



FINANCEIRO

Gilson Calais
Navegar é preciso



SAÚDE

Dra. Marisa Mizrahi Farber
Por onde anda sua memória?

MELHOR IDADE

Dra. Cacilda Velasco
Um público lucrativo

Contratação

© Fator De Sucesso De Sua Academia



Negócios



maktub

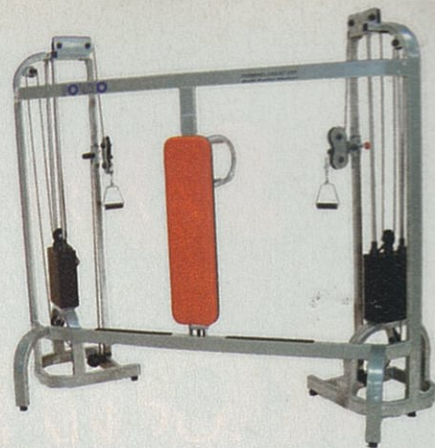
construindo saúde



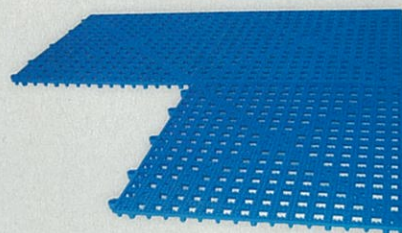
Hoje uma das maiores preocupações mundiais é a saúde.

A Maktub é uma empresa que está posicionada na construção da saúde, oferecendo o que há de melhor em equipamentos resistentes e duráveis. Nossa equipe de consultores pode oferecer soluções completas para qualquer orçamento.

Além disso contém a mais completa linha de produtos.



Total Cross Over



Piso para áreas úmidas

Saudáveis

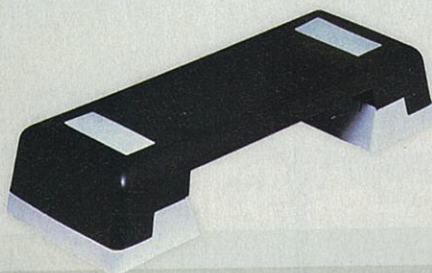
Esteira



Abdominal Crunch



Step



EL 470



SUA ACADEMIA ESTÁ PRONTA PARA O VERÃO?

ATENÇÃO

Temos 9 idéias e
1 bela promoção.

Ligue para nós!
(11) 5095.2880

BODYPUMP BODYCOMBAT BODYBALANCE BODYATTACK rpm BODYSTEP BODYJAM POWERPOOL POWERJUMP

○ SOL VEM AÍ E TODO MUNDO
QUER ENTRAR EM FORMA.

○ NATAL ESTÁ CHEGANDO.
QUE TAL PRESENTEAR SEUS ALUNOS?

APROVEITE O AUMENTO DA
AUDIÊNCIA PARA INVESTIR
NO PRAZER DE TREINAR.

Body
Systems
LatinAmerica

PROCURE AS MELHORES ACADEMIAS
EM NOSSO SITE.

WWW.BODYSYSTEMS.NET



EMPRESARIO FITNESS

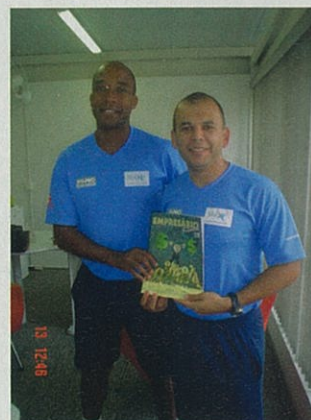


Foto: Divulgação

Nós temos o prazer de ler e de indicar a revista *Empresário* a todos os nossos amigos e profissionais do meio fitness. Além de ser uma revista que trata de negócios com uma linguagem acessível a qualquer um, também traz em seu corpo textos com temas variados.

Academia Fit Sport
Alexandre Cardoso
Jilson Arimatéia

Gestores Tecnicos ●

O setor fitness nacional começa a se aquecer, final de ano chegando, verão se aproximando, as pessoas querendo ficar bem para as festas, para as férias. Esse é o momento. São academias ampliando ou abrindo novas unidades, academias passando por reformas ou trocando equipamentos, acessórios e investindo em bons profissionais. E é justamente esse o nosso tema para a matéria de capa desta edição. Fomos atrás de todos aqueles que estão envolvidos direta ou indiretamente na contratação e na formação de um bom profissional. As agências dão suas opiniões, os donos argumentam, os profissionais exigem incentivos, psicólogos expõe o fato. A verdade é a seguinte: "Para que o sucesso de uma academia aconteça, ela deve estar respaldada de bons funcionários, da recepção ao coordenador. Todos devem estar em sintonia total com os objetivos da academia e com os necessidades dos seus frequentadores. Tudo deve funcionar bem para que os lucros e os reconhecimentos sejam muitos."

A *Empresário* criou a coluna **CONSULTORIA FINANCEIRA**, para que nossos leitores e consumidores de idéias possam ter mais uma ferramenta de trabalho, que consideramos fundamental, no seu dia a dia dentro da administração de uma academia. Além dos colunistas habituais.

Também gostaríamos de desejar a todos um Feliz Natal e um Próspero Ano Novo repleto de realizações, alegrias, saúde, trabalho e muita disposição.

Agradecemos a todos os assinantes, colunistas, anunciantes, jornalistas, e colaboradores em geral pela confiança, parceria, credibilidade e respeito ao nosso trabalho.

Que venha 2006!!!!

Equipe Editora Atitude
Revista *Empresário Fitness* ●

08 **Melhor Idade**

DRA. CACILDA VELASCO
UM PÚBLICO LUCRATIVO

10 **Gente**

JORGE GONÇALVES
CONQUISTANDO OS 98%

12 **Notas**

INFORMAÇÕES
E NOVIDADES

14 **Financeiro**

GILSON CALAIS
NAVEGAR É PRECISO...

16 **Consultoria**

PROF. GILBERTO BERTEVELLO
QUE BOM QUE ME AVISARAM...

18 **Estratégia**

CHRISTIAN MUNAIER
O QUE FAZER NO FIM DE ANO?

20 **Capa**

MADALENA ALMEIDA
CONTRATAÇÃO

30 **Saúde**

DRA. MARISA MIZRAHI FARBER
POR ONDE ANDA SUA MEMÓRIA?

32 **Business**

PROF. EDVALDO DE FARIAS
MUDANÇA DE ATITUDE – PARTE II

34 **Acontecimento**

1º SORTEIO DO SHOW DE PRÊMIOS
GANHADORES DE 2005

ISSN 1678-7382

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.

Executiva Administrativa: Vivian Ingrid Ignácio
Gerente Comercial: Romeu Gomes Paão Jr.
Jornalista Responsável: Viviane Monteiro - Mtb-42654
Textos: Madalena Almeida
Ilustração de Capa: Márcio Hum
Revisão de Textos: Daniel Amolin Pinheiro
Arte e Editoração: Alexsandro Augusto Ignácio
Comercial e Assinaturas: André de Oliveira Januncio
Redação e Publicidade: atitude.editora@uol.com.br
www.revistaempresariofitness.com.br
Rua Brigadeiro Galvão, 34 sala 01 Barra Funda
CEP: 01151-000 S. Paulo SP
Tel: (11) 3822-2275

Fax: (11) 3828-0473

Fotolito e Impressão: Prol Gráfica
Tiragem 15.000 exemplares
Distribuição nacional

Ano IV nº19 2005

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)

**Tecnologia e eficiência
na melhor forma.**



Solution

Righetto
FITNESS EQUIPMENT

R. Itacuruça, 568 - Jardim Aeroporto
Campinas - SP - Brasil - CEP. 13056-019
Fone: 55 (19) 3766.7600 - www.righetto.com.br

3ª IDADE OU MELHOR IDADE UM PÚBLICO LUCRATIVO

Foto: Divulgação



Foi com muita alegria que recebemos o convite para participarmos, como colunistas, deste conceituado veículo de comunicação: uma revista voltada ao bem-estar e à qualidade de vida das pessoas.

Como psicomotricista, nestes últimos 21 anos de atuação com atividades físicas, tenho encontrado uma conscientização pelo percurso histórico da educação física, em relação à necessidade da mudança de hábitos, evitando-se o sedentarismo, selecionando-se os nossos alimentos, administrando nosso tempo e procurando viver a felicidade de cada momento. Assim, atualmente, nossas pesquisas têm sido voltadas aos idosos, pois essa população, além de segregada, tem aumentado a cada ano e precisa de profissionais que os assistam e promovam iniciativas e programas especiais, para que sejam reinseridos no contexto social de forma ampla e sem preconceitos.

Nesta edição, queremos mencionar o nosso mais recente lançamento, realizado pela Associação VEMSER, o livro "Aprendendo a envelhecer... à luz da psi-

comotricidade", cujo valor arrecadado na venda está sendo revertido à captação de recursos para os projetos dessa entidade. Nele, relatamos o sucesso de um Programa de Atividades Saudáveis para os idosos, que há 8 anos foi implantado numa "escola-academia" e que apresenta, a cada dia, resultados altamente satisfatórios. Segue, então, o seu capítulo 2:

IDOSO EM NOSSA SOCIEDADE

Se tomarmos como visão futura que a longevidade pode e deve ser saudável, vamos verificar que é inevitável envelhecer, mas é possível retardar esse processo por intermédio de todos os mecanismos atuais das pesquisas científicas apresentadas pela medicina atual.

Os "proto humanos", há 5.000.000 anos, viviam, em média, 15 anos; já, na Roma Antiga, 400 a.C., a expectativa de vida era de 19 anos; na Idade Média, séculos XIV-XVI, 30 anos; no final do século XIX, 47 anos; no século XX, 50 anos; nos dias atuais, 84 anos, e a previsão para 2025 é de 103 anos e, para 2080, 200 anos. Portanto, precisamos nos preparar para esse desafio. A maior parte do que hoje se sabe sobre o envelhecimento é fruto de pesquisas realizadas nestas últimas décadas. Toda esta evolução do conhecimento modifica conceitualmente o envelhecimento, respondendo não apenas a uma nova gama de interesses profissionais, mas, também, às necessidades originadas por uma verdadeira explosão demográfica da população dos idosos.

Algumas pesquisas apontam que, atualmente, temos perto de 600 milhões de idosos no mundo e teremos 2 bilhões em 2025. Hoje, no Brasil, temos cerca de 14

milhões e, em 2025, esse número chegará aos 33 milhões de pessoas com 60 anos ou mais, colocando-nos em sexto lugar no ranking dos países com maior número de idosos. Este é o grupo que mais cresce no país em função da queda da taxa de mortalidade e da redução do índice de fecundidade. Hoje, a expectativa de vida do homem está por volta dos 64 anos e, da mulher, 72 anos. Apesar disso, no Brasil, envelhecer não é uma tarefa fácil, pois nosso país não oferece ao idoso estrutura social para um envelhecimento digno e saudável.

Não é necessário apenas maior interesse em conhecer o envelhecimento, mas há, também, e principalmente, uma enorme necessidade de que ele seja rápido e amplamente compreendido em todas as suas nuances orgânicas, psíquicas e sociais, visto que o atendimento ao idoso já se coloca entre os principais problemas de saúde pública, não apenas nos países desenvolvidos, mas também naqueles em desenvolvimento, como o nosso.

O idoso, com o passar do tempo, de acordo com uma visão meio selvagem de nosso sistema, deixa de ser pessoa, pois se despede do seletivo grupo dos consumidores, quando a vaidade cede espaço à enfermidade – e, de gente, passa a ser indigente.

Na próxima edição, abordaremos algumas brilhantes iniciativas para começarmos a mobilização para o "envelhecimento saudável" de nossa população.

Um grande abraço a todos! ●

Dra. Cacilda Gonçalves Velasco
Professora, pedagoga e psicomotricista
Responsável pela FLECHINHA – Natação e Cursos
Presidente da ASSOCIAÇÃO VEMSER
Email: ceto.pvd@uol.com.br

DESING ARROJADO COM A
SEGURANÇA E CREDIBILIDADE
EMBREEX.

EMBREEX 565



Moderno sistema de amortecimento, por deck em suspensão, que confere ao usuário grande absorção contra impacto, reduzindo ao máximo as agressões nas articulações.

-Motor: 3 HP -Tensão: 110 ou 220 V -Controle eletrônico de velocidade
-Painel display em LED de 07 x 09 cm, em evidência com sistema Hand Grip Pulse -Lubrificação por tubo condutor -Inclinação eletrônica de 18%
-Velocidade de 18 km/h -Botão de emergência -Cabos emborrachados por fusão a quente.

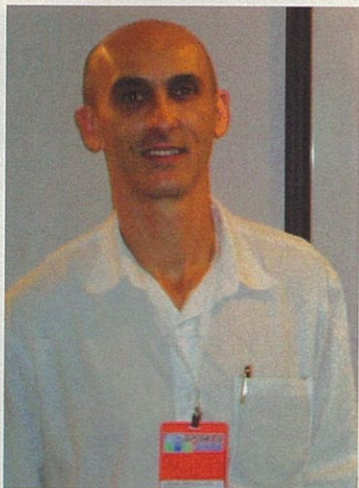

EMBREEX
Mais qualidade em sua vida

Embreex Ind. e Com. Ltda. Rod. Ivo Silveira, km 05, s/nº · C.P.: 1039 · Fone/Fax: (47) 350-4099 · CEP 88355-300 · Brusque · SC

www.embreex.com.br

CONQUISTANDO OS 98%.

