideas, hacer buenos proyectos: Carreta, buscar la plata es muy difícil, lograr que se la presten es aún más difícil”. La otra lección que le quedó es la de que generalmente los bancos le prestan al que tiene con qué responder, o a los grandes empresarios:

(...) Nosotros pasamos de una situación en la cual al principio era complicado acceder al sistema financiero a otra posterior en la que las ofertas de financiamiento abundaban. Cuando nos consolidamos y la empresa comenzó a tener un éxito notable, las entidades bancarias se convirtieron en un gran aliado en el proceso de expansión, nos han ayudado mucho y nos respaldan en todos nuestros proyectos¹⁶.

En relación con lo segundo, hacerse a un local que reuniera todas las condiciones exigidas como ubicación, amplitud, disponibilidad y canon de arrendamiento asequible, también les tomó tiempo:

(...) Empezamos a buscar el sitio por la carrera séptima, hasta que después de varias negativas de los que visitamos llegamos al de la calle 63 en donde había una serviteca y

un lote al lado que lo usaban para guardar carros. Luego de muchas conversaciones con la propietaria del lote y de rogativas, a los seis meses no los arrendó porque su hijo resultó siendo compañero de colegio de amigos de la universidad; y porque al enterarse que mi papá era militar esto le dio más confianza ya que su novio también lo era¹⁷.

Lo concerniente a la consecución de los equipos, lo solucionaron consultando en internet y viajando a Miami, EE.UU. en donde contactaron a un distribuidor a quien le compraron los cardiovasculares. Para hacer esta adquisición se valieron del conocimiento que había acumulado Nicolás durante el tiempo que asistió al gimnasio como estudiante de fisiculturismo. Los equipos de pesas los adquirieron en Bogotá.

La primera sede de la empresa la ubicaron en la carrera 7ª con calle 63, en un local de 800 metros cuadrados, el 9 febrero de 1998 con 30 empleados. En el primer mes, ya tenían 1.800 afiliaciones, cuando las proyecciones más optimistas realizadas eran la de contar con 1.000 en seis meses.

Dado que el local se tornó demasiado estrecho para albergar cómodamente al número de personas matriculadas, las cuales sobrepasaron las estimaciones iniciales, ocasionando muchas incomodidades a los afiliados por el calor y la espera a los que se veían sometidos para utilizar los equipos, muchos usuarios se exasperaron

¹⁶ Ibid

¹⁷ Ibid.

y se retiraron disminuyéndose la asistencia a más o menos 1400 afiliados usuarios. Esta situación los obligó a pensar en la necesidad de ampliarse. Al año siguiente aprovechando la quiebra de un concesionario de carros que quedaba continuo al de ellos, lograron convencer al secuestre para que se los alquilara. De esta manera en noviembre de 1999 ya poseían 1.400 metros cuadrados, más equipos importados y rápidamente aumentaron las afiliaciones a 2500.

En ese instante, dice Gigliola, se dieron cuenta que el crecimiento del negocio era directamente proporcional al espacio y que por lo tanto, los costos fijos podían diluirse ostensiblemente a medida que el número de afiliados creciera, como resultado de las economías de escala derivadas de esos fenómenos. Por eso a partir de ese momento pusieron en marcha un proceso de expansión continuo.

La gran acogida inicial de BodyTech fue la expresión de la claridad de la gente sobre la importancia del ejercicio como un medio para reducir patologías como la hipertensión arterial, diabetes, osteoporosis y muchas formas de cáncer, y mejorar su calidad de vida. Sin embargo en el país no existía la cultura de la prescripción del ejercicio como forma de promoción y preservación de la salud, otro de los servicios esenciales del portafolio de la organización.

Esa aceptación y los cálculos que hacían sus dueños de una potencial demanda insatisfecha, especialmente en el norte de Bogotá, los indujo en el 2000 a instalar otro gimnasio en la calle 147 con carrera 7ª en un área de 2.000 metros cuadrados.

