REVISTA
EMPRESÁRIO Fitness
Ano II nº 07 Novembro/Dezembro 2003

Mercado Fitness 2004: O avanço da indústria fitness

ISSN 1678-2382

Sala Vip
Paulo Akiau conta todos os segredos de um empresário de sucesso

Tendências
O mundo está em crise e o mercado fitness continua a crescer

Marketing
Planeje o marketing de sua empresa com as dicas de Jorge Gonçalves

Edição especial aniversário!
10 ano

Você quer comprar equipamentos ou encontrar

Soluções em Fitness?

MAKTUB
FITNESS SOLUTIONS

(11) 5068 2000

R. Dr. Mário Vicente, 1248 04270-002 S. PAULO
www.maktubfitness.com.br maktub@maktubfitness.com.br

Editorial

PARABÉNS EMPRESÁRIO FITNESS

Neste mês a revista Empresário Fitness está completando 1 ano de vida. Vida sim, um ano de desenvolvimento, descobertas, aprendizados e resultados. Na verdade uma criança ainda, mas precoce. Desenvolveu-se muito mais do que todos esperavam.

Em dezembro de 2002, lançamos este projeto, elogiado por muitos, criticado por alguns, mas não perdemos as esperanças quando encontrávamos obstáculos neste mercado tão fechado, e o resultado é esse aí. A Empresário Fitness se tornou um dos veículos de comunicação mais respeitados, consultados e elogiados do mercado fitness.

Mas não pára por aí não. Em 2004 muitas novidades estão por vir. Aguardem.

Esta edição, marca a nova fase desta constante evolução, e você, nosso leitor, que nos honra com sua companhia e apoio desde o início, terá como presente uma matéria super especial sobre o mercado fitness 2003 e o que nos espera em 2004. Além de um novo visual, mais otimizado e novo projeto editorial.

Obrigada a todos os que colaboraram para que hoje estivéssemos comemorando.

Toda a equipe Empresário Fitness deseja um ótimo 2004 a todos.

Abraços,

Thais Almeida
Diretora
atitude.thais@uol.com.br

Índice

06 **Acontece**
Revista Empresário Fitness comemora seu primeiro aniversário

10 **Sala Vip**
Entrevista exclusiva com o Empresário Paulo Akiau

12 **Recursos Humanos**
Saiba como reter os melhores talentos de sua Empresa

14 **Tecnologia**
Otimize seus negócios utilizando as ferramentas da Internet

16 **Marketing**
Jorge Gonçalves dá dicas de como entrar com o pé direito de 2004

18 **Especial**
2004 é o ano da retomada do crescimento da Indústria Fitness

E mais...

Notas.....04
Acontece.....08
Carreira.....26
Tendências.....28
Visual.....30
Vitrine.....32
Manutenção.....34

EMPRESÁRIO Fitness — Atitude

ISSN 1678-7382

Ano II nº 7 novembro/dezembro 2003

A Revista Empresário Fitness é uma publicação bimestral da Atitude Editora Ltda. dirigida a profissionais e proprietários de academias, clubes, hotéis, spas, condomínios e grandes empresas.

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da Editora. As fotos publicadas têm caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas mediante prévia consulta por escrito à Editora. O não cumprimento dessa determinação sujeitará o infrator as penalidades previstas na Lei de Direitos Autorais. (Lei 9.610/98)

Diretora Executiva: Thais Almeida
Diretor Executivo de Vendas: Mário Ferreira
Jornalista Responsável: João Roberto de Oliveira - *Mtb. 19028*
Textos: Carlos Gimenes, Madalena Almeida, Pedro Júnior e Rodrigo Ferreira
Ilustração de Capa: Laiz Neves Leão
Arte e Editoração: Danilo Valeta de Lima
Colaboração: Sidney Ferreira Rocha Jr.

Redação e Publicidade:
atitude.editora@uol.com.br
www.empresariofitness.com.br
Rua Gal. Júlio Marcondes Salgado, 123 Campos Elíseos
CEP: 01201-020 S. Paulo SP
Tel/Fax: (11) 3822-2275

Fotolito e Impressão: Duograf Gráfica e Editora.
Tiragem 10.000 exemplares
Distribuição nacional

Lançamento Total Health

Foto: Divulgação

A Total Health está lançando mais um equipamento inovador para os amantes do Cycle Indoor é a Total Bike "TX PRO". Projetada ergonômica e biomecanicamente para suprir os diversos biotipos físicos, proporcionando um excelente desempenho para a prática do Cycle indoor, Simulando diversas situações de pedalada (subida, descida, etc) e visando aprimorar a capacidade cardiorespiratória e resistência muscular lo-calizada. Mais informações: www.totalhealth.com.br
Tel. (16) 3209-6000

Novo Show-Room Pró-Phisical

A Pró-Phisical acaba de inaugurar seu show room em São Paulo, localizado no Largo do Arouche, nº 438. Procurando facilitar o atendimento aos seus clientes, o local possui amplas instalações e um novo conceito de loja, onde o cliente pode testar todos os equipamentos da empresa e também ter à sua disposição várias outras marcas de produtos como Esteiras da Total Health, Stepper e Elipticon da Moviment, Acessórios e Anilhas da Flex, Bicicletas Ergométricas da Bio Walk e também uma nova linha de Spinning, que é o mais novo lançamento da empresa, com um sistema de parceria. A Pró-Phisical traz para o mercado um novo conceito de trabalho tendo como objetivo facilitar para o cliente a escolha de seus produtos!
Informações: (14) 3622-5541 / 3621-1880

Agenda

10 a 14 janeiro 2004
19º Congresso Internacional de Educação Física
www.congressofiep.com
Tel.: (45) 525-1272 / 9975-1208
Foz do Iguaçu – PR

17, 18, 24 e 25 janeiro 2004
10º Curso Prático de Fisiologia do Exercício e Avaliação Física em Academias
www.cefise.com.br
Tel.: (19) 3466-2350 / 3476-6835
Campinas – SP

16 março a 30 junho 2004
Curso de Aperfeiçoamento em Fitness MTA (Marketing, Técnicas e Administração) no Brasil
Universidade Gama Filho
www.centraldecursosugf.com.br
ugf@centraldecursosugf.com.br
Tel.: (11) 3266-5599
São Paulo - SP

Classificados

Academia – Vendo academia de pequeno porte na região central de São Paulo no bairro de Santa Cecília com 3 anos de funcionamento. Musculação, localizada, alongamento, step, axé, dança de salão e boxe. R$ 30.000,00. Aceito auto. Tel.: (11) 9653-2061 – Márcio.

Cartas

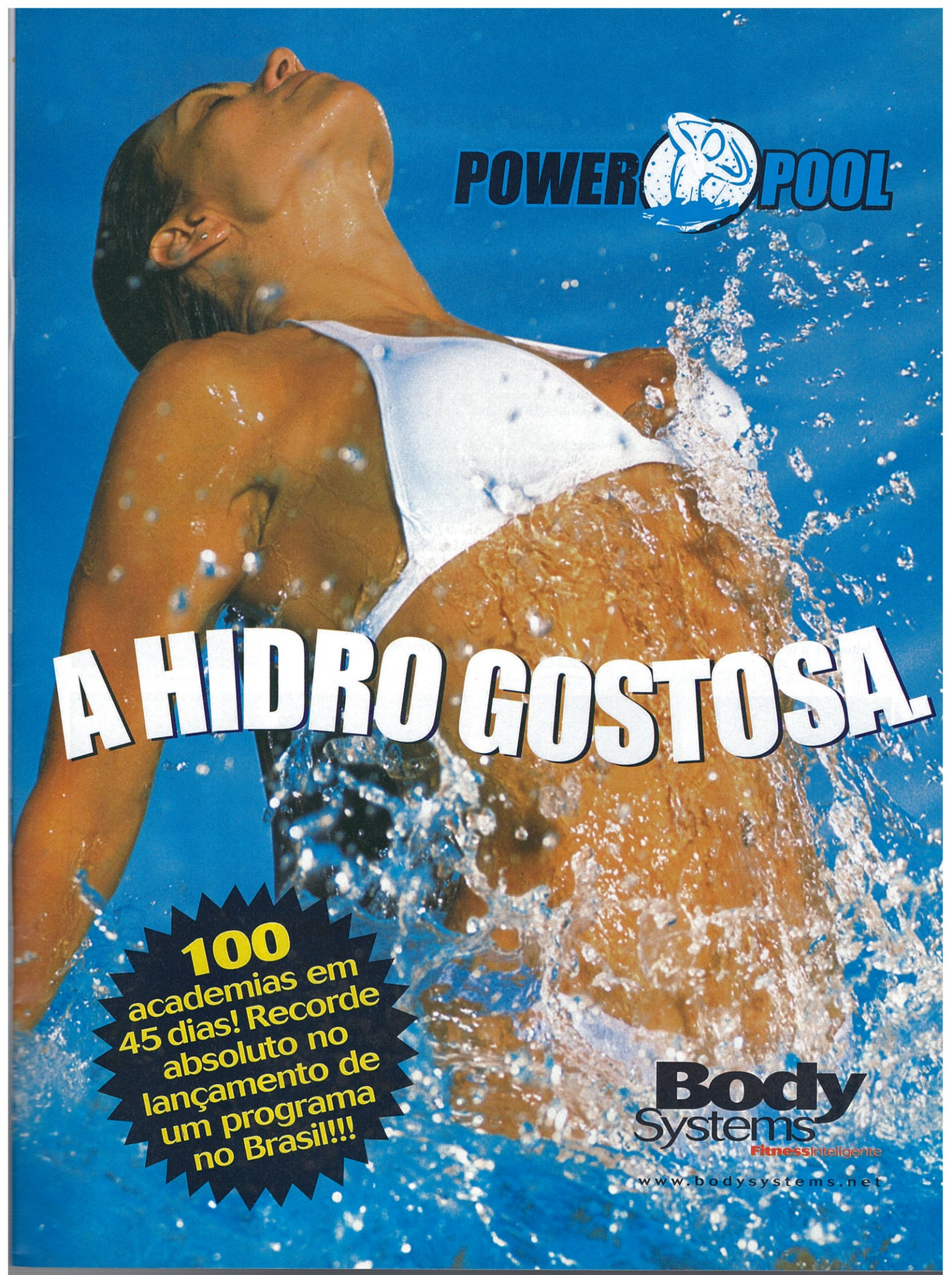
Agradeço a remessa da revista "Empresário Fitness", publicação que traz contribuição eficaz para o setor, em razão da qualidade dos artigos e matérias ali contidas, que somando a nobreza da impressão a qualifica como um dos principais veículos setoriais de comunicação do País.
Domingos Sabino Diniz
Marketing – Academia Open Sports – Brasília - DF

Venho por meio desta agradecer à Revista Empresário Fitness pela imensa contribuição que está fazendo ao mercado de academias brasileiro com informações interessantes e muito importantes para os empresários deste meio.
Sílvio Mendes de Alcântara - Vitória - ES

pac brindes

Rua: Elias Vitorino de Sousa, 308
Pirituba Cep.05143-040 São Paulo
Vendas: (0xx11) 3832 4477
www.pacbrindes.com.br

Divulgue sua marca com um brinde. Visite nosso site e conheça toda nossa linha de produtos. Temos mais de 50 itens em metais resinados divididos em:
* Chaveiros
* Bottons
* Porta Recados
Contate-nos teremos imensa satisfação em atendê-lo.


POWER POOL
A HIDRO GOSTOSA
100 academias em 45 dias! Recorde absoluto no lançamento de um programa no Brasil!!!
Body Systems
Fitness inteligente
www.bodysystems.net

Por Thais Almeida

Revista Empresário Fitness

comemora seu Primeiro Aniversário

João (EF) e Ricardo (Maktub)

Mário (EF) e Roberta (Hidrobike)

João (EF) e Homero e Sueli (Pró-Phisical)

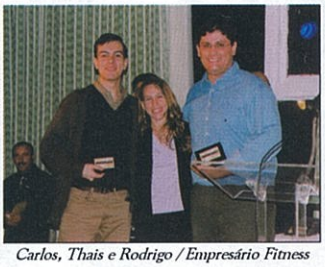
No dia 12 de setembro, a Revista Empresário Fitness antecipou as comemorações de seu primeiro aniversário oferecendo um coquetel a seus colaboradores e parceiros. O evento realizou-se no Hotel Excelsior, tradicional hotel paulistano, tendo como cenário uma atrativa e bela vista do cidade.

O evento foi marcado pelo seu ponto máximo, a entrega de um troféu a todos que participaram efetivamente do crescimento da publicação durante o ano, anunciados pelo mestre de cerimônias Fábio Fortes.

Os homenageados foram os colunistas: Jorge Gonçalves, Márcia Pucci, Sérgio Duque, Antonio Camargo, Adner Gomes, Fernando Valle, Paulo Akiau, Patrícia Totaro. Os jornalistas: Rodrigo Ferreira, Carlos Gimenes e Madalena Almeida. Os diagramadores: Laiz Leão, Roberta Moreira e Márcio Vendramini. As empresas anunciantes e seus representantes: Ricardo / Maktub, Carlos e Guto / Action Gym, Flávio / Bio Walk, Homero e Sueli / Pró-Phisical, Almir / Outfitmixx, Sandra / Pórtico, Mário / Rudel, Hilton / Yozda, Peter e Paulo Akiau / Body Systems, Ricardo / Moviment, Andréia e Cida Conti / Fit Pro, Marcos e Edson / Gym Master, Ademir / Lion Fitness, Luis / DP Fitness, Joel / Ibepe, Mieli e Marcelo / MKTE, Ricardo / Aquatica Slade, Mayko / Mapema, Francisco e Wagner / I-Fitness, Ricardo / Byteway, Rodolfo / Fitness School, Roberta / Hidrobike, Gilberto / Biotech, Evandro / Spandex, Bayard / World Sculptor, Paulo / Pac Brindes, Gonzaga / New Life.

A Revista Empresário Fitness agradece a seus parceiros, colaboradores, anunciantes, leitores e a todos que colaboraram com seu crescimento de alguma forma.

