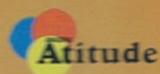


REVISTA

# EMPRESÁRIO

Ano V - nº 27 - 2007

*Fitness & Health*



## **Arquitetura** *de Resultados*

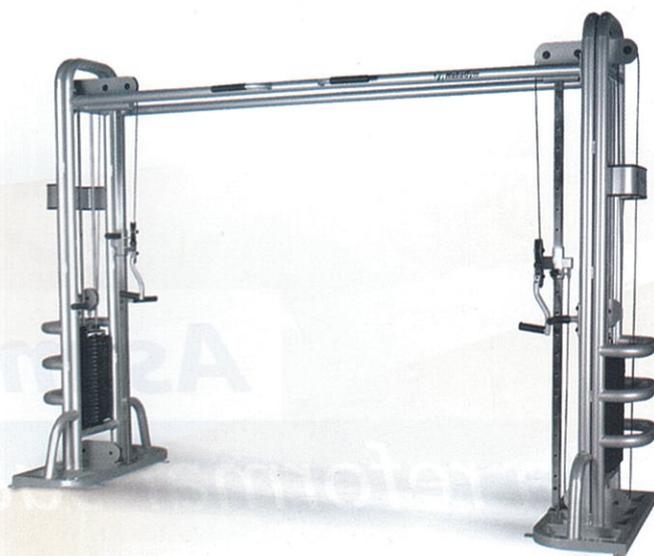
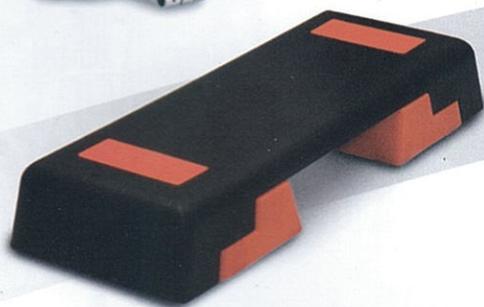
Por Patricia Totaro

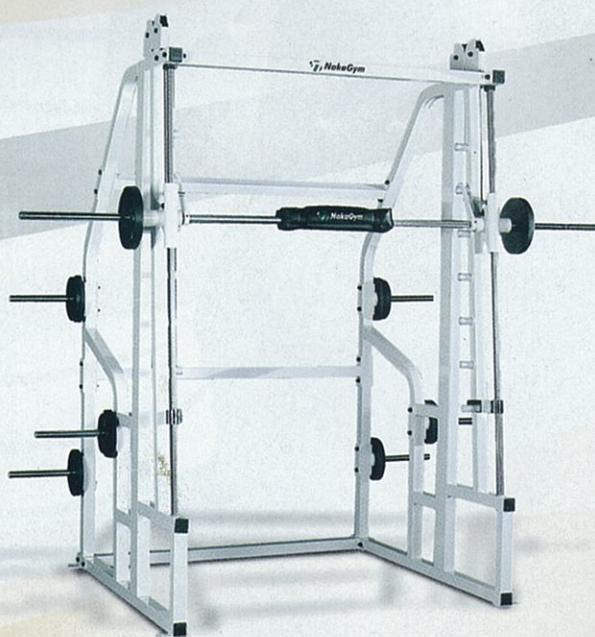
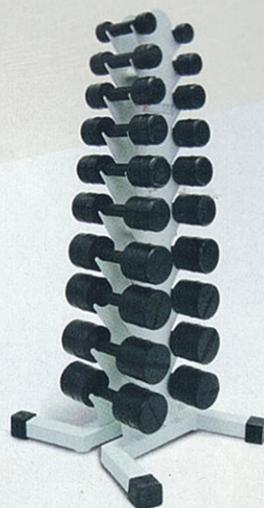
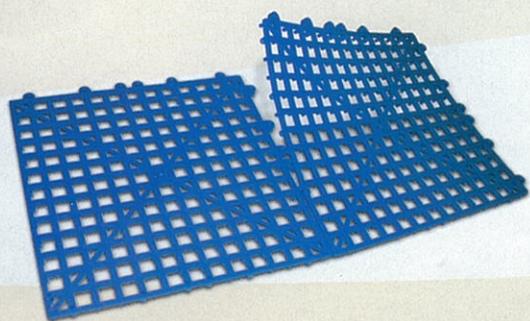
***As melhores dicas***

*para reformar sua academia*

# Saúde na sua medida

A Maktub atua no mercado de fitness com uma linha completa de equipamentos, acessórios e pisos para atender todas as necessidades de seus clientes. Desde grandes academias até projetos menores para residências, condomínios e hotéis, a Maktub oferece uma consultoria completa com soluções perfeitas e na medida certa para o seu empreendimento.



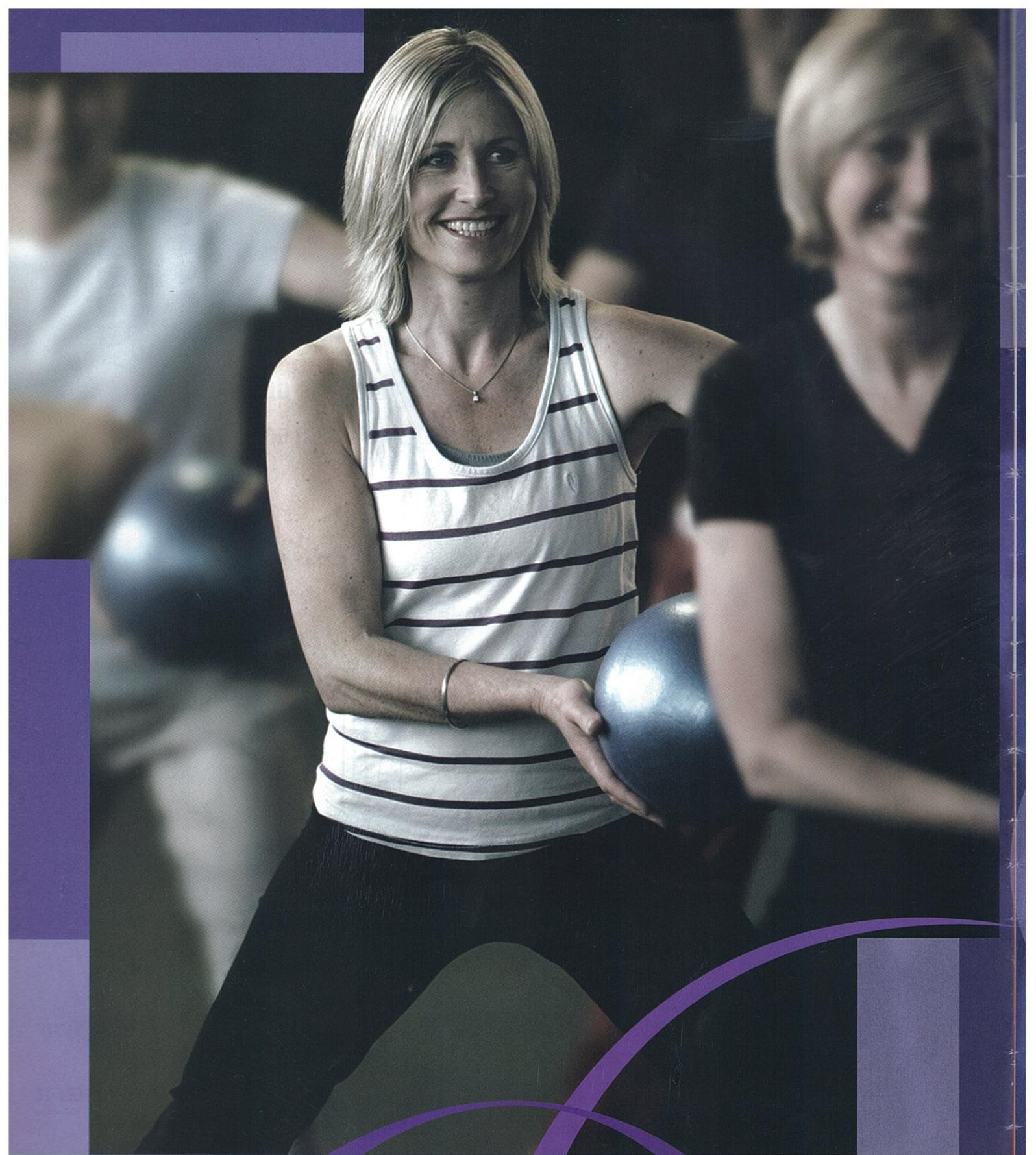


  
**NakaGym**  
equipamentos para musculação

 **Movement**  
Brudden

 **maktub**  
construindo saúde

Rua Dr. Mario Vicente, 1248 • São Paulo - SP • Tel.: 11 5068 2000 • [www.maktubfitness.com.br](http://www.maktubfitness.com.br) • [maktub@maktubfitness.com.br](mailto:maktub@maktubfitness.com.br)



  
**PUMA**  
pumarunning.com

AGUA MINERAL  
**SCHINCARIOL**

*PlusVita*  
**PULLMAN**

# BODY VIVE™

ALEGRIA  
DE VIVER BEM



Estudos da IHRSA confirmam que o público acima de 55 anos já é o de crescimento mais rápido nas academias. Em menos de duas décadas, cresceu **353%** nos EUA - de **1.5 milhão de clientes** em 1987 para **6.8 milhões** em 2003 e, em 2005, o número chegou a **10.2 milhões (+50%)**. Hoje, mais de **25%** de todos os clientes de academias estão na faixa acima dos 55 anos.

Acesse o site da Body Systems e saiba mais sobre o **BODYVIVE®**.



**Body**  
Systems  
LatinAmerica  
WWW.BODYSYSTEMS.NET



# A Cerâmica do Pan Rio 2007

ARENA MULTIUSO

ESTÁDIO DO MARACANÃ

CENTRO ESPORTIVO  
DEODORO

ESTÁDIO DE REMO DA  
LAGOA

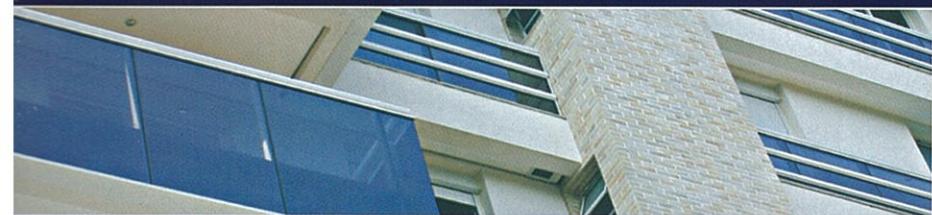
PARQUE AQUÁTICO  
MARIA LENCK

PARQUE AQUÁTICO  
JULIO DELAMARI

ESTÁDIO OLÍMPICO  
JOÃO HAVELANGE



COLEÇÃO ARQUITETURA NATURAL



COLEÇÃO LOFT



COLEÇÃO COMBICOLOR



COLEÇÃO INDUSTRIAL



COLEÇÃO PORCELLANATO



COLEÇÃO PISCINA



QUEM MAIS ENTENDE  
DE VITÓRIAS INDICA  
QUEM REVESTE AS  
MELHORES PISCINAS



Olimpíadas com Piscinas Gail:

