

# Smart Fit acelera su expansión en América Latina con Bio Ritmo, su apuesta por el segmento premium

■ Tras su relanzamiento en Brasil, inició la expansión regional de su marca premium con una sede en Perú y la readecuación de una unidad en Chile.

POR KAREN FLORES B.

En medio del crecimiento de la cultura *fitness*, la cadena de gimnasios Smart Fit está reforzando su expansión en América Latina con Bio Ritmo, su marca enfocada en el segmento premium. El plan contempla nuevas aperturas y la búsqueda de ubicaciones en distintos países de la región, como parte de una estrategia para ampliar su presencia más allá de su formato tradicional.

Desde el año pasado, la compañía inició un relanzamiento de Bio Ritmo con foco en su expansión dentro y fuera de Brasil. De acuerdo con el *country manager* de Smart Fit para el cono sur, Nicolás Calderón, el proceso comenzó en su mercado de origen y luego se extendió a otros países.

“En 2025 se hizo este relanzamiento en Brasil y se comenzó una expansión en Chile, donde se realizó una readecuación de una unidad existente en el Hotel W”, señaló.

### El formato premium

El relanzamiento de Bio Ritmo considera un formato distinto al de Smart Fit, enfocado en una experiencia de mayor nivel y con un fuerte componente de personalización.

De acuerdo con Calderón, “el objetivo es que el gimnasio sea un centro de servicio premium, con equipamiento de la más alta calidad y una atención muy personalizada, apoyada en elementos tecnológicos”.

El modelo incorpora además una oferta más amplia de disciplinas, como yoga,

pilates y *cycling*, con la idea de integrar distintos servicios en un mismo espacio.

“Es un servicio mucho más integral (...) se busca que la gente tenga todo en un mismo lugar”, agregó el ejecutivo.

Este tipo de instalaciones presenta mayores exigencias operativas que el formato tradicional. Según Calderón, estos recintos suelen tener entre 1.000 y 1.500 metros cuadrados, e incluso acercarse a los 2.000 metros cuadrados, lo que reduce las ubicaciones disponibles.

A ello se suma el mayor nivel de inversión requerido. Calderón explicó que implementar un Bio Ritmo cuesta cerca de 2,5 veces más que un Smart Fit.

### Los planes en la región

Tras el relanzamiento en Brasil, la compañía comenzó a expandir el formato a otros países. En Perú inauguró una sede en Miraflores en noviembre de 2025, con una inversión cercana a US\$ 2 millones, donde el ticket promedio puede triplicar el de un gimnasio Smart Fit tradicional.

US\$ 2  
MILLONES  
CUESTA,  
APROXIMADAMENTE,  
IMPLEMENTAR UN LOCAL.

Como parte de este plan, la firma proyecta abrir una nueva sede en el centro comercial Cenco La Molina durante el primer semestre de 2026.

A ello se suma la operación existente en Chile y una unidad en Panamá.

De acuerdo con Calderón, este año se prevén nuevas inauguraciones en mercados

como Brasil, Perú y Chile, aunque por ahora no hay mayores detalles.

“Estaremos buscando otras oportunidades de posicionar este gimnasio en otras geografías, como Argentina, Uruguay y Colombia”, agregó. Si bien la firma ve potencial en esos mercados, aún falta encontrar ubicaciones ade-

cuadas.

### El origen de la marca

Bio Ritmo no es un formato nuevo dentro del grupo. Antes de masificar su presencia con Smart Fit desde 2009, con un modelo de bajo costo orientado a ampliar el acceso al *fitness*, la compañía nació precisamente bajo esa marca.

La cadena fue fundada en 1996 en Sao Paulo por el empresario Edgard Corona, con una propuesta dirigida a clientes de mayores ingresos y centrada en el servicio personalizado.

Sobre la expansión de Smart Fit en la región, Calderón señaló que en Chile la idea es “mantener el ritmo de aperturas que tuvimos el año pasado”.

“El año pasado abrimos 24 gimnasios. No vemos una opción de disminuir porque vemos mucho espacio en el mercado”, afirmó.

Indicó que algo similar ocurre en Paraguay y Uruguay, aunque “los números de sedes son menores porque la población es menor, pero también enfrentamos el desafío de encontrar lugares adecuados”.