Fotos: Atitude


Carlos, Thais e Rodrigo / Empresário Fitness

Mário (EF) e Andréia (Fit.Pro)

João (EF) e Peter (Body Systems)

Mário (EF) e Bayard (World Sculptor)

Mário (EF), Almir (Outfitmixx) e João (EF)

Thais (EF) e Carlos (Action Gym)

Marcos e Edson (Gym Master) e Mário (EF)

Mieli e Marcelo (MKTE) e Thais (EF)

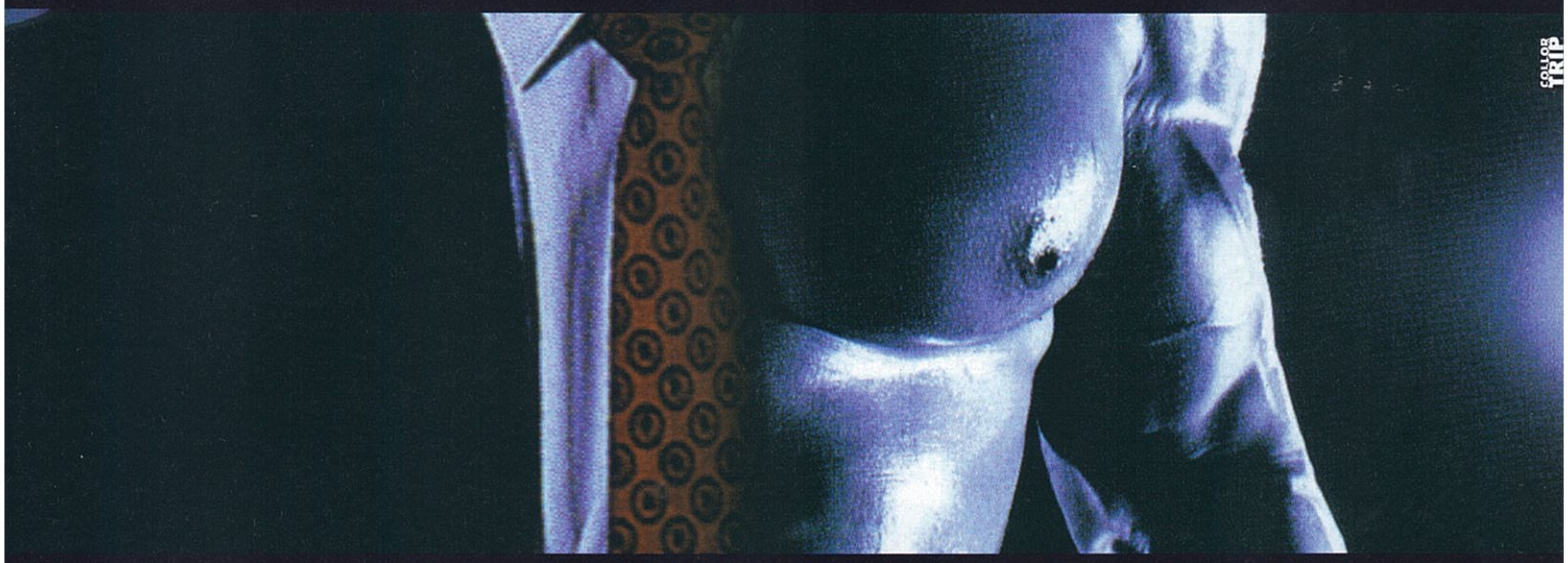
Mário (EF), Evandro (Spandex) e João (EF)

Mário (EF) e Wagner (I-Fitness)

Paulo (Pac Brindes) e Mário (EF)

Mário (EF) e Gonzaga (New Life)

Existem muitas maneiras de sua empresa ficar forte!



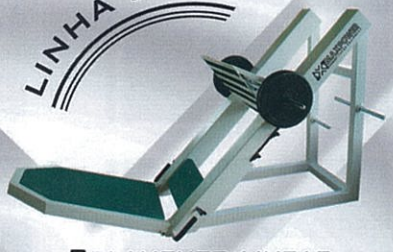
Por isso faça a escolha certa.

Os aparelhos MAXPOWER são super resistentes, bonitos, robustos e com a tecnologia inovadora que sua academia merece. Seus alunos irão sentir a diferença. Coloque força em sua academia!

MAX POWER

NOVA
linha de aparelhos
BIANGULARES
A evolução do fitness

LINHA GOLD



Rolamento linear

LINHA SILVER

Estofado especial

MULTI ESTAÇÕES

4 torres simultâneas

ARTICULADOS

Rolamento com blindagem dupla

Temos todos os tipos de acessórios para fitness, bicicletas, esteiras, bancos, projetos para academias...

Av. Brasil, 1851 - CEP: 14075-040 - comercial@maxpower.ind.br
Ribeirão Preto - SP - PABX: (16) 3969 1313

Visite nosso site e concorra a sorteios

WWW.MAXPOWER.IND.BR

Top Fitness Agita Curitiba

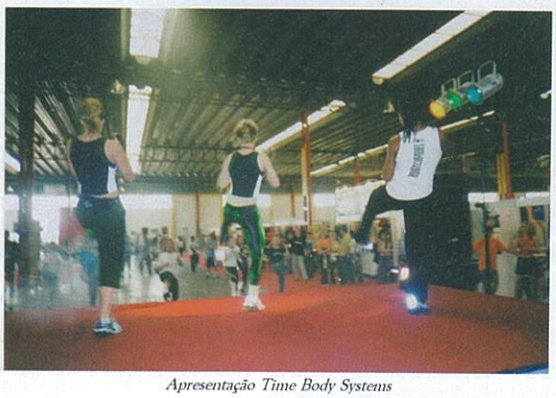
Vista panorâmica da Top Fitness 2003

Mais de 40 empresas estiveram presentes à I TOP FITNESS – Feira do Esporte e Saúde, realizada de 12 a 16 de novembro nas instalações do Marumby Expo Center, em Curitiba.

Tendo em vista a coincidência de data com a Maratona Internacional de Curitiba, realizada no dia 16, o evento recebeu boa presença dos maratonistas que estiveram na cidade, além de um público altamente técnico de cerca de 8.000 pessoas.

Segundo a promotora do evento – Top Master Feiras – foram identificadas as presenças de representantes de 180 academias, vindos de 5 Estados da região Sul e Sudeste.

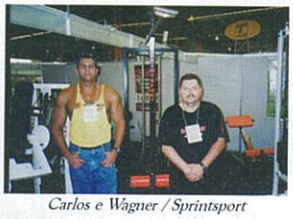
Esta foi a primeira edição da Top Fitness que promete solidificar-se nos próximos anos como um dos grandes eventos do setor em todo o país.


Apresentação Time Body Systems

Ricardo Nort

Ailton Mesquita / Flex

Ana Maria e Carolina / Fórmula do Corpo


Carlos e Wagner / Sprintsport

Eduardo e Carlos / Carbo

Mário (EF), Joel e Gilson / Ibepe

Evandro e Luciano / Spandex

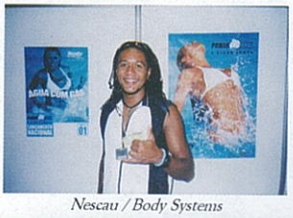
João Carlos e Aline / Corpo Rico

Homero e Sueli / Pró-Phisical

Marcos e Gilmar / Vitally

Mauro e Fernando / Max Power

Miro e Alonso / Axcess


Nescau / Body Systems

Paulo, Vinícius e Mara / Sport Saúde

Roberto e Junior / Lion Fitness

Rodrigo Sacani / Total Health

Walter, Rogério e Roberto / Gervasport

Josh Murdock e Mário (EF)

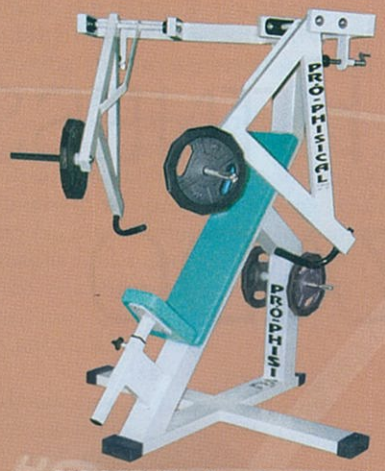
PRÓ-PHISICAL®

APARELHOS A SERVIÇO DE SUA SAÚDE

PROMOÇÃO

ARTICULADOS

13 Anos



HS 062- Supino Declinado

HS 063 - Puley

HS 061 - Leg Press 45°

MODERNIZE SUA ACADEMIA COM 9 MAQUINAS POR:

3 x 3.950,00

24 x 786,96

12 x 1.278,60

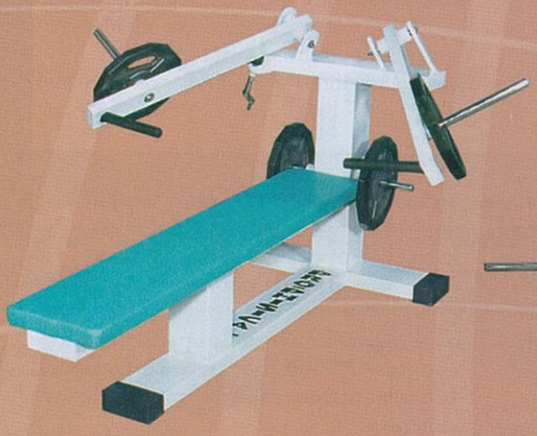
36 x 634,68

TUBOS:

- 80x40=30mm
- 150x50=30mm
- 120x120=4.7mm
- 140x140=4.7mm

PROMOÇÃO DE FABRICA:

HS 001 - Supino Vertical



HS 002 - Supino Horizontal

HS 003 - Remada

HS 004 - Desenvolvimento

HS 005 - Supino Inclinado

HS 006 - Puxador Alto

PRÓ-PHISICAL: Rua Rodolpho Alexandre Martinelli, 140 - 7° Distrito Industrial - CEP 17.212.747 - Jaú-SP
e-mail: pro-phisical@uol.com.br - prophisical@prophisical.com.br - homepage: www.prophisical.com.br
FAX: (14) 3622-5541 - VENDAS: (14) 3621-1880 • 3624-2521 • 3624-9707 • 3624-3055

Por Rodrigo Ferreira

O Mercado de Fitness é sub-utilizado

O mercado, na sua maioria, é conduzido por pessoas que vieram da área de Educação Física. Isso dificulta bastante o aproveitamento do negócio.

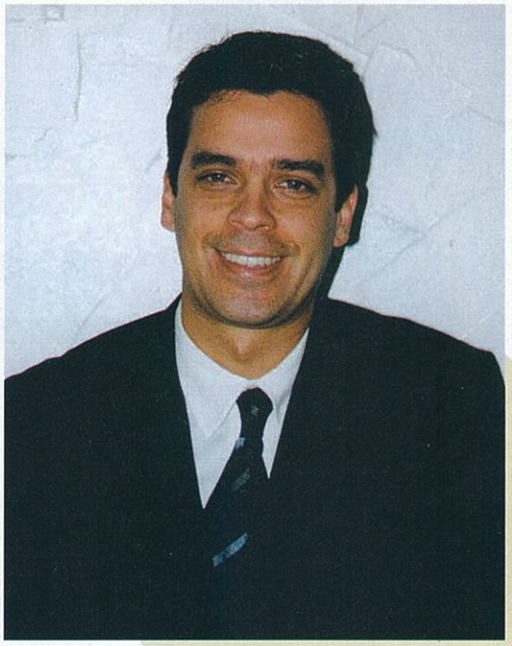


Foto: Divulgação

Há seis anos, quando iniciou a empresa Body Systems, o professor de Educação Física Paulo Akiau, apostava em algo revolucionário para o mercado de fitness no país. Sua intenção era padronizar e coreografar aulas de ginástica.

Hoje os programas gerados por sua empresa estão em mais de 1.700 academias, com cerca de 10.000 professores treinados e estima-se que seus programas sejam praticados por um milhão de pessoas.

Em uma entrevista descontraída, Paulo contou à revista Empresário Fitness suas opiniões sobre o mercado de academias. Para isso não poupou palavras duras. Fez uma análise centrada na sua experiência de mercado.

E.F. - Como o professor se tornou empresário?

P.A. - Desde o início da minha carreira, como professor de Educação Física, me imaginei como uma empresa. O meu conteúdo pedagógico veio sempre acompanhado de uma preocupação de todos os aspectos ligados ao marketing e gestão. Através desse cuidado, consegui padronizar minha aula e criar um método próprio. Por conta disso, estive em 34 países participando de congressos, seminários e convenções, sempre apresentando meus conhecimentos.

Naquela época eu percebia que meus colegas, que também viajavam para dar palestras e realizar cursos, olhavam para mim como uma referência, como um professor que se preocupava com todos os aspectos relacionados a uma mercadologia. Não ficava centrado apenas em como expor minha aula. Pensava o negócio como um todo. Sem saber já tinha uma mentalidade empresarial.

Daí até a minha primeira iniciativa empresarial real foi um passo muito pequeno. Foi uma questão de oportunidade. E ela apareceu em 1997, com a proposta da Les Mills (rede de academias neozelandesa) de lançar aqui no Brasil um programa de ginástica que ela desenvolveu na Nova Zelândia. Foi então com o "Body Pump" que demos origem a esta empresa chamada Body Systems.

E.F. - O dono de academia sabe aproveitar o seu negócio?

P.A. - Não. Nosso mercado ainda é sub-utilizado. Carece de um maior conhecimento de tudo que está relacionado com operação, tendências e alternativas para se tirar o máximo de rentabilidade dessa categoria de negócio.

É claro que é possível encontrar muitos empresários bem sucedidos, assim como alguns casos que são referência no aspecto administrativo. Porém, grande parte do mercado é composto por alucinações e negócios mal geridos.

E.F. - Porque isso ocorre?

P.A. - O mercado, na sua maioria, é conduzido por pessoas que vieram da área de Educação Física. Isso dificulta bastante o aproveitamento do

negócio por falta de um conceito, de fundamentação em administração, marketing, etc. É exatamente essa a origem da problemática.

Normalmente o negócio começa com um professor que se destacou na profissão e acabou tendo a oportunidade de iniciar o seu próprio negócio. Assim como eu, esses professores não tem uma formação acadêmica específica na área de gestão e acabam tendo, na maioria das vezes, que aprender por conta própria. São autodidatas.