Melbourne 1956

Munique 1972

Montreal 1976

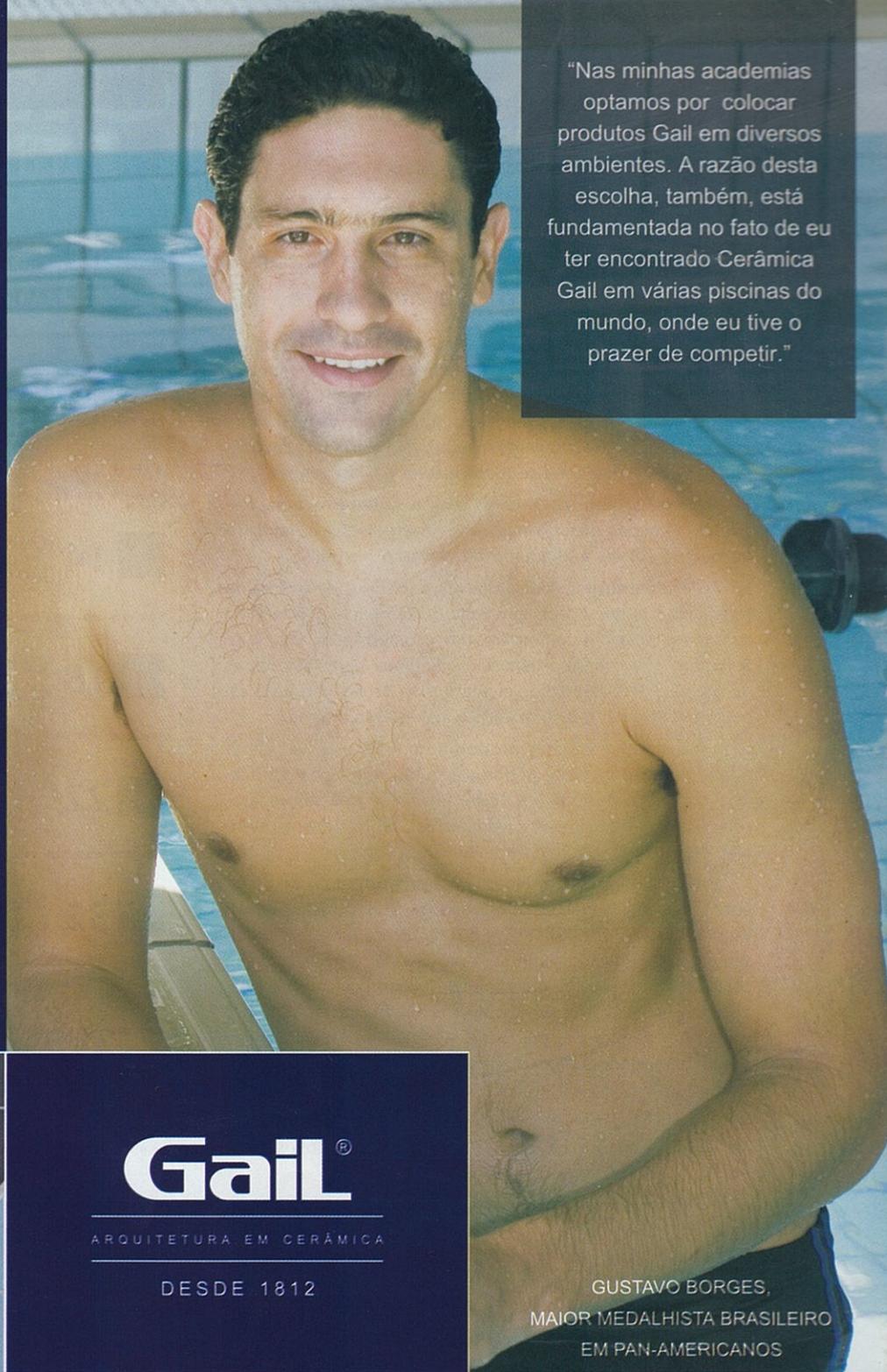
Moscou 1980

Seul 1988

Barcelona 1992

Sidney 2000

"Nas minhas academias  
optamos por colocar  
produtos Gail em diversos  
ambientes. A razão desta  
escolha, também, está  
fundamentada no fato de eu  
ter encontrado Cerâmica  
Gail em várias piscinas do  
mundo, onde eu tive o  
prazer de competir."



**Gail**<sup>®</sup>

ARQUITETURA EM CERÂMICA

DESDE 1812

GUSTAVO BORGES,  
MAIOR MEDALHISTA BRASILEIRO  
EM PAN-AMERICANOS

Pan Rio 2007



Coleção  
**Piscina**

SAC (55) 11 6423 2645 | WWW.GAIL.COM.BR

## Editorial

### O momento certo para se fazer a reforma da sua academia

**E**stamos no outono e a caminho do inverno. Antes de explicar porque nos meses entre maio e junho é o momento certo para se fazer a reforma da sua academia, gostaríamos de trazer para os nossos leitores algumas curiosidades sobre esse período, conhecido como inverno, que esfria um pouco a procura de pessoas para se matriculem nas academias.

Não sei se muitos sabem, mas o inverno é uma das quatro estações do ano nas zonas temperadas e, aqui no hemisfério sul ele é chamado de "inverno austral".

O "inverno austral" tem início com o solstício\* de inverno no hemisfério sul, que ocorre por volta de 21 de junho, e termina com o equinócio\* de primavera, que acontece perto de 23 de Setembro nesse mesmo hemisfério. Engloba parte dos meses de Junho, Julho, Agosto e Setembro. Isso ocorre porque o sol bate em outro hemisfério quando o seu está no inverno.

Então já que estamos no outono e mais uma vez caminhando para o inverno, período esse tão difícil para as academias, esse é o momento certo das academias se prepararem e planejarem idéias e campanhas tanto para a retenção, quanto para atrair novos alunos.

Uma das idéias é a reforma, é a reestruturação do ambiente "academia" através da arquitetura e decoração, envolvendo ai tudo que é visual dentro de uma academia, seguindo sempre a orientação de um bom profissional. Pensando assim convidamos nossa já conhecida e conceituada colunista e colaboradora Patrícia Totaro a escrever a matéria de capa com o título "Arquitetura de resultados". A matéria está fantástica, muito bem elaborada e com certeza com todos os pontos sobre reformas e decoração esclarecidos para você leitor.

É claro, como sempre, outras matérias dos nossos colunistas. E pra essa edição apresentamos dois novos colunistas, Adriana Morbin e Antônio Gandra.

- Solstício é definido pela astronomia como o momento em que o Sol, durante o seu movimento aparente na esfera celeste, atinge o seu maior afastamento, em latitude, do equador.

- Equinócio é definido pela astronomia como um dos dois momentos em que o Sol, em sua órbita aparente (como vista da terra) cruza o plano do equador celeste.

- A palavra equinócio vem do latim e significa "noites iguais".

Boa leitura !!!

**Equipe Empresário Fitness ●**

**Acesse nosso site**

**[www.revistaempresariofitness.com.br](http://www.revistaempresariofitness.com.br)**

**E-mail: [atitude.editora@uol.com.br](mailto:atitude.editora@uol.com.br)**

**Endereço para correspondência:**

**Rua Brigadeiro Galvão, 34 - sala 01**

**Barra Funda - São Paulo / SP - CEP 01151-000**

## Índice

**10** Consultoria - Jorge Gonçalves  
Relacionamento, a nova moeda do mundo

**12** Consultoria / Equipe - Marynês Pereira  
O que os alunos esperam de vocês, professores

**14** Consultoria - Adriana Morbin  
Lazer? Rotina? Ou rotina de lazer?

**18** Consultoria - Antonio Gandra  
O amanhã do fitness

**22** Capa - Por Patricia Totaro  
Arquitetura que dá resultados

**32** Musculação - Prof. Victor Machado Reis  
Suplementação para Hipertrofia Muscular - Parte 2

**34** Manutenção - Prof. Almir Facchinatto  
Dicas de manutenção cromo duro



**EXPEDIENTE**

**REVISTA EMPRESÁRIO**  
Fitness & Health

A revista **Empresário Fitness & Health** é uma publicação bimestral da Atitude Editora Ltda.

Ano V - Edição nº 27 - 2007

Executiva Administrativa - Vivian Ingrid Ignácio

Editor Responsável - Romeu Gomes Paião Junior

Assistente Editor - Eduardo Henrique

Diagramação - Lilian Fernandes

Capa - Academia Monday / Fotógrafo Daniel Monteiro

Redação e Publicidade

Atitude Editora Ltda. - [atitude.editora@uol.com.br](mailto:atitude.editora@uol.com.br)

Rua Brigadeiro Galvão, 34 - sala 01 - Barra Funda - São Paulo / SP

CEP: 01151-000 - Fone: (11) 3822-2275 - Fax: (11) 3828-0473

Fotolito e impressão: Supergráfica

Tiragem de 12.000 exemplares - Distribuição Nacional

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

# Solution

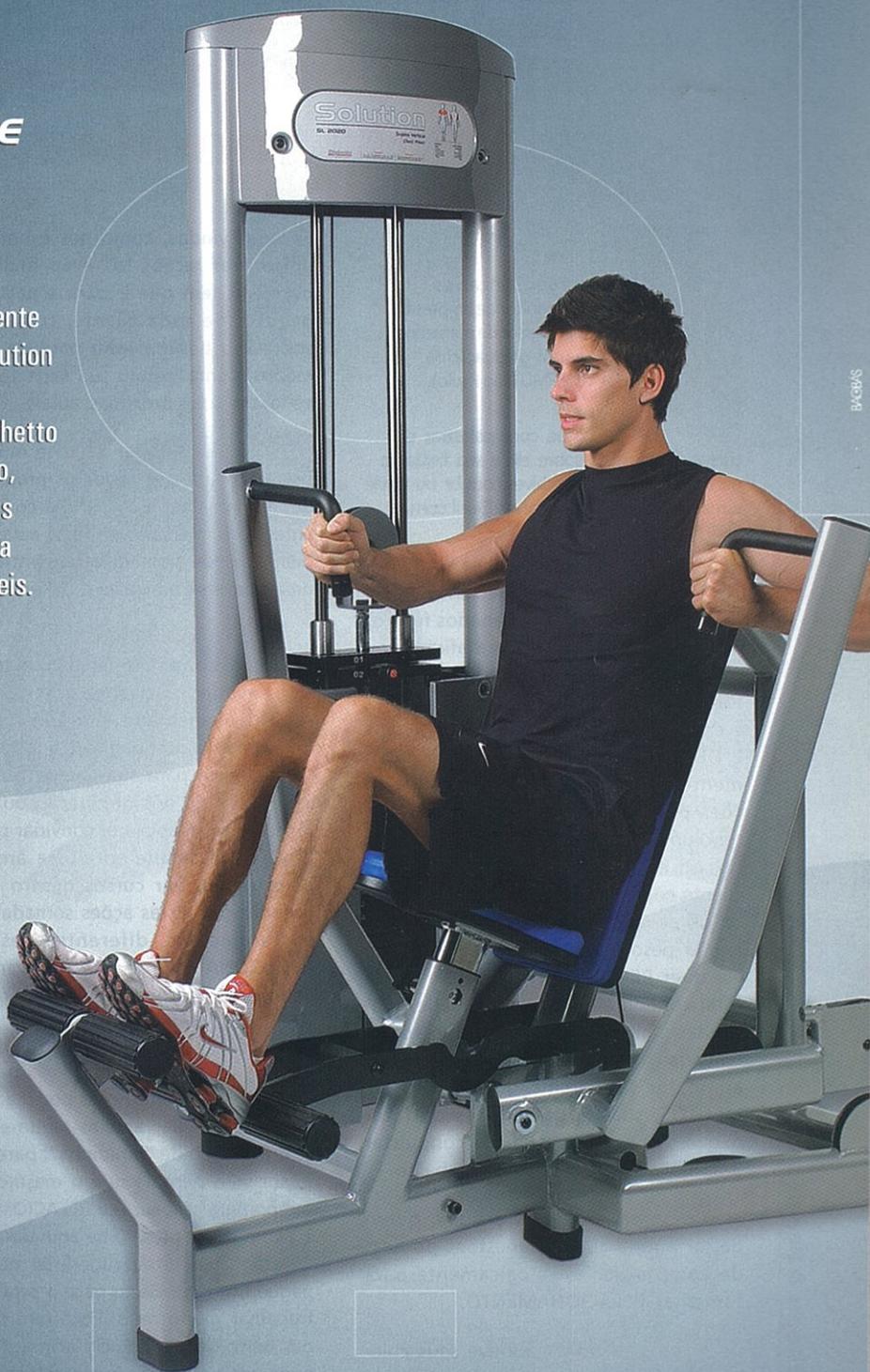
**Righetto**  
FITNESS EQUIPMENT

## Porque não há limite para tecnologia

A Righetto usa a tecnologia em busca da excelência e para tanto investe constantemente em pesquisa e desenvolvimento. A Linha Solution é resultado deste empenho e dedicação e constata a freqüente preocupação que a Righetto tem em aliar tecnologia de ponta ao conforto, segurança e estabilidade de quem utiliza seus equipamentos. Este equilíbrio confere à Linha Solution desempenho e estética incomparáveis. Compare e comprove.

## Exclusivo

Sistema de amortecimento de placas da bateria de peso proporcionando excelente redução de ruído.



BR/04/05

**STAR TRAC**

Distribuidor exclusivo

**Righetto**  
FITNESS EQUIPMENT



Spinner® Pro



Spinner® Elite



Spinner® NXT

## Relacionamento, a nova moeda do mundo



Jorge Gonçalves é consultor de empresas e professor de marketing na pós-graduação da UNIFMU (São Paulo).

Atua com palestras e cursos. Saiba mais sobre ele e seu trabalho no site [www.jorgegoncalves.com.br](http://www.jorgegoncalves.com.br) ou envie e-mail para [jjjorgegoncalves@uol.com.br](mailto:jjjorgegoncalves@uol.com.br).

Quero compartilhar com você uma visão, que talvez possa modificar os cenários futuros de nosso mercado. Arrisco a afirmar inicialmente, que estamos em plena transformação, saindo do mercado do fitness e entrando para o de ENTRETENIMENTO E QUALIDADE DE VIDA. Alguns movimentos evidentes destas transformações precisam ser criteriosamente entendidos para que possamos modificar nossas estratégias de atuação. Nosso cliente não nos procura hoje, com o único objetivo de fazer atividade física e perder peso ou ganhar massa muscular, ele quer RELACIONAMENTO; ele busca estar contido em uma comunidade, conquistar amigos num novo grupo social, conversar com pessoas interessantes, aumentar seu círculo de RELACIONAMENTOS, suas possibilidades de fazer negócios ou até mesmo de conquistar uma nova oportunidade de trabalho.