Foto: Divulgação



E aí vem um novo ano, momento de avaliar cada ação executada e planejar os objetivos e metas para o próximo período. Desenvolva o exercício de lembrar cada momento de 2005, observe suas ações e quais os resultados que cada atividade gerou; aprenda com os erros e identifique os acertos para repetir tais procedimentos e melhorar ainda mais com novos desafios, acumulando as experiências vividas; estabeleça metas e objetivos; compartilhe suas descobertas com seu time de colaboradores. Juntos, você e eles são muito mais fortes. Se você já tem em sua academia uma missão definida, divulgue-a exaustivamente a seus colaboradores, até que cada pessoa que compõe seu time saiba e a coloque em prática.

Em minhas aulas, palestras, artigos, cursos e no último livro que lancei, tenho enfatizado que o crescimento de nosso mercado está apenas iniciando. Os empresários do fitness começam a despertar para a importância de valorizar as pessoas que compõem as organizações. "GENTE" é, sem dúvida, o que faz a diferença na nova era do conhecimento. Vou convidá-lo para uma reflexão e pedir que me ajude, para

que, juntos, tentemos melhorar alguns procedimentos comuns em nosso mercado, pelos quais venho lutando, na tentativa de modificar. Quero seu empenho e cumplicidade, associados ao seu compromisso para que, por meio de ações, possamos modificar e conquistar a cada dia os 98% de pessoas que estão fora das academias. Aos que acompanham meus artigos, aos muitos que me deram o prazer de ler meu livro e a você que ainda não o fez, gostaria muito dizer que espero contar com sua parceria, para que possamos juntos, encarar este desafio.

Sempre que escrevo meus artigos, tenho a intenção de plantar dúvidas e questionamentos, para tanto, relato aqui alguns valores que julgo muito importantes para o crescimento de nosso mercado:

VALOR 1:

Pare de bater. Busque, com suas ações mercadológicas, clientes que ainda não estão em nosso mercado. Temos, hoje, pouco mais de 2 milhões de pessoas praticando atividade física nas academias. Lutar para tirar os clientes da academia que está próxima a você não é produtivo para ninguém. Tenho visto empresários "pouco competentes" tendo procedimentos desonestos, tais como: oferecer cobertura de carência (quando o cliente ainda tem dois ou três meses de plano em vigência na "concorrente"). Tais academias se propõem a dar "Grátis" este período para que ele troque uma pela outra. Esta é uma ação destrutiva para ambos; a prática da tal compra de carência só pode ser obra de alguém que detesta o fitness e, com sua incompetência, propõe-se a trabalhar com um ticket baixo para prejudicar seu vizinho, não conseguindo enxergar que não precisa lutar pelos 2% dos possíveis clientes que estão nos "concorrentes", esquece-se, em sua ignorância, que os 98% da população que não estão em nosso mercado podem ser mais facilmente conquistados. Outra tática comum deste tipo de gestor é contratar professores das academias vizinhas, com o objetivo de levar seus "alunos", convi-

dando-os para períodos gratuitos, para cafés da manhã e concedendo descontos na mensalidade. Estas ações não são boas nem para o "empresário" que tem tais procedimentos pouco inteligentes, nem para o "concorrente", e nem para o mercado. Temos que nos preocupar com nossos produtos e aumentar a qualidade dos serviços; desenvolver nossos professores e colaboradores, oferecendo a eles a possibilidade de crescimento; focar nossa criatividade e competência para entregar o melhor serviço a um preço justo e, não, dar de graça. Jamais atue depreciando o produto do seu "concorrente"; não se sinta tentado a ter ações fáceis e inescrupulosas, mesmo que seu vizinho seja maior e mais poderoso economicamente que você; em algum momento ele vai perceber que está jogando seu lucro fora e a empresa que não persegue lucro, ACABA. Bem, amigos, pobres destes gestores que em breve verão seus negócios desmoronar, porque ninguém consegue enganar por muito tempo e a verdade sempre acaba aparecendo. Não é tentando destruir o "concorrente" que se constrói o próprio negócio. Eu, sinceramente, acredito, e cada uma das pessoas de bem deve acreditar que a tirania, a falta de critério, respeito e profissionalismo estão com seus dias contados. Volto a insistir que o gestores que não estiverem preocupados com as pessoas, a ética, os princípios e o conhecimento estão prestes a ver seu negócio ruir.

Ações ganha/ganha. Busque parcerias. Promover eventos positivos para o mercado (corridas de rua, caminhadas no parque, encontro com "aulões" de bike, ginástica nos shoppings, ou nos parques), realizados por um grupo de academias de seu bairro ou de sua cidade, podem dar excelentes resultados para todos que estão envolvidos nos eventos, e traz mais pessoas sedentárias, motivadas por tais ações.

VALOR 2:

Arrume a casa. Tenha em seu time de vendas pessoas comprometidas com sua missão. A equipe não pode mais ser for-

mada por jovens que querem um emprego temporário para ajudar a pagar a escola ou universidade. Precisa ter profissionais que farão o primeiro contato com os futuros clientes e que, dependendo de sua atuação, os demais podem nem ter a chance de conhecê-los.

Ações ganha/ganha. Precisamos perceber que essa equipe deve ser bem remunerada e vislumbrar crescimento profissional e pessoal, portanto treine-os. Mostre-lhes a importância de trazer para seu negócio pessoas que passarão a ter uma melhor qualidade de vida e que, além disso, trarão uma melhora financeira a você e, conseqüentemente, a toda a equipe.

VALOR 3:

Monte um time. Busque desenvolver talentos - a sua busca pela melhora a cada dia deve ser exaustiva; aplique-se, planeje os novos cursos para 2006. Sem planejamento, não existe ação; leve todos de sua equipe a responder novas questões, a buscar a qualidade de atendimento e novas formas de fazer, não aceite as regras do passado; chegamos à nova era e os desafios são constantes; visualize os novos cami-

nhos, pois quando não sabemos para onde ir, qualquer caminho nos leva ao lugar errado.

Ações ganha/ganha. Responda e compartilhe com seu time essas questões:

1. Qual sua missão em seu trabalho na academia?
2. O que você está fazendo para executá-la?
3. Quais as suas metas para 2006...
 - a. Nas atividades profissionais?
 - b. Na conquista de conhecimentos?
 - c. Na busca de ganhos financeiros?

Rumo à nova era:

Amigos leitores, vamos construir um 2006 melhor. A cada dia novos desafios são gerados por este nosso mundo mutante; as respostas deste ano que se vai não surtem mais efeitos. Temos que buscar maior base de conhecimento para resolver novos problemas que, com certeza, surgirão ao longo deste novo período; prepare-se, busque

novas soluções de forma apaixonada.

Agradecendo pelo carinho que tenho recebido de vocês, desejo a todos que me acompanharam ao longo deste ano: Feliz Natal e um ótimo 2006!!!

Jorge Gonçalves

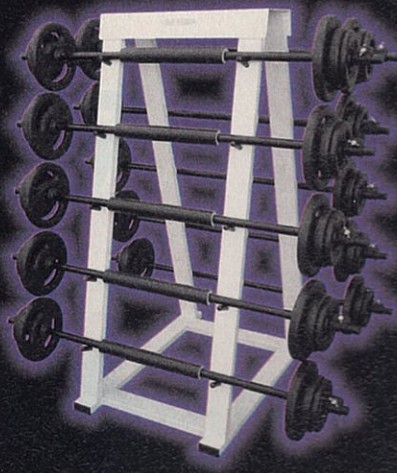
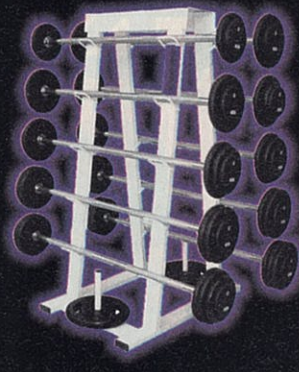
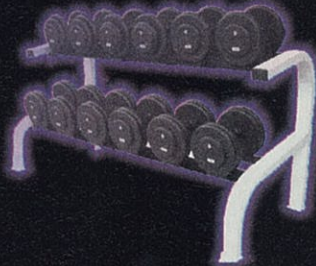
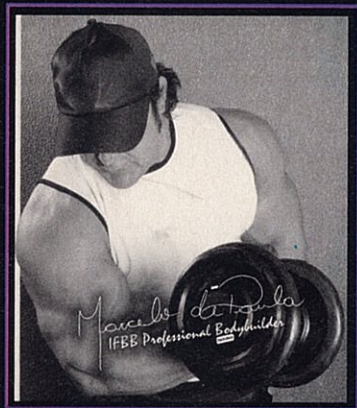
É consultor no mercado de esportes e fitness, professor da pós-graduação da UNIFMU (São Paulo), dirige palestras e cursos em vários eventos do setor. ●



Jorge Gonçalves é Consultor no mercado fitness, dirige palestras e cursos de vários eventos do setor.
jgorgoncalves@uol.com.br
Tel. (11) 3022-6782

Equilibrio Fitness

A arma perfeita para o máximo desenvolvimento do seu corpo!



Linha Completa

Anilhas, acessórios para musculação
e Dumbbells de Borracha Prensada de tecnologia internacional

www.equilibriofitness.com.br

equilibrio@equilibriofitness.com.br (31) 3541.6446

Rua Três, 341 - Distrito Industrial Bela Fama - CEP 34000-000 - Nova Lima - MG

PALESTRAS COM O PROFESSOR JORGE GONÇALVES



Foram realizadas em outubro de 2005, na Universidade Estácio de Sá – Rio de Janeiro/RJ – duas palestras com o Professor Jorge Gonçalves. A realização foi possível graças a parceria entre a Editora Atitude, responsável pela publicação da Revista Empresário Fitness, a Universidade Estácio de Sá, que cedeu o espaço no campus Taquara e seus funcionários, o Laboratório de Negócios e Empreendedorismo em Educação Física da Universidade Estácio de Sá, e a JG Consultoria. As palestras aconteceram nos seguintes horários: às 10:00hs e às 18:00hs com uma frequência de quase 100% dos convidados. O tema principal abordado foi a importância no atendimento dentro das academias, citando exemplos clássicos de erros mais comuns e de que forma se pode corrigir tais falhas. Boa parte do conteúdo da palestra se encontra no livro “Academia Na Era Do Conhecimento” de autoria do próprio Jorge Gonçalves, livro este

que pode ser adquirido no próprio local da palestra.

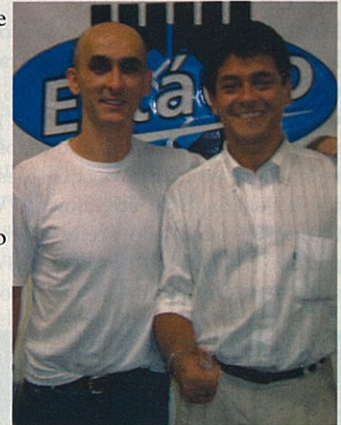
Estiveram presentes:

Professor Eduardo Cossenza – Coordenador de Educação Física/Campus Taquara;

Professor Edvaldo de Farias – Coordenador Laboratório de Negócios e Empreendedorismo em Educação Física;

Professor Marcelo Costa – Diretor do Curso de Educação Física;

Romeu Gomes Paião Jr – Diretor Executivo de Negócios da Revista Empresário Fitness.



GAME BIKE UM EQUIPAMENTO REVOLUCIONÁRIO



A GAME BIKE é um equipamento revolucionário no cenário do Fitness Entertainment. Imagine a possibilidade de controlar cada movimento na tela com seu próprio movimento do corpo!





Controle a direção, corra, de voltas na pista e faça sua estratégia!

Faça competições entre amigos usando o multi-tap, utilizando até 4 GAMEBIKES ao mesmo tempo.

Compatível com linha Sony PlayStation, PS2, Xbox, GameCube e PC.

Ligue para nós, fale com nossos consultores e adquira a sua!

Treine e divirta-se com CATEYE GAMEBIKE!

**PISO EMBORRACHADO
MAKTUB**



Piso emborrachado, de alta resistência, ideal para área de musculação com peso livre. A Maktub, empresa que se preocupa com o meio ambiente, se utilizou de material 100% reciclável para confeccionar este novo produto.

ACESSÓRIOS PARA SUA ACADEMIA ?

SURPREENDA-SE !

P PAPS

APROVADA NAS MELHORES ACADEMIAS

TORNOZELEIRAS - COLCHONETES - ANILHAS - HALTERES - DUMBELLS - BARRAS - ESTANTES

SANTOS 13 3019.3586

SAO PAULO 11 3462.2666

paps.vendas@bignet.com.br

NAVEGAR É PRECISO. E SEMPRE INOVANDO.

Foto: Divulgação



Ter sempre em mente algumas idéias-chaves de como devemos “tocar o barco”, ou seja, o nosso dia-a-dia no mundo dos negócios, é algo que poderá fazer a diferença entre o fracasso e o sucesso na condução de um empreendimento. Esta postura, se bem aproveitada, ajuda, no mínimo, a evitar o pior, ou seja, o “naufrágio”, pois sabemos que, hoje em dia, as dificuldades que surgem ao longo do caminho estão cada vez mais complexas. São os riscos naturais do negócio. Portanto, não se engajar no trabalho com tal postura pode significar riscos ainda maiores.