Com isso o proprietário de academia fica refém de se espelhar em outros exemplos. Fica mais fácil para quem tem próximo de si empreendimentos interessantes, uma referência positiva e de sucesso. Mas, a grande maioria está em localidades onde não existe esse modelo a seguir. Isso gera distorções do negócio.

E.F. - Então o mercado de fitness é amador?

P.A. - Eu diria que existe uma grande quantidade de iniciativas amadoras, assim como percebo que está havendo um processo de profissionalização do segmento. A cada ano, mais empresas procuram formatos profissionais de gestão. É crescente o número de academias que buscam uma consultoria na área.

Até 1997, praticamente nada dentro de uma academia era sistematizado. As exceções eram as grandes redes que tinham acesso a informações do exterior.

A Body Systems está colaborando para a transformação do mercado de fitness. A partir da sistematização da ginástica, que foi implementada pela nossa empresa, percebemos que os proprietários de academia estão gradativamente abrindo os olhos e passando a sistematizar os outros departamentos também. Isso traz um benefício muito grande que é a maior facilidade no controle de qualidade.

E.F. - Os empresários de academias são resistentes a esta padronização?

P.A. - Em lugares mais afastados, onde as novidades demoram mais para chegar, ainda encontramos resistências, mas é por ignorância do empresário, que não está antenado com a necessidade do mercado dele.

No cenário econômico e social que estamos vivendo, a tendência é que muitas dessas academias desapareçam ou que operem com uma baixíssima rentabilidade.

Esses donos de academia não enxergam que eles não têm um negócio, têm um emprego. O empresário não percebe que o nível de rentabilidade do negócio dele é inferior ao salário de um bom personal-training.

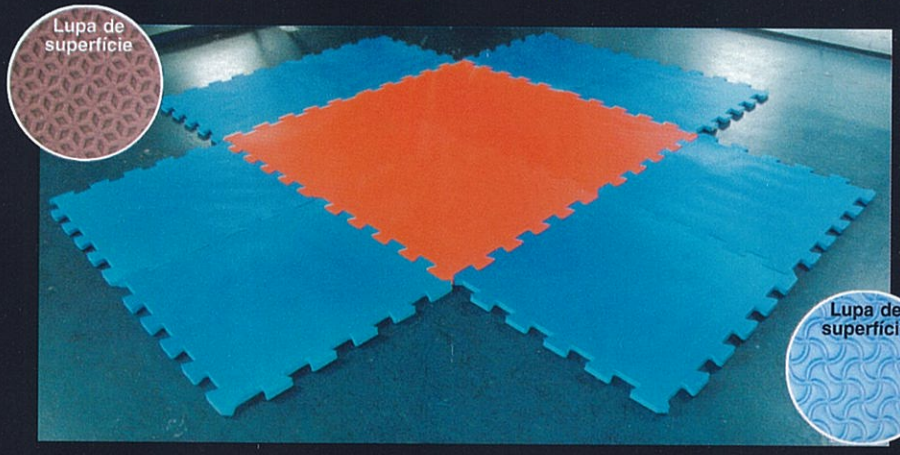
Esses casos não têm solução. O proprietário vai sofrer com essa realidade que não muda, ou então ele vai desaparecer porque a concorrência, que é crescente, vai tratar de expulsá-lo do mercado.

E.F. - O que a Body Systems reserva de novo para o mercado em 2004?

P.A. - Existe um novo programa sendo preparado para 2004. Ele deve ser apresentado ao mercado entre maio e setembro. Não posso falar o nome ainda, ou o que vai ser. Somente que será algo dentro do conceito de solução para administração de uma academia.

Colaboração: Jornalista Carlos Gimenes

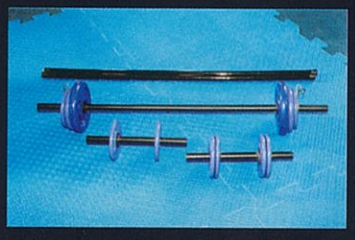
Acessórios para fitness, musculação, tatami, hidroginástica, natação e hidroterapia



Tatami e.v.a siliconizado com superfície impermeável, textura e desenho oficiais aprovados pela federação. COMPROVE! Peça sua amostra.

Acessórios para natação, hidroginástica e hidroterapia

Step em E.V.A solado superior e inferior. Medidas 75x32/82x32/95x32, nas alturas de 10 ou 15 cm



Visite nosso site: www.aquaticaslade.com.br

Tel. (11) 4224-2829 ou 4226-2191 (solicite catálogo completo)

Rua Heloísa Pamplona, 365 - Fundação - SCS - SP - CEP: 09520-320 - E-mail: aquaticaslade@aquaticaslade.com.br

Por Márcia Pucci

O Poder de Reter Talentos

Foto: Divulgação

Valorizar os recursos humanos não é mais uma tendência, é uma necessidade.

Existem diversas ferramentas para selecionar os melhores profissionais para sua empresa, mostramos na última edição uma delas, detalhando o perfil (conhecimentos, habilidades e competências) desejado para selecionar e contratar um profissional. E como retê-los na empresa?

Existem diversas práticas e ferramentas que não atendem mais às expectativas e necessidades das empresas e das pessoas. Valorizar os recursos humanos não é mais uma tendência é uma necessidade.

Por isso, avaliar suas políticas e práticas de recursos humanos atuais, fazer um levantamento no mercado em que sua empresa está inserida "benchmarking" (o que os concorrentes estão fazendo para reter seus melhores profissionais) e uma pesquisa interna, podem fornecer um rico material para a montagem de um plano de retenção de talentos para sua empresa.

A revista Exame, anualmente, destaca "As Melhores Empresas Para Você Trabalhar" em edição especial. Sua pesquisa avalia alguns itens que consideram ser eficazes para a satisfação dos profissionais, vamos destacar alguns:

1.Credibilidade – significa a confiança que os funcionários depositam na liderança. Neste item, são avaliadas a qualidade da comunicação interna, a ética na condução de negócios, a forma de divisão de tarefas e na resolução dos problemas.

2.Respeito – avalia como as pessoas são tratadas; quais as reais oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional; se o pacote de benefícios atende às necessidades específicas dos funcionários; reconhecimento e valorização do trabalho.

3.Imparcialidade – não existir favoritismo para um funcionário em detrimento de outros.

4.Camaradagem – relações pessoais desenvolvidas na empresa e o favorecimento da empresa para o trabalho em equipe.

5. Benefícios – neste item importa a criatividade e a capacidade da empresa de focar as necessidades específicas de seu pessoal.

6. Ética e Cidadania – programas criados visando ao be-estar da comunidade onde a empresa está inserida.

7.Desenvolvimento Profissional – oportunidade de crescimento à equipe, com cursos de reciclagem, apoio à educação continuada, treinamentos e possibilidades reais de promoção.

Segundo Peter Druker, valores como o bem-estar dos funcionários e da comunidade é peça-chave para estimular a organização a buscar e manter a liderança.

Como está a sua empresa na avaliação dos quatro itens acima?

Lembre: As empresas que acreditam genuinamente nas pessoas estarão na frente das demais, sempre.

Fontes de consulta: Revista Exame Edição Especial – As Melhores Empresas Para Você Trabalhar, Revista Gestão Plus (09 e 10/03), Revista Melhor (08/03)

Márcia Pucci é Diretora da Together Gestão de Pessoas
marcia.pucci@uol.com.br / together-rh@uol.com.br
Tel. (11) 3773-9468 / 8147-3754

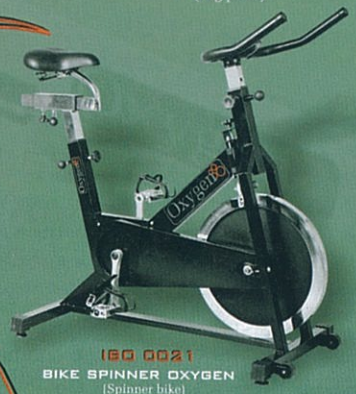
Se você pretende inaugurar, ampliar, ou reformar ....., esta é a marca.

Oxygen

Adquira agora também os produtos IBEPE no Rio De Janeiro.
SHOW ROOM
Av. Sernambetiba, 3400 loja G / Barra Da Tijuca
AGENDE UMA VISITA E CONFIRA !
Alberto Adoni
(21) 9234 9632 / 2484 2779

IBEPE®
FITNESS EQUIPMENT

ISA 8270
LEG PRESS 45°
(Leg press)



IBO 0021
BIKE SPINNER OXYGEN
(Spinner bike)

ISA 8210
BANCO P/ PANTURRILHA
(Seated calf)

IBO 3080
BANCO P/ BÍCEPS
(Scott curl)

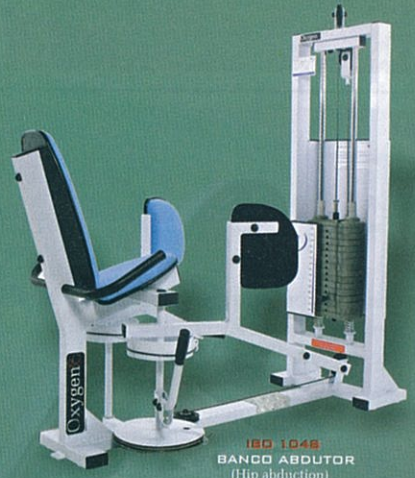
REPRESENTANTES :

São Paulo Capital :
Estok fitness (11) 6198 0809
All fitness (11) 5585 2857
Rio De Janeiro : (21) 9234 9632
2484 2779
Passo Fundo : (54) 315 3710
Bento Gonçalves : (54) 452 4353
Santa Catarina : (47) 350 7298
Cascavel : (45) 9105 0985
Belém : (91) 9613 6353

Consulte-nos e confira o melhor custo-benefício do mercado.

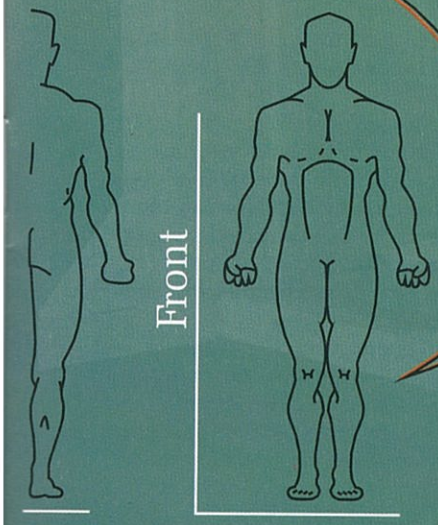
VOCÊ LOJISTA CONFIRA NOSSAS CONDIÇÕES PARA REVENDA

ISA 0667
SUPINO INCLINADO ARTICULADO
(Superior press)



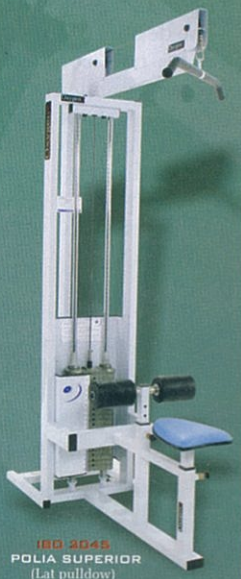
IBO 1048
BANCO ABDUTOR
(Hip abduction)

WWW.IBEPE.COM.BR



IBO 1077
ABDOMINAL COM PESO
(Abdominal)

IBO 3080
POLIA SIMPLES REGULÁVEL
(Adjustable cable column)



IBO 3045
POLIA SUPERIOR
(Lat pulldow)

IBEPE INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA - CX POSTAL, 40 - CENTRO - BRUSQUE / SC - 88350-000 (47) 350 7298 / 355 5910
ibepe@ibepe.com.br

Por Marcelo Angel

A Usabilidade e Internet no Mercado de Fitness

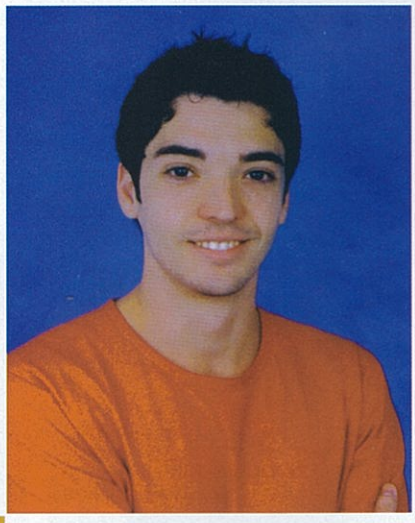


Foto: Divulgação

Ingressar no mercado eletrônico requer uma série de medidas padronizadas para que se obtenha os objetivos esperados e esteja na frente da concorrência

Em cada área existe um estudo que determina qual a melhor forma de executar e produzir um produto, e na Internet também é assim. Um deles chama-se Usabilidade, que através de pesquisas e tecnologia criaram um manual de boas ações a ser seguido por aqueles que pretendem ingressar no mercado eletrônico.

Essas técnicas são utilizadas por muitas empresas, mas ainda existem sites que deixam a desejar, e como estamos cercados pela concorrência que tal dar um passo à frente?

Abaixo apresento um guia simples com 10 dicas importantes que fazem muita diferença.

1- Menos é mais. [site leve e rápido]

Você deve ter páginas objetivas, diretas ao assunto, que mostram o que a empresa faz. O tempo é importante e você tem apenas alguns segundos para conquistar a atenção do visitante. Mantenha as páginas leves, use poucas imagens, bem colocadas e comprimidas. O texto deve ser direto e objetivo. Especialmente na página inicial.

DICA - Se você esta vendendo um produto ou serviço na Internet, mantenha o foco em sua mensagem. Ninguém quer ver um layout cheio de animações e gravuras que nunca terminam de baixar.

Lembre-se "a imagem seduz e é importante, mas é o texto que vende". Use um layout limpo e elegante.

2- Padrão [ter lógica]

Mantenha o mesmo padrão em todas as páginas. Além de tudo, mantendo um layout padronizado você passa uma impressão mais profissional e organizada. Uma página de cada forma e jeito é obra de artista plástico e nem sempre é compreendida.

DICA - Usar as mesmas cores, molduras, botões, fontes e demais elementos em todas as páginas; Logomarca da empresa na mesma posição; Posicionamento do menu e texto.