Como em todos os artigos, quero deixar aqui algumas sugestões práticas de como atuar estrategicamente para fomentar RELACIONAMENTO.

**Faça o simples,** motive seus colaboradores a sempre iniciar sua jornada cumprimentando os amigos de trabalho; um aperto de mão, um beijo, tem que necessariamente ser dado; não vale acenos de mão ou sorrisos a distância; este "ritual" deve fazer parte da rotina diária de cada um.

**Cumprimentar** ao início de cada aula, recebendo o cliente com um belo sorriso, um aperto de mão e uma frase

de boas vindas, como por exemplo, "é um prazer recebê-lo" e ao finalizar, o professor tem que ir para a porta, despedir-se de cada cliente, comentando sobre seu desempenho naquele treinamento e enfatizando sua expectativa de vê-lo em suas próximas aulas.

**Motivar o bate papo** é muito importante para que todos os profissionais da academia se RELACIONEM com os clientes. Crie intervalos entre as aulas e ambientes onde possam se encontrar para uma conversa amigável e despreocupada.

**O desenvolvimento intelectual** dos profissionais que ajudam a conquistar e manter os clientes deve ser intensamente fomentado. Crie um fundo de investimento destinando 1 ou 2% de seu faturamento para sua equipe fazer cursos, sejam de pós graduação ou de extensão. Outra opção é convidar profissionais de destaque em nossa área para palestrar ou dar cursos dentro da sua organização. Estas ações somadas a novos ambientes, diferentes pessoas e RELACIONAMENTOS vão motivar novas conquistas e acenar para melhores possibilidades de crescimento.

**Contrate os professores** para atuem de seis a oito horas por dia. O modelo de entregar apenas algumas aulas (o que chamo de "rapidinha") para o professor, não permite que o mesmo tenha tempo para ampliar seu RELACIONAMENTO com os clientes. Cabe aqui uma consideração: não estou sugerindo que você pague um valor baixo para o profissional trabalhar muito mais; você tem que pagar bem, de preferência acima do valor pago em sua praça. A constatação é que quando um profissional tem seu talento reconhecido e é bem pago, torna-se uma pessoa mais feliz que tem tranquilidade para cuidar melhor dos clientes. Você deve estar se questionando de que forma conseguirá pagar mais: com a receita adicional dos clientes que iriam desistir e que a partir desta atuação intensiva de sua equipe, não o farão. Tente colocar o profissional para ter contato com todos os

clientes da academia trabalhando em períodos diferentes, por exemplo, segunda, quarta e sexta manhã e tarde e terça e quinta manhã e noite.

**Aplique a multi disciplinalidade** como critério de atuação. Faça com que os professores atuem em mais de uma área como, por exemplo, na ginástica, musculação e avaliação física ao longo do dia. Isto faz com que o professor se desloque para outros ambientes e se sinta renovado para atuar além de mesclar a intensidade de sua atuação, ora em atividades como uma aula de ginástica que é intensa, ora em uma avaliação que permite um momento de menor desgaste físico.

### Consideração ao professor:

Se você, que está me dando a honra de ler este artigo, é professor e vê nesta abordagem uma "coisa" distante, quero plantar um desafio – vá agora buscar mais informações e competências para atuar em sua profissão; ter apenas a especialidade de ser o "cara" na musculação, por exemplo, não basta no novo momento a que me refiro no início deste artigo; o mercado precisa de pessoas com várias competências e você precisa ser o "cara" da ginástica, da natação, da avaliação, da musculação e se couber mais... Mais.

**Promover atividades de integração,** encontros sociais, caminhadas de final de semana, corridas, viagens para participar de eventos esportivos, ida em grupo ao teatro, enfim RELACIONE pessoas; motive sua equipe a criar oportunidades de apresentar pessoas a pessoas, durante todo o tempo.

Espero que com esta abordagem você se sinta motivado a buscar e a conquistar esta nova moeda. ●

**JG**  
**CONSULTORIA**  
Desenvolvendo valores



# Strong. Smart. Beautiful.

Conheça a nova linha de produtos MATRIX, a união perfeita entre inteligência de engenharia e design inovador.

De equipamentos de musculação a produtos cardiovasculares, a MATRIX tem o que você precisa para atrair o seu cliente.



Os produtos MATRIX são produzidos pela Johnson Health Tech, que desde 1975 desenvolve equipamentos fitness de alta qualidade e hoje é o 4º maior fabricante de equipamentos fitness do mundo com mais de 7000 funcionários e presente em mais de 60 países.



Bicicleta Híbrida H5x



Chest Press S10

Saiba mais sobre os produtos MATRIX:  
Tel (19) 3273 0112  
[contato@johnsonhealthtech.com.br](mailto:contato@johnsonhealthtech.com.br)

ou visite nosso website:  
[www.johnsonhealthtech.com.br](http://www.johnsonhealthtech.com.br)



**Johnson Health Tech Brasil**  
**Tecnologia para o Bem-Estar**

Uma subsidiária da Johnson Health Tech. Co., Ltd.  
Matrix® e Johnson® são marcas registradas  
da Johnson Health Tech. Co., Ltd. e suas afiliadas

# O que os alunos esperam de vocês, professores



Marynês Pereira  
(11) 5087-8872

Consultora e facilitadora, desenvolve treinamentos na área de liderança, motivação, gestão e pessoas. [www.providersolutions.com.br](http://www.providersolutions.com.br)  
[marynes@providersolutions.com.br](mailto:marynes@providersolutions.com.br)

**A**pós entrevistar diversos alunos em academias, chegamos aos seguintes pontos que são muito importantes para manter um excelente relacionamento com eles e propiciar uma carreira de sucesso.

## Conduta professores

1. Respeite os anseios dos alunos, isto é, entender os reais motivos que o levaram a fazer atividade física. Entender que nem todos são atletas ou querem as mesmas coisas.

2. Identifique e ressalte a presença, chamando o aluno pelo nome. Não tem nada pior do que errar o nome, ou, ignorar a presença de um aluno.

3. Promova e incentive a conversação com os alunos. Quando os alunos conhecem outras pessoas eles ficam mais na sua academia. Relacionamento é a ação-chave para Retenção.

4. Corrija o aluno de forma positiva, assertiva e procure oferecer apenas 3 informações corretivas por aula, para que o aluno possa assimilar e entender o

que você está falando. Muitas vezes o professor na ansiedade de corrigir acaba dando informações demais e que muitas vezes fazem o aluno sentir-se inadequado, incapaz e isto poderá promover a sua desistência. Ninguém gosta de ter apenas seus erros ressaltados.

5. Trate todos de forma cortês, educada, não discrimine as pessoas, independentemente de sexo, cor, classe social, etc.

6. Perceba movimentos e atitudes de nossos alunos, principalmente, as que sinalizam pedido de ajuda. Ex.: Aluno parado sobre a esteira e olhando o painel sem conseguir acionar os botões. Aluno circulando pela sala sem se fixar em nenhum aparelho... Ofereça ajuda, imediatamente. Sobrevoe a sala com o olhar de uma águia.

7. Ressalte a presença do aluno que retorna às aulas ou esteve afastado por alguma razão. Diga que sentiu a sua falta, se ele está melhor...

8. Elogie o aluno, em situações que ele demonstre ter atingido os resultados que esperava. Por ex: melhorar performance; aumentar a carga, emagrecer, etc.

9. Mandar e-mail, torpedos, ligação, enfim, crie canais de comunicação com seus alunos e ofereça informações sobre benefícios da atividade física. As pessoas que tem metas e propósitos são

mais perseverantes e buscam atingir resultados, portanto, ficam mais em sua academia.

10. Procure caminhar pela sala, circule o máximo possível, evite ficar mais do que 30 seg no mesmo lugar. Realize correções necessárias, elogie, converse com os alunos, mas evite falar o tempo todo com apenas um aluno. O ideal é falar com uns 20 alunos, ou mais, a cada hora.

11. Procure reduzir ao mínimo possível as conversas paralelas com outro professor durante o momento em que você está na sala cuidando dos alunos. Se for urgente, retirem-se para uma sala em particular.

12. Você deve gostar do que faz e ser um exemplo, contagiando os alunos. Faça o que você fala, só assim terá a confiança de seus alunos.

13. Procure chegar com antecedência de 15 minutos para preparar sala, equipamentos, som, esclarecer dúvidas de alunos, recepcionar alunos. Se possível, fique um pouco mais após o final da sua aula para falar com alunos.

14. Lembre que os alunos são muito importantes... muito mais do que a sua coreografia.

15. Seus problemas pessoais... o aluno não tem nada a ver com isso!

16. Crie um clima de alegria, descontração e sucesso. ● [www.providersolutions.com.br](http://www.providersolutions.com.br)

# Aumente sua retenção • Aumente seus Alunos



Programa de Retenção de Alunos Oficial da IHRSA



Representante Oficial da América Latina

Estas são as primeiras academias a **garantir resultados em 30 minutos, 3 X por semana** aos seus alunos:



Recreio - RJ



Bosque da Saúde - SP



Petrópolis - RJ



Jaraguá do Sul - SC



Santos - SP



Barra da Tijuca/Tijuca - RJ

## Agora você também pode garantir resultados!

• OUTRAS ACADEMIAS PODEM COMPRAR O MESMO EQUIPAMENTO, EQUIPARAR OU BATER SEUS PREÇOS. CHEGA DAS MESMAS PROMESSAS!

• A PARCERIA ENTRE IHRSA E O PROGRAMA DE RETENÇÃO FACE2FACE EXISTE PARA VIRAR ESSE JOGO!

• DISPARE NA FRENTE DE TODOS COM UM SERVIÇO ÚNICO E DE RESULTADOS GARANTIDOS!

• UM SERVIÇO QUE DÁ PARA VOCÊ E SUA EQUIPE TODAS AS FERRAMENTAS E O CONHECIMENTO PARA ENCONTRAR, CONQUISTAR E MANTER MAIS ALUNOS COM UM ÚNICO SISTEMA!

• AUMENTE O TEMPO DE PERMANÊNCIA DOS SEUS ALUNOS E O NÚMERO DE INDICAÇÕES (MEMBER GET MEMBER)!

SEJA UM LICENCIADO FACE2FACE • BIO RITMO!

### DIFERENCIAIS DO FACE2FACE:

- PROGRAMA OFICIAL DE RETENÇÃO DE ALUNOS, RECOMENDADO PELA IHRSA;
- GARANTIA DE RESULTADOS EM 45 DIAS COM TREINOS DE 30 MINUTOS, 3 VEZES POR SEMANA PARA SEUS ALUNOS;
- MARKETING COOPERADO E CAMPANHAS FORMATADAS;
- TREINAMENTOS PARA SUA EQUIPE, PARA PROPORCIAR ORIENTAÇÃO, SUPORTE E ACOMPANHAMENTO CONSTANTE AOS SEUS ALUNOS;
- IMPLANTAÇÃO DE SOFTWARE VIA WEB COM GERENCIAMENTO DE INDICADORES E FERRAMENTAS DE CONTROLES;
- MELHORIA SIGNIFICATIVA NA VISITAÇÃO, CONVERSÃO, FREQUÊNCIA E RETENÇÃO DE SEUS ALUNOS;
- PARA ACADEMIAS COM MAIS DE 1.000 ALUNOS.

CONSIGA TUDO ISSO E MUITO MAIS COM O SISTEMA FACE2FACE EM SUA ACADEMIA E GARANTA RESULTADOS EM ATÉ 45 DIAS OU O DINHEIRO DE VOLTA PARA SEUS ALUNOS.

Para mais informações, entre em contato pelo telefone (11) 3141.0311 ou pelo site [www.retentionf2f.com.br](http://www.retentionf2f.com.br).



## Atividade física na academia: Lazer? Rotina? Ou rotina de lazer?



Profª Ms. Adriana Morbin Pini  
Especialista em Marketing. Graduada em Educação Física

Docente universitária

UNISA - Marketing esportivo e de academias e Lazer comunitário. Diretora da empresa Nova Era Assessoria e Consultoria Esportiva. Mestre em Educação, Arte e História da Cultura. Especialista em Didática. CREF 35216-G/SP MEC n. 92.976-LP

**A** Academia de Ginástica é um espaço específico de Lazer, que é freqüentado por aqueles que tem seus interesses culturais voltados para a prática de movimento corporal, decorrência dos exemplos e oportunidades que tiveram no decorrer da vida. Os outros interesses culturais que concorrem com a atividade física na ocupação do tempo livre são, segundo o sociólogo francês Dumazedier, os interesses manuais, os intelectuais, os artísticos e sociais. O desejo de exercitar-se fisicamente, de colocar-se em forma, é o denominador comum das atividades físicas de lazer, não obstante predomine, para alguns, o interesse estético do movimento no esporte e na ginástica-dança, ou na contemplação da natureza e das pessoas, nas caminhadas. Para uns, há ainda um forte interesse associativo nessas atividades, na medida em que é difícil separar o interesse físico do desejo de estar com o grupo de amigos ou da paquera pura e simples. A caminhada é ainda, para algumas pessoas, a busca da solidão, do prazer de estar consigo mesmo, desde que não se trate de um isolamento socialmente imposto. (Camargo, 98).