Do ponto de vista externo, os problemas são sempre os mesmos: os clientes que demandam cada vez mais, a concorrência predatória, a tributação excessiva, as taxas de juros absurdas que inviabilizam o crédito e a falta de renda e emprego, que acabam por gerar maior inadimplência. E do ponto de vista interno, os maiores problemas estão na falta de planejamento e na ausência de sistemas eficientes de gestão dos recursos disponíveis. No mundo fitness essa realidade não

é nem um pouco diferente. Aliás, pode-se dizer que, por advento de particularidades, alguns problemas são bastante potencializados.

Dentro desta idéia, uma vez tive a oportunidade de aprender que qualquer atividade econômica, independentemente de suas características, pode “navegar” por dois tipos de “oceanos”. O primeiro foi chamado de Oceano Vermelho, caracterizado pela presença de águas turvas e turbulentas, com tempestades freqüentes, ventos fortes e ondas elevadas, que fazem com que o barco dificilmente consiga se manter na rota estabelecida. Interpretando-o ao mundo dos negócios, trata-se de um ambiente difícil e incerto, no qual a concorrência é dura e as margens encontradas são reduzidíssimas, sendo tênue a linha que separa o lucro do prejuízo. Neste, portanto, os riscos são enormes. O outro foi chamado de Oceano Azul, onde, ao contrário do primeiro, as águas são transparentes, quase não há tempestades e, com extrema facilidade, é possível desenvolver uma navegação pelas rotas desejadas. Nos negócios, trata-se de um ambiente muito mais tranquilo e previsível, no qual os resultados são crescentes, a concorrência é facilmente superada, há folgas de margens e facilmente se obtém recursos para novos investimentos em modernização e expansão.

Dito isto, e voltando à realidade do mundo fitness, todos pensariam que não faz o menor sentido navegar pelo Oceano Vermelho. Mas, em termos práticos, a realidade é outra. Sabemos que a grande maioria das academias navega pelo oceano mais nocivo à sobrevivência, pois são freqüentes as dificuldades enfrentadas; isso

sem considerarmos os inúmeros “naufrágios”.

Mas o que verdadeiramente nos leva a navegar pela tempestade ao em vez de pela calmaria? Qual justificativa podemos considerar para isso? Creio que um dos principais fatores seja a falta de inovação, um aspecto crônico da cultura empresarial brasileira.

A inovação, quando inserida na cultura do empreendimento, atua como um agente transformador, visto que novas idéias estarão sempre sendo observadas pelas pessoas que estão no comando, não somente para a solução de problemas, mas também para o desenvolvimento de novos produtos e serviços ao público, que ainda não foram ofertados pela concorrência. É o que se pode chamar de pioneirismo.

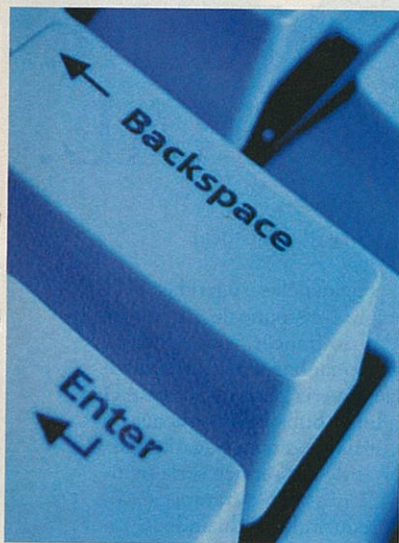
Desta forma, em outras palavras, é preciso sempre buscar novas rotas e caminhos para se diferenciar no mercado, de forma que se atinja um posicionamento exclusivo e vantajoso em relação aos concorrentes. Não agindo desta forma, o nosso barco será apenas mais um, no mais perigoso oceano, já repleto de outros barcos.

Assim, meu caro empresário ou dirigente de academia, se o objetivo é vencer, deve-se sempre atentar para os efeitos de cada tomada de decisão, considerando apenas as melhores e as mais criativas alternativas, como forma de minimizar os riscos envolvidos, através de uma navegação por águas mais calmas e transparentes. A decisão é sua. Boa sorte! ●

Adm. Gilson Calais
Administrador de Empresas pela FGV/SP
Especialista em Finanças e Planejamento Estratégico Empresarial. gilcalais@terra.com.br
www.providersolutions.com.br

INFORMATIZE SUA ACADEMIA DEFINITIVAMENTE

Seriedade e experiência na informática do mundo fitness.



OperFit System

- * Cadastro completo de alunos, funcionários e todas as atividades de sua academia;
- * Segurança no manuseio de pagamentos (com opção para cobrança bancária eletrônica);
- * Definição flexível de planos de pagamento e promoções;
- * Controle absoluto de ocupação de salas, quadras e piscinas;
- * Cadastro de alunos em potencial, inativos (ex-alunos) e visitantes;
- * Tratamento amplo de mala-direta, com emissão de etiquetas e envio de e-mails;
- * Controle de acessos (opção para catraca eletrônica com e sem biometria);
- * Controle de vendas e estoque de produtos comercializados internamente;
- * Diversos relatórios gerenciais e ampla visão administrativa e de marketing;
- * Controle de convênios com empresas e escolas, com opção de descontos progressivos;
- * Tratativa para afastamento temporário de alunos (licença médica, férias e outros);
- * Impressão de fichas de matrícula e recibos de pagamento em vários estilos.

Nossa forma de trabalho: um analista especializado em informática e administração de academias visita sua empresa para implantar o sistema. Fornece treinamento completo quanto ao uso do sistema e orientação sobre métodos de trabalho amplamente testados e aceitos.

15 anos no mercado fitness e mais de 180 academias realmente satisfeitas. Nossos clientes falam por nós. Consulte-os!

ACADEMIA ONODERA
ACQUA FITNESS
ACQUAMOTION
ACQUA R
ACQUATHERM
AEROFITNESS
AGIT'S
AGIT SPORT CENTER
AGUA VIDA
ALONG CENTER(Campinas)
ÁLTO DA BOA VISTA NATAÇÃO
A M.S COMPANY I
A M.S COMPANY II
AP ESPORTES
AQUACENTER (Casa Verde)
AQUACENTER (Freg.do Ó)
AQUACENETER (Limão)
AQUA-CENTER (Tremembé)
AQUAPOINT (Vila Carrão)
AQUAPOINT (Vila Maria)
ATHLETIC ACADEMIA I
ATHLETIC ACADEMIA II
ATHLETIC CENTER (Guarulhos)
ATLANTA
ATLÂNTIDA
B. SPORTS
BIO FIT (Santo André)
BOA FORMA
BOA FORMA (Interlagos)
BODY COMPANY
BUTTERFLY
CAMBUÍ FITNESS (Campinas)
CAMPELO NATAÇÃO I
CAMPELO NATAÇÃO II
CASTELINHO NATAÇÃO
CENAQUA
CDR SPORT CENTER
CLARKE
COMPANHIA D'ÁGUA
CONEXÃO SPORTS
CORPO DEZ

CORPO & CIA (Hortolândia)
CORPORE
CORPUS LINE
CORPUS S/A
COR TRAINING
CPN (Mandaqui)
CPN (Santana)
CPN (Tatuapé)
CPN (Vila Formosa)
CPN (Vila Mazzel)
CRIA FÍS (Santo André)
DANDY SPORTS (Arthur Alvim)
DANDY SPORTS (Imperador)
DANDY SPORTS (Patriarca)
DANDY SPORTS (São Miguel)
DANDY SPORTS (Vila Matilde)
DAN PRO
DE VILLE
DEEP BLUE
DESTAK
DOUGLAS FERNANDES I (Campinas)
DOUGLAS FERNANDES II (Campinas)
DRALEON
ECO ACADEMIA
ELITE SPORTS (Piracicaba)
EM CORPO
EM FORMA ACADEMIA
ENERGY
ESPAÇO AQUÁTICO
ESTILO BARRA (Rio de Janeiro)
ESTILO LIVRE (Arujá)
FATOR 104
FERNANDO SCHERER (Florianópolis)
FIT ONE
FIT STOP
FITWAY
FORÇA VITAL
FORMA ESPORTE CLUBE(Florianópolis)
FORMATIVA I
FORMATIVA II
FUJII NATAÇÃO

FUN & FIT
GALPÃO 21
GINASTIC CENTER (Mairiporã)
GOLFINHOS
GREEN SPORT
GUARULHOS TENNIS CLUBE
HÍBRIDA
HIDRO AÇÃO (Campo Limpo)
HOLOS
HR SPORT CENTER
I. M. GINÁSTICA E NATAÇÃO
IMPACTTO
INSTITUTO PAULISTA DE GINÁSTICA
JARDIM FITNESS
JARDIM FRANÇA
JET CENTER I
JINJU-KIM
JOÃO CAITANO (S.B. do Campo)
K@2 KORPUS ACADEMIA
KURACHI
LIFE SPORT (Aclimação)
LIFE SPORT (Diadema)
LIFE SPORT (Perdizes)
LIFE SPORT (Pinheiros)
LIFE SPORT (Pompéia)
LIFE SPORT (V. Guilherme)
LIMIAR ACADEMIA
LORRD SPORTCENTER
MACAM SPORTS
MARCOS PAULO REIS
MARINO SQUASH
MAXIMA FORMA
MEDLEY SPORT CENTER (Campinas)
METODISTA
MODELLA CENTER
MODELAR
MOVEMENT
MULTIPLA ACADEMIA
NASCENTE ESPORTES
NEW TRAINING
NUMBER ONE

NUNES NATAÇÃO
NUNO COBRA
OBJETIVA FITNESS
OFICINA CORPO E MENTE
OLÍMPIA
OLIMPIADAS
OVERALL
PALMIRAS
PERALTA (Dutra)
PERALTA (Morumbi)
PERALTA (Sabará)
PERSONA ACADEMIA
PHYSICAL ATHLETIC CENTER
PIQUESPORTE
PLANETA ÁGUA
PLANET SPORT
PLANETA SAUDE
PLANETA CORPO
PODDIUM
PODIUM (SBC)
POWER ACTION
POWER SYSTEM
PRÓ FÍSICO
PRO FIT
PRO NADAR
QUINELLO ACADEMIA
RAQUEL NATAÇÃO
RENOLDI SPORTS
RIO BRANCO (Campinas)
R. WHITE (Uniban)
RUSH
SAMIAR ACADEMIA
SANCHES SPORTS
SANTANA ATIVA
SEMA NATAÇÃO
SKIP SPORT'S SPIN
SPORT COMPANY
SPORTIF (S.B. do Campo)
SPORT STATION CB
SPORT STATION RK
SPRINT ACADEMIA I

SPRINT ACADEMIA II
STYLLO LIVRE (Barueri)
SUMMER ACADEMIA
TÊNIS STAR
THUNDER ACADEMIA
TOP FITNESS
TOSHIO NATAÇÃO
TRUE FORM
UNIQUE (Santos)
VILA OLÍMPICA
VILLA ESPORTES
WINNER & FITNESS SP 2
WORLD PERFORMANCE
WORLD SPORT
X POINT

Solicite agora mesmo uma visita para demonstração grátis !

Telefone: (11) 5031- 5719 / E-mail: comercial@rml.com.br

IMPORTANTE: SE SUA EMPRESA JÁ POSSUI SISTEMA IMPLANTADO E NÃO ESTÁ SATISFEITA, FALE CONOSCO. AVALIAMOS AS CONDIÇÕES PARA SUBSTITUIÇÃO.



QUE BOM QUE ME AVISARAM. EXISTE UMA CRISE MUNDIAL.

Foto: Divulgação



Que bom que me avisaram... Existe uma crise mundial.

Zé Alfredo tinha sido despedido sem motivo aparente.

Depois de 27 anos de trabalho, ininterruptos, na mesma empresa, fora surpreendido com um aviso prévio que levaria qualquer um ao desespero, afinal, tinha filho pequeno, esposa e prestação da casa para pagar. Como eu disse, qualquer um iria desesperar-se, exceto o Zé. Dinâmico e otimista como poucos, saiu sorrindo e arquitetando um plano de ação que iria mudar o rumo da sua vida financeira. A indenização que receberia, além de ajudar a reduzir o tempo que iria ficar pagando pela sua casa, ainda financeira o seu próprio negócio. Abria um quiosque de cachorro-quente.

Quando os amigos ficaram sabendo da sua intenção, puseram-se a rir. Como um negócio tão pequeno e pobre poderia manter o padrão de vida que o Zé acostumara a sua família?

Mas ele não se incomodou. Não era mesmo de dar importância ao “diz-que-mediz-que” e não se permitia fraquejar com o dizer dos outros. Assim que pôs a mão no dinheiro, comprou o seu carrinho e buscou um ponto que lhe servisse ao intuito.

Logo conseguiu encontrar um local onde as pessoas precisavam comer e não tinham restaurantes nas proximidades, e ali se instalou. Rapidamente o seu cachorro-quente ficou famoso. Um pãozinho sempre fresquinho, a salsicha de primeira qualidade, purê de batata, molho de tomate e mostarda. Tudo igual aos outros, exceto pela sua simpatia, alegria e atenção para com os seus clientes.