3- Navegação [acesso fácil]

Seja simples e facilite a navegação. Coloque o conteúdo em categorias e os links em hierarquia de importância e relevância. Não se esqueça, pois nem todo mundo pensa igual e a Internet é um labirinto de informações.

DICA - Todas as páginas devem estar a dois, no máximo, três cliques de distância umas das outras. Mas não adianta colocar tudo em um único menu. Categorize o conteúdo.

Também teste a navegação do site e chame alguém sem muito conhecimento, pedindo a ele que encontre alguma informação que você saiba que existe.

4- Fale conosco [comunicação]

Quem já não passou por apuros tentando arrumar o telefone ou e-mail de alguma empresa e não encontrava nada no site?

DICA - Colocar o e-mail no rodapé de todas as páginas. Formulário de contato com poucos campos para o usuário preencher. IMPORTANTE [nome, e-mail, telefone e a mensagem] deixe a burocracia de lado e não pergunte mais nada, é horrível preencher um formulário de contato com tantos campos, tem gente que só falta pedir tipo sangüíneo.

5- Logos e imagens [padrão e relevância]

Seja claro com a imagem a ser passada e também tenha bom senso se for colocar uma infinidade de logotipos ou desenhos em um site. Não são todos que possuem uma boa conexão e também não é nada agradável acessar um site várias vezes e ver em todas a bendita animação de introdução.

DICA - Ninguém gosta de esperar minutos para ver uma imagem ou animação carregar. Se for necessário à apresentação ou uma seção com logotipos, crie uma página só para isso, assim quem quiser ver vai acessar. Ou coloque-as de forma pequena e randômica.

6- Fontes [tipos de letra]

Procure usar apenas uma fonte em todo o site. Seja igual a um jornal onde você percebe o conteúdo e seus destaques sem ter o carnaval de letras. Se vai usar mais de uma, use apenas para destaques, citações e títulos, mas mantenha o padrão.
DICA - Outra razão é que as fontes não são padrões em todos os computadores e às vezes pode ser que os usuários não vejam as páginas como foram criadas. Mantenha o padrão.

7- Espaço em branco [harmonia]

É o responsável pela harmonia em um site. Nestes espaços os textos se destacam se organizam e facilitam a leitura. Normalmente são usados de forma a criar um layout adequado a imagem da empresa.
DICA - Deixe espaços em branco ou sem texto. Use margens à esquerda e a direita. Siga a idéia de um visual mais limpo, agradável e profissional.

8- Becos sem saída [labirinto]

Beco sem saída é uma página aonde não existem links para sair dela. É também uma página com navegação confusa.
DICA - Pense no site de uma forma que não precise dos botões do navegador, ou seja, se precisar clicar no botão voltar, tem alguma coisa errada. Ofereça a possibilidade de caminhos e retornos.

9- Links mortos [em construção]

Links mortos são aqueles que estão no menu, mas ainda não foram criadas as páginas correspondentes ou, pior ainda, levam a uma "página em construção".
DICA - Se a página não existe ou não está completa, não coloque link para ela. Páginas com a mensagem "em construção" causam frustração, já pensou quando você espera encontrar a informação, mas ela não está lá.

10- Links quebrados [404 file not found]

São os terríveis e são encontrados em muitos sites. Normalmente isso acontece em sites que não são dinâmicos ou seja que não possuem um sistema de publicação de conteúdo, e as páginas são criadas manualmente levando a um erro.
DICA - Teste todos os links em todas as páginas, sempre.

Com estes passos você poderá ter mais consciência, pois criar um site é muito mais do que juntar textos e fotos. É um estudo sobre o hábito de navegação e consumo do cliente relacionado com o perfil e target da empresa e produto.

Marcelo Angel é mestrando em Administração, pós-graduado em Administração e Marketing Esportivo e sócio da MKTE
www.mkte.com.br/www.marceloangel.com.br

CONSULTE: EQUIPAMENTOS SEMI-NOVOS REVISADOS E COMPLETA LINHA DE ACESSÓRIOS
REPRESENTANTE EXCLUSIVO
fones: (11) 3733-2500 / 3733-2200
Fax: (11) 3733-2265
SPORT MIX

Por Jorge Gonçalves

PLANEJANDO 2004

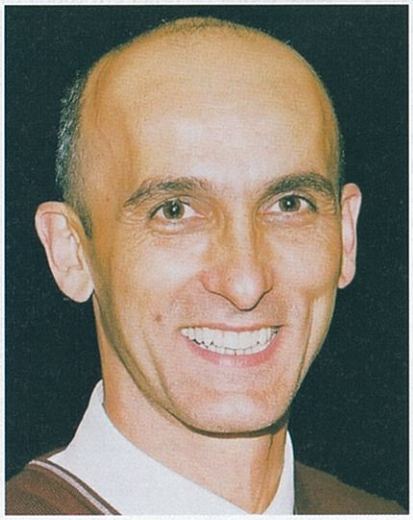


Foto: Divulgação

Ano novo, que bom...

Este ano de 2003 sem nenhuma dúvida, nosso setor não ficou de fora dos difíceis ajustes econômicos e da escassez de dinheiro circulante no mercado; muitas academias passaram por momentos de reavaliar suas operações e por algumas vezes, em meus cursos ou em minhas visitas ao mercado, ouvi grandes reclamações de empresários sobre a dificuldade de "captar" ou "reter" clientes em suas academias. Por algumas vezes, tenho mencionado que ***o futuro chegou.*** Através de meus artigos neste e em outros veículos tenho tentado mostrar a você parceiro do segmento que novos e bons momentos nos esperam. Observamos também que novos empreendedores buscam o nosso mercado, você provavelmente ganhou um "concorrente" ai pertinho de você, que lhe preocupou e que lhe "tirou" alguns clientes. Pois bem, aí vão algumas sugestões para que 2004 seja um ano novo feliz para os negócios.

OBSERVE..... 1,6 % aproximadamente da população do Brasil está dentro de nossas academias; nos EUA o número é de 13,4 % e na Europa 8,3%. Repare o quanto podemos crescer!

AÇÃO.....Não entre na "guerra" com seus concorrentes tentando captar seus clientes, o mercado de pessoas que não praticam atividades em academias é muito grande objetive este público.

Para tanto planejar suas AÇÕES, para o próximo ano é fundamental. Bem, minha sugestão é que monte uma estratégia atuando em algumas áreas; vamos desenvolver juntos eu, você e sua equipe. Confio em seu potencial de criação para ampliar e melhorar estas linhas sugeridas:

LINHA 1. Promoções:

Monte uma promoção para cada mês de 2004, converse com sua equipe e as desenvolva. A seguir, dois exemplos que sugiro.

JANEIRO: "*MEU AMIGO É DEZ*", confeccione um convite VIP, objetivando um número determinado de pessoas a serem atingidas pela promoção e entregue a alguns clientes que já utilizam sua academia para que ele convide seu melhor amigo para freqüentar com ele por DEZ dias e treinarem juntos.

FEVEREIRO: "*30 DIAS NA FAIXA*", todos os novos clientes ganham um mês adicional para treinar, anexado ao "plano" de sua escolha, tente evidenciar os negócios mais longos de três ou seis meses.

LINHA 2. Eventos:

Minha sugestão é que você monte no mínimo 6 grandes eventos por ano, e seis eventos menores, os encontros sociais são fundamentais no seu plano de "retenção", hoje as pessoas buscam relacionamentos, quanto maior o número de relações que você fomentar, maior será a taxa de "fidelidade" ao seu produto, seguem algumas sugestões:

JANEIRO: "*ENCONTRO NO VERÃO*", encontre entre seus clientes o "local" que a grande maioria goste de passear, serve praia, montanha, bosque ou uma praça. É aí neste lugar que você deve reunir seus "clientes" para uma seção de alongamento, uma caminhada ou apenas um encontro para bater papo e apreciar a natureza. Não se envolva com "super produções" do tipo palcos, luzes e som, pois isto o levará a gastos que nem sempre são viáveis; o importante é focar as pessoas e sua felicidade por estarem ali.

FEVEREIRO: "*BEM VINDOS A 2004*", durante toda uma semana, sua equipe vem fantasiada. Aproveite a proximidade do carnaval e envolva seus clientes num clima de alegria com algumas aulas à fantasia; é fundamental que seu pessoal se envolva de

corpo e alma no clima do evento.

MARÇO: *"FESTA DA PORCA E DO PARAFUSO"*, envolva toda equipe no convite a este encontro que pode acontecer numa casa noturna de sua cidade. Anuncie o evento no mínimo com quinze dias de antecedência; todos devem retirar seus convites de forma exclusiva: o ingresso deve ser VIP e este deve virar um objeto de desejo do seu convidado, portanto quem o retira, se cadastra para receber a "tal porca ou parafuso". Na entrada da festa, as meninas recebem a porca (se preferir faça ao contrário, isto em nada alterada o sentido), e os meninos o parafuso e a grande brincadeira é que as pessoas se encontrem lá dentro para encaixar seu parafuso em uma porca "NO BOM SENTIDO".

LINHA 3. Lançamentos:

Nosso mercado precisa de novidades a cada dia. Busque mais produtos e faça pelo menos seis lançamentos ao longo do ano; se conseguir um a cada mês, ótimo é fundamental para a captação de novos clientes. Algumas empresas hoje, oferecem produtos com excelente qualidade, principalmente do ponto de vista mercadológico portanto, coloque você também sua equipe para criar, não se esqueça de buscar sempre o que o seu cliente quer: o olho dele define os produtos. Onde buscar criatividade? Nos eventos, visitando as grandes academias e observando as novas aulas, suas características; capte idéias e novas forma de fazer.

JANEIRO: *"NATAÇÃO LIVRE"*, mais uma modalidade de trabalho que tenho sugerido aos meus clientes e tem funcionado muito bem. Coloque uma raia de sua piscina, livre para que os clientes possam nadar, com uma eventual orientação de seus professores; saia do modelo "convencional" de ensinar os estilos e tudo mais. Se o cliente só quer nadar deixe ele fazer o que gosta.

FEVEREIRO: *"PERSONAL EM GRUPO"*, Este é um novo produto com excelente apelo. Busque em seu funcionamento os horários de menos procura e ofereça o trabalho personalizado para pequenos grupos (ainda não tive experiência de grupos maiores que quatro) e ofereça todo um complexo de atividades para estes clientes, diariamente, com um novo estímulo: musculação, aulas de relaxamento, natação, caminhadas enfim vários produtos em um só "pacote",

Foi um grande prazer para mim, tê-lo como leitor ao longo deste ano. Espero continuar com sua parceria.

Obrigado e FELIZ 2004.

Jorge Gonçalves é consultor, palestrante, coordenador do curso de MTA da UGF e professor da pós-graduação da UNI FMU
www.jgconsultoria.com.br.

fazendo marcas campeãs

MKTE
MARKETING ESPORTIVO

www.mkte.com

Por Rodrigo Ferreira e Pedro Júnior

ACADEMIA: CH DE VOLTAR

Nunca o mercado de fitness sentiu tanto ano que passou. Mas, segundo especi

Minha academia vai mal. Primeiro foram as promoções de começo de ano que não deram certo: "Traga um amigo e ganhe uma mensalidade" ou "Receba um kit de ginástica grátis, na compra de um plano trimestral". Depois veio o início das aulas nas faculdades e a academia permaneceu vazia, nem a tradicional promoção para calouros víngou. Chegado o inverno no meio do ano, muitos clientes saíram de férias e não voltaram. O caixa começou a dar sinais de escassez e algumas contas tiveram que ser atrasadas.

O segundo semestre não foi muito melhor. Apesar dos contratempos do começo do ano - a mudança de presidente, a subida do dólar, o desemprego que aumentou - estava esperançoso com o boom de Agosto a Novembro que nunca deixou a academia fechar.

Assim como nos outros anos, ele veio, mas foi tímido. O que era para ser uma tempestade de novos alunos fazendo fila, foi uma leve garoa, com somente alguns gatos pingados. Não teve jeito, a academia teve que demitir alguns funcionários e deixar para mais tarde aquela troca de equipamentos. Foi preciso fazer uma revisão no caixa e também uma série de cortes. Para economizar, trocamos até a marca dos produtos de limpeza, adotamos também as lâmpadas de luz fria, para gastar menos.

Por outro lado, a academia nunca fez tanta promoção na sua história. Só faltou pagar para ter alunos. Foram anúncios em outdoor, chamada no rádio, pesquisa para identificar clientes, mala direta toda semana, etc. Foi difícil atrair alunos novos. Só mesmo os suficientes para não fecharmos.

Agora no final do ano é a vez do verão que não chega, até o sol teima em aparecer. Minha academia parece um mausoléu."

Este dono de academias fictício está se perguntando: Cadê meus alunos? O fitness parou de atrair pessoas? Devo mudar de ramo?

Assim como ele, muitos da área estão assustados e têm dúvidas quanto ao futuro do seu empreendimento. Porém, antes de mudar de negócio, confira o que outros empresários e consultores têm a dizer.

A culpa do mau desempenho nos negócios pode não ter sido sua. Nunca o mercado de fitness sentiu tanto os reflexos da economia como neste ano que passou. Apesar disso, o panorama para 2004 são outros e dias com aulas de ginástica e salas de musculação cheias estão por vir.

De acordo com Claudemir Galvani, vice-presidente da Ordem dos Economistas do Estado de São Paulo e diretor da Metha Consultoria, "2003 foi um dos piores anos em termos econômicos da última década. Nos últimos dez anos tivemos uma taxa média de crescimento da economia de 0,9% ao ano. Em contra partida o crescimento da

EGOU A HORA A CRESCER!

os reflexos da economia como neste alistas, melhores dias estão por vir.

população no mesmo período foi de 1,6%. Isso significa que o rendimento do país dividido por pessoa foi bastante reduzido", conclui.

Para exemplificar o que significou este ano, ele fez a seguinte comparação: "É como se o indivíduo ficasse desempregado. Nos primeiros três meses ele se vira, tem o fundo de garantia, o 13º salário, as férias,... Depois que ele está um ano desempregado a situação piora sensivelmente. Em dois anos ele quebra, fica miserável. Então, 2003 foi o ano da quebradeira".