O que se espera é que as pessoas sintam prazer ao realizar aquilo que escolheram para preencher o precioso tempo livre, o lazer, que exerce as funções básicas de descanso, divertimento e desenvolvimento humano. Portanto, os espaços de lazer devem estar preparados para os aspectos relacionados tanto aos interesses culturais como para as funções exercidas, promovendo um melhor aproveitamento do lazer. Baseando-se nos conceitos e reflexões apresentados, podemos dizer que só teremos um público fiel aos nossos serviços se conseguirmos proporcionar o prazer de estar em um ambiente de alegria, satisfação e paz. Devemos nos preocupar com o bem estar de todos os que escolheram o nosso estabelecimento para passar as suas horas de lazer. Se, cercarmos os nossos clientes, em busca de novas motivações, podemos pensar em atingir os outros interesses culturais agregando valores como, por exemplo, usar espaços de circulação para eventuais exposições de artistas plásticos, fotógrafos, etc; transformar ou criar um ambiente mais intelectual, longe daquelas aulas super agitadas, com poltronas para leitura, tabuleiros de xadrez e outros, jogos de quebra-cabeça; oferecer espaços abertos com o paisagismo atraente, trazer a natureza para perto com a instalação de viveiros, aquários etc; contratar músicos para ocasiões especiais como "o dia da mulher" ou mesmo para melhorar a demanda em um determinado dia ou horário. Esses aspectos além de serem um diferencial, fazem com

que a rotina seja quebrada e a atividade física atinja os objetivos de lazer.

Sabemos e, orientamos as pessoas para que se habituem a fazer atividade física, porém, o hábito deve estar associado ao prazer e não a rotina que sugere obrigação, pois, corremos o risco de descaracterizarmos a atividade escolhida para preencher o tempo livre aproximando-as das obrigações já impostas pela rotina do trabalho, obrigações sociais, políticas e religiosas, além das necessidades fisiológicas que também são regradas pela rotina diária do nosso organismo. Se pensarmos que grande parte da população que freqüenta academia o faz sempre no mesmo período ou mesmo horário, para que essa atividade se torne cada dia mais atraente, cabe àqueles que estão envolvidos com as estratégias de Marketing, pensarem em seus clientes e ofertarem a eles ambientes agradáveis que se renovam e mudam a rotina, sem deixar de atingir os objetivos de preencher o tempo livre com atividades físicas de lazer que dão prazer e melhoram a qualidade de vida desenvolvendo o indivíduo nos aspectos físico-motor, sócio-afetivo e cognitivo.

Para finalizar devemos entender qual o segmento do ramo de prestação de serviços estamos trabalhando para podermos desenvolver o melhor trabalho. Nosso segmento está diretamente ligado ao Lazer por isso a rotina da atividade física só será positiva se estiver satisfazendo os desejos e necessidades dos indivíduos nos momentos não comprometidos em busca de prazer, alegria e paz. ●



**PRÓ-PHISICAL®**  
APARELHOS A SERVIÇO DE SUA SAÚDE

**17 ANOS**



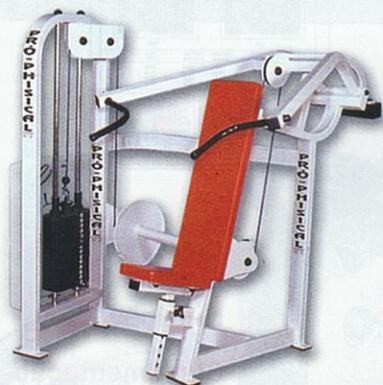
• BANCO EXTENSOR PW-002



• D. Y. ROW ES-063



• FLEXOR VERTICAL HFI-064



• DESENVOLVIMENTO KX-009



• BENCH PRESS HSE-057



• ABDOMINAL COM PESO HS-012

## Economic Line

➔ A PRÓ-PHISICAL É ÚNICA EMPRESA QUE REALMENTE ATENDE A TODAS AS ACADEMIAS!!!

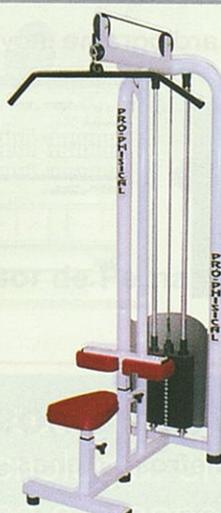
**LANÇAMENTOS  
2007**



• FLEXOR SENTADO EL-004



• LEG PRESS HORIZONTAL EL-009



• POLIA SUPERIOR EL-013



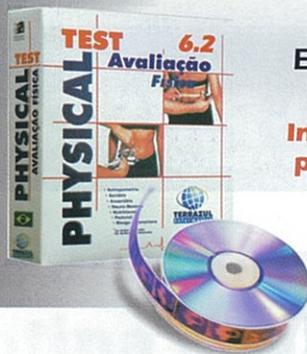
• PECK DECK EL-014

PRÓ-PHISICAL: Rua Rodolfo Alexandre Martinelli, 140  
7.º Distrito Industrial - CEP: 17212-747 - Jaú-SP  
E-mail: [prophysical@prophysical.com.br](mailto:prophysical@prophysical.com.br)  
[pro-physical@uol.com.br](mailto:pro-physical@uol.com.br)  
Homepage: [www.prophysical.com.br](http://www.prophysical.com.br)

FONE/FAX: (14) 3621-1880  
VENDAS: (14) 3624-2521  
3624-9707  
3624-3055

Nosso showroom em São Paulo  
Largo do Arouche, 438  
Fone: (11) 3337-1324

# Sorria! Sua Avaliação Física já foi Filmada!



Edição Especial  
de 15 Anos!

Incluso 32 vídeos  
para você treinar  
sua equipe!

Participação  
especial:  
Prof. Roberto Costa

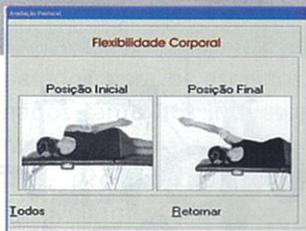
Mais de **150** testes e **32** vídeos de treinamento.

Avaliação: Composição Corporal, Cardiorrespiratória,  
Nutricional, Flexibilidade, Neuromotores, Somatotipo,  
Análise Postural Fotográfica, ICQ, IMC, Natação e outros.



Relatórios  
Comparativos com Fotos.

Redução de medidas e  
Aumento massa corporal  
entre outros...



Consulte também softwares para:

↓ Personal e Musculação.

↓ Administração.

→ Nutrição.



**Best Training Mais**®

O Software Integrado 5 em 1 da Terrazul.

PERSONAL TRAINER + AVALIAÇÃO FÍSICA  
+ MUSCULAÇÃO + FLEXIBILIDADE  
+ ANÁLISE POSTURAL DIGITAL.



→ Suplementação.

→ Composição  
Corporal.

↓ Teste Ergométrico - Eletrocardiograma móvel via internet.



MOBILIDADE EM SEU NOTEBOOK  
E DISPONIBILIDADE COM A  
TRANSMISSÃO DE EXAMES E  
LAUDOS PELA INTERNET.

Especialmente desenvolvido  
para Academias, Personais,  
Clínicas e Clubes Esportivos

Reservas Abertas



↓ Aparelhos para Avaliação Física.

Adipômetros - Trensas - Paquímetros - Bancos - Estadiômetros - Balanças.



15 Anos de Liderança e mais de 15.000 clientes conquistados.  
**0055 11 32729305 - www.terrazul.com.br**

**LION**  
FITNESSES

Máquinas de fazer saúde!



**Extensor de Perna**



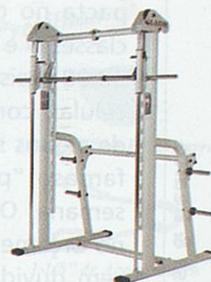
**Deselv. de Ombro**



**Adutor**



**Cross Over**



**Agachamento**

A Lion Fitness apresenta a *Classic Line* sua nova linha de musculação, com design arrojado e alta tecnologia, oferecendo o máximo em biomecânica e ergonomia. Satisfação do usuário e segurança no seu investimento.

visite-nos: [www.lionfitness.com.br](http://www.lionfitness.com.br)

[lionfitness@lionfitness.com.br](mailto:lionfitness@lionfitness.com.br)

Contato: (17) 3485-1766

## O amanhã do fitness



Antonio Gandra  
Diretor e proprietário  
da Ecofit Club

www.ecofit.com.br  
toni@ecofit.com.br

**A**proveito a sigla "CREF" do nosso Conselho Regional de Educação Física, para destacar alguns aspectos de como entendo o amanhã do fitness.

**C** – Concorrência total e Conceito

**R** – Relacionamento

**E** – Excelência

**F** – Franqueza

**C**oncorrência total, tudo corre com tudo, esse é o nosso atual cenário e vai se intensificar. Fabricantes de cimento discutem o quanto a despesa com celular impacta no orçamento familiar das classes D e E, analisando que os R\$ 30,00 reais, em média gastos com celular, concorrem com a compra de alguns sacos de cimento para o famoso "puxadinho" no final de semana. O gasto com TV a cabo, no orçamento familiar da classe C, sem dúvida concorre com nossas academias. Diante da Concorrência Total e do aumento da concorrência entre academias, os diferenciais são os antídotos. Diferenciais competitivos, surpreendentes e duradouros, a empresas só terão quando o foco e a competência da empresa estiverem alinhados.

**C**onceito, a Era do Conceito já chegou. A era da informação

nos mostrou que falta algo mais. O Conceito bem definido posiciona os corações do nosso time e o dos nossos clientes.

**R**elacionamento é o que vendemos, é a essência do nosso negócio. Sendo assim, precisamos aprender sobre o relacionamento com nossa equipe antes de mais nada. Trate sua equipe como gostaria de ser tratado, ou como gostaria que tratassem seus melhores clientes. Dessa forma você não terá mais funcionários, e sim muitos amigos. Rapidamente essa atmosfera transbordará para seus clientes. Entendo que hoje o diferencial das organizações é a capacidade de desenvolver e manter relacionamentos.

**E**xcelência é eliminar a mediocridade e desânimo do ambiente de trabalho, ousar e permitir que toda equipe ouse com apoio da liderança.

**F**ranqueza é o que liga cada elo dessa corrente. Franqueza com nossos clientes, fornecedores, concorrentes e com o nosso time. Semente da confiança, a franqueza é o alicerce de qualquer negociação. Desde o momento da matrícula do novo cliente, da entrevista com o candidato a vaga de emprego ou na negociação com fornecedores e parceiros.

O que vejo na prática é que as organizações esperam pouco das pessoas, elas querem e precisam dar mais, é da natureza humana sentir-se útil, servir e buscar um significado para nossas vidas, ter um sentimento de capacidade e estima.

Cada um de nós, precisa crescer dia a dia como profissional e sobretudo, como ser humano que quer deixar sua marca e ter o que contar para seus filhos e netos.

Compartilhando meus conceitos e práticas de gestor da EcoFit:

Nosso Conceito é a responsabilidade sócio-ambiental e uma visão holística do ser humano.

Entendemos que Ecologia começa no trato com as pessoas, antes do trato com as plantas ou com os animais.

Também nos preocupamos bastante com nossa hotelaria, procurando manter nossas instalações sempre em ótimo estado.

No tocante a nossa equipe, uma das ferramentas que utilizamos é o intra-empresorismo, onde vários de nossos talentos conduzem a gestão de alguns negócios dentro da organização, nossa liderança motiva e apóia.

O nosso propósito é desenvolver pessoas.

Diria aos colegas do ramo de academias e clubes que aposto no crescimento da nossa economia e que cultivo o "orgulho de ser brasileiro", mesmo após assistir os telejornais. Precisamos mostrar aos fracos que somos fortes.

Acreditamos na nossa gente brasileira, trabalhamos forte e com amor para que nosso setor seja mais valorizado a cada dia. ●

 **ECOFIT**  
C L U B

Nova linha profissional Diamond,  
da Uniforce.