Rapidamente, o Zé percebeu que não bastava ter um bom sanduíche. As pessoas queriam falar e serem ouvidas. Queriam reunir-se em um lugar agradável para relaxar um pouco, sair da rotina do dia-a-dia, nem que fosse por um breve momento no intervalo do seu trabalho. Como o Zé tinha mania de cantar, começou a fazê-lo em tom bem alto. Logo trouxe um aparelho de caraoquê e conseguiu umas mesinhas de lata com cadeiras, para melhor acomodar a clientela. Foi obrigado a contratar ajudantes, os quais treinou e exigiu que usassem touca, luvas plásticas descartáveis e um avental de corpo inteiro, sempre muito limpo e branco. Com essa atitude, o Zé criou seu filho, pagou a sua casa e fez um “pê-de-meia” que lhe rendeu a faculdade de seu filho. Quem diria? O Zé tinha um filho fazendo faculdade de Administração... e com um quiosque de cachorro-quente!

O dia da formatura do Zezinho foi uma festa. Um orgulho tremendo ver o seu menino de beca e canudo de administrador nas mãos.

Uma vez formado, o garoto volta para casa e, ao observar o trabalho exaustivo do pai, resolve ajudá-lo a enxergar o negócio, com os olhos da administração.

Logo percebeu que uma das suas ajudantes ia à padaria buscar pão, constantemente, comprando de dúzia em dúzia. A salsicha era posta n'água, aos poucos, e a água trocada a cada pacote que vendia. Os sachês de tempero ficavam a disposição dos clientes, nas mesas e no balcão. O som ficava ligado o dia todo, mesmo que a casa estivesse vazia. (o ECAD taxou o negociinho do Zé, dizendo que ele atraía os clientes com a música, mas o Zé – que é um sujeito esperto – saiu-se muito bem ao alegar que o som era para o seu deleite particular e que não havia ganho, mesmo que indireto.

O Zé ainda defende-se na justiça).

As providências sugeridas pelo Zezinho incluíam: 1- Estoque de pão industrial em vez de pão francês, assim poderia reduzir o custo e ganhar mais; 2- Tirar o som, assim não haveria gasto com o ECAD e com advogado; 3- Substituir os sachês de tempero por bisnagas, assim pagaria mais barato pelo produto e o serviço seria mantido. As providências não pararam por aí, e eles foram reduzindo, reduzindo e reduzindo os custos. A contra-gosto, o Zé demitiu alguns auxiliares que ficaram sem uma função específica e, para servir sanduíche, poucos bastavam. O Zezinho havia convencido o pai de que havia uma crise no mercado e que ele deveria diminuir o custo de produção para poder ganhar melhor.

Mas não foi assim que a coisa aconteceu. Ao diminuir custo, o Zé diminuiu a qualidade do produto. Ao reduzir pessoal, provocou uma perda de atendimento, deixando o seu pessoal cansado e desanimado. Ele próprio perdeu o brilho dos olhos, já não cantava, não brincava com os clientes e, pior, já não sorria mais.

Um dia, após fazer as contas, resolveu que era hora de fechar. A crise que um dia seu filho anunciara iria bater a sua porta em breve, pois o cliente estava sumindo e já não se vendia cachorro-quente como antes. Quando foi falar com o filho, ouviu: - É, pai... Os tempos são outros. Cachorro-quente é coisa do passado. A crise já chegou ao setor alimentício. O Zé deu graças pelo fato de poder ter mandado o filho à escola, afinal, não fosse a sua visão mais ampla, teria falido. Sequer iria saber da crise.

Assim é com a empresa. Você pode olhar as dificuldades ou olhar as possibilidades de melhora. O seu negócio é o que você determina que ele seja.

CRISE! ●

Gilberto Bertavello
Prof. de Educação Física e Psicanalista
Consultor de Academias e Coach em PNL
Visite o site www.biopnl.com.br

Fitness

QUALIDADE QUE PRODUZ RESULTADO!



Máquinas
de fazer
saúde!



**Boneco
Hoby Lion**

SUA SAÚDE MERECE
ESTE PRESENTE



LF 480 Pró



**Elíptico LF 200
Agora Magnético**



**ESTEIRA X3
Também
com inclinação**



LF 2000 Pró



LF 400 Pró

(17) 3485-1766

www.lionfitness.com.br

O QUE FAZER NO FIM DE ANO?

Foto: Divulgação



Final de ano: época de comemorações e festejos. Pessoas felizes com os congraçamentos natalinos e com as expectativas para o ano vindouro. Certo?

Nem tanto!

Nas nossas andanças pelo Brasil afora, identificamos que, independentemente do estado ou região, as academias sofrem com uma acentuada queda no número de visitas e vendas, no período que compreende final de novembro e final do Carnaval. Não é bem o final de ano que um proprietário de academia pode comemorar de verdade.

Sua academia vive isso? Seu Time aceita essa situação nada confortável? Aceitar, passivamente, que o final do ano seja o pior mês de faturamento é uma ação costumeira nas academias. Infelizmente!

Acreditamos que essas tendências podem ser minimizadas – ou completamente revertidas – dependendo da ação do gestor zeloso e batalhador e do seu Time. O Time que não aceita desculpas como: “Ah, essa queda é natural! Nesta época do ano a academia esvazia, porque todo mundo viaja”, busca fórmulas inteligentes de trazer o aluno para a academia nessa época do ano. Até porque respostas como “todo

mundo viaja” não se adequam ao Brasil, onde as pessoas não têm todo esse poder econômico.

Vamos aos fatos:

- Pode ser que alguns de seus alunos realmente optem por viajar nesta época do ano. Mas eles viajam os três meses, entre o Natal e o Carnaval?

- Se pessoas viajam de uma cidade para outra, não é de se esperar que você consiga alunos que venham de outras cidades?

- Este período casa com o verão para os países do Hemisfério Sul – justamente o caso do Brasil. Não é no verão que as pessoas menos vestem roupa? Não é no verão que as pessoas mais se sentem incomodadas com o excesso de peso ou falta de preparo?

- Nesta época do ano os gastos extras são altos, como o gasto com viagens e presentes, dentre outros (colônia de férias e matrícula dos filhos, IPVA...). Quais são as ações que a academia desenvolve para amenizar esses custos para seus clientes?

Você, analisando os principais motivadores da não renovação de planos nesta época, perceberá que existem várias ações para diminuir a evasão de seus alunos, bem como a oportunidade de prospectar novos clientes. Em português claro, a redução do número de alunos é a resposta prática da falta de atitude!

1. Os planos: com a venda de planos trimestral, quadrimestral e semestral (pelo menos), você tem, no mínimo, uma provisão de receita para curto/médio prazo.

2. A estratégia dos planos: não venda indiscriminadamente os planos. Escolha, mês a mês, um plano a ser oferecido com maior insistência pela sua equipe de vendas. Como escolher? O melhor plano é aquele em que seu término caia, justamente, em um bom mês de consumo de academia (março a maio, agosto a outubro). Para este plano, ofereça a melhor comissão

(time de vendas motivado) e ofereça as melhores vantagens (isenção de matrícula, por exemplo).

3. A vantagem do plano “bom para o mês”: se a objeção do seu aluno for “Neste mês de dezembro eu viajarei”, ofereça a possibilidade de trancamento da matrícula para este período (nunca maior do que 15 dias para o plano quadrimestral e nunca maior do que 45 dias para o plano anual).

4. Plano de férias: capte aquele aluno de verão vendendo, nesta época, planos de curta duração. Coloque nomes que gerem expectativa e emoção, como “Plano Tudo em Cima”, “Plano Carnaval 2006”. Use sua criatividade!

5. Ações internas: construa, com seu Time, uma excelente programação de atividades durante as férias, que podem incluir:

- Colônia de férias para os filhos dos clientes (a preços módicos), incluindo atividades lúdicas e seguras;

- Programa fidelidade, estipulando prêmios para os alunos que mais frequentarem a academia durante este período;

- Lançamento de novas aulas ou dos novos mixes dos programas Body Systems, fazendo com que os alunos que ficaram na academia tragam seus amigos que também ficarão. Este é um bom momento para conseguir novos alunos;

- “Gifts” – você já pensou em tornar a sua academia um excelente presente de Natal? Ofereça a possibilidade de seus alunos presentear quem eles mais gostam com uma mensalidade da academia. Crie um preço especial para estes “presentes”.

Mãos à obra, você tem tudo a ganhar com essas estratégias. Faça uma análise dos anos passados e estipule uma meta. Se não der para aumentar o número de alunos nesta época (dá, pois muitas academias já o fizeram), ao menos conseguirá diminuir o seu índice de evasão. ●

Christian Munaier
Consultor - Body Systems
www.bodysystems.net
Tel: 11 5095-2880

A Biotech esta muito melhor.



A Biotech cresceu e se reestruturou. Confira o pacote de benefícios da nova fase:

- Entrega em 30 dias após a aprovação do pedido.
- Zero de entrada no fechamento do pedido.
Primeiro pagamento somente contra entrega.
- Financiamentos especiais, consulte-nos.
- Assistência Técnica muito mais ágil, rápida e preventiva.
- Desenvolvimento contínuo de tecnologia e design.
- Controle da qualidade padrão exportação.

Ligue 0800-771-0004 ou (11)3603-0202
www.biotechfitness.com

Novo Representante para o interior de São Paulo



Tel: (14)3227-5152
vendas@globosportsequipamentos.com.br



COMO FAZER DA CONTRATAÇÃO UM FATOR DE SUCESSO

EM TEMPOS DE ALTA COMPETITIVIDADE, ACERTAR NA CONTRATAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS TORNA-SE CADA VEZ MAIS ESTRATÉGICO PARA AS ACADEMIAS. AFINAL, É IMPOSSÍVEL OBTER RESULTADOS SEM UMA EQUIPE DE COLABORADORES QUALIFICADA, SATISFEITA E MOTIVADA.

Ao longo das décadas, diversas transformações vêm ocorrendo nas relações de trabalho entre empresas e empregados. Mas nenhuma tem sido tão profunda quanto à forma como as corporações passaram a enxergar seus recursos humanos. Hoje, mais do que nunca, sabe-se que o sucesso das empresas depende de seu capital humano, ou seja, de seus funcionários.

Portanto, não adianta ter tecnologia de ponta e adotar os mais modernos conceitos e ferramentas de gestão se não houver profissionais qualificados, comprometidos e motivados para fazer toda a engrenagem funcionar alinhada.

Na área de serviços, a regra é a mesma. Não há mais espaço para empresas administradas de forma tradicional. As organizações que conseguem ser referência nos segmentos em que atuam, com certeza, mantêm em suas crenças o respeito pelo indivíduo, assim como reconhecem e motivam suas equipes.

As empresas são, na verdade, sistemas vivos que evoluem graças às pessoas. Nesse aspecto, a contratação e o recrutamento de funcionários tornam-se extremamente estratégicos para as organizações. Afinal, o instrumental fica obsoleto, mas as pessoas são capazes de causar mudanças e melhorias contínuas pelo conhecimento que possuem.

No mercado fitness não é diferente. Até porque, por se tratar também do setor de serviços, a qualidade do que é oferecido está diretamente ligada à atuação dos profissionais contratados.

“O maior erro na contratação de funcionários para academias está no próprio processo de recrutamento. Muitas vezes, as pessoas que selecionam não possuem

claramente descritas quais as atribuições do cargo, a execução diária das tarefas, quais as competências necessárias e qual o perfil mais adequado para tal função. Muitos empresários contratam determinado candidato para um cargo e depois querem que o mesmo exerça outras funções, as quais não foram explicadas no ato da contratação e para as quais ele não possui competência. Com isso, contratam a pessoa errada e depois se lamentam por não existirem mais profissionais qualificados no mercado, o que não é verdade. O erro está na seleção”, comenta Marynês Pereira, consultora da Provider Solutions.

Na opinião da consultora, para minimizar os problemas no processo de recrutamento, os empresários da área fitness devem utilizar técnicas de seleção, aplicando testes de performance, provas de conhecimento, bem como realizando uma boa descrição do cargo com as habilidades necessárias e as condições de trabalho que serão oferecidas.

O Prof. Gilberto José Bertevello, presidente do Sindicato das Academias de São Paulo, professor do PEC/FGV e trainer em Relacionamento, lembra ainda que nem sempre um excelente profissional de Educação Física pode se tornar um coordenador. “Perde-se o profissional e não se tem coordenação. O coordenador é uma pessoa com visão macro de atividades relacionadas ao cerne de negócio, um motivador e uma pessoa preparada para entender quando uma atividade está caindo no desinteresse e será necessário ser substituída. As academias também cometem o erro de confundir coordenador com administrador. Nesse caso, o desastre é ainda maior”, analisa Bertevello.

Christian Munaier, gerente de Relacionamentos, consultor executivo da Body Systems e consultor sênior da FitBiz, afirma que um dos problemas na contratação de funcionários nas academias é a falta de planejamento para a seleção dos novos integrantes. Segundo ele, muitas academias tomam a decisão de contratar somente quando a “água já está no pescoço”, Conclusão: contrata-se o primeiro candidato que aparece pela frente.

“Em 2005, estive em várias capitais brasileiras ministrando cursos de gestão em academias. É notória a falta de planejamento no processo de contratação como um todo. Mas existem exemplos que mostram, através dos resultados financeiros alcançados, que o planejamento na contratação é um dos melhores investimentos de tempo e de dinheiro. Contudo, infelizmente, este não parece ser o pensamento corrente. Mas a orientação tem sido dada nos últimos anos por todos os consultores/empresas do mercado”, garante Munaier.

Na opinião do consultor, a grande dificuldade dos empresários é também encontrar o profissional com perfil adequado às ne-



Foto: Divulgação

Marynês Pereira
Consultora da Provider Solutions.

• ESTRUTURA ELÍPTICA E TUBULAR QUE VARIAM DE 3.0mm à 4.7mm DE ESPESSURA.