Todos os setores da sociedade sentiram os reflexos da estagnação na economia. O mercado de fitness, que segundo especialistas tem que aumentar 20% ao ano para não deixar de crescer, não foi diferente.

A recessão afetou também as grandes academias, que em tese tem um know-how fundamentado, porque elas precisam de um break even (ponto de equilíbrio entre receita e despesa, semelhante a uma nota de corte) muito alto para funcionar, isso gera a necessidade de se ter muitos alunos.

Segundo Richard Bilton, diretor geral da rede de academias Cia Athlética, uma das maiores do setor, a empresa enfrentou grandes problemas no período de maio a agosto. "Neste período tivemos uma queda de 10% no número de alunos", explica.

Para Bilton isso foi motivado pela incerteza da manutenção do emprego dos próprios alunos. "Tudo aconteceu devido à ausência de garantia de trabalho. Isso porque as pessoas tinham a responsabilidade com outras contas, como o colégio, por exemplo", conclui.

Com isso as academias que antes se atreviam a "esbanjar", ou que não se preocupavam o suficiente com seu controle financeiro, tiveram que mudar de atitude para não fechar as portas. Muitas não fizeram isso a tempo e acabaram encerrando suas atividades.

Para entender melhor o que

Foto: Divulgação

"2003 gerou a necessidade do dono de academia olhar para dentro de sua empresa, revisar seus paradigmas de administração, ser criativo e buscar soluções."

Luiz Amoroso,
Fit Biz Consultoria

aconteceu no mercado fitness nesse ano é preciso avaliar a economia do Brasil.

O ano de 2003 começou com turbulência. A sucessão presidencial deixou o mercado financeiro estagnado, aguardando o que seria feito pelo novo governante. Com isso, o consumo foi drasticamente reduzido.

Muitos investidores estrangeiros ficaram temerosos e retiraram dinheiro do país, o que levou a uma escassez de moeda americana, necessária para efetuar transações com o exterior. E, como em todo negócio, o que é raro fica mais caro, com o Dólar não foi diferente. As cotações do primeiro semestre chegaram a colocar o Real valendo apenas 25% frente ao Dólar, ou US$ 1,00 para R$ 4,00.

Essa desvalorização do dinheiro acarretou diversos problemas. O primeiro sinal sentido na área de fitness foi o rápido aumento de preço nos equipamentos importados. Alguns chegaram a subir 30% em dois meses. O segundo ponto foi o processo inflacionário. Produtos básicos ficaram mais caros, entre eles os combustíveis, os insumos industriais e o gás de cozinha.

Um dos resultados desse quadro de instabilidade foi o achatamento dos salários. E quando isso ocorre, todos têm que cortar os gastos, inclusive aquelas pessoas que fazem academia.

Luiz Amoroso, sócio da FitBiz, consultoria de fitness localizada em São Paulo, esclarece o que aconteceu: "No começo do ano, a expectativa de inflação gerou nitidamente uma retração do mercado. As pessoas compram fitness a médio prazo e se existe algum tipo de preocupação quanto a manter um investimento mensal, elas param de investir. É natural".

Para conter esse redemoinho de acontecimentos (inflação, alta do dólar e outros) o novo governo imprimiu uma política de juros altos para financiamentos. Na primeira reunião de 2003, elevou a taxa básica de juros, a SELIC, para 26,5% ao ano, o que significa que o governo pagava aos bancos quase 30% ao ano pelos seus empréstimos.

Para se ter uma idéia de quanto isso é prejudicial, os bancos para emprestarem dinheiro aos consumidores finais, com muito menos garantias de pagamento que o governo, chegaram a cobrar mais de 130% ao ano. Com taxas tão elevadas a sociedade não consegue se locomover.

Galvani esclarece melhor a atitude do governo, "para que os preços dos produtos não aumentassem demais, o governo aumentou a taxa de juros. Dessa forma, ele reduziu o crédito para as pessoas não comprarem. Com a taxa de juros muito alta, as pessoas que buscavam um carro, uma geladeira, um televisor, retiveram a compra porque não conseguiriam pagar as prestações".

As empresas de materiais de equipamento para academias foram uma das primeiras a sentiram a recessão do mercado.

Segundo Ricardo Fiorini, gerente de marketing da Moviment, empresa fornecedora de esteiras, o mercado em 2003 teve diversos contratempos que favoreceram para a estagnação do setor. "Nós sabíamos que seria um ano difícil. O novo governo gerou incertezas. Com a alta taxa de juros e o nível do risco país elevado, os donos de academia tiveram mais dificuldade de conseguirem crédito para novos investimentos, o que dificulta mais ainda a venda", afirmou Fiorini.

A empresa, assim como muitas no setor, não conseguiu atingir suas metas de venda. Isso porque o dono de academia encontrou mais dificuldade para o crédito e esteve menos propenso para investimentos visando a reciclagem de seus equipamentos. Fiorini projetou que

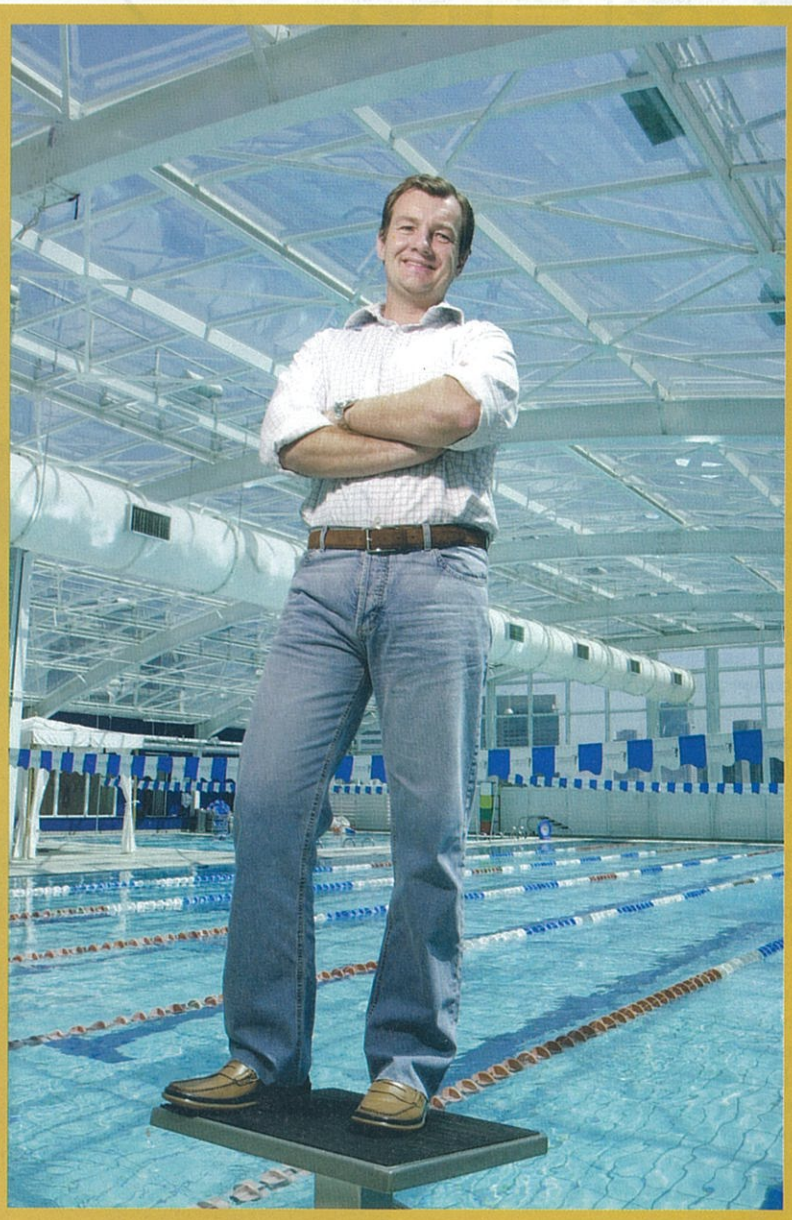


Foto: Divulgação

"Tudo aconteceu devido à ausência de garantia de trabalho. Isso porque as pessoas tinham a responsabilidade com outras contas, como o colégio, por exemplo."

Richard Bilton,
Diretor / Cia Athlética

a sua empresa "vendeu 10% a baixo do que costumava vender anualmente".

Segundo Luiz Amoroso, outro fator que atrapalhou muito o negócio no ramo de academias, em algumas regiões do país, foi a atípica falta de semanas de calor. Isso ajudou a inibir a visitação espontânea até as academias. Principalmente o segundo semestre foi intensamente prejudicado por este acontecimento meteorológico. "A academia é moda verão, ela vêm da expectativa da praia. E este ano nós não tivemos dias quentes típicos dessa estação".

O grande diferencial das academias que não fecharam as portas, para Amoroso, foi a mudança de postura com relação à captação de novos alunos. "Com todos os acontecimentos que tivemos, este ano não houve aquele número de visitantes espontâneos, que acordam e dizem, 'vou procurar uma academia'. Não mudou a dificuldade na retenção. Naturalmente o empresário perde, mas ele também vendia, e em 2003 não vendeu. Poucas pessoas procuraram as academias. Este ano é possível que as academias, em média, tenham encolhido 20%. Quem tava dentro saiu como sai sempre, o novo é que deixou de vender. O visitante sumiu", conclui.

Amoroso salientou ainda que a maioria das academias no Brasil é passiva. Os empresários de fitness investem para construir, compram equipamentos e ficam de braços cruzados atrás do balcão esperando as pessoas entrarem.

Abrir um negócio em plena recessão parece loucura, mas foi o que fez a academia Progress, que iniciou suas atividades em Abril de 2003, na cidade de São Paulo. Jorge Luis Santos, gerente da Progress, conta que foi necessário lutar muito para continuar existindo, "assim como quase todo o mercado tivemos um ano bastante conturbado, ficamos bem abaixo da metas pretendidas, afirmou o gerente.

Mesmo com todas as adversidades a empresa conseguiu se adaptar e permanecer viva. Hoje o negócio conta com 850 clientes. A estratégia para não fechar foi simples, não esperar pelo aluno, se fazer conhecida, através de ações de marketing e mala direta e trabalhar para entender o que o cliente precisa.

As academias que conseguiram superar a crise e cresceram, investiram

Foto: Divulgação

"Com a redução dos juros poderemos melhorar o crédito. Além de aumentar nossa linha de produtos".

Rodrigo Oliveira,
Gerente Comercial / Technogym

YOZDA FITNESS EQUIPMENT

TENHA UMA YOZDA SEM FAZER ESFORÇO.

YOZDA
FITNESS EQUIPMENT

CONHEÇA OUTROS PRODUTOS:
www.yozda.com.br

ESTEIRA YOZDA 9500 PRO

ESTEIRA YOZDA INCLINATION 9500 PRO

BIKE SPINNING

Atitude Comunicação

Rua Anita Garibaldi, 41 – Vila Hípica Paulista CEP: 17520-540
Marília - SP - Fone: (14) 3401-5044 / Fax: 427-6393

muito em captação de novos alunos e com isso o que se percebeu foi que, por conseqüência, houve também uma sensível melhoria no atendimento ao cliente.

Se um aspecto tivesse que ser ressaltado para ajudar a academia de ginástica superar a crise, Luiz Amoroso afirma que seria o de "investir mais no treinamento dos funcionários. Investir na base da academia. Se equipamentos e instalação são um comodite o seu grande diferencial é o serviço. Invista nas pessoas elas são o grande diferencial do seu negócio".

Para Valdir Neves Sobrinho, proprietário da Bio Fitness, no Balneário Camboriú, em Santa Catarina, "a crise econômica afetou a academia, mas a filosofia de satisfazer nossos clientes não permitiu que o número diminuísse muito. Oferecendo desde um bom atendimento até facilidade nos planos de pagamento e preços, temos mantido o número de alunos. A academia tem que entrar na vida da pessoa e não a pessoa entrar na vida da academia". Essa filosofia ajudou a Bio Fitness a manter seus matriculados, aproximadamente 500.

Uma outra iniciativa acertada de Neves foi a de se associar a uma fábrica de equipamentos para academias. Com isso, ele conseguiu certa imunidade quanto aos acontecimentos econômicos. "As altas taxas de juros e a valorização do dólar não atrapalharam na compra de aparelhos porque temos uma fábrica própria, a Grambow Fitness, pertencente ao meu sócio", enfatizou.

Amoroso ressalta que o importante para as academias é estarem preparadas para o mercado da forma como ele se apresenta. Para o próximo ano ele acredita que "devemos ter um mercado mais comprador. É natural que haja um acréscimo na procura por academias. Deve haver uma recuperação do número de visitas e procura".

Mas ele ressalta, "aqueles que se prepararam para a crise que foi este 2003, o ano que vêm reserva um horizonte mais tranqüilo. Esses estão mais profissionais, aprenderam e amadureceram. E com um mercado mais positivo ele vai poder potencializar esta oportunidade. Já aquele que não fez nada e por sorte não quebrou, eu recomendo atenção. Por que o sucesso dele está no humor do mercado e isso é ruim".

Rodrigo Oliveira, gerente comercial da Technogym, empresa carioca de equipamentos, está otimista para 2004 e anuncia para seus clientes: "Com a redução dos juros poderemos melhorar o crédito. Além de aumentar nossa linha de produtos".

Diversas empresas do setor estão otimistas com a melhora do mercado, mas muitas contam com grandes estoques de equipamentos. Para aquele empresário que precisa modernizar seu negócio, ou ampliar para conseguir mais clientes, a dica é fazer uma pesquisa nas diversas empresas de equipamentos. Os preços devem estar mais em conta e o financiamento mais facilitado, porque as empresas precisam capitalizar recursos para investirem em fabricação. É hora de pechinchar.

Porém cuidado, pois em tempos de turbulência não se pode deixar o caixa desprevenido. Antes de aproveitar qualquer tipo de promoção faça uma boa consulta em sua contabilidade, estabeleça uma lista de prioridades de pagamentos e despesas. Depois disso e com uma boa reserva de caixa, saia às compras.