**DIAMOND**

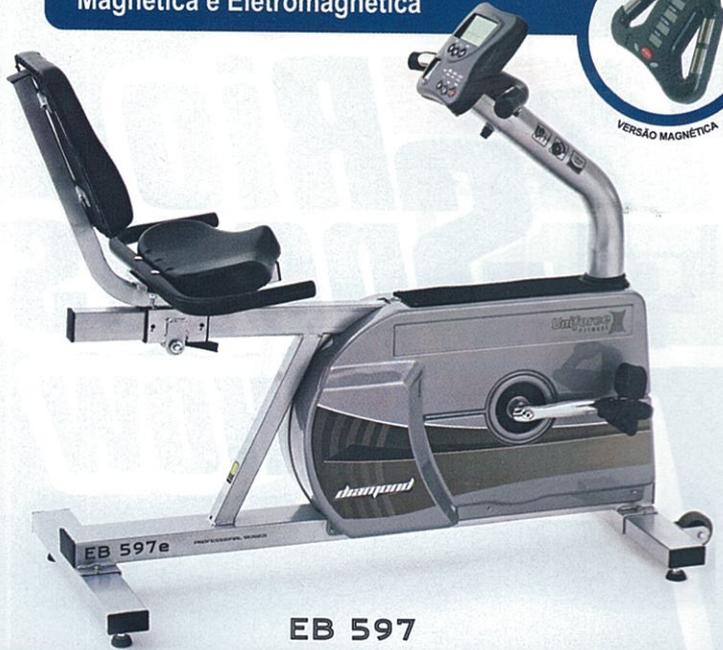


EB 497

Bikes verticais e horizontais nas versões  
Magnética e Eletromagnética



VERSÃO MAGNÉTICA



EB 597

FOTOS ILUSTRATIVAS

Conheça a linha completa de equipamentos profissionais  
e semi-profissionais da Uniforce.



**Uniforce**  
FITNESS

RUA PINDAÚVA, 270, JARDIM AEROPORTO,  
SÃO PAULO - SP - CEP 04630-040  
TEL - || 5034-1166 | FAX - || 5031-3213

**EMAR**  
plásticos

Desde 1982

Fabricamos Qualidade e Oferecemos Tranquilidade  
[www.emar.com.br](http://www.emar.com.br)

Lançamentos  
Produtos Patenteados

Anilhas Vazadas Injetadas  
com Alma de Ferro



Estas anilhas, por serem injetadas com uma grossa  
camada protetora, oferecem inúmeras vantagens:

- Não agredem o piso
- Não enferrujam
- Amortecem Impactos
- Menos ruídos no manuseio
- São mais aderentes
- Maior durabilidade

1/2kg, 1kg, 2kg, 3kg, 4kg,  
5kg, 10kg, 15kg, 20kg e 25kg

Dumbbell Injetado  
com Alma de Ferro



Presilhas

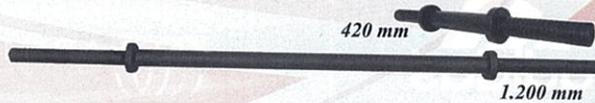


1" e 1 1/8" em PP p/ Barra



1 1/8" de Aço p/ Barra

Barras Injetadas  
com Alma de Ferro



Halteres Injetados  
com Alma de Ferro



Fabricamos também peças de reposição para aparelhos de ginástica

FONE: 17 2137-6700 Rua José Guidi, 590-Dist. Industrial-São José do Rio Preto -SP



9ª  
edição

Feira de equipamentos, serviços e produtos para academias, clubes, lojistas de material esportivo, condomínios e empresários do setor.

**Exposição de produtos de diversos setores como:** Equipamentos de musculação, acessórios de ginástica, natação, controles de acesso, pisos esportivos, catracas, piscinas, entre outros.

**Novo local:**

**Centro de Convenções Rio Cidade Nova**  
Rua Machado Coelho, 100 - Cidade Nova - RJ

**Data : 19 a 21 de julho**  
Horário: 13h00 às 21h00

Faça o seu cadastramento prévio através do site:  
<http://www.riosportshow.com.br/cadastro>

**EVENTOS PARALELOS:**

4º CONGRESSO DA ACAD  
ESPAÇO CONDOMÍNIO  
HIDRO SHOW  
DEGUSTAÇÃO DE PRODUTOS  
PERFORMANCES

Realização



Apoio:



Apoio institucional:



[www.riosportshow.com.br](http://www.riosportshow.com.br) - fone: (21) 3478-1999

# A CONCORRÊNCIA VAI SUAR

DESIGN

QUALIDADE

BAIXO CUSTO

# YOZDA<sup>®</sup>

FITNESS EQUIPAMENT

Licenciada Industry CO Ltda. Japan



## Telefones:

(14) 3451-5044

(11) 4063-4464

(21) 4063-8809

(31) 4063-9730

[www.yozda.com.br](http://www.yozda.com.br)

# Tendências em arquitetura para academias de ginástica



Projeto: Barbosa e Corbucci

Por  
**Patricia Totaro**

**N**ossos clientes freqüentam vários espaços e possuem diferentes relações com cada um deles: como Primeiro Espaço há o lugar onde moram, como Segundo Espaço, o lugar onde trabalham ou estudam. E o Terceiro Espaço? É o seu local de lazer.

Queremos que o local de lazer de nossos clientes seja a Academia. Para isso precisamos efetivamente transformar a Academia em um local atraente, que vai concorrer com a praia, o parque, o cinema, o bar...

As instalações da academia têm que ser reinventadas. A academia deve ser vista não somente como um espaço

para atividade física. É o lugar onde os clientes buscam o equilíbrio entre o corpo e a mente, o lugar de se fazer amigos, o lugar de relaxar e de se divertir. Quem entender que o nosso novo foco é fazer as pessoas felizes através da atividade física já está na frente na corrida pela busca dos alunos.

## E onde entra a arquitetura?

O ser humano busca experiências positivas em todos os aspectos da sua vida, especialmente hoje em dia, que o seu tempo destinado ao lazer é cada vez menor. A arquitetura da academia é peça fundamental para encantar e proporcionar conforto ao aluno.

Um bom projeto começa por uma boa distribuição dos espaços e pelo seu correto dimensionamento. Para começar, o proprietário deve ter muito claro quantos alunos ele espera matricular. O tamanho das instalações deve ser proporcional ao número de alunos esperado. Isso evita o efeito de salas muito vazias ou o desconforto de instalações sempre cheias.

A proporção que está sendo atingida hoje é entre 1,2 e 1,4 alunos / 1 m<sup>2</sup> de área construída (excluindo os estacionamentos). Por exemplo, uma academia com 1000 m<sup>2</sup> deve atender

entre 1200 e 1400 alunos. Para atingir esta proporção, 65% da área da academia deve ser dedicada à área de produção (musculação, piscinas, salas de aula). O restante é dedicado a vestiários (no mínimo 10% da área total), áreas operacionais e serviços de conveniência.

Para você, que já tem uma academia funcionando, vale a pena verificar se suas áreas estão dentro dos parâmetros atuais e adequá-las se for preciso.

## Estacionamento

Os americanos dizem "no parking, no business", algo como "se não há estacionamento, não há negócios". Eles estão certíssimos. A questão de vagas para estacionar já é muito crítica em diversas cidades e em um curto espaço de tempo será um problema em praticamente todas as cidades, pequenas e grandes. Para saber quantas vagas você precisa, você deve saber quantos alunos entram na academia no horário de pico. E atende-los seja em estacionamento próprio ou com convênios. Na média, uma academia precisa de 1 vaga para cada 10 alunos matriculados.

## A distribuição dos espaços

Para que o aluno sinta-se sempre bem recebido, a recepção deve ficar totalmente em evidência na entrada. O cliente que visita a academia pela primeira vez não pode ter nenhuma dúvida para onde deve dirigir-se e o aluno que já é freqüentador deve receber um bom dia da pessoa na recepção.

Assim que o aluno passa pela calçada, o ideal é que ele visualize vários ambientes ao mesmo tempo: tanto os

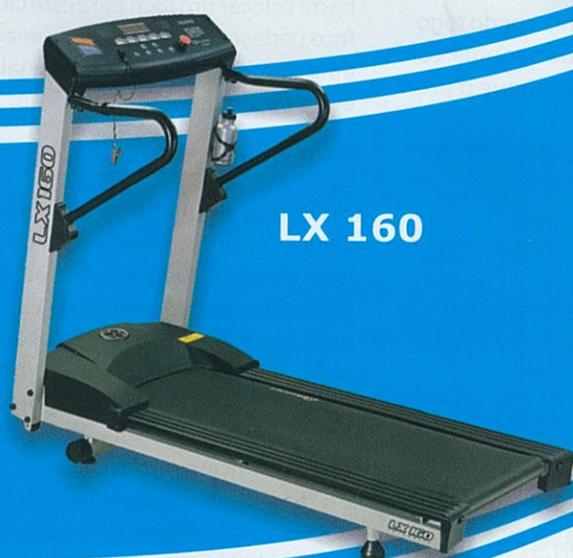
**Quem entender que o nosso novo foco é fazer as pessoas felizes através da atividade física já está na frente na corrida pela busca dos alunos.**

# Bons negócios ?

## Só na Fitness Technology.

Aproveite esta oportunidade. Na Fitness Technology você troca sua esteira usada por uma nova. Não perca tempo, faça uma avaliação nos seus equipamentos usados e renove sua academia.

**Fitness Technology.**  
**Correndo na frente com você.**



**LX 160**



**RT 280**

Fone: (11) 4335 6103 / 4338 0238 - Fax: (11) 4345 2388  
E-mail: [fitnesstechnology@ig.com.br](mailto:fitnesstechnology@ig.com.br)



espaços de exercícios e aulas como os espaços de convivência. Isso cria uma vontade instintiva de se integrar ao ambiente e consequentemente o induz ao exercício.

A circulação deve ser sempre ampla: para academias com até 500 alunos matriculados, os corredores mínimos são de 1,20m de largura. Para academias com 1000 alunos, eles passam para 1,50m. Lembre-se sempre que a saída das salas de ginástica é um lugar que junta muita gente ao mesmo tempo. É uma boa idéia criar um hall na frente das salas.

### Arquitetura ajudando a vender

O cliente tem que estar emocionado para comprar. Isso vale para lojas, restaurante e também para a academia.

Antes de mais nada temos que entender quem é o nosso público-alvo: objetivamente temos que saber qual a sua idade, seu nível socioeconômico e seu nível cultural. Mas neste entendimento entra também a parte subjetiva: quais as suas expectativas.

As pessoas em geral querem participar de um grupo. Elas vão eleger a academia que as fazem sentir-se parte de determinado grupo. O aspecto visual da academia deve refletir o gosto deste grupo. Uma academia para público A deve ser diferente de uma para público C, da mesma forma que a academia de um bairro residencial é diferente de outra do bairro comercial. É

importante destacar que o visual da academia não precisa ser bonito para o dono ou para o arquiteto. Precisa estar alinhado com as aspirações do público-alvo.

### A Fachada

O primeiro passo para ajudar a vender é garantir um bom número de visitas ao espaço: para isso a fachada deve ser atraente e refletir o que se passa lá dentro. É sempre uma boa idéia usar a musculação ou a área de equipamentos cardiovasculares como vitrine. Lembre-se de não expor demais o aluno: nunca o coloque de costas para a rua, sempre de lado ou de frente. Lembre-se também que o sol incomoda quem está praticando exercícios físicos. Caso bata muito sol na sua fachada coloque uma persiana por dentro nos horários incômodos ou algum elemento arquitetônico por fora, como brises, marquises ou árvores.

A fachada tem também que ter um espaço previsto para o logotipo e o nome da academia, de preferência aplicados em parede, que destaca mais a marca. A cor das paredes da fachada não precisa ser da mesma cor do logo, pelo contrário, tem que ser uma cor que realce a marca e destaque o pré-

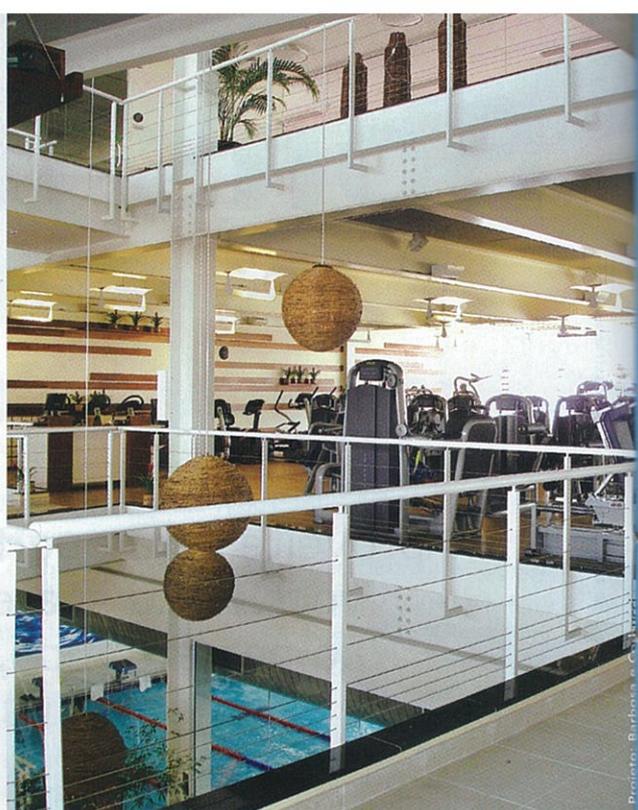
dio. Se o logo for cor de laranja, por exemplo, a cor de fundo pode ser branca (cor neutra) ou azul (cor complementar).