• BOTÕES QUE FACILITAM A REGULAGEM DOS EQUIPAMENTOS.

• SISTEMA VARIÁVEL DE ESFORÇO.

• CARENAGEM MOLDADA EM ACRÍLICO.

• BANCO EXTENSOR PW-002

• INSTRUÇÕES DOS GRUPOS MUSCULARES.

• CURVAS QUE VALORIZAM O DESIGN.

• CABOS DE AÇO REVESTIDOS EM NYLON.

• ESTOFADOS INJETADOS EM POLIURETANO E COM REVESTIMENTO EM CORVIN ANTI-MOFO.

• AJUSTE DE REGULAGEM DE BANCO COM AMORTECEDORES A GÁS.

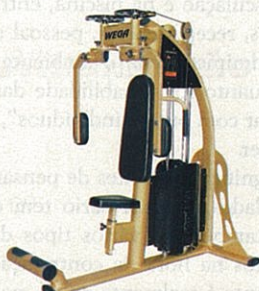
• BASE APOIADA COM NIVELADORES DE ALTURA.



• BANCO FLEXOR PW-003



• BANCO ADUTOR PW-005



• PEITORAL PW-013



• BANCO P/ BICEPS PW-024



• POLIA SUPERIOR PW-017

PRÓ-PHISICAL: Rua Rodolfo Alexandre Martinelli, 140
7.º Distrito Industrial - CEP: 17212-747 - Jaú-SP
E-mail: prophisical@prophisical.com.br
Homepage: www.prophisical.com.br

FAX: (14) 3621-1880
VENDAS: (14) 3624-2521 • 3624-9707
3624-3055 • 3622-5541



PRÓ-PHISICAL
APARELHOS A SERVIÇO DE SUA SAÚDE

cessidades da empresa e que esteja alinhado aos valores praticados na academia. “O primeiro passo é estabelecer o perfil ideal para cada posição. Os coordenadores precisam ser líderes, com capacidade de tomar as decisões necessárias e cobrar os seus comandados. Devem saber ouvir e dar a atenção necessária aos profissionais que têm nas mãos. Devem ser exigentes, mas saberem os limites individuais e respeitá-los. Os professores têm uma outra proposta na academia. Devem ser interativos, agentes facilitadores da integração entre os outros alunos e cautelosos com os sonhos e corpos alheios. As recepcionistas devem ter grande dose de ambição, necessária para as conquistas das metas de vendas, ser extremamente hábeis no relacionamento com o cliente e muito organizadas”, comenta Munaier.



Foto: Divulgação

Christian Munaier
Gerente de Relacionamentos e Consultor
Executivo da Body Systems

Analisar os melhores professores, identificando as habilidades que eles têm e que fazem deles excelentes profissionais é também uma forma de buscar subsídios que podem ser utilizados no processo de recrutamento.

“O empresário pode priorizar candidatos com pouca experiência e com perfil conciliador e polido. A seleção de novos talentos é uma das estratégias que envolvem menor investimento financeiro por parte da academia e uma das ações de maior retorno a médio e longo prazos. Quanto menos experiência tem o novo integrante, mais fácil é o treinamento. E, por fim, treinar os novos candidatos utilizando as técnicas percebidas nos excelentes professores. Desta forma, o empresário duplicará os seus talentos e terá um time em cons-

tante crescimento”, diz Christian.

Competência emocional

Se antigamente o conhecimento técnico-científico era uma das competências mais valorizadas nos processos de recrutamento de professores e coordenadores, hoje, aspectos como relacionamento interpessoal e comportamental ganharam peso e são tão importantes quanto o conhecimento técnico. “Atualmente, contrata-se muito mais as pessoas que se relacionam bem com os demais membros de uma empresa do que profissionais com dificuldades de relacionamento, mesmo sendo estes especialistas técnicos em suas áreas. Afinal, é muito mais difícil tentar romper paradigmas e vícios de comportamento, principalmente se o profissional não possui amadurecimento suficiente para aceitar mudanças”, lembra Marynês, da Provider Solutions.

De fato, pessoas são diferentes e saber lidar com as várias personalidades é algo que o empresário também precisa aprender. “Existem cursos e treinamentos sobre os vários estilos de comportamentos humanos e qual a influência destes em nosso dia-a-dia, sejam clientes ou colaboradores. Quanto mais soubermos sobre a natureza humana e como agir com cada pessoa, com certeza, diminuiremos, em muito, os conflitos gerados pelos erros em comunicação”, orienta Marynês.

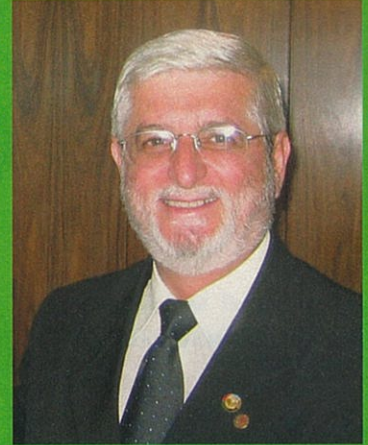
Nesse caso, Christian Munaier, da Body Systems, lembra que no processo de contratação é importante saber do candidato qual é seu maior desafio ao lidar com pessoas.

“Os novos colaboradores da academia devem saber que lidar com pessoas é a sua principal missão. E não é só com o aluno que devemos nos preocupar. O relacionamento interno deve ser temperado com cordialidade, respeito e transparência. Assim como na sala de aula ou no salão de musculação e na piscina, entre os professores, recepcionistas, pessoal de limpeza e administrativo, o ambiente será tão bom quanto for a habilidade das pessoas em lidar com outros indivíduos”, comenta Munaier.

Isso significa que antes de pensar em personalidades, o empresário tem de considerar também os vários tipos de temperamentos na hora da contratação. “Lidar com gente é realmente difícil, porém, esse é o grande dom do profissional de Educação Física. Para saber atender e superar as

expectativas do cliente não existe receita nem fórmula mágica, mas sim muito treinamento e boa vontade dos profissionais”, opina Prof. Gilberto Bertevello, do Sindicato das Academias.

Foto: Divulgação



Prof. Gilberto Bertevello
Presidente do Sindicato das Academias.

Atualmente, existem empresas que oferecem consultoria na contratação de recursos humanos. Mas nem sempre os empresários, especialmente, os pequenos, possuem condições financeiras para utilizar esse serviço.

Nesse caso, para quem não pode ter uma consultoria profissional, o caminho é o do bom senso. “O olho do dono é o que engorda o porco”, lembra Gilberto Bertevello.

Para Marynês, da Provider Solutions, o proprietário pode ainda trocar experiências com pessoas que façam recrutamento e ler livros, buscando ampliar seus conhecimentos sobre esse assunto.

Motivação

Tão importante quanto à boa contratação é manter os profissionais motivados. Não adianta ter um bom profissional se este não se sentir satisfeito e feliz em trabalhar na empresa.

“O primeiro passo para se manter os profissionais motivados é estabelecer a ‘Meritocracia’. Uma das grandes falhas no gerenciamento dos recursos humanos dentro de uma academia é a falta de reconhecimento do bom desempenho, ou seja, nivelar todos os colaboradores como se nenhum deles se esforçasse para obter melhores resultados. Quem alcança melhor desempenho deve ter melhores proventos. Além disso, é importante comunicar ao mercado



Fitness School



Linha Profissional

Ferramentas Profissionais que custam menos que você imagina.

- Avaliação Física, Fisioterápica e Técnica +
- Documentação Digital +
- Personal e Palm

ÁGEIS E INTUITIVOS

Mobilidade: com o Fitkey, você usa os softwares onde quiser. Modelos e anamnese personalizada: você preserva o seu jeito de trabalhar.

Agendamento e controle dos serviços executados.

Assistentes e tutoriais o auxiliam passo a passo.

Recursos para comunicação e Marketing. Antropometria, anamnese, composição corporal...

Capacidade aeróbia, flexibilidade, avaliação postural...

Comparativos para verificar a evolução do cliente.

Flexibilidade total para a montagem de treinos.

Simulação do resultado a ser alcançado.

Aplicativos inclusos: Backup/Restore e BD reconstrutor.



Linha Corporativa

Produtos que oferecem muito mais para quem pensa em uma Solução Definitiva.

- Administração +
- Controle de Acesso +
- E-Mails +
- Avaliações +
- Documentação Digital

MALEÁVEL E ESTÁVEL

Segurança compatível com a requerida para um Sistema de Gestão.

Integração real dos softwares.

Catraca e softwares comunicam-se on-line, sem adaptações.

Vasto arsenal de recursos para marketing.

Suporte para os relacionamentos academia/clientes/interessados.

Controle das rotinas operacionais ligadas ao negócio.

Flexibilidade nas vendas, controle de estoque incluso.

Gerenciamento financeiro total e controle do fluxo de caixa.

Ampla gama de opções nas avaliações físicas e fisioterapêuticas.

Sofisticação na sua prestação de serviço: documentação digital.

Aplicativos inclusos: Backup/Restore, BD reconstrutor e Fitness School Cards



Clientes, chegou a Atualização R9

- Mais segurança.
- Maior operacionalidade.
- Implementações inéditas.
- Novos produtos compatíveis com o R9.
- Novas atualizações a partir do R9.



www.fitness-school.com.br

PABX - (31) 3423-3093

Rua Buarque de Macedo, 84 - Floresta
Belo Horizonte - MG CEP. 31.015-350

a imagem de um time forte, despertando o interesse de profissionais em integrar o quadro da academia, bem como deixando orgulhosos aqueles que já fazem parte desta equipe. Com isso, os cursos oferecidos pela academia corroboram essa imagem de time que busca a excelência. As metas e os prêmios solidificam a idéia de que quem se esforça mais ganha mais”, recomenda Christian Munaier.

Para o Prof. Bertavello, toda academia precisa ter um planejamento que contemple treinamentos técnicos e motivacionais. “Os profissionais devem estar preparados para atender à solicitação do público de maneira ampla e satisfatória. Não se resolve o problema dizendo ao cliente que você não tem essa ou aquela informação. Ele está ávido de providências e não de desculpas. Todo profissional deve conhecer profundamente e totalmente a empresa em que trabalha, assim como ter técnica de atendimento, de venda e de fechamento de venda”, acrescenta.

Além da realização de cursos de motivação, os consultores recomendam aos empresários elogiar os esforços das pessoas. Evitar usar as reuniões para punir e falar sobre o que está indo mal também é uma atitude importante. “A motivação vem de dentro para fora e quem quiser um time de sucesso deve primeiramente entender que seu papel natural é o de contribuir para a afirmação, a felicidade e a valorização de seus colaboradores. Pessoas felizes dão maiores resultados”, salienta Marynês, da Provider Solutions.

A opinião dos proprietários

Na verdade, a maior queixa dos empresários do mercado fitness na hora de contratar colaboradores é realmente a de encontrar profissionais que possuam habilidades e a facilidade de se integrar à cultura da empresa. Na visão da empresária Ana Maria Pernambuco, proprietária e responsável pela coordenação pedagógica do Espaço Bios, em São Paulo, atualmente, as escolas colocam no mercado um grande número de profissionais com pouca motivação e entusiasmo.

Na Espaço Bios, o processo de contratação envolve além da prévia seleção dos candidatos com entrevistas, um acompanhamento constante e avaliação do funcionário durante todo o período de experiência.

“Na Espaço Bios, incentivamos a participação dos profissionais em palestras rea-

lizadas na academia, além de apoiarmos a presença em cursos externos e estimularmos a pesquisa. Para tal, mantemos a sala de professores com revistas, artigos atualizados na área e acesso à internet. Também agendamos reuniões técnicas periódicas entre os setores e em cada área específica”, revela Ana.

Foto: Divulgação



Ana Maria Pernambuco
Proprietária e Responsável pela
Coordenação Pedagógica do Espaço Bios

Na Body Fit Academia, do Rio de Janeiro, o processo de seleção também passa por várias etapas. Análise de currículos, entrevista individual, avaliação teórica de acordo com as necessidades do cargo, avaliação prática para verificação da forma de trabalho do candidato e realização de dinâmicas de grupo com o objetivo de verificar características da personalidade do candidato são apenas alguns dos procedimentos adotados pela academia na hora da contratação.

“Também procuramos avaliar a experiência profissional, bagagem teórica - onde se formou e cursos extracurriculares realizados-, qualidade técnica, referências de outras academias onde já trabalhou, características da personalidade, como timidez, agressividade, modo de se expressar etc.”, destaca Alberto Adoni, sócio-proprietário e coordenador técnico da Body Fit Academia.

Para ele, as compe-

tências técnicas do profissional não são hoje as mais importantes. “A facilidade para interagir com o público, a capacidade emocional de relacionamento com os colegas de trabalho e com os alunos e características positivas de personalidade, às vezes, contam mais do que uma grande habilidade técnica. É importante que o recrutamento analise a expectativa do candidato com o trabalho a ser realizado e as características pessoais, que poderão influenciar no exercício da profissão e no ambiente da academia”, acrescenta Adoni.

Treinamento contínuo

A motivação da equipe também é algo imprescindível para a diretoria da Body Fit. “A motivação do pessoal de toda e qualquer empresa passa pelo processo de treinamento contínuo com reuniões periódicas e abertura da gerência para esclarecimento, troca de idéias e solicitações. Os cursos, as palestras, as clínicas e as reuniões são fundamentais para unificação do trabalho dentro da academia. Só assim podemos formar uma equipe comprometida. Funcionários satisfeitos e comprometidos com a filosofia da empresa passam uma imagem positiva para o aluno”, ressalta Adoni.