El 13 de agosto de este año, ya contaban con 2.500 afiliados más, conformados por estudiantes, amas de casa y ejecutivos del sector de Cedritos y de Cedro Golf.

Un año después, mediante el sistema de franquicias, nació el proyecto de Colina Campestre (Calle 138 # 58-74) en un espacio de 2.400 metros cuadrados, con 2.800 afiliados y una sección especial dedicada a la atención de niños entre 8 meses y 10 años: BodyTech Kids. Aquí se empezó a prestar el servicio médico complementario por parte de un equipo de médicos especializados en la prescripción individualizada del ejercicio.

El crecimiento vertiginoso experimentado por BodyTech en tan corto tiempo obligó a Gigliola y a Nicolás su socio, a tocar las puertas de entidades estatales y privadas con el fin de allegar recursos que permitieran expandirse no sólo en la capital de la república sino también tener presencia en otras ciudades del país. Así, con el apoyo del Fondo Nacional de Garantías, el IFI, y de Bancolombia, Banco de Bogotá, Bansuperior, Su Leasing, Leasing Bolívar, Conavi y Granahorrar entre otras, consiguieron la financiación para lograr ese propósito que se concretó en la apertura de las sedes que a continuación se describen:

El 1 de agosto de 2002, se inauguró en Cartagena, en el exclusivo sector de Bocagrande, la cuarta sede de BodyTech, con 2.700 metros cuadrados, 1.000 afiliados y con el mejor equipo humano de la región, con miras a satisfacer la demanda de la ciudad y de los turistas nacionales y extranjeros.

Siguiendo con el plan de expansión y pretendiendo cubrir un importante sector del occidente de la capital, se adquirió el 15 de septiembre de 2.002, a Inca Gym de Salitre con un área de 2.200 metros cuadrados y se alcanzó una afiliación de más de 2.500 personas, constituyéndose en la cuarta sede en Bogotá y la quinta a nivel nacional.

Esta apertura comprometió aún más a la empresa con su responsabilidad como Centro Médico Deportivo, afianzando la estructura del departamento médico interdisciplinario compuesto por Médicos del Deporte, Nutricionistas y Fisioterapeutas para estar a la vanguardia en la prescripción del ejercicio como una estrategia de salud y calidad de vida al servicio de todos los afiliados.

En su carrera acelerada por tener un mayor cubrimiento, BodyTech descubrió que Medellín no contaba con un centro de acondicionamiento físico de estas características, y es así como inaugura en diciembre de 2002 la primera sede en esta ciudad. La empresa adquiere Vertical Club con un área de 2.100 metros cuadrados ofreciendo al mercado paisa el sueño de salud, deporte y belleza.

Hay que resaltar que en ese año 2002 como consecuencia de las limitaciones en su flujo de caja que estaba completamente apretado, del alto endeudamiento de la compañía, optan por acabar el sistema de franquicia y transformarse en sociedad anónima, accediendo a otras formas de financiamiento de sus proyectos, pasando a compartir la empresa con dos socios más. En febrero de 2.003 se inauguraron 2

nuevas sedes: La segunda sede en Medellín en el centro comercial Vizcaya en la parte nororiental del barrio El Poblado con 2.700 metros cuadrados y la sede Chicó ubicada en la Avenida 19 con calle 102 en Bogotá con un área de 3.000 metros cuadrados incluida una piscina semiolímpica para la práctica de diversas disciplinas relacionadas con la actividad acuática. Con esta nueva alternativa de ejercicio y la creación de BodyTech Moms, un programa dirigido a mujeres embarazadas se diversificó y extendió el servicio. Esta última sede se realizó en asociación con un grupo de importantes comerciantes y se convirtió en el primer centro comercial Fitness del país, con cerca de 7.000 metros cuadrados, restaurantes con alimentación balanceada, servicios de odontología, cirugía estética y masajes, almacenes de prendas, accesorios deportivos, de belleza y peluquería.