A previsão de Claudemir Galvani é a de que, se não houver nenhum "furacão", o ano que vem vai ser bom para as academias. "O ano de 2004 vai ter crescimento econômico. Nós devemos crescer de 3% a 4 %, o que ainda é pouco, mas nós já vamos ter mudado a tendência. A curva do desemprego, que estava crescendo, vai cair e a curva do PIB, que estava estagnada, vai subir. As pessoas vão consumir mais. Toda vez que o mercado volta a se recuperar a pessoa volta a tratar do seu amor próprio que estava machucado. E a academia é o lugar certo para tratar disso. Eu acredito que o ano que vem vai ser muito promissor para as academias", prevê Galvani.

Algumas lições importantes vão ficar deste ano. É preciso digerí-las e torná-las práticas em seu negócio. A primeira delas como salientou Luiz Amoroso, é que "2003 gerou a necessidade do dono de academia olhar para dentro de sua empresa, revisar

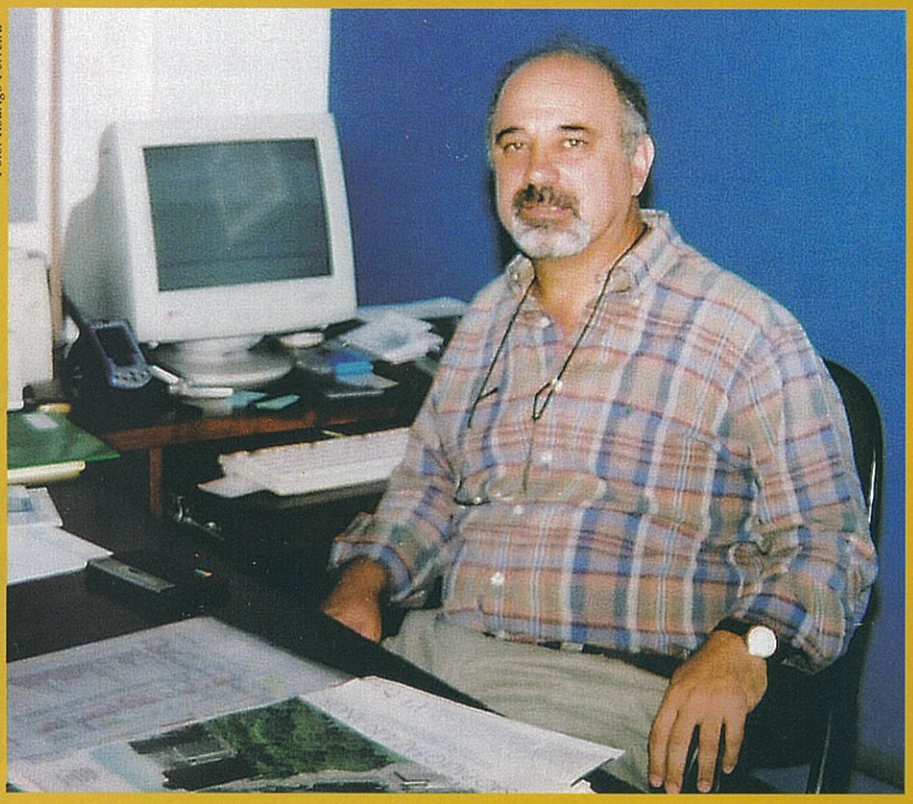


Foto: Rodrigo Ferreira

"O ano de 2004 vai ter crescimento econômico. Nós devemos crescer de 3% a 4 %, o que ainda é pouco, mas nós já vamos ter mudado a tendência."

Claudemir Galvani,
Ordem dos Economistas/SP

seus paradigmas de administração, ser criativo e buscar soluções. Foi o ano de quebrar alguns tabus como: eu não consigo vender através do telemarketing, prospectar novos clientes a partir dos alunos antigos, não acredito em marketing. Isso foi tudo por água baixo".

Aquelas academias que buscaram reverter a difícil situação em que se encontravam, tirou da experiência uma segunda lição. "A busca pela visitação é um processo que deveria ser feito ciclicamente. Cerca de 35% das visitações podem ser geradas através da própria academia. Já o índice de conversão dessas pessoas que visitaram a academia chega a 70%", apontou Luiz Amoroso.

O ano foi bastante duro, mas como o dito popular apregoa "a desgraça de uns é a salvação de outros". Nesse verdadeiro chacoalho que foi feito no mercado de fitness. Muitas academias não perceberam quais eram os movimentos certos e fecharam. Por outro lado muitos alunos, que estavam nestas empresas que faliram, perderam um lugar para se exercitar. Eles devem compor um bom contingente extra para o ano que vem para as academias que permaneceram. É como um prêmio por ter se salvado do atoleiro.

A reflexão que fica deste ano é que toda crise é educativa. Os donos de academia aprenderam a fazer os ajustes necessários, enxugar as despesas, aumentar a produtividade, melhorar a qualidade de trabalho e o atendimento ao cliente, reduzir custos, etc. Porém, lembre-se que para conseguir sobreviver, o seu concorrente também fez tais aprimoramentos.

Colaboração: Jornalista Carlos Gimenes

SERVIÇOS

Fit Biz
www.fitbiz.com.br

Claudemir Galvani
www.methaconsultoria.com.br

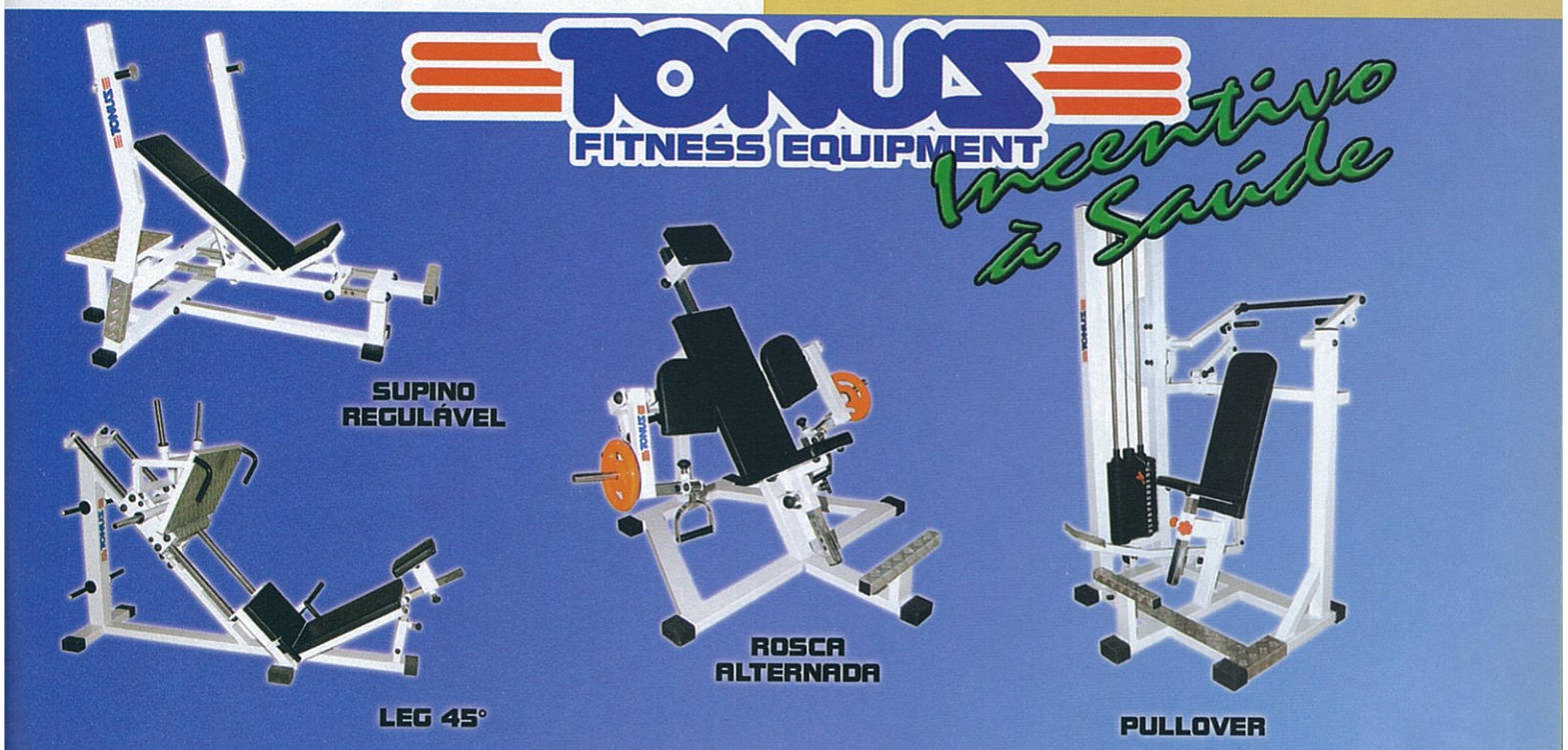
Cia Atlética
www.ciaathletica.com.br

Moviment
www.moviment.com.br

Technogym
www.technogym.com.br

Academia Bio Fitness
Tel- (47)366- 5207

Academia Progress
Tel- (11) 6291- 3677



Equipamentos construídos com o Sistema de Resistência Dinâmica Variável (R.D.V.), que permite a mesma intensidade de treinamento (carga) durante toda a execução do movimento. Ajustes que permitem o conforto de treinamento entre pessoas de 1,50m a 2,10m de altura, com uma perfeita biomecânica.

Rua Leopoldina Ribeiro Moreira César, 86 Jd. São Paulo – Limeira – SP
CEP 13484-432 Fones: (19) 3441-9693 / 3452-3686 www.tonusfitness.com.br

ABRA O OLHO!!
SEU CONCORRENTE LÊ EMPRESÁRIO FITNESS!

Garanta o recebimento da Revista Empresário Fitness fazendo uma assinatura.
Com apenas R$ 30,00, você recebe 6 edições bimestrais e fica atualizado sobre todas as novidades e tendências do mercado fitness brasileiro além de dicas para lhe ajudar na administração do seu negócio.
Para efetuar sua assinatura acesse www.empresariofitness.com.br
ou ligue para (11) 3822-2275

Vantagens de ser um assinante Empresário Fitness:
*Participação em promoções e eventos especiais
*Descontos especiais na renovação da assinatura
*Acesso integral no site da revista
*Newsletter mensal

JUMP fit
OS PROGRAMAS QUE GERAM DIVERSÃO E LUCRO EM DOBRO ATRAVÉS DE UM TRAMPOLIM!
Treinamento cardiovascular e muscular para homens e mulheres
Professores certificados e atualizados
300 Academias e 30.000 praticantes em apenas 2 anos
JUMP fit CIRCUIT
FIT•PRO
FITNESS PROGRAMS
(11) 3663 5500
www.fitpro.com.br

Por Thais Almeida

TURBINE SUA CARREIRA

Foto: Divulgação

Reciclagem e definição de metas são opções para o desenvolvimento de sua carreira profissional

A maior parte dos empresários acreditam que cuidar com carinho dos projetos de sua empresa garantem o sucesso de sua carreira. Isso não é suficiente. A segurança e bom desenvolvimento de sua empresa dependem de sua competência e o modo como conduz sua carreira profissional tendo assim, como conseqüência o sucesso de seu negócio.

Normalmente um profissional que depende de emprego esforça-se mais para estar sempre atualizando-se, incluindo novos cursos em seu currículo para que se torne mais competitivo e consiga gradualmente posições mais rentáveis. Um erro muito comum principalmente entre empresários de pequeno porte é a acomodação com seu negócio. Um profissional que já tem seu próprio negócio costuma achar seu conhecimento suficiente e a chegada ao empresariado a última etapa de crescimento profissional de sua vida.

E como fazer com que sua carreira não fique estática sendo um empresário?

Em primeiro lugar, força de vontade. Um profissional acostumado com a inércia, terá mais dificuldades no início de sair de sua rotina. Mas o indivíduo consciente de sua força interior sempre quer mais. Estacionar significa decadência, e repetição é sinônimo de acomodação. Para melhorar sua vida profissional é necessário definir o que você quer e organizar-se interiormente para evoluir.

Participar de cursos, palestras, fazer uma pós-graduação ou especialização além de trazer conhecimento técnico, fará você conhecer pessoas novas, aumentando seu ciclo de contatos que são bons tanto para você como profissional como para sua empresa.

> "Quando tudo está sob controle, é sinal de que não estamos indo suficientemente rápido."
> Mario Andretti, piloto.

Um ambiente mais competitivo tem exigido profissionais mais seguros e consistentes em relação ao seu projeto profissional. Por isso, existe uma grande pressão para que eles se comprometam com reflexões estruturadas acerca de suas carreiras.

As organizações que apresentam histórias de sucesso recentes têm se preocupado em conciliar suas expectativas de desenvolvimento com as das pessoas com que trabalham, isso como forma de obter maior comprometimento com os objetivos estratégicos da empresa. Ou seja, exigir aperfeiçoamento dos profissionais que trabalham com você deve começar com um bom exemplo. Sua imagem e o que faz com sua carreira servirá de exemplo ou meta para muitos que trabalham com você.

Atualmente percebemos que as empresas que melhor investem em seus colaboradores procuram a conciliação das expectativas de desenvolvimento do negócio com as das pessoas. Isso inclui o empresário.

Mas não é somente com a atualização técnica que você vai conseguir turbinar sua carreira. Você deve antes disso saber para onde quer ir. Estabeleça metas. Saiba onde você está necessitando de mais informações para melhorar seu negócio. Após estabelecidas, as metas servem de guia para que você tome as decisões mais corretas e centradas naquilo que deseja.

Thais Almeida é administradora de empresas e diretora e editora da Revista Empresário Fitness
atitude.thais@uol.com.br

Essas academias fazem sucesso porque estão cheias de modelos...

Moderno Stand com 90 m²

...da Biotech.