Para recrutamento de coordenadores, professores e recepcionistas, a Academia Flipper, de São Paulo, procura manter um cadastro atualizado de profissionais. “Não esperamos abrir uma vaga para efetuarmos o recrutamento. Na verdade, duas vezes por ano, promovemos uma pré-seleção de professores, de estagiários e de recepcionistas. Fazemos divulgação em faculdades, abrindo o mercado de trabalho a todos os

Foto: Divulgação



Viviane Gomes
Consultora de Marketing da Academia Flipper.

O MELHOR PISO PARA SUA ACADEMIA.

ESTRADO DE
Vedovati
BORRACHA

Despachamos para todo o Brasil.

EFICIENTE PARA:

- ✓ Salas de musculação
- ✓ Áreas de peso livre
- ✓ Decks de piscina
- ✓ Saunas e Vestiários



(18) 3902-4789
www.vedovati.com.br
Presidente Prudente - SP

APROVEITE PREÇO PROMOCIONAL
Solicite uma proposta!

RUDEL

MR
SPORTS

FITNESS



Sr. Empresário:

Seja você também um revendedor
Rudel em sua Academia!

**LUVAS, CINTURÕES
& STRAPS**

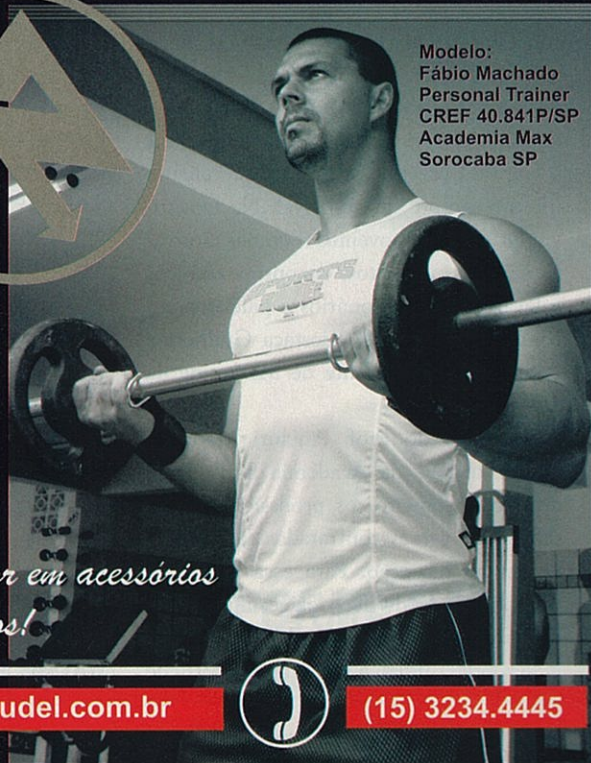
www.rudel.com.br

*Ofereça o melhor em acessórios
para seus alunos!*

rudel@rudel.com.br



(15) 3234.4445



Modelo:
Fábio Machado
Personal Trainer
CREF 40.841P/SP
Academia Max
Sorocaba SP

cargos necessários. Afinal, o sucesso do recrutamento depende da análise de diversos fatores. Se tivermos pressa na contratação, *podemos errar na escolha e prejudicar a* qualidade de atendimento dos nossos alunos”, comenta Viviane Gomes, consultora de Marketing da Academia Flipper.

Para motivar os profissionais, a Flipper também realiza reuniões periódicas, a fim de ouvir as dificuldades encontradas no atendimento e durante as aulas, buscando em conjunto a melhor solução. “É muito importante ‘escutar’ os colaboradores, pois, dessa maneira, valorizamos nosso funcionário, além de incentivarmos o seu desenvolvimento dentro da empresa. Quando percebo que um deles não está produzindo o que poderia, chamo-o para uma conversa informal e procuro saber se ele está passando por algum problema. Na Flipper, qualificamos o profissional através da pré-seleção, realizamos entrevista e pedimos período de experiência. O mesmo, sendo aprovado, recebe proposta oficializada de salário, mais os benefícios”, revela Viviane.

Conhecimentos de marketing

A Academia Downtown Fitness, do Rio de Janeiro, também mantém um banco de dados atualizado para facilitar a contratação. “Acreditamos que um bom profissional, além do conhecimento científico, precisa possuir e saber utilizar conceitos de marketing e estar engajado em campanhas internas de fidelização e de retenção. Tem de mostrar iniciativa e procurar se reciclar também sozinho. Mas a empresa precisa investir no seu cliente interno sempre que possível. Na Downtown Fitness, promovemos reuniões motivacionais, treinamentos, encontros técnicos e levamos os funcionários a palestras e a congressos externos”, destaca Guilherme Arja Castañon, gerente de Marketing da Downtown Fitness.

Na opinião do Prof. Amauri Marcello, diretor técnico da Academia Body Tech, do Rio de Janeiro, os profissionais mais difíceis de serem contratados são os que atuam na recepção. Para essa função, a diretoria da Body Tech exige muito mais do que conhecer técnicas de atendimento e de vendas, afinal, a recepção é a porta de



Prof. Amauri Marcello
Diretor Técnico da Academia Body Tech.

entrada da empresa.

“As recepcionistas possuem metas de vendas. Mensalmente, temos cursos e treinamentos em todas as áreas. Esse é um dos nossos diferenciais. Como temos aberto muitas novas unidades, todos os nossos coordenadores e gerentes saem da nossa equipe. Preferimos formá-los a partir de destaques da nossa equipe de professores. Quanto à contratação de professores, valorizamos o profissional que sabe trabalhar em equipe, aliando o conhecimento técnico ao bom atendimento. O ambiente de trabalho sempre saudável e transparente é também outro diferencial motivador da Academia”, comenta Marcello. Segundo ele, em 2006, um dos objetivos da Body Tech é estruturar uma área de Recursos Humanos que será responsável pelo gerenciamento e motivação dos profissionais da empresa. “Estamos montando e estruturando os nossos departamentos aos poucos. Por enquanto os departamentos financeiro e administrativo cuidam dos recursos humanos”, acrescenta. Os mesmos cuidados demonstrados na contratação, a Body Tech mantém quando há necessidade de desligar um profissional. “É importante deixar sempre as portas abertas e não enfatizar os defeitos do profissional. Este é também um bom momento para escutá-lo e deixá-lo à vontade para falar sobre seu trabalho na empresa e sobre sua impressão sobre a mesma”, aconselha Marcello.

Baixos salários

Enquanto os proprietários das academias se queixam da dificuldade de encontrar um profissional qualificado, os profissionais, por sua vez, também não se mostram insatisfeitos com o mercado de trabalho.

Marcelo Jakoli, professor de musculação e de boxe, embora afirme não ver dificuldades para se conseguir emprego na

área, precisa trabalhar em duas empresas para atingir um nível salarial que atenda às suas necessidades.

Ciente da competitividade do mercado, Marcello também não se descuida da atualização profissional. Para ele, a pessoa que deseja manter sua empregabilidade precisa ampliar seus conhecimentos continuamente, participando de cursos e aprendendo com as experiências vividas no dia-a-dia. Com a alta oferta de mão-de-obra na área de Educação Física, na opinião do professor Sidney Freire dos Santos, conseguir uma boa colocação torna-se cada vez mais difícil.

Sidney também comentou sobre a política salarial do setor. Para ele, é também complicado sobreviver sem que seja necessário se ter mais de um emprego. “Hoje,



Marcelo Jakoli
Professor de Musculação e de Boxe.

SUA ACADEMIA
AINDA NÃO TEM
UM WEB SITE?

VOCÊ AINDA NÃO
UTILIZA A INTERNET
COMO CANAL DE
NEGÓCIOS PARA
SUA ACADEMIA?

O WEB SITE DA SUA
ACADEMIA ESTÁ
SEMPRE FORA DO AR,
DESATUALIZADO OU
EM CONSTRUÇÃO?

UM WEB SITE DINÂMICO
E PROFISSIONAL É
UM INVESTIMENTO
MUITO ALTO PARA
AS CONDIÇÕES DA
SUA ACADEMIA?

O WEB SITE DA SUA
ACADEMIA NÃO É
ÚTIL PARA OS SEUS
CLIENTES?

Desenvolvimento:

EFCOM
Web Fitness

FINALMENTE A SOLUÇÃO PARA O WEB SITE DA SUA ACADEMIA



W FIT

SUA ACADEMIA EM FORMA NA WEB

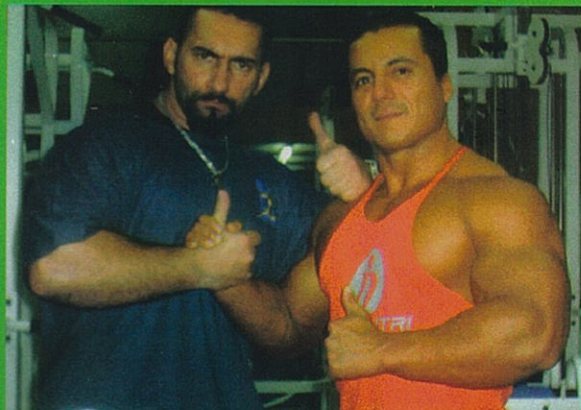
Tel/Fax.: (11) 3977-8730 - info@wfit.com.br

www.wfit.com.br

os gastos com os cursos são muito altos e o salário mal dá para pagar a faculdade. Espero que a profissão de Educação Física seja mais bem remunerada e respeitada no futuro”, analisa.

de situações do dia-a-dia etc.), individuais (testes psicológicos, por exemplo) e entrevista psicológica. Em outras palavras, é importante conhecer o candidato em seus diversos aspectos de interação com o meio

Foto: Divulgação



Sidney Freire dos Santos Professor de Musculação
José Carlos Campeão de Fisiculturismo.

e em suas várias facetas de personalidade. Preferencialmente, em algumas fases desse processo (por exemplo, em atividades grupais), deve-se contar com a participação do gestor contratante, de forma a garantir co-responsabilidade na escolha de candidatos e homogeneização de critérios de seleção.

Erros de processos de recrutamento e de seleção, geralmente, decorrem de incompatibilidade entre o que se vai se

fazer na prática e o que se espera do candidato selecionado. Por exemplo, exigir mais qualificação do que o candidato necessita para o seu trabalho ou selecionar apenas com base em uma entrevista com o gestor da área. Erros também acontecem quando o processo é realizado sem o parecer técnico de um profissional de recrutamento e de seleção (um psicólogo com formação para tal) ou apenas com o conhecimento do currículo do candidato (há currículos que mentem!) ou mesmo entregando-se a seleção em mãos de profissionais não qualificados.

Erros também podem decorrer de rótulos ou de alguns efeitos de “halo”/contaminação (por exemplo, ele é bonito, então é bom candidato; ele é palmeirense, então é bom candidato; ele é santista, então é mau candidato, o pai dele tem dinheiro, então ele é preguiçoso etc.).

Quando o empregador não conta com recursos financeiros que lhe permitam custear um processo dessa natureza, através de empresas especializadas, deve pelo menos conseguir uma orientação de como conduzir o mesmo. Hoje em dia, tal orientação pode ser obtida em sites especializados ou mesmo em revistas que prestam serviços aos seus leitores.

O importante é guiar-se pelo bom senso, não se deixar levar pela urgência (“Tenho pressa, preciso do trabalho realizado, então vou contratar o primeiro que aparecer e depois vejo no que dá”).

Em geral, não dá em boa coisa, pois o empresário acabou perdendo a chance de escolha e a oportunidade de conhecer outros profissionais. Pense também no que você pode pagar X o tipo de qualificação e de

experiência que você espera encontrar. Às vezes, vale mais a pena investir num bom potencial e dar treinamento do que querer um profissional experiente que vai trocar o emprego por uma remuneração melhor assim que encontrar. Profissionais experientes que agarram a primeira oportunidade, mesmo que abaixo de suas qualificações, também acabam gerando resultados tão desastrosos quanto se contratar com pressa o primeiro que aparece.

Desligamentos sem trauma ocorrem quando isso é feito de forma absolutamente transparente e nunca antes de uma série de orientações e de feedbacks que sejam dados ao funcionário. O funcionário precisa ter parâmetros de seu desempenho, seja através de uma avaliação formal de seu desempenho e de todo e qualquer feedback informal que se possa ser dado a ele no trabalho. Não adianta achar que o funcionário não está trabalhando direito e nunca ter dito isso às claras para ele. Ao dar um feedback ou mesmo ao desligar o funcionário, primeiro deve-se ressaltar as suas qualidades e os seus pontos positivos. Depois, entrar com os aspectos que não vão bem ou com o que gerou a falta de correspondência com as expectativas da empresa. Se o funcionário fizer jus a uma carta de recomendação ou mesmo à indicação para outros empresários, que talvez possam estar buscando justamente alguém com as qualificações dele, que isso seja feito. Se os recursos financeiros permitirem e se o funcionário estiver à altura, é interessante proporcionar a ele um processo de recolocação em empresas especializadas.