En septiembre de 2004 la puerta de oro del país se convirtió en la cuarta ciudad conquistada por la cadena de Centros Médicos Deportivos de Colombia; la empresa inauguró una nueva sede de 2.700 metros cuadrados en la ciudad de Barranquilla en asocio con Almacenes Éxito. Así mismo, en septiembre de 2004, BodyTech compró la sede de la Autopista Norte con 135, antes Inca Gym, de 2.100 metros cuadrados y llegó a 6 sedes en Bogotá y 10 en el ámbito nacional, consolidando una verdadera red de centros médico deportivos que va a la vanguardia en esta modalidad.

En el 2005 abrió sus puertas en Pasadena, Bogotá. En enero de 2006, inauguró una sede en el municipio de Chía, muy cerca de la capital, donde se atienden cerca de 1.500 afiliados en el Centro Comercial

Plaza Mayor. El 1 de Septiembre de 2006 abre sus puertas en el sector de Ciudad Salitre con un área de 2.800 Mts², para atender especialmente los requerimientos de los ejecutivos y empresarios de la zona. Además es creado el departamento de Psicología Deportiva como un servicio médico complementario que amplió el campo de acción y el mejoramiento de BodyTech. Adicionalmente, en el 2006, se adquirió Blue Gym ubicado en la calle 96 con carrera 10 con el objetivo de convertirlo al concepto BodyTech, en el año 2007.

En Octubre de 2006, se abrió la sede La Plazuela en Cartagena constituyéndose en el segundo punto de esta cadena de Centros Médicos Deportivos en el corralito de piedra con 1.600 metros cuadrados. En el mismo mes, se inauguró la sede Cabrera ubicada en un exclusivo sector bogotano (carrera 7 con calle 85) con más de 1200 metros cuadrados y excelentes vías de acceso. De esta forma BodyTech se mantiene como el más evolucionado y completo Centro Médico Deportivo del país.

Hoy en día las sedes en Bogotá ascienden a 11 más las que a través de alianzas estratégicas adquirió desde el año 2005 de la cadena de Centros Médico Deportivos Athletic ampliando así el campo de acción de la compañía. Con esta adquisición BODYTECH dirige sus servicios a cubrir las necesidades de los estratos 3 y 4. Las sedes ubicadas en Bogotá, enfocadas a este nuevo mercado, son: Sultana, Paulo VI, Suba, Portal 80, Unicentro occidente, Normandía, Américas y Autopista. En total a nivel nacional sus sedes suman 32 (8 Athletic) entre las cuales fuera de

las ciudades mencionadas están, Cali, Bucaramanga, Villavicencio y Cúcuta, contando con aproximadamente 50.000 afiliados que se atienden mensualmente.

El éxito de BodyTech y el suyo como empresaria lo atribuye Gigliola al hecho de descubrir una necesidad que tenía muchísima gente y que no tenía mucha oferta en ese momento, el vivir bien y mejor y se le satisfizo:

(...) Nosotros no nos inventamos nada sino que le dimos a la gente lo que necesitaba y cómo lo quería, entonces a través de esos estudios de mercado que hicimos las identificamos. Nos dimos cuenta que las personas necesitaban horarios extendidos, les dimos desde la 5 de la mañana hasta las 12 de la noche; querían clases, les damos 100 clases a la semana, querían un componente en salud, se la ofrecimos. O sea que la clave ha estado en darle al cliente lo que necesita¹⁸.

Otro factor determinante ha sido la adopción de una estrategia de expansión, la de abrir continuamente nuevas sedes, bien dotadas, amplias, cómodas y con una localización excelente. El sacrificio, la entrega total a la empresa:

(...) Durante varios años tuvimos jornadas extenuantes de trabajo: “Yo o Nicolás me levantaba a las tres de la mañana y habría a las cinco de la mañana y cerrábamos casi a media noche. Lo que hoy tenemos ha sido fruto de muchísimo trabajo y de mucho esfuerzo¹⁹.”

¹⁸ Ibid

¹⁹ Ibid.