### O Primeiro Impacto

A primeira imagem do cliente dentro da academia deve ser um cenário que cause uma primeira impressão de impacto. O planejamento dos elementos decorativos garante que o cliente olhe para onde nós queremos. Se a intenção é fazê-lo olhar para uma direção, basta colocar um foco para este lado. O foco pode ser um quadro, uma imagem, uma iluminação especial ou qualquer outro objeto que chame atenção.

### O tour de vendas

Depois do primeiro impacto, devemos continuar surpreendendo o cliente durante todo o tour. Devemos definir dentro dos lugares da visita qual o cenário mais bonito para ser visto. A musculação, por exemplo, é sempre bonita quando vista de cima, pois parece mais ampla. Já as salas de ginástica ficam vazias a maior parte do dia, então os acessórios de aulas devem estar bem arrumados e distribuídos de forma a preencher a sensação de vazio. Quando existem ventiladores na sala eles podem ficar ligados em rotação bem baixa, pois ajudam a criar o movimento.



Projeto: Barbosa e Corbucci



Projeto: Barbosa e Corbucci

# Cooperação



(11)5051.8009

[www.metodologiagb.com.br](http://www.metodologiagb.com.br)

A sala de bike também deve estar preparada para ser "vendida". Alguma luz colorida, de baixo consumo, deve ficar sempre ligada, dando também a sensação de movimento.

### Área de negociação

Acabado o tour, o cliente deve ser encaminhado ao espaço de vendas. O ideal é que este espaço seja separado do balcão de recepção e que tenha cadeiras para ele sentar. As técnicas de venda garantem que é mais fácil convencer um interlocutor estando ao lado dele e não de frente, então as mesas redondas caem muito bem nesta área. Lembre-se de providenciar cadeiras confortáveis e que não causem constrangimentos, como quebrar ou cair com o seu futuro aluno em cima!

Este espaço deve ser especialmente aconchegante. O uso de elementos naturais como plantas, pedras e água, ajuda a compor o ambiente. Se a opção for pelo uso de imagens, devem ser sempre fotos discretas, que transmitam emoção.

### Arquitetura ajudando a reter

É muito mais barato manter um cliente fiel do que conseguir um novo cliente. Uma das chaves de sucesso na retenção dos alunos é o ambiente que ele encontra na academia. Faz parte deste ambiente os professores, o serviço prestado, a simpatia do dono ou do responsável pela unidade e também a arquitetura do lugar.

Da mesma forma que devemos encantar o cliente no tour de vendas, temos que encantar o aluno no seu dia a dia. Temos que transformar o cotidiano em uma experiência incrível.

Para começar a manutenção deve funcionar bem. O projeto ajuda com a especificação de materiais de acabamento resistentes e fáceis de limpar. No projeto de iluminação devemos usar poucos tipos diferentes de lâmpadas, para que o estoque e a troca sejam mais fáceis.

### Iluminação

Falando em lâmpadas, vale lembrar que quando se compra uma lâmpada, além de escolher a voltagem (110 ou 220V), a potência (número de Watts) deve-se também especificar sua Temperatura de Cor. Este fator é medido em Kelvin e quanto mais baixo (de 2700 a 3000 Kelvin) mais amarelada é a lâmpada.

A tendência dos projetos luminotécnicos é usar as lâmpadas mais amareladas, afinal estamos no Terceiro Espaço e não queremos que a academia tenha o mesmo visual do trabalho ou da escola, onde a luz é normalmente branca.

A iluminação é uma aliada poderosa na criação de novidades para os alunos e a conseqüente retenção. Com a luz, pode-se criar diversos cenários. As salas de bike costumam tirar partido deste efeito, com o uso de luz negra, luz colorida, globos e luzes seqüenciais. Estes diferentes cenários são controlados pelo professor, que pode acender um tipo de luminária de cada vez (não se esqueça de deixar o interruptor acessível a ele).

Mas o efeito de iluminação pode ser usado também em outros espaços da academia, criando cenários diferen-



tes para o dia e para a noite, ou ainda uma iluminação diferenciada para determinado dia da semana ou evento.

No bom projeto de iluminação o que aparece é o efeito final e não necessariamente as luminárias. Há projetos que nem usam luminárias, somente sancas com luz indireta para

criar um efeito de aumento de pé direito ou de maior intimidade.

### Vestiários

No vestiário temos a chance de proporcionar a sensação de conforto para os alunos. Os cuidados no projeto dos vestiários são facilmente percebidos pelo cliente.

O vestiário deve ser dividido em áreas: vasos sanitários, cubas, chuveiros e área de troca. Sempre que possível estas áreas devem ser separadas e sua circulação bem definida. Por exemplo, o aluno que vai só deixar suas coisas no armário não precisa passar por quem está tomando banho. Da mesma forma que quem entra somente para usar o vaso sanitário precisa passar pelas cubas e sair, sem cruzar com ninguém molhado. Este cuidado, além de proporcionar conforto e intimidade aos cliente, ajuda a economizar na obra. Podemos usar piso antiderrapante ou piso elevado somente na área molhada. E na área seca, não é necessário usar azulejo.

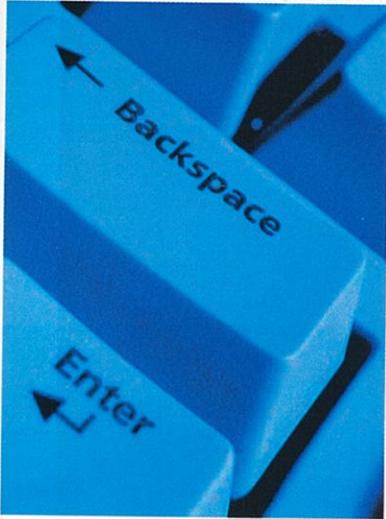
Dentro do conceito de conforto, vale criar um espaço para os clientes se arrumarem, com espelhos individuais, tomada para secador de cabelo e boa iluminação. Com este espaço o número de cubas (e bancadas, torneiras, sifão, encanamento) diminui e além de proporcionar um ambiente diferenciado para o aluno, você economiza na obra.

Outro item importante é o número de peças e chuveiros. O número que atualmente é trabalhado é 1 chuveiro para cada 100 alunos matriculados. Este número pode variar de acordo com a região em que a academia se encontra

e também se ela tem ou não piscina. A proporção de vasos sanitários é de cubas é 1 para cada 200 alunos matriculados. Um erro muito comum é esquecer a área de troca. Ela é tão ou mais importante que o número de chuveiros e é usada mesmo por clientes que não tomam banho na academia. O que também não

# 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	CENAQUA	PRÓ FÍSICO	MARCOS PAULO REIS	RIPOL SPAIN
ACADEMIA FORTALEÇA	CDR SPORT CENTER	FATOR 104	MAXIMA FORMA	R. WHITE (Uniban)
ACQUA FITNESS	CLARKE	FERNANDO SCHERER (Florianópolis)	MEDLEY SPORT CENTER	RUSH
ACQUAMOTION	COLÉGIO SÃO JOSÉ (LIMEIRA)	FIT ONE	METODISTA	SAMIAR ACADEMIA
ACQUA R	COMPANHIA D'ÁGUA	FIT STOP	MODELLA CENTER	SANCHES SPORTS
ACQUATHERM	COMPANHIA D'ÁGUA	FITNESS CENTER	MODELAR	SANTANA ATIVA
ACQUAVILLE	CORPO DEZ	FITNESS FRIENDS	MORI FITNESS	SEMA NATAÇÃO
ACTIONSPORTS	CORPO & CIA ( Hortolândia)	FITWAY	MOVEMENT	SPORT COMPANY
AEROFITNESS	CORPORE	FORÇA VITAL	MULTIPLA ACADEMIA	SPORTIF (S.B. do Campo)
ARTE E MOVIMENTO (CAMPINAS)	CORPUS LINE	FORMA ESPORTE CLUBE(Florianópolis)	NASCENTE ESPORTES	SPORT STATION CB
AGIT'S	COR TRAINING	FORMATIVA I	NEW TRAINING	SPORT STATION RK
AGIT SPORT CENTER	CPN (Mandaqui)	FORMATIVA II	NUMBER ONE	SPRINT ACADEMIA I
AGUA VIDA	CPN (Santana)	FUJII NATAÇÃO	NUNES NATAÇÃO	SPRINT ACADEMIA II
ALONG CENTER(Campinas)	CPN (Tatuapé)	FUN & FIT	NUNO COBRA	STYLLO LIVRE (Barueri)
ÁLTO DA BOA VISTA NATAÇÃO	CPN (Vila Formosa)	GALPÃO 21	OBJETIVA FITNESS	SUMMER ACADEMIA
AMC SPORTS	CPN (Vila Mazzei)	GINASTIC CENTER (Mairiporã)	OFICINA CORPO E MENTE	TÊNIS STAR
A M.S COMPANY I	CRIFAFIS (Santo André)	GYMNASIUM	OLÍMPIA	THUNDER ACADEMIA
A M.S COMPANY II	DANDY SPORTS (São Miguel)	GOLFINHOS	OLIMPIADAS	TOP FITNESS
AP ESPORTES	DANDY SPORTS (Arthur Alvim)	GREEN SPORT	OVERALL	TOSHIO NATAÇÃO
AQUACENTER (Casa Verde)	DANDY SPORTS (Imperador)	GUARULHOS TENNIS CLUBE	PALMIRAS	TRUE FORM
AQUACENTER (Freg.do Ó)	DANDY SPORTS (Patriarca)	HIBRIDA	PERALTA (Sabará)	UNIQUE (Santos)
AQUACENTER (Limão)	DANDY SPORTS (São Miguel)	HIDRO AÇÃO (Campo Limpo)	PERSONA ACADEMIA	UNDERGROUND
AQUACENTER (Tremembé)	DANDY SPORTS (Vila Matilde)	HOLOS	PHYSICAL ATHLETIC CENTER	UNO SPORTS
AQUAPOINT (Vila Carrão)	DE VILLE	HR SPORT CENTER	PIQUESPORTE	VHIDA EM MOVIMENTO
AQUAPOINT (Vila Maria)	DEEP BLUE	I. M. GINÁSTICA E NATAÇÃO	PLANETA ÁGUA (Unid.1)	VIGOR
ATHLETIC ACADEMIA I	DESTAK	IMPACTTO	PLANETA ÁGUA (Unid.2)	VILA MARIANA FITNESS
ATHLETIC ACADEMIA II	DOUGLAS FERNANDES I (Campinas)	INSTITUTO PAULISTA DE GINÁSTICA	PLANET SPORT	VILA OLÍMPICA
ATHLETIC CENTER (Guarulhos)	DOUGLAS FERNANDES II (Campinas)	JARDINS FITNESS	PLANETA SAUDE	WINNER & FITNESS SP 2
ATLANTA	DRALEON	JET CENTER I	PLANETA CORPO	WORLD PERFORMANCE
B. SPORTS	ECO ACADEMIA	JET CENTER II	PODDIUM	WORLD SPORT
BIO FIT (Santo André)	ELITE SPORTS (Piracicaba)	JINJU-KIM	POWER ACTION	X POINT
BOA FORMA	EM CORPO	JOÃO CAITANO (S.B. do Campo)	PRO FIT	
BOA FORMA (Interlagos)	ENERGY	K@2	PRO NADAR	
BODY COMPANY	ESPAÇO AQUÁTICO	KORPUS ACADEMIA	QUALITY FORM	
BUTTERFLY	ESPAÇO OLÍMPICO (PIRACICABA)	KURACHI	QUINELLO ACADEMIA	
CAMBUÍ FITNESS (Campinas)	ESTAÇÃO SAÚDE	LIMIAR ACADEMIA	RAQUEL NATAÇÃO	
CAMPELO NATAÇÃO I	ESTILO BARRA (Rio de Janeiro)	LORRD SPORTCENTER	RENOLDI SPORTS	
CAMPELO NATAÇÃO II	ESTILO LIVRE (Arujá)	MACAM SPORTS	RIO BRANCO (Campinas)	
	POWER SYSTEM			

**Solicite agora mesmo uma visita para demonstração grátis !**

**Telefone: (11) 5031- 5719**

**www.rml.com.br / 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.**



deve faltar nos vestiários é o espelho de corpo inteiro, a balança e o relógio.