Há inúmeras que oferecem diversos tipos de atendimento desta natureza e que diferenciam preços de acordo com o nível de experiência e a qualificação do profissional. Nunca deve-se demitir o funcionário após ele ter usufruído férias e estar retornando das mesmas. Lembrar que essa pessoa pode ter despendido o seu salário de férias e que, se soubesse de seu desligamento, não o faria. Pelas mesmas razões, e até por uma questão de respeito ao funcionário, que é um ser humano, também não se deve nunca esperar vésperas de datas festivas, tais como Natal, Ano Novo, para se proceder ao desligamento. ○

Deseja falar com as fontes consultadas, entre em contato com nossa redação: atitude.editora@uol.com.br
Tel: (011) 3822-2275

Erros e acertos na seleção de candidatos

Veja algumas considerações das psicólogas Regina Helena S. Navarro e Sílvia Ester Pereira, sócias-diretoras do Cenap - Centro de Análise de Potencial - uma empresa de consultoria em recursos humanos com 20 anos de atuação no mercado.

Quanto mais criteriosos e adequados à realidade da empresa e do cargo em questão, mais os processos de recrutamento e de seleção serão eficazes. Critério em recrutamento e seleção significa trabalhar em cima de um perfil que contenha as informações sobre aquilo que o candidato irá desempenhar na empresa, sobre as competências pessoais e técnicas que serão necessárias a uma boa performance em seu dia-a-dia, sobre conhecimentos, habilidades e aptidões demandadas para as suas atividades.

Levantado o perfil e validado com o gestor responsável pela demanda, passa-se à definição dos instrumentos avaliativos que garantam uma escolha acertada do candidato finalista. Inicialmente, pode-se triar candidatos por requisitos básicos do perfil (faixa etária, nível de escolaridade, área de formação acadêmica, tipo de experiência profissional, quando necessária, tipo de empresa em que já trabalhou, entre outras).

Em um segundo momento, parte-se para estruturar um processo seletivo que envolva atividades grupais (técnicas de apresentação e integração das pessoas, simulação

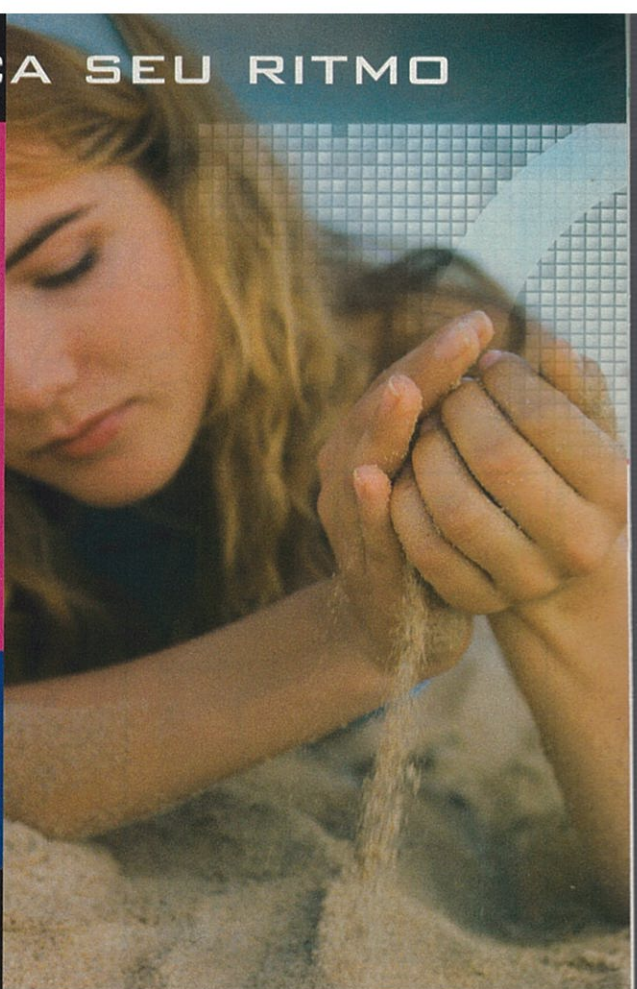
CRIE SUA FORMA, FAÇA SEU RITMO

Criamos e desenvolvemos tudo em
FITNESS e MODA PRAIA



LokaMaluka

beachwear & fitness



Distribuímos para todo Brasil e exterior

www.lokamaluka.com.br
lokamaluka@lokamaluka.com.br



www.barvivo.com.br

**FAÇA A FESTA DE SUA ACADEMIA NO
MELHOR ESPAÇO DA VILA OLÍMPIA!!!!**

BAR VIVO IN MOTION!

**2 PISTAS DE DANÇA, DJ'S, AS MELHORES BANDAS DE
POP ROCK NACIONAIS E INTERNACIONAIS, DRINKS**

ESPECIAIS, CAMAROTE VIP. INFORMAÇÕES:

WWW.BARVIVO.COM.BR FONE:(11) 3045-1014

ASSESSORIA DE IMPRENSA E MARKETING:

VANESSA HADDAD(11) 82818162

VANESSA@BARVIVO.COM.BR



SALÃO PRINCIPAL
VISTA DO BAR



PISTA DE DANÇA



SALÃO PRINCIPAL
VISTA DA RECEPÇÃO



CAMAROTE

POR ONDE ANDA SUA MEMÓRIA?

Foto: Divulgação



Por onde anda a sua memória?

Saiu, foi dar um passeio e ainda não voltou? Ou você não se lembra de onde a deixou?

Todos os dias somos bombardeados por novidades, novos produtos, nova moda, novos lugares, novas pessoas, notícias em jornais, televisão, internet, etc... E, quando mal nos damos conta, aparecem aquelas frases: "Que dia é hoje?", "O que eu tinha que fazer hoje?", "Já vi essa pessoa em algum lugar...", "Será que eu tomei o remédio?", ainda que exista a memória do telefone celular, a agenda, aqueles adesivos amarelos (LEMBRETES).

Durante nosso aprendizado, vamos desenvolvendo dispositivos de atenção, seleção e armazenamento de

informações. Para isso, o ser humano faz uso dos seus cinco sentidos:

Visão: delimitar tamanho, forma, cor, aspecto....

Audição: grave, agudo, forte, fraco, irritante, alegre...

Tato: mole, duro, liso, macio...

Olfato: suave, forte, ruim, gostoso....

Paladar: doce, salgado, azedo....

Tente imaginar-se na praia... Como está o mar? Como está o tempo? Lembre-se do cheiro do mar, do barulho das ondas, da sensação da areia nos seus pés, o toque da água, seu gosto...

Parece incrível que, mesmo estando longe da praia, nosso cérebro consegue montar um cenário perfeito e muito pessoal com o tema praia. Porque o seu cenário pode ser muito diferente de seus amigos.

De qualquer forma, é possível perceber que, quanto maior for o número de informações sensitivas que temos sobre determinado assunto, muito mais facilmente ele será lembrado.

No dia-a-dia, lidamos com muitas informações, e nosso cérebro precisa definir prioridades, o que precisa ser guardado, o que você só vai usar por um instante e o que você não precisa arquivar.

Exemplo: para lembrar nomes das pessoas, normalmente, fazemos

algumas associações visuais e as registramos junto ao nome e salvamos no nosso arquivo. Quando encontramos a pessoa novamente, mandamos os registros: alta, loira, olhos castanhos, óculos. Pane total! Ora, quantas pessoas você conhece com esse perfil?...

Use estratégias, ou seja, adicione informações. Primeiro pense que você precisa lembrar o nome da pessoa, depois some outros aspectos como cheiro, toque das mãos, o tom da voz, forme frases ou faça correlações com o cargo ou a função que ela ocupa, e, no fim do dia, remonte isso em sua memória e associe novamente ao nome da pessoa.

A dica é: **use mais os seus sentidos.** Faça com que eles o auxiliem no dia-a-dia, experimente brincar com os sentidos.

Exemplo: Ao entrar em casa, não acenda a luz, tente fazer o que você faz normalmente, como ir até a sua secretária eletrônica, pendurar o casaco, mas sem utilizar a visão.

Mude o caminho para chegar em casa, aprecie a paisagem das outras ruas, o cheiro, as pessoas.

Mude sua rotina e comece a exercitar conscientemente sua memória. Quem sabe, assim, ela não desaparece mais! ●

Marisa Mizrahi Farber
Tel-36648785 -36677150
E-mail - farber@uol.com.br

Atualize sua

Avaliação Física

Com a nova versão do software mais vendido no mundo

PHYSICAL TEST 6.0

Agora com teste para piscina



Principais Recursos Novos

- **Análise Postural Fotográfica.** (1)
- **Análise da Flexibilidade com Fotos.** (2)
- **Envia Relatórios Reais por e-mail.**
- **Novos Protocolos p/ Cardiorrespiratório.**
- **Cálculo de Vo2 Previsto.**
- **Cálculo da Zona Alvo de Trabalho.**
- **Cálculo do Déficit Aeróbio.**
- **Mais de 130 Protocolos p/ Composição.**
- **Sugestão Automática de Protocolos.** (4)
- **Permite incluir novas equações.** (4)
- **Controla Avaliações por Avaliador.**
- **Controle de Reavaliações.**
- **Relatório de Avaliações Realizadas.**
- **Formulários p/ Coleta de Dados.**
- **Novos Gráficos, Relatórios** (3)
- **Ajuda Fotográfica com explicações para dobras, diâmetros e circunferências.** (5)
- **Promoção de Atualização a partir de 3 x R\$ 87**
- **Consulte promoções especiais da versão 6.0**

- **Outras Versões do Physical Test em Promoção:**
- **V1.0 = R\$ 99, V2.8 = R\$ 187, V3.4 = 4x R\$ 87,**

- **Administração de Academias:**



CAD 2 = 7x R\$ 99
CAD 3 = Consulte!

- **Softwares p/ Personal, Musculação e Nutrição.**

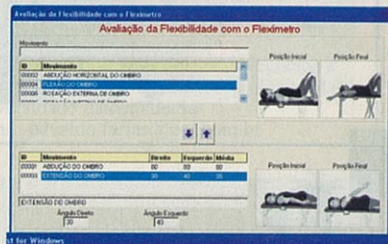


A partir de R\$ 297
ou 5 x de R\$ 63

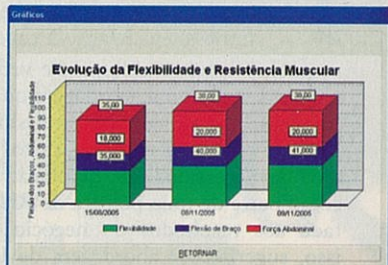
(1)



(2)



(3)



(4)



(5)



TERRAZUL SOFTWARE



005511 32729305 - www.terrazul.com.br

11.000 Clientes e mais de 1.500 academias em 12 anos.

MUDANÇA DE ATITUDE: UMA NECESSIDADE ESTRATÉGICA

PARTE II

Foto: Divulgação



Perguntávamos, na última edição, como estávamos no segmento Fitness, em relação à capacitação profissional, sob o enfoque de vendas, sinalizando para uma abordagem que transformasse a totalidade dos profissionais na força de vendas da empresa, certo? Falávamos da necessidade de qualificar pessoas como parte de uma política de RH, orientada aos resultados do negócio e, para isso, sugerimos a abordagem de 10 (dez) disciplinas que deveriam estar presentes no processo de vendas, garantindo, com isso, crescimento e prosperidade do negócio, lembra-se? Então vamos às primeiras 5 (cinco) delas:

1) INOVAÇÃO - diferente de modismos, nos negócios em fitness, é essencial inovar continuamente como forma de crescer, transformando esta prática em rotina da empresa que precisa ser vista como uma "fábrica de inovações" constantes, aos olhos dos clientes, de modo a gerar neles uma percepção sobre melhorias contínuas, ainda que eles desconhecem em que área tais inovações acontecerão. Tal característica tem relação direta com uma **política de investimento em pesquisas**, tanto em relação à própria gestão do negócio, como também nos diferentes serviços que oferece, fazendo com

que a empresa seja vista sempre como sinônimo de modernidade e atualização do conhecimento relacionado aos serviços em saúde oferecidos aos clientes. Empresas fitness deveriam assumir, como regra básica, um compromisso constante com a inovação, não somente em relação a equipamentos e recursos materiais, mas também, e principalmente, nos seus processos e profissionais, gerando nos seus clientes uma percepção de que há um "algo mais" em relação à concorrência.

2) IDENTIDADE - da mesma forma que investir em inovações é fator estratégico em empresas competitivas, cujos serviços tornaram-se commodities, é preciso que o pacote de diferenciais oferecidos seja percebido pelo cliente como algo que tem a ver "particularmente" com ele. Das cores escolhidas na pintura dos ambientes, da comunicação visual nas áreas comuns à disposição dos equipamentos, tudo deve levar o cliente a perceber-se como centro das atenções de quem lhe vende os serviços, pelos quais está pagando. É fundamental criar uma relação de aproximação com este cliente, de tal forma que sua empresa seja um lugar onde ele sinta prazer em estar, não necessariamente consumindo, mas convivendo. Em síntese, qualidade, quantidade, personalização e satisfação: ingredientes de uma receita que tem o sabor da lucratividade e da fidelização.