A Biotech chegou com toda a força. Em pouco tempo no mercado, já conquistou o reconhecimento de profissionais e usuários que puderam checar os produtos de perto durante a Sports Business Show, no mês de julho, em São Paulo. Além do sucesso na mais importante Feira do segmento, várias academias já estão se equipando com o que há de mais moderno em matéria de equipamentos para fitness. Como única empresa brasileira a exportar para a Europa, a Biotech alia a mais alta tecnologia ao *design* exclusivo e acabamento impecável. Dê um *up-grade* na sua academia. **Equipe-a com Biotech.**

Academia FIT ONE
Cotia - SP

Academia STUDIO FIT
São Paulo - SP

Academia ATITUDE
São Paulo - SP

Para maiores informações sobre nossos produtos entre em contato com nossa rede de distribuidores e agende uma visita.

biotech@biotechfitness.com

Show Room São Paulo: (11) 3813-4036
showroomsp@biotechfitness.com

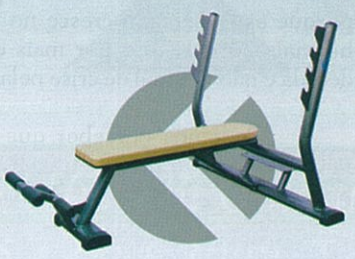
Show Room Campinas: (19) 3243-0666
showroomcampinas@biotechfitness.com

Show Room Rio de Janeiro - Vector Fitness: (21) 3275-7210
showroomrj@biotechfitness.com

Show Room Goiás: (62) 242-0282
showroomgo@biotechfitness.com

Distribuição Espanha & Portugal - Rocfit (34-91) 356-7075
biotecheuropa@biotechfitness.com

Tecnologia nacional, qualidade mundial.



Tel.:(11) 3603 0202 Fax:(11) 3603 9990

www.biotechfitness.com

biotech FITNESS SOLUTIONS

Por Fernando Valle

Tendências do Mercado Fitness

Foto: Divulgação

Por que o mundo está em crise e o mercado de fitness continua a crescer?

Podemos responder a esta questão analisando a tendência atual no mercado, representada pela crescente procura de "atividades conscientes". Algumas destas atividades não são novas, como a Yoga, meditação, Taichi, Pilates etc, mas nova é a meta de quem as busca. Tempos atrás eram vistas apenas como exóticas modalidades físicas/religiosas orientais, mas de um tempo para cá o mundo está se conscientizando da importância de uma abordagem global com relação ao "se cuidar".

Com isso está acontecendo uma "ocidentalização" destas atividades visando a torná-las mais atraentes e comercias e possibilitar a sua prática por um maior número de pessoas que vem procurando por mais qualidade de vida. Através da Power Yoga, Active Flex, alongamento consciente etc., o ocidente está "formatando" a sabedoria milenar oriental, abrindo um novo caminho para quem procura as academias. Devemos ressaltar que nenhuma adaptação por mais interessante que seja, deve substituir a modalidade original.

Estas atividades vieram para ficar como veremos a seguir, embora a sedimentação deste mercado não seja explosiva, por não se tratar de atividades passageiras como tantas que já tivemos em nosso mercado.

Também é importante ressaltar que a pratica de atividades conscientes, mas do que ajudar a manter uma saúde equilibrada e trabalhar o corpo com harmonia, representa um caminho conhecido por povos milenares, para melhorar a qualidade do ser humano.

Será que não é apenas mais uma moda ?

Para entendermos melhor o crescimento da procura pelas chamadas atividades conscientes é necessário que tenhamos uma visão mais global do mercado de fitness.

Primeiro é necessário que tenhamos realmente uma noção de porque este mercado cresce no mundo há mais 20% ao ano por mais de uma década e não vê sinal de crise pela frente.

Podemos perceber que embora o mundo de uma maneira geral passe por um período de crise financeira, o mercado de fitness, cresce alimentado....pela crise !!

Porque será?

O mundo está em crise e o ser humano também está. Não poderia ser de outra maneira, porque na verdade o "mundo" não existe, e sim um agrupamento de seres humanos em crise de valores, ideais etc, sendo o "mundo" um reflexo de suas ações.

Passamos por um estágio intermediário de evolução. Do homem primitivo de alguns milhões de anos atrás, estamos caminhando para sermos seres humanos mais espiritualizados. Este caminho está previsto em todas as religiões, filosofias orientais e estudos da evolução humana desde o início da era moderna.

É o caminho natural. Não poderíamos passar da infância para a maturidade, sem passar pela adolescência, e bem sabemos esta é uma época caracterizada por "crises" e formulação de novos valores.

Maior prova do caminhar da humanidade nesta busca, está representada no grande crescimento de não só o mundo do fitness (20% ano) como no de alimentação natural (30 %), mercado editorial de literatura religiosa e auto-ajuda

(35%),(1) além da busca cada vez maior por novos caminhos e cor-

rentes religiosas, tanto no ocidente como no oriente. É interessante citar que os melhores resultados do mercado de fitness até hoje, ocorreram logo após a 11 de Setembro,(2) quando todos de uma maneira geral tomaram um choque e passaram a revisar ainda mais seus valores.

Será que vale a pena, eu passar a minha vida inteira trabalhando sem parar para aproveitar o futuro que pode não chegar?

Devo continuar dedicando mais tempo ao trabalho do que a minha família?

O que é mais importante, o que tenho ou como estou me sentindo?

O Homem está em crise percebendo que tem que modificar seus valores, e que o único começo possível é com ele próprio. Com seu corpo, sua alimentação, sua alma.

Desta forma também estamos evoluindo do FITNESS para o WELLNESS, que é um conceito de qualidade de vida que abraça a o bem estar físico, mental e espiritual.

As atividades conscientes tais como Yoga, Power Yoga, Alongamento consciente, meditação, shiatsu, tai-chi, Pilates, Active Flex etc, possibilitam não só melhorar diversas valências físicas e trabalhar o corpo, como também abrem uma porta para o desenvolvimento mental e espiritual. Fazer os exercícios com consciência, observando sua respiração, sentido seu corpo, faz com que você entre em contato com você mesmo e com toda esta energia inteligente que está ao nosso redor.

Quem procura estes tipos de atividades, não está em atrás da moda, e sim já se deu conta de no mínimo uma insatisfação com seu modo de vida, e quer buscar outro caminho.

No mundo todo estas atividades estão em crescimento. Um grande número de empresas americanas já está investindo em centros de body-mind para seus executivos ao invés de apenas health clubs.

O futuro de crescimento é seguro porque a crise da humanidade não vai acabar e as empresa estão cada vez mais atentando para o fato de que embora ainda seja pequeno, este segmento é mais rentável do que o de fitness, já que seus adeptos apresentam uma taxa de turn-over de apenas 3% ao mês, contra os 15% de giro das outras atividades.

No Brasil não é diferente. Somos o 4º mercado do mundo do fitness(3) e temos passado por momentos de dificuldades que podem ser transformados em aliados para busca de um caminho vida melhor.

Fontes : 1 – Revista Veja / 2 – Ihrsa (International Health Raquet Sports Association) / 3 - Ihrsa (International Health Raquet Sports Association)

Fernando C. Valle é Diretor da Valle consultoria & fitness, Diretor da Focus Fitness Prof de Educação Física – UFRJ – Rio MBA Marketing – PUC – RIO fvalle@uol.com.br

PREMIUM

PREMIUM MEDALHAS E TROFEUS PERSONALIZADOS

A Empresa que personaliza a sua vitória

R. José Arcanjo Santiago, nº 162 - B. Goiânia - Belo Horizonte/MG

Tel: (031) 3486 2415 / 3486 5009 Telefax: 3486 4980

Site: www.premiumtrofeus.com.br / e-mail: premiumt@terra.com.br

Por Patrícia Totaro

Como adequar o Programa da Academia ao Público Alvo

Foto: Divulgação

Um projeto de arquitetura consistente para academias de ginástica deve começar pela definição do programa e o pré-dimensionamento das áreas de cada ambiente.

Pra definir o programa (o que vai ter na academia), o investidor deve procurar conhecer profundamente seu público alvo e sua concorrência.

Perguntas Importantes:

Quem será seu aluno?
Quais suas expectativas?
Seu público freqüentará a academia em quais horários?
É um público que trabalha, estuda ou tem bastante tempo disponível?

Estas respostas traçarão um perfil do público-alvo, em relação à idade, pressa em ser atendido quando chega, necessidade de instalação de conveniências, como baby care, lanchonete, estética, quantidade de equipamentos e número de salas para atender a demanda do pico.

Quanto à concorrência, precisamos conhecer o básico: quais as atividades que oferece, seus pontos positivos e suas deficiências.

Com estes dados na mão, cliente e arquiteto começam a traçar o perfil do empreendimento. Será uma academia seca, ou com piscina? Devemos ter várias salas de aula, com diversidade de modalidades ou menos salas, maiores? Os vestiários serão usados por que parcela do público?

Como analisar as respostas:

Temos que analisar criticamente todos os dados levantados e tentar traçar um perfil do futuro usuário, suas expectativas e necessidades. O projeto deve procurar sempre superar estas expectativas e encantar o aluno.

> O projeto deve procurar sempre superar estas expectativas e encantar o aluno.

Vamos analisar por exemplo um caso de uma academia em bairro com atividades predominantemente comerciais, como escritórios e lojas, sem residências por perto e onde as pessoas têm dificuldade para chegar ao trabalho pela manhã e ir embora à tarde por causa do trânsito. O perfil do público é com idade acima de 25 anos, não há público infantil. O usuário freqüentará a academia de manhã bem cedo antes de trabalhar, eventualmente na hora do almoço e certamente a noite, após o trabalho. Temos então horas de pico bem definidas. Para atender este pico devemos ter uma sala de musculação grande, onde não haja fila para usar os aparelhos (os usuários da manhã e do almoço têm pressa). As salas de aula também devem estar dimensionadas para ninguém ficar de fora. Os vestiários devem ser grandes, com bastante chuveiros e área de troca confortável, pois serão bastante usados. Os armários devem comportar "roupa de trabalho" como ternos, sem amassar. Conveniências como lan-

ches rápidos e cabeleireiro são bem vistas, bem como aluguel de toalhas e armários. Toda a instalação tem que visar este público de profissionais, que tem outros compromissos e não tem muito tempo disponível.

Vamos pensar agora em outro perfil diferente: uma academia instalada em um bairro tipicamente residencial. Esta academia precisa conseguir atender a um público mais amplo, de idades e necessidade diferentes. Podemos planejar uma academia com piscina, que atenda desde o público infantil até o de terceira idade. Por ser uma academia próxima à residência do usuário, fora o público que freqüenta de manhã bem cedo, no restante do dia, o usuário não tem tanta pressa, então o dimensionamento da sala de musculação não precisa prever picos tão grandes, por outro lado, deve haver áreas de convivência confortáveis, para as pessoas conversarem, tomarem lanche ou esperarem os filhos. Os vestiários serão menos utilizados: eles devem ser bastante confortáveis, porém o número de chuveiros deve atender basicamente ao público que sai da piscina. Sauna e estética corporal são uma boa idéia de serem implantados. Espaço para recreação infantil é também importante. Como serão atendidas várias faixas etárias, é uma boa idéia ter um maior número de salas de aulas, com variedade de modalidades.

Superando as expectativas

Sabendo quem é seu futuro aluno, o empreendedor e o arquiteto definem o programa e começam a dimensionar os espaços, lembrando sempre que devemos pensar sempre no conforto do usuário, em todos os detalhes.

O aluno tem que se sentir bem vindo desde o momento em que pisa na academia, com uma recepção bem planejada, salas de aula e musculação do tamanho correto e circulação fácil e ampla. Na academia ele deve encontrar tudo o que espera e um pouco mais.

Porém lembre-se de adequar o programa ao tamanho de seu empreendimento. É melhor oferecer menos modalidades e serviço de maneira confortável do que tentar colocar mais coisas do que efetivamente cabem no espaço.

E se o espaço for pequeno? Organize direitinho, forneça um bom serviço e quando a academia estiver lotada....abra outra unidade!

Patricia Totaro é Arquiteta e Urbanista especializada em projetos de arquitetura para Academias de Ginástica, Centros Esportivos e Spas. patricia@patriciatotaro.com.br www.patriciatotaro.com.br (11) 3034 5545

PROGRAMAS DE TREINO

FIT PRO

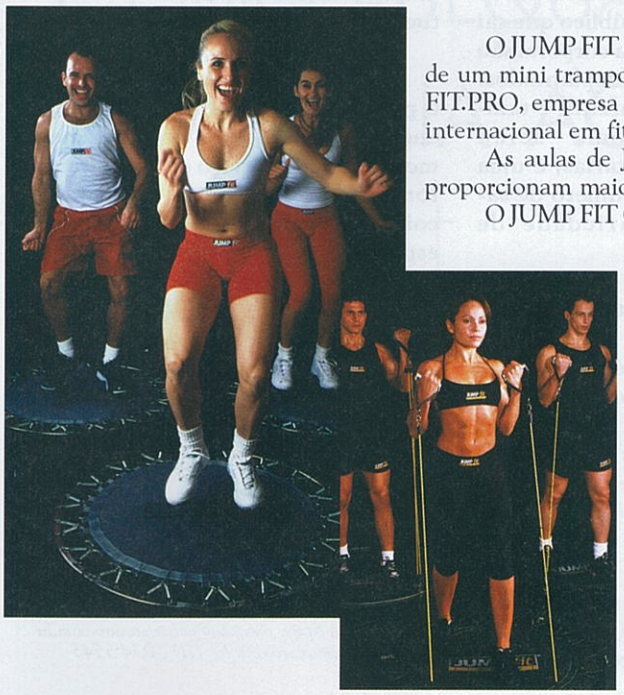


Foto: Divulgação

O JUMP FIT é um programa de condicionamento cardiovascular, baseado na utilização de um mini trampolim elástico. As aulas são coletivas e pré-coreografadas pela equipe da FIT.PRO, empresa dirigida pela profª Cida Conti, que possui vasta experiência nacional e internacional em fitness.

As aulas de JUMP FIT são baseadas em 17 exercícios de baixa complexidade que proporcionam maior segurança para os seu alunos , além de resultados rápidos.

O JUMP FIT CIRCUIT é um programa de condicionamento cardiovascular e muscular, baseado na utilização de um minitrampolim elástico adaptado para a execução de exercícios localizados com sobrecarga.

É considerado "1 QUE VALE POR 2" pois o investimento feito na compra dos minitrampolins será otimizado, já que 1 equipamento principal será usado em 2 programas totalmente diferentes.