### **Espaços para fazer amigos**

Se um dos motivos para o cliente procurar a academia é pertencer a um grupo, a arquitetura da academia deve propiciar os espaços adequados para as pessoas se encontrarem, conversarem e tornarem-se amigas. Estes espaços podem ser desde um simples sofá no centro da musculação até uma lanchonete, salas de estar ou salões de jogos. Mesmo as menores academias podem e devem ter este espaço. O importante é agrupar os alunos.

Este espaço deve ser um lugar próximo a passagem obrigatória dos alunos, para serem efetivamente utilizados.

Uma maneira fácil de agrupar pessoas é a lanchonete. É muito mais fácil falar para um conhecido "Vamos tomar um café!" do que dizer "Vamos nos sentar e conversar!". Hoje a tendência é localizar as lanchonetes integradas ao centro da academia, junto à musculação ou às salas de ginástica.

Outro espaço que facilmente vira um ponto de encontro é um espaço de jogos. Pode ser uma sala especial para isso (sempre vista por quem está de fora) ou somente uma pequena mesa de pebolim próxima à musculação.

As quadras poliesportivas ou de futsal também funcionam bem como área de convivência, desde que a academia "empreste" aos alunos para recreação.

Em suma vários espaços podem ser ambientados para funcionarem como áreas de convivência, sempre com foco no público alvo.

### **As salas especiais**

As salas especiais, como sala de bike, sala zen, sala de lutas criam novidades para o cotidiano dos alunos, se bem trabalhadas. Além de ajudar na retenção dos clientes, ajudam também no tour de vendas, deixando marcado na lembrança do clientes a diversidade de espaços da academia. Não é preciso gastar muito para se transformar uma sala comum em uma temática.

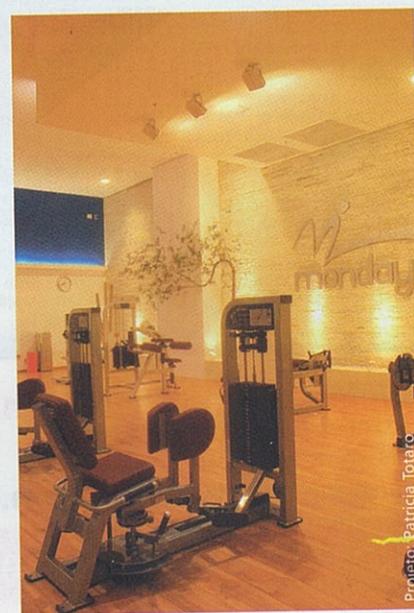
Veja por exemplo a sala zen: ela deve ser localizada em um espaço mais reservado e silencioso da academia. Sua iluminação deve ser indireta para não ofuscar a vista do aluno nos exercícios deitados e deve ter alguma decoração que remeta ao espírito zen: cortinas, elementos naturais como palha ou pedra nas paredes, bancos para tirar os sapatos antes da aula e um vaso ou então uma fonte.

Outro exemplo é a sala de bike. Apesar de grande parte dos proprietários de academia ainda pedirem salas de bike escuras, elas também podem ser claras e terem efeitos bacanas durante as aulas. Seja qual for a opção, a sala de bike indoor precisa ter vários cenários: telão ou TV, luzes diferenciadas.

Quando o pé direito da sala permitir, a forma de anfiteatro é muito interessante, tanto para o professor, que enxerga melhor todos os alunos quanto para os alunos que tem visão privilegiada da aula.



Projeto: Patrícia Totaro



Projeto: Patrícia Totaro

**Cada academia é única...**

...e o cliente deve perceber isso. A arquitetura deve explorar ao máximo os 5 sentidos do cliente, inclusive o olfato, que ainda é pouco explorado. O logotipo da academia deve ser aplicado em diversos locais, definidos estrategicamente para não sobrecarregar o ambiente, mas deixar o nome bem marcado. Da mesma forma que cada academia tem professores, sistemas de avaliação e funcionários únicos, sua arquitetura também deve ser exclusiva e marcante.

A primeira visita a academia deve ser uma experiência inconfundível para o cliente. O projeto deve ter per-

sonalidade e os espaços devem ser facilmente entendidos pelos visitantes. E os alunos devem ter prazer em frequentá-la, sempre surpreendendo-se com o espaço.

Bom projeto!

**Check list do projeto**

- Está adequado ao tour de vendas.
- É fácil de ser modificado quando novas necessidades surgirem.
- Foi pensado no público-alvo.
- Usa os 5 sentidos do visitante para fidelizar o aluno. ●

O Proprietário deve:	O Arquiteto deve:
Definir o número de alunos que a academia deve comportar	Dimensionar a academia baseado no número de alunos nas horas de pico
Definir o público-alvo	Fazer um projeto que encante a este público
Definir o valor do investimento em infra-estrutura	Adequar o projeto ao valor estipulado

# EQUILÍBRIO FITNESS

Fabricamos uma linha profissional completa de acessórios para musculação e ginástica: pesos, barras, puxadores, suportes, mesas, tornozeleiras...



**Linha completa de Anilhas e Dumbells Borracha Prensada.**

[www.equilibriofitness.com.br](http://www.equilibriofitness.com.br)

Rua Três, 341 - Distrito Industrial Bela Fama - CEP 34000-000  
Nova Lima - MG - e-mail: [equilibrio@equilibriofitness.com.br](mailto:equilibrio@equilibriofitness.com.br)

Fone/Fax: (31) 3541.6446

BhZ Art & Design (31) 34645263

## OUTFITMIXX

Equipamentos, Tatamis, Pisos Especiais, Acessórios Esportivos, Esteiras e Bicicletas

## 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

**Vendemos produtos exclusivos para limpeza de tapeçaria metalão e carenagem**

Show room: R. Profº Antonio de Paula Santos, 157 - 05140-120 Pirituba São Paulo SP [www.outfitmixx.com.br](http://www.outfitmixx.com.br) [outfitmixx@ig.com.br](mailto:outfitmixx@ig.com.br) Tel. (11) 3906-0860 Cel. (11) 9712-1060

# ESTÁ DIFÍCIL CONTRATAR UM BOM PROFISSIONAL PARA SUA ACADEMIA?

Anuncie sua vaga GRATUITAMENTE no Portal da Educação Física para mais de 100 mil visitantes/mês e 50 mil usuários ativos em todo Brasil.

Tenha acesso ao único banco exclusivo de currículos da área.

Ganhe agilidade, rapidez e qualidade no seu processo seletivo.

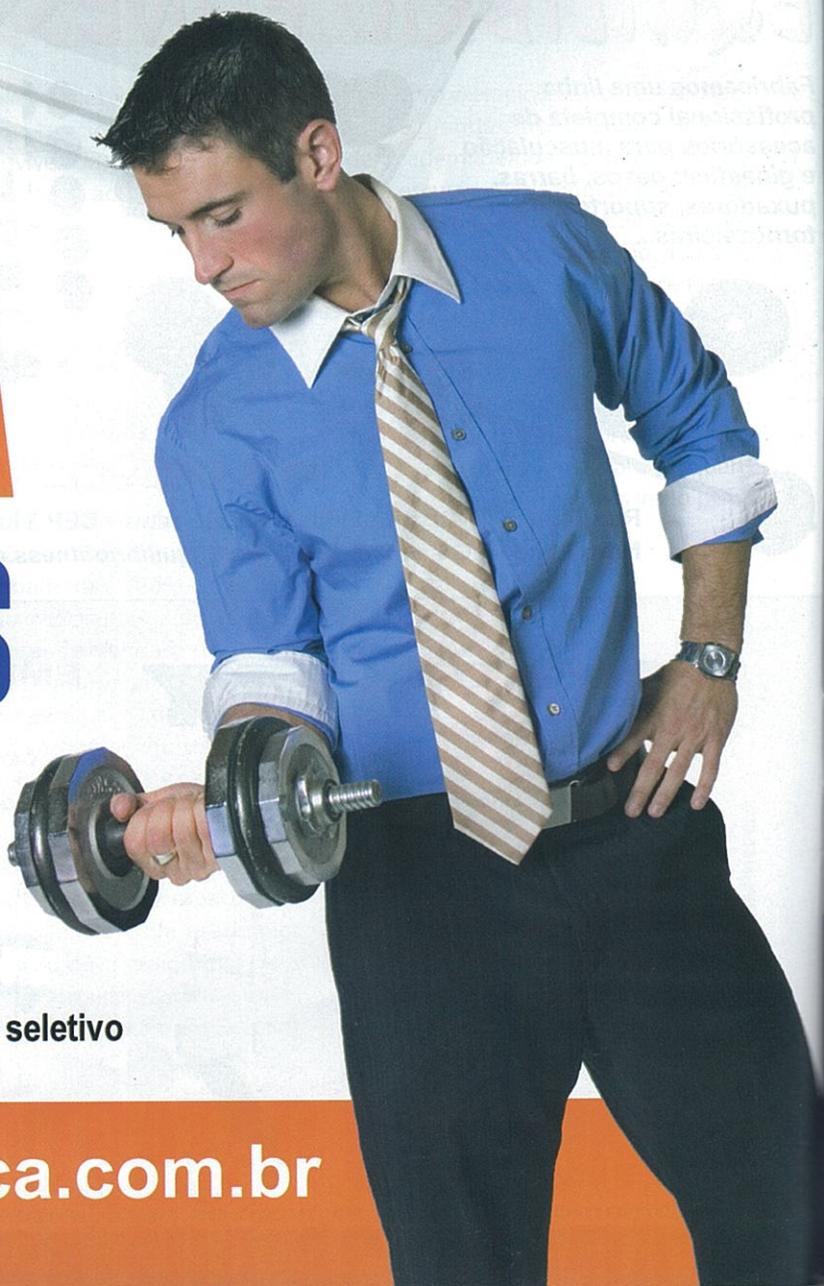
Portal da **educação**  
**FI**  **ICA**  
**EMPREGOS**

**PARA O PROFISSIONAL**

A entrada para o mercado de trabalho

**PARA A EMPRESA**

Uma saída para o problema do processo seletivo



[www.educacaofisica.com.br](http://www.educacaofisica.com.br)

# RETENÇÃO DE ALUNOS ENTRETENIMENTO E COMUNICAÇÃO

## QUER SABER COMO?

**ACESSE [WWW.LISTENX.COM.BR](http://WWW.LISTENX.COM.BR) E DESCUBRA A SOLUÇÃO DEFINITIVA EM PROGRAMAÇÃO MUSICAL E COMUNICAÇÃO PARA SUA ACADEMIA.**

### Veja a opinião de nossos clientes:

*"A ListenX - RÁDIOACADEMIA tem um papel fundamental em nosso negócio, através dela os alunos têm uma trilha sonora eclética, sendo visível a diferença na percepção do cliente em relação ao profissionalismo dos serviços oferecidos pela academia.*

*A produção dos spots e vinhetas é de extrema qualidade, desde a elaboração da idéia, passando pela produção até a finalização, sendo uma excelente ferramenta de divulgação de eventos, campanha de marketing, promoções e entretenimento.*

*Uma ferramenta que foi incorporada ao serviço na última atualização (acredito que sob sugestão de algum expert) foi o anúncio das aulas com horário programado, uma maneira muito eficiente para informar os alunos dos inícios das aulas, aumentando dessa forma a audiência nas salas de ginástica.*

*Sob o ponto de vista comercial a resposta que se obtém com os anúncios de promoções, parceiros, campanhas ou eventos é muito compensadora, tendo um excelente retorno*

*financeiro. Trabalho com a ListenX a quase 2 anos e recomendo a todas as academias, pois com certeza absoluta o resultado esperado será superado".*

**Júnior Crooco**  
Coordenador – ID Academia (SP)  
Gerente Geral – Hubel Academia (SP)

*"Não tenho dúvida de que parte do sucesso está em saber priorizar as ações e entender que existem no mercado profissionais especializados e com capacidade para atender às necessidades dos nossos clientes, melhor do que nós mesmos.*

*Este é o caso da sonorização ambiente da ListenX.*

*Não faz sentido deixar de proporcionar aos nossos clientes uma programação dinâmica e atualizada, assim como também não faz sentido dedicar horas à montagem da trilha sonora ou desgastar-se supervisionando diariamente a programação musical da academia".*

**Luís Amoroso**  
Superintendente Monday Academia  
Sócio/Consultor FitBiz



Music & Emotion for Business

**RÁDIOACADEMIA**

[www.listenx.com.br](http://www.listenx.com.br)    [contato@listenx.com.br](mailto:contato@listenx.com.br)

fone: 11 5572-7716

Estamos cadastrando representantes de vendas em todo o país, interessados devem enviar e-mail para [representantes@listenx.com.br](mailto:representantes@listenx.com.br)

## Suplementação para hipertrofia muscular - parte II

### Suplementos com carboidratos e creatina



Victor Machado Reis  
Professor Agregado de Fisiologia do Esforço  
vreis@utad.pt

Neste número apresentamos a segunda parte do artigo em que fazemos uma breve síntese dos principais suplementos que podem ser usados como coadjuvantes da hipertrofia muscular. Abordaremos, no presente texto, a utilização de suplementos com carboidratos e com creatina.