3) ÉTICA - em um momento como o atual de nosso país, em que boa parte das instituições experimenta uma crise, tanto de suas práticas quanto de seus conceitos e valores, destacamos a valorização pelos clientes da ética como sendo um retrato das empresas e seus produtos/serviços, de modo que não haja dúvidas quanto às práticas dessas instituições. Um número crescente de empresas e consumidores procura conhecer, cada vez com maior nível de detalhes, o modus operandi de parceiros, fornecedores e até mesmo de prestadores de serviços, entendendo tal ação como estratégia preventiva de serem vinculados às práticas pouco recomendáveis sob ponto de vista moral, ou mesmo sob a perspectiva ambiental e social. Recente pesquisa reali-

zada pelo Instituto Akatu, com aproximadamente mil (1000) pessoas, demonstrou que os parâmetros mais valorizados pelos consumidores são, atualmente: a) defesa e preservação do meio ambiente, b) reciclagem de materiais, c) contribuição regular para obras sociais, e d) apoio a campanhas para erradicação de práticas condenáveis, como, por exemplo, o trabalho infantil. No mundo fitness este sentimento pode ser sinônimo de uma visibilidade atrelada a práticas lícitas, transparência, sintonia de propósitos entre diferentes profissionais e um distanciamento infinito de tudo que se relacione com a negação do negócio que é saúde e bem estar.

4) CONVENIÊNCIA - da mesma forma que há clientes com interesses diferentes e em diferentes circunstâncias e lugares, é absolutamente necessário saber que é preciso estar presente aos seus olhos se o interesse for vender algo para eles. Assim, e corroborando o que nos diz Venlioles (2005), estar acessível tanto aos clientes efetivos quanto aos potenciais é fator de sobrevivência do negócio em um mercado em que tudo é facilmente encontrável e materialmente semelhante. O uso de canais alternativos é, hoje, estratégia indispensável para a manutenção da carteira de clientes ou para a sua expansão, incluindo aí, também, a retenção e conseqüente fidelização, o que significa dizer, por exemplo, que no segmento de serviços de entretenimento, estar fora da internet é sinônimo de estar fora do mercado. Mas e as empresas do segmento fitness? Como lidam com este cenário? Qual é o nível de utilização das tecnologias da informação a serviço dos negócios? De uma forma geral observamos que ainda não há uma visão das reais possibilidades quando o assunto é venda de serviços fitness. De uma forma geral, observamos que a rede mundial de computadores ainda tem-se prestado apenas ao universo da divulgação, não permitindo, assim, a aproximação desses serviços ou a criação de sensações que levem nossos clientes a uma mudança de atitudes, o que, de acordo com Kotler e Armstrong (2002), em seus estudos sobre o Comportamento do Consumidor, levamos a não desempenhar sequer o papel de

iniciadores no processo de compra, e, muito menos, o de **conscientizadores**, quando se trata do lançamento de novos produtos/serviços.

5) VISÃO PANORÂMICA DO NEGÓCIO – considerando a premissa de que empresas são organismos vivos com elementos interdependentes, não sendo apenas um CNPJ, mas uma reunião de CPF's, ao se pretenderem competitivas, devem ter na sua equipe de vendas uma sintonia direta a tudo que se relacionar tanto com o negócio em si quanto com o contexto no qual está inserido. Conhecer a estratégia global da empresa, estabelecer interfaces estreitas com as diferentes áreas da organização e, sobretudo, estar sintonizado com as tendências de consumo e hábitos dos clientes é, nos dias de hoje, condição determinante da continuidade ou extinção. Assim, de pouco adiantam setores com expertise e conectados ao core business da organização serem vizinhos de outros, descomprometidos com os resultados pretendidos e sem identidade com eles, fazendo com que a soma de seus esforços seja sempre uma subtração de energia, produzindo muito mais calor do que luz. No mundo fitness temos observado casos em que a desinformação, em relação ao negócio, chega a pontos críticos, com

treinamentos sobre aspectos corporativos setorializados e geradores de "ilhas-excelência" em "arquipélagos de desinformação e pouca conectividade", fazendo com que, dependendo de quem atende ao cliente, a informação tenha ou não sentido. Assim, o que estamos dizendo não é que tudo tenha que ser **feito** por todos, mas, sim, **conhecido** por todos, já que a organização é uma só.

No próximo número apresentaremos as últimas 5 (cinco) disciplinas, mas desde já deixamos você diante do desafio de começar a fazer acontecer desde já na sua empresa. Até lá !!!

REFERÊNCIAS:

CARLZON, J. **A Hora da Verdade**. SP: Campus, 1997.

CALVIN, J. **O Novo Manual das Boas Vendas**. In: Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios. No. 198, Julho de 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevier 2004

EBOLI, Marisa. Desenvolvimento das

pessoas e a educação corporativa. in: **As pessoas nas Organizações**, Vários autores. São Paulo: Editora Gente, 2002

FARIAS, E. de, **Atendimento a Clientes: Uma Questão de Relações Interpessoais**. Material Didático da Disciplina Gestão de Negócios em Educação Física. Curso de Educação Física – Universidade Estácio de Sá, 2000. Disponível em: <http://www.edvaldodefarias.pro.br>

_____. **Gestão da Qualidade na Prestação de Serviços em Cenários de Alta Competitividade**. RJ: Sprint, 2004.

KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 7a ed. RJ: Prentice-Hall do Brasil, 2002.

VENLIOLES F. M. **Manual do Gestor de Academias**. RJ: Sprint 2005. ●

Edvaldo de Farias
Coordenador do Laboratório de Negócios e Empreendedorismo em Educação Física da Universidade Estácio de Sá
e-mail: edvaldo.farias@uol.com.br

SUMMER PACK

Summer Pack é uma bolsa impermeável que possibilita usar seu celular para discar, falar, tirar fotos e filmar mesmo estando na água.

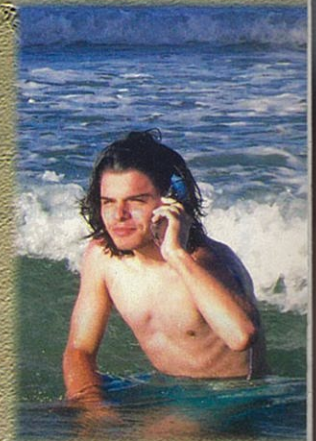
Ideal para **professores e alunos** de academias de **natação/hidroginástica** ou para uso em praias e clubes.

**Pode ser totalmente personalizado,
ficando com a cara da sua academia!**

WWW.SUMMERPACK.COM.BR

SUMMERPACK@SUMMERPACK.COM.BR

Acesse e adquira o seu! Despachamos para qualquer lugar do Brasil.



GANHADORES DO SHOW DE PRÊMIOS

SORTEIO REALIZADO EM 12/12/2005

Foi realizado no dia 12 de Dezembro de 2005, o sorteio dos ganhadores do 1º "Show de prêmios revista Empresário Fitness". O sorteio foi realizado na PROVAIDER SOLUTIONS e teve o apoio das empresas : FITNESS SCHOOL / RIGHETTO/ OUTFITMIXX

1º Prêmio

Nome: **José Roberto Cardoso**
Academia: **Academia Alta Energia**
Cidade: **Belo Horizonte - MG**
Prêmio: **Catraca + Sof. + Prog. de Gerenciamento**

2º Prêmio

Nome: **Willy Coca**
Endereço: **Rua Floresto Bandecchi, 479 ap 4 bl B**
Cidade: **São Paulo**
Prêmio: **Banco de Supino**

3º Prêmio

Nome: **Renato José da Silva Oliveira**
Endereço: **R: Juiz Alexandre Martins de Castro Fillo, 206 ap 601**
Cidade: **Vila Velha-ES**
Prêmio: **Barra Grande de Supino**

4º Prêmio

Nome: **Rachel Resende**
Academia: **RR Centro Feminino de Fitness**
Cidade: **Belo Horizonte - MG**
Prêmio: **Barra de Triceps + Barra de Supino**

5º Prêmio

Nome: **Sergio Henrique de Melo Ferreira**
Academia: **Mega Sports Comercio Ltda**
Cidade: **Juiz de Fora - MG**
Prêmio: **Barra de Triceps + Barra de Supino**

Se seu nome consta da lista acima e ainda não foi contatado por nós, por favor entrar em contato pelos fones:

(11)3828-0473 / (11)3822-2275 ou através dos e-mails:
atitude.editora@uol.com.br atitude.andré@uol.com.br ●



EMPRESA Nº 1 EM REFORMAS DE APARELHOS DE MUSCULAÇÃO COM MAIS DE 120 ACADEMIAS REFORMADAS

Exemplos de Aparelhos Reformados: Antes e Depois

Completa linha de acessórios e aparelhos novos

Solicite uma visita sem compromisso tanto para reforma como para manutenção



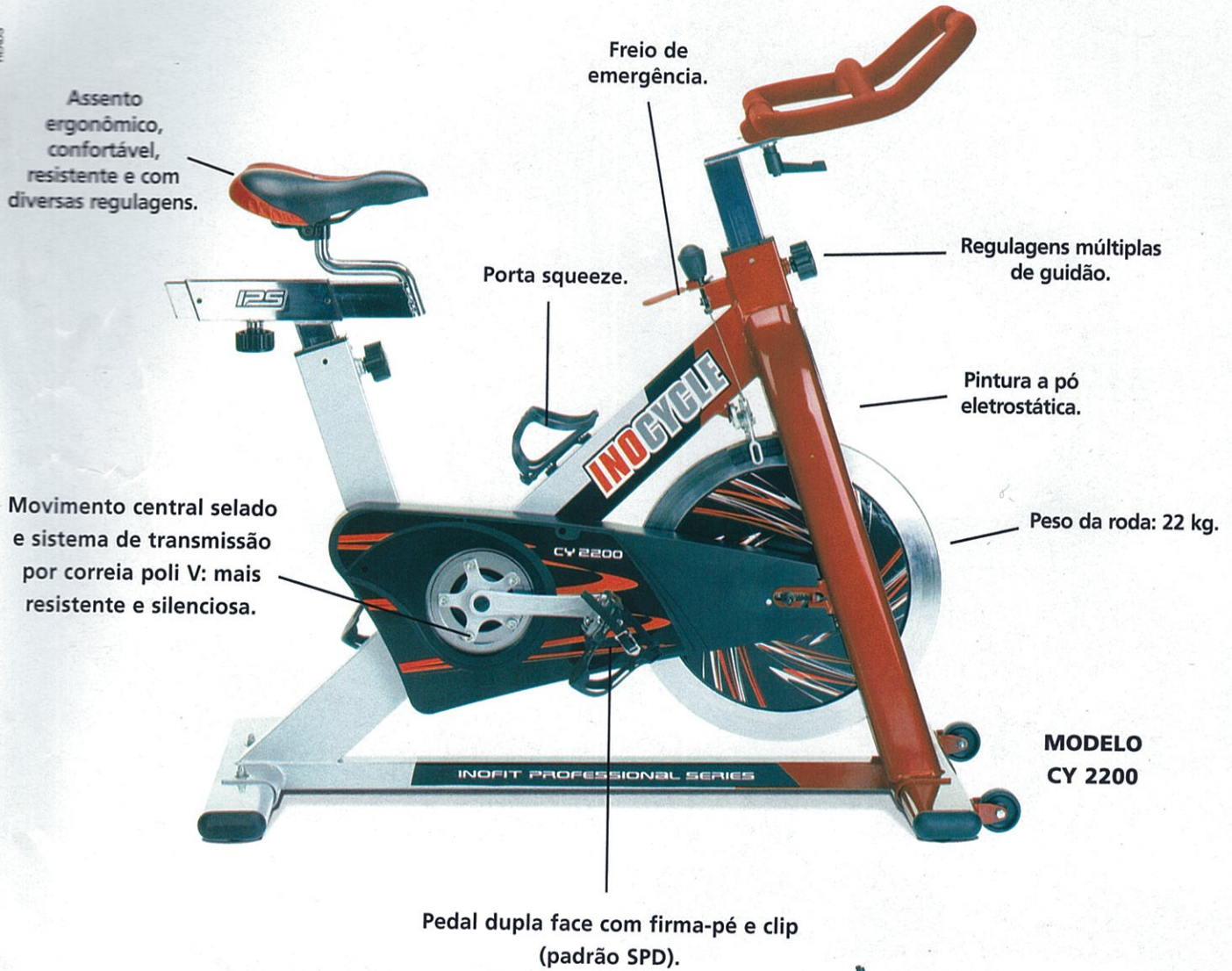
Kit Completo de Tatamis

Material completo para boxe

Step Modular

NOVA BIKE INDOOR INOCYCLE SUNDOWN. UMA MARCA PARA SUPERAR TODAS AS OUTRAS.

HEADS



Fotos meramente ilustrativas. Devido à constante atualização tecnológica, os produtos Sundown podem sofrer alteração sem prévio aviso.

GARANTIA DE 1 ANO
E ASSISTÊNCIA TÉCNICA
EM TODO O BRASIL

OS MAIS COMPLETOS ITENS DE SÉRIE.

CONHEÇA A LINHA COMPLETA INOFIT: ESTEIRAS, BIKES E ELÍPTICOS PROFISSIONAIS.



INOfit Profissional. Inovação em movimento.



Alta performance
é isto: mal chegamos
e já somos sucesso
de vendas.



Nova Linha Residencial Movement
Perform. Alta performance nos
exercícios, dentro de casa.

• Uso facilitado do painel: em stand by mostra a hora e a temperatura do ambiente. Em funcionamento, mostra o tempo de exercício, velocidade, carga, pulso (frequência cardíaca), distância e calorias • Sensor de handgrip para monitoração cardíaca, dispensando o uso da tradicional cinta

3 ANOS DE GARANTIA*

- Silenciosa e suave (rolamentos nas articulações que evitam o desgaste do produto)
- Robustez (capacidade para 120 kg)
- Resistência magnética (visualização do nível de carga no display)



Movement

Brudem



* Garantia limitada. Ver condições no termo de garantia e manual de instruções do equipamento.