**PAUTAS PARA LA PRESENTACIÓN DE ARTÍCULOS DESTINADOS A LA
REVISTA INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD EAN
BOGOTÁ COLOMBIA**

1. Elementos que debe incluir el artículo

- ◆ Resumen en español y en inglés en el que se expliquen los objetivos específicos y las principales conclusiones del trabajo.
- ◆ Palabras claves en español y en inglés.
- ◆ Conclusiones o recomendaciones.
- ◆ Resumen de hoja de vida en máximo un párrafo, de cada uno de los autores.
- ◆ Datos de contacto de todos los autores. (email).
- ◆ Carta de autorización de la publicación del artículo, según el formato adjunto. En el caso de autores extranjeros o de otras ciudades, deben enviar el documento escaneado y donde se observen claramente las firmas de los mismos.

2. Formato

- ◆ Hojas tamaño carta (21,5 x 28 cm.).
- ◆ Textos escritos en letra Arial 12, en procesador word.
- ◆ Espacio doble.
- ◆ Extensión mínima 15 cuartillas y máxima 25.

3. Normas de presentación

- ◆ Notas de pie de página breves con numeración correlativa al texto, pautas de citación correcta y completa bibliografía utilizada para la elaboración del escrito, ordenada alfabéticamente (Protocolo Harvard).
- ◆ Codificar figuras, tablas estadísticas, cuadros y gráficos de tal manera que al hacer mención de estos dentro del texto, la relación entre el escrito y el respectivo esquema sea coherente. Los dibujos, gráficos y curvas deben remitirse en tinta negra y en procesador de texto o en paquetes de diseño gráfico. Se deben enviar los archivos originales en los cuales fueron creadas las figuras y los gráficos.
- ◆ Concordancia entre los acápites, los textos y los cuadros, tablas, datos y figuras explicativas, adjuntando las series o variables, lo mismo que las notas de pie de página aclarativas, que deben observar la foliación.

- ♦ Utilizar un sistema de nomenclatura que facilite la comprensión del texto.

Nota. Los trabajos presentados suponen que el material es original del autor y no ha sido publicado anteriormente o sometido simultáneamente a otra publicación.

4. Naturaleza de los artículos

Teniendo en cuenta que los artículos deben tener un carácter técnico, científico y cultural, el autor del texto puede considerar todos los temas; pero se dará prioridad a los artículos afines a las disciplinas del conocimiento a partir de las cuales la EAN genera sus programas de pregrado y postgrado y sus líneas de investigación.

Los artículos podrán ser resultados de investigaciones, estudios de casos, análisis teóricos donde se evidencien claramente los aportes analíticos del autor, etc.

5. Sobre los derechos de autor

- ♦ Los autores de artículos que se publiquen en la Revista, tendrán derecho a recibir 10 ejemplares del número de la edición en la que apareció la colaboración. El autor deberá autorizar a la EAN de manera escrita la publicación de su artículo.
- ♦ Los artículos publicados en la Revista de la EAN pueden ser reproducidos con fines académicos citando la fuente y el autor.
- ♦ Una vez aceptado un artículo para su publicación, el autor o autores transferirán los derechos a la Universidad EAN por medio de la firma de un Acta de sesión de derechos, de acuerdo con lo estipulado por la Dirección Nacional de Derechos de Autor de Colombia.
- ♦ En cualquier caso, el Comité Científico y Editorial de la Revista entiende que las opiniones vertidas por los autores son de su exclusiva responsabilidad.

PASOS PARA LA EDICIÓN DE LA REVISTA

- ♦ El editor recibe los artículos y los somete al Comité Editorial de la Revista.
- ♦ Los artículos seleccionados por el Comité Editorial serán evaluados por pares (evaluación doblemente ciega) externos quienes emitirán un concepto sobre la eventual publicación del artículo.
- ♦ La Universidad EAN se reserva el derecho de publicar o extractar los artículos y no se responsabiliza por el contenido de los mismos.