COMO SE TORNAR UM LICENCIADO FIT.PRO? Para ter um dos programas da FIT.PRO, as academias assinam um contrato de licenciamento com validade mínima de um ano. A partir daí, cada licenciado passa ter o direito de utilização da metodologia e marcas, além de receber todo material de divulgação interna que é constantemente reciclado. Os professores das academias licenciadas deverão ser regularizados junto aos CREFs e passar por um treinamento especial, além da assinatura de contrato. Novas coreografias são estruturadas a cada três meses e professores e academias recebem todo material respectivo em workshops organizados em 16 estados brasileiros.

Informações: www.fitpro.com.br Tel.(11) 3663-5500

PHYSICUS

Atualmente a Physicus trabalha com 6 cursos diferentes.

*Hidro Jump, um novo conceito em exercícios aquáticos que é uma mini-cama elástica adaptada para aulas em piscina, confeccionada com material não corrosivo e de alta resistência. A grande vantagem da Cama Elástica aquática é que ela proporciona aos participantes, professores e alunos, um exercício aeróbico de baixo impacto e mínimo risco de lesões, mantendo todos os benefícios da pressão hidrostática e resistência hidrodinâmica próprios do exercício em imersão.

*Aero Jump, com o próprio nome sugere, é uma aula com características aeróbicas, realizada com saltitos e movimentos de corrida estacionária sobre uma cama elástica individual. Através de um método eficiente, seguro e divertido, de baixa complexidade de execução se torna possível à participação plena, nas aulas de qualquer indivíduo, usufruindo assim dos benefícios do AERO JUMP.

*Massagem Prática Terapêutica é realizada em uma cadeira ergonômicamente projetada pela Physicus para atender diversas formas de procedimentos, como alongamentos, manipulações, pressões etc.

A Physicus oferece outros programas como Step , Ginástica Local e Fisiologia. A forma de aquisição dos cursos é mediante a compra de vídeos onde contém o treinamento dos professores e instruções de aulas pré-montadas. Em separado são vendidos os produtos utilizados nas aulas como cama elástica, steps etc.

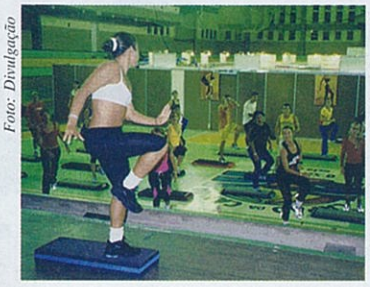


Foto: Divulgação

A grande vantagem é que não existe nenhuma taxa sobre esses cursos (Franquias). Informações: (17) 3482-1352 www.physicus.com.br

MARSAL

O FIT-BALL TRAINING é hoje uma realidade no mundo da Ginástica, Europa e Estados Unidos, principalmente.

A MARSAL concretizou uma parceria entre a LEDRAPLASTIC-GYMNIC , (fabricantes de bolas e derivados) e a Prof. NEVENKA MAGISTER (Argentina de origem Slovena, uma das maiores autoridades mundiais no assunto) promovendo cursos de formação de professores em FIT-BALL.

O Curso de FIT-BALL é composto de vários segmentos: LOCAL I; LOCAL II; STRETCHING entre outros, cujo objetivo é a maior capacitação do profissional de Educação Física e a modernização do trabalho com bolas, desenvolvido com técnica e segurança para os alunos.

O FIT-BALL é uma ginástica de baixo impacto, dinâmica, divertida, desafiante, intensa, relaxante, segura e eficaz e que está indicada para todas as idades e níveis de treinamento - sempre em beneficio da saúde do corpo:

- melhora a força e resistência;
- melhora a postura corporal;
- ativa o sistema cárdio-vascular;
- melhora a flexibilidade, as funções articulares, vertebrais e a elasticidade, bem como o equilíbrio, a coordenação e os reflexos corporais;
- possibilita o relaxamento

A MARSAL é representante exclusiva da Ledraplastic no Brasil, tendo interesse em desenvolver o FIT-BALL no País, mais em virtude dos seus benefícios na saúde corporal que propriamente com fins comerciais. Assim sendo, haverá a seqüência do Curso de FIT-BALL(módulos II e III) no ano de 2004, além de assistência aos profissionais da Educação Física que concluíram o MÓDULO I.

Informações: (21) 2287-2445 / 2257-1196 www.marsal.com.br

BODY SYSTEMS

Foto: Divulgação

A Body Systems do Brasil foi fundada em agosto de 1997, assumindo sua missão numa incansável busca pela qualidade, mudando paradigmas e proporcionando experiências inesquecíveis.

Atualmente, a empresa oferece 7 programas trazidos da Nova Zelândia, O BODYATTACK, BODYBALANCE, BODYCOMBAT, BODYJAM, BODYSTEP, BODYPUMP e RPM, que possuem a qualidade mundialmente conhecida da Les Mills International e lançou neste ano o mais novo programa desenvolvido em território nacional e formatado para o meio líquido: o Power Pool.

Através de um processo educacional que objetiva mudar o comportamento do professor, a Body Systems prepara para o mercado de trabalho, profissionais não apenas capacitados tecnicamente mas também voltados para o atendimento ao cliente.

Todos os professores credenciados à Body Systems, passam por um treinamento com padrões rigorosos de avaliação, por um controle de qualidade igualmente exigente e estão em constante atualização através de workshops trimestrais aonde a presença é obrigatória. A certificação adquirida pelo professor neste processo é reconhecida mundialmente.

O grande diferencial da Body Systems é que ela é a única empresa do setor que, além de preparar os melhores professores do mercado, oferece um suporte de gerenciamento e liderança aos proprietários de academias e todo seu staff, permitindo aos mesmos aumentar a eficiência de suas empresas e conseqüentemente a rentabilidade. A empresa também fornece às academias credenciadas material de marketing a cada três meses. Custo do licenciamento: para o contrato com todos os programas, média mensal de R$ 100, por programa.

Principais vantagens:

1. Única empresa a oferecer 8 programas diferentes
2. Única a realizar capacitações e reciclagem em todos os estados do Brasil
3. Única a oferecer um produto reconhecido internacionalmente.
4. Única servindo a 1.700 academias, 10.000 professores credenciados.
5. Única empresa a oferecer cursos para empresários e gerentes.
6. Única a oferecer um programa na água

Contrato sem duração mínima nem vínculo a compra de equipamentos.

Informações: www.bodysystems.net (11) 5095-2880

9º CONGRESSO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA

Congresso de Fisioterapia do Mercosul FIEP/2004

Foz do Iguaçu/PR, 10 a 14 de Janeiro de 2004

FIEP NO BRASIL 55 anos 1949 - 2004

FEDERATION INTERNATIONALE D'EDUCATION PHYSIQUE FIEP Fondée en 1923

www.congressofiep.com

Eventos Paralelos:
- Congresso Brasileiro Científico da FIEP
- I Seminário de Legislação Desportiva
- IV Fórum de Educação Física dos Países do Mercosul
- Assembléia Geral da FIEP

OUTFITMIXX EQUIPAMENTOS, TATAMIS E ACESSÓRIOS ESPORTIVOS profissional · residencial · condomínio
www.outfitmixx.com.br

Atrações:
- Mais de 44 Cursos;
- Conferências;
- Feira de Material Esportivo;
- Lançamentos de Livros;
- Exposições, Apresentações Culturais, Sociais e Turísticas.

Organização: FIEP do Brasil
Site: www.congressofiep.com
E-mail: fiep.brasil@uol.com.br
Telefax: (0xx45) 525-1272 - Cel: 9975-1208
Cx. Postal 837 - CEP 85857-970
Foz do Iguaçu/PR

Trabalhos Científicos: Publicados na Revista Científica da FIEP, com ISSN.

Por Almir Facchiatto

Dicas para Manutenção de Bicicletas Ergométricas

Foto: Divulgação

As bicicletas ergométricas precisam sempre estar em condições de uso, pois são elas que seus clientes utilizam inicialmente quando chegam para treinar.

Olá, colegas profissionais de Educação Física e donos de academias, clubes, associações, grêmios e condomínios.

Continuando a dar dicas de manutenção de equipamentos, nesta matéria darei algumas dicas de como fazer a manutenção em bicicletas ergométricas.

Dependendo da manutenção que deverá ser feita, será necessário verificar o prazo de garantia do equipamento, pois em algumas marcas será necessária a desmontagem de carenagem e por isso poderá acarretar a perda de garantia.

Primeiramente, para um bom funcionamento a bicicleta deverá estar limpa e lubrificada, sem resíduos de poeira, graxa, óleo e de suor.

Na manutenção em bicicletas ergométricas, com tração a corrente ou com correia ventilada e pressão de fita e nas com pressão magnética, deverão ser verificadas as seguintes partes: estrutura metálica, computador, pedais, pé de vela, corrente e correia, fita de pressão, imã de pressão, roda de balanço e carenagem.

Na estrutura metálica, a pintura poderá ser eletrostática ou não. Para melhor proteção nas partes metálicas (quadro), deverão ser limpas com cera automotiva que tenha na fórmula silicone.

A carenagem também poderá ser limpa com a cera. Lembrem-se, passar sempre com um pano macio (flanela).

Os computadores das bicicletas ergométricas geralmente funcionam com pilhas tipo AA, pastilha ou baterias. Elas devem sem trocadas a cada 20 ou 30 dias, dependendo das horas em uso. A limpeza do painel deverá ser feita com um pano macio, limpo e seco. Quando houver algum problema com o funcionamento do computador, deverá ser feito, primeiramente, a verificação se está encaixada ou gasta a pilha ou bateria. Depois de ter sido feita esta verificação e o problema persistir, deverá ser verificado o sensor que vai perto da roda de peso. Este sensor tem que estar perto do imã que está preso na roda, para maior contato.

Os pedais comuns de plástico não são adequados por serem frágeis e não dão segurança ao aluno. Os pedais deverão ser de alumínio com pequenas travas para melhor fixação do tênis, ou de alumínio com firma pé de alumínio ou pedais de borracha com firma pé de borracha. A lubrificação deverá ser feita a cada 20 dias com lubrificante em aerosol.

O pé de vela tem que estar firme e preso sem deixar folga, mas não poderá forçar o colar de esferas. O colar de esferas deverá estar sempre com graxa branca para melhor proteção. Existem dois tipos de colar de esferas: PP e metal. O melhor material para colocar no cubo junto ao pé de vela é rolamento blindado e não o colar de esferas.

A corrente: geralmente as bicicletas utilizam tração por correntes, que deverão sem esticadas com pequena folga para não romper os elos. A limpeza deverá ser feita a cada 30 dias com removedor ou querosene. Se a bicicleta tiver carenagem, passar graxa branca, se não tiver, usar lubrificante em aerosol.

A correia deverá ser bem esticada para não "patinar" quando fizer força no pé de vela, e se tiver algum corte mesmo que pequeno, deverá ser trocada para não ocorrer acidente em uso. A limpeza da coroa e da catraca deverá ser feita a cada 60 dias com querosene e pulverizada com lubrificante aerosol. A canaleta onde passa a correia não deverá ser lubrificada para não "patinar".

Fita de pressão geralmente são de nylon ocorrendo assim uma maior manutenção por desfiar muito fácil com o atrito. Dê preferência à fita de couro, porque dá maior durabilidade e uma melhor pressão. Para melhor deslize da roda sob a fita de pressão, deverá ser utilizada grafite em pó.

Imã de pressão (magnética) a limpeza deverá ser feita com removedor e secar com pano. Não poderá passar produtos para lubrificação na parte do campo magnético.

A roda deverá ser limpa a cada 30 dias com removedor ou querosene. Nos rolamentos deverão ser utilizado o lubrificante aerosol. Na canaleta, onde passa a fita, deverá ser lixada com lixa fina para deixar lisa, sem sulco. E apertar os parafusos uma vez por mês.

O selim ou acento e encosto, a limpeza deverá ser feita com pano limpo e macio com higienizador e desengordurante.

As bicicletas ergométricas precisam sempre estar em condições de uso, pois são nelas que seus clientes utilizam inicialmente quando chegam para treinar. O desgaste é grande, por isso fique atento com a limpeza e o funcionamento.

Prof. Almir Diógenes Facchinatto CREF 4/SP 0019- G é Diretor Comercial da OUTFITMIXX, Delegado Reg. de FIEP- SP www.outfitmixx.com.br/ outfitmixx@ig.com.br

E V O L U T I O N

Rua 25 de Fevereiro,83
Porto Alegre (RS) Brasil
F.: 51 3342.0647

WORLD

www.world-sculptor.com.br

Brudden Shock Absorber Control

Um grande passo na evolução da tecnologia

O BSAC é a maior evolução tecnológica aplicada em esteiras elétricas nos últimos tempos. Seu sistema de redução de impactos, inédito no mundo, representa um ganho expressivo para o atleta em performance, conforto e proteção das articulações como joelhos e tornozelos e também para a coluna.

O BSAC possibilita o ajuste do nível de absorção de impactos que melhor se adequar ao peso e estilo de corrida do usuário, simulando o tipo de superfície em que ele deseja treinar.

Brudden Shock Absorber Control, testado e aprovado na avaliação dos mais respeitados especialistas.

"Pesquisamos e desenvolvemos tudo o que possa contribuir na melhor recuperação dos nossos pacientes. A esteira Moviment com o SHOCK ABSORBER CONTROL está superando as expectativas, e na comparação, conquista a preferência".

Prof. Dr. Moisés Cohen
Mestre, Doutor e Livre Docente de Ortopedia e Traumatologia da Universidade Federal de São Paulo e Presidente da Sociedade Brasileira de Ortopedia e Traumatologia do Esporte.

"Monitoramos atletas olímpicos e pilotos correndo na esteira Moviment com o SHOCK ABSORBER CONTROL e constatamos que a possibilidade de 'simular' terrenos mais macios garante treinos mais produtivos e prazeirosos".

Prof. José Rubens D´Elia
Preparador físico de atletas olímpicos, pilotos e executivos de alta performance.

Moviment TECHNOLOGY

TECNOLOGIA 100% NACIONAL APLICADA NAS ESTEIRAS RT 300, 250, 150 PRO.

BSAC
Brudden Shock Absorber Control

Central de Atendimento: (11) 4166-4240 • falecom@moviment.com.br • www.moviment.com.br

BRUDDEN SHOCK ABSORBER CONTROL • Controle de absorção de impactos por sistema de amortecimento a ar comprimido. (patenteado)