A ingestão acrescida de carboidratos de assimilação lenta (CHL) é um procedimento usualmente observado em esportes de resistência e menos comum em esportes de força. Os CHL são aqueles usualmente abundantes em alimentos como o arroz, a batata e as massas e a sua ingestão permite repor as reservas de glicogênio muscular gastas durante o exercício. Todavia, a verdade é que a quantidade de glicogênio no interior do músculo pode afetar significativamente o seu tamanho, pelo que uma sobrecompensação nessa reposição pode permitir aumentar a quantidade armazenada e, dessa forma, contribuir para um maior volume das células musculares. No culturismo, por vezes, os atletas procuram uma hipertrofia rápida com uma ingestão aumentada de CHL após uma fase de depleção. Contudo, este não é um dos procedimentos favoritos para essa finalidade, pois existe o risco de incremento da gordura corporal.

Nos últimos 10 anos, com a crescente luta contra a utilização de esteróides anabolizantes, verificou-se o surgimento de novas técnicas para induzir o anabolismo muscular. Talvez o "substituto" mais popular (e perigoso) tenha sido a manipulação da liberação de insulina na corrente sanguínea mediante a ad-

ministração de fármacos habitualmente usados por diabéticos. A verdade é que os efeitos desses fármacos podem ser notáveis. Não obstante os aspectos mais nefastos dessa prática, esses efeitos tiveram a virtude de chamar a atenção para os efeitos anabólicos da insulina sobre a fibra muscular. Assim, passou a ser prestada maior atenção a outras formas de aproveitar a liberação de insulina independentes da administração de fármacos. Com efeito, durante muitos anos os desportistas (particularmente os culturistas) evitaram o uso de carboidratos de assimilação rápida (CHR) pelo risco da conversão desses em gordura. Os CHR são aqueles usualmente designados como açúcares simples (ex. glicose, frutose, galactose). No entanto, verifica-se que hoje os CHR estão presentes em muitos dos suplementos proteicos comercializados. E porquê? Porque existem estudos que sugerem que os compostos que reúnem proteína e CHR podem ser mais eficazes, pois induzem a liberação de insulina e facilitam assim o transporte de nutrientes para a célula (Tarnopolsky et al., 1997; Roy e Tarnopolski, 1998). Verifica-se inclusivamente que existem produtos que combinam proteína, CHR e ainda outros compostos como a creatina.

A creatina tem também sido usada como suplemento indutor de hipertrofia muscular. Os seus efeitos hipertroáficos parecem estar associados a uma retenção de água acrescida e os seus efeitos são rapidamente reversíveis. Contudo, a aumento de volume celular por efeito da retenção de água pode favorecer a síntese de glicogênio muscular (Lang e tal., 1993). Por essa razão, a creatina é muito usada em conjugação com outros nutrientes (carboidratos e proteínas), procurando-se aproveitar o efeito da creatina como facilitador da absorção daqueles nutrientes por parte da célula muscular.

Um dos suplementos que se tornou mais popular combina dextrose, ácido

alfa-lipóico e creatina. A presença de CHR conduz a um pico de liberação de insulina que favorece a absorção da creatina e outros nutrientes pela célula (Steenge et al., 1998). A sensibilidade das células musculares para a insulina parece ser potenciada com a presença do ácido alfa-lipóico (Kahn et al., 1994). Existe ainda um outro composto concorrente muito popular e com eficácia demonstrada (Kreider et al., 1996), que reúne creatina com aminoácidos.

Em conclusão, embora uma ingestão incontrolada de carboidratos possa provocar aumento da massa gorda, existem benefícios para o processo de hipertrofia muscular na utilização destes compostos (particularmente os CHR). Todavia, a sua ingestão deve ser usada em conjugação com outros compostos (ex. proteína) e dificilmente se conseguirá essa combinação perfeita sem uma dosagem bem calculada. Existem produtos no mercado que conseguem essa dosagem combinada e minimizam os riscos de aumento da massa gorda.

1. Kahn SE, Prigeon RL, McCulloch DK, Boyko EJ, Bergman RN et al. (1994). The contribution of insulin-dependent and insulin-independent glucose tolerance in healthy human subjects. *Diabetes*, 43: 587-592.
2. Kreider RB, Klesges R, Harmon K, Grindstaff P, Ramsey L et al. (1996). Effects of ingesting supplements designed to promote lean tissue accretion on body composition during resistance training. *Int J Sports Nutr*, 6: 234-246.
3. Lang F, Ritter M, Volkl H, Haussinger D. (1993). The biological significance of cell volume. *Ren Physiol Biochem*, 16: 48-65.
4. Roy BD, Tarnopolsky MA. (1998). Influence of different macronutrient intakes on muscle glycogen resynthesis after resistance exercise. *J Appl Physiol*, 84: 890-896.
5. Steenge GR, Lambourne J, Casey A, MacDonald IA, Greenhaff PL. (1998). Stimulatory effect of insulin on creatine accumulation in skeletal muscle. *Am J Physiol*, 275: E974-E979.
6. Tarnopolsky MA, Bosman M, MacDonald JM, Vandeputte D, Martin J, Roy BD. (1997). Post-exercise protein-carbohydrate and carbohydrate supplements increase muscle glycogen in men and women. *J Appl Physiol*, 83: 1877-1883. ●

**LokaMaluka**  
beachwear & fitness

“A **LokaMaluka** é uma marca que trabalha com Paixão .”

Criamos e desenvolvemos sua coleção.

As peças da **LokaMaluka** são desenvolvidas por designer próprio, que visa beleza, conforto ressaltando as formas do corpo e praticidade, com materiais de alta tecnologia.

Contamos com os melhores fornecedores

de tecidos especiais para a prática esportiva.

Endereço: Av. São João, 1.127 – Centro – São Paulo

Cep: 01035-100

Fones: ( 11 ) 3225-0466



## SPORT MIX



CONSULTE: EQUIPAMENTOS SEMI-NOVOS REVISADOS E COMPLETA LINHA DE ACESSÓRIOS

REPRESENTANTE EXCLUSIVO

fores: (11) 3733-2500 / 3733-2200

[www.sportmix.com.br](http://www.sportmix.com.br)

**B | I | O | M | A | X**

## Dicas de manutenção cromo duro



Prof. Almir  
Diógenes Facchinatto  
CREF 0019-G/SP  
Diretor da  
Outfitmixx

Palestrante no 3º

Meeting de Treinamento de Força (1 a 3 de junho de 2007). Assunto: Gestão em Manutenção de Equipamentos de Musculação, Fitness, Pisos em Academias. Delegado Regional da FIEP-SP. (11) 3906-0860 - 9712-1060. fiep.sp@ig.com.br

**O**lá amigos! Na matéria passada, eu falei sobre o processo de fabricação do cromo brilhante (cromeado ou cromo decorativo). Nesta matéria falo sobre o Cromo Duro.

### O QUE É CROMO DURO?

O elemento Cromo (Cr) é um material bastante conhecido principalmente por fazer parte da liga de todo aço inoxidável. O cromo duro, mais especificamente, foi desenvolvido para aplicação na indústria em geral. Ele é aplicado dentro de uma solução através de eletrólise a uma temperatura de 53°C.

Suas principais características são:

- Alta proteção contra corrosão;
- Alta resistência à abrasão e altas temperaturas;
- Repelente

A dureza da partícula de Cromo varia entre 850 a 1100 Hv (Vickers).

O Cromo Duro pode ser aplicado sobre materiais ferrosos (Aço Carbono, Aço Inox, etc...) e materiais não ferrosos (Cobre, Bronze etc).

A camada de Cromo é aplicada normalmente até 0,4mm de espessura, acima desta camada não é aconselhável sua aplicação, pois começa a criar excesso

de Hidrogênio podendo se obter número muito grande de poros, além do risco de vitrificação da camada tornando-a quebradiça. Cabe lembrar também que camadas extremamente finas (abaixo de 0,01mm) tornam-se problemáticas, pois não fazem uma perfeita selagem do material base. Nenhum caso, seja de camada muito fina ou muito grossa deve ser descartado sem consulta prévia.

A camada de Cromo não forma liga metalúrgica, ou seja, não tem penetração no material base. As micropartículas de cromo (cristais) vão se aderindo ao material base através da eletrólise formando uma camada lamelar, porém com perfeita aderência. A camada de Cromo por possuir dureza bastante alta, é também bastante frágil não devendo sofrer choques mecânicos muito fortes.

Como já sabemos, a camada de Cromo é altamente dura, portanto materiais que também tenham durezas altas, devem sofrer preparação especial para receber o Cromo Duro.

### ONDE PODE SER APLICADO O CROMO DURO?

Como já disse no início, o Cromo Duro pode ser aplicado em todo tipo de indústria tanto para beneficiamento como para recuperação. Exemplos:

- Indústria automobilística (eixos, hastes, pinos, engrenagens, etc.).
- Indústria plástica (matrizes, cilindros, tirantes, etc.).
- Indústria hidráulica (hastes de cilindros, hastes de pistão, etc.).
- Indústria têxtil (passa fios, cilindros, eixos, etc.).
- Indústria bélica (armas etc.).
- Indústria cuteleiro (facas, tesouras, punhais etc.).
- Indústria de aparelhos de musculação (trilhos, eixos, barras de aço deslizando, etc.).

### COMO DIMENSIONAR O CROMO DURO?

A camada de Cromo Duro pode ser medida de três maneiras

#### Tempo de Banho

Teoricamente a cada 1 (uma) hora a camada cresce 0,02mm, portando tendo-se o controle da temperatura, densidade de corrente e amperagem consumida, pode-se determinar a camada pelo tempo que a peça fica dentro do banho.

OBS: Este processo é mais usado para efeito de cálculo, porém na prática deve-se usar os processos abaixo:

#### Medição Física

Mede-se a peça antes de entrar no banho, e depois de cromada, pela diferença de medida determina-se a camada.

#### Medição por Aparelhos de Indução Magnética

São aparelhos especialmente desenvolvidos para medir camadas, onde através de uma calibragem e colocando-se uma agulha apalpadora no local cromado, obtêm-se no mostrador através de indução magnética a camada existente.

### COMO SE CALCULA O CROMO DURO

**Determina-se a camada = tempo de banho, Amperagem e Montagem.**

O Cromo Duro tem processo trabalhoso. As indústrias de aparelhos de musculação pouco usam este tipo de revestimento por ter um custo alto, encarecendo o produto final em até 20%. Dependendo da quantidade de peças usadas, preferem usar o cromo decorativo que faz a mesma função com o valor 50% menor.

Agradecimento a informações complementares a Portcrom Industrial e Comercial Ltda. ●



Esteira Elétrica  
RT 250



Esteira Elétrica  
LX 160



Elíptico  
Perform E3



Bicicleta Horizontal  
Perform H3



Estação MULTI 4000  
Treinamento para  
2 pessoas simultaneamente



Bicicleta Vertical  
Perform V3

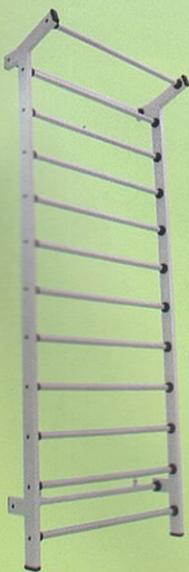
Montamos e renovamos salas de ginástica em condomínios.  
Solicite Atendimento

São Paulo  
**(11) 3934-4415**  
Demais Localidades  
**0800 770 7155**

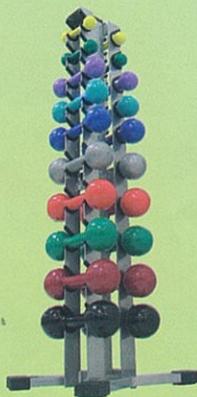


**Movement**  
TECHNOLOGY

a marca mais usada nas academias



Espaldar Alumínio e Madeira  
12 bastões

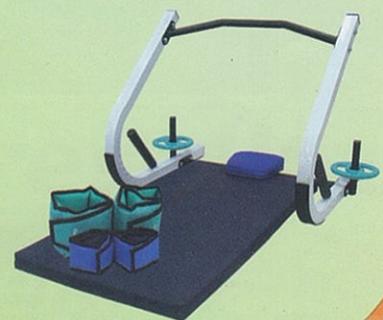


Suporte Halteres Torre  
10 Pares.



Suporte 3X1  
halteres, barras  
e anilhas.

Tornozeleiras  
de 1 a 10Kg



Abdominal Profissional

Com Movement, você cuida do bem-estar dos seus alunos e do seu negócio.



SUMMER G2



ESTEIRA E-740

LANÇAMENTO



Central de Atendimento: 0800 772.4080

[www.movement.com.br](http://www.movement.com.br)



**Movement**

Brudde