

REVISTA

EMPRESÁRIO

Fitness & Health



Ano VII - nº 42 - 2009

ISSN 1678-7382



2016

***O Fitness
e as Olimpíadas***



E sempre uma luta para comprometer os integrantes do seu time?

As decisões que você tomar hoje definirão o futuro do seu negócio.

GFMi - Gestão e liderança de alto impacto.

Um modelo de liderança e gestão moderno e completo, que já foi apresentado a mais de 700 líderes.
Transforme sua academia em um lugar único para seus clientes.

Depoimento de quem já fez GFMi.



Eduardo Kazuto Tanigawa – Academia Biofit – Sorocaba/SP

"Um ótimo treinamento, muito bem organizado pela equipe da Body Systems. Um treinamento muito dinâmico, com um conteúdo de primeira linha vindo da Les Mills e adaptado para a nossa realidade. Para quem quer ter sucesso no ramo de academias de ginástica coletiva, essa é a chance de conhecer esta ferramenta indispensável na administração."



Edriano Martins – Proprietário Equilibrio – Campo Belo/SP

"Uma grande chance de aprender e fazer a coisa certa é estar conectado com pessoas que buscam a excelência no mercado de trabalho."



Rachel Lima Camacho – Gestora de 33 unidades do SESI - SP

"Utilizei o GFMi de forma integrada e com eficiência, o método me dará suporte através de grandes ferramentas, para gerir de maneira mais eficaz. Recomendo."

Vagas limitadas. Para inscrição e mais informações, acesse www.lidergfmi.com.br
Se preferir, entre em contato com a Body Systems: **(11) 3529 2880.**



Powered By:



Caríssimos amigos,

O Brasil, enfim, será sede olímpica. 2016 acena com grandes possibilidades, tanto para o meio esportivo quanto o meio turístico e econômico. Junta-se a isso o grande "boom" que se tem dado às academias e às práticas de atividades físicas. Sempre tem em uma novela, onde um ou outro personagem malha, uma academia, ou clube, ou um spa.

O momento olímpico é do Brasil, mas o momento fitness é de quem souber aproveitar ao máximo esses anos que antecedem as Olimpíadas em nosso país. As academias e clubes não são apenas locais onde se malha, onde se fica "sara-do", são locais que também despertam grandes talentos do esporte.

Vamos vestir a camisa desse momento único para nós, brasileiros, e trabalhar para que essa seja a maior festa de todas. Começamos agora uma grande jornada.

Parabéns, Brasil!!!!

Romeu Gomes Paião Jr
Editor Responsável ■

Acesse nosso site: www.revistaempresariofitness.com.br

E-mail: atitude.editora@uol.com.br

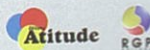
Endereço para correspondência:

Rua Brigadeiro Galvão, 34 - sala 03

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

Novo telefone: (11) 3662-4387

- **06** Reflexão e Ação - Jorge Gonçalves
Eu posso sonhar
- **08** RH e Relacionamento - Thiago Villaça
Trabalho em equipe e conceito de unidade
- **10** Consultoria - Leonardo Alleavato
MST: Metodologia eficiente para gestão de academia
- **12** Destaque - Rodrigo Cintra
Mercado do Fitness pós-crise
- **14** Marketing - João Batista
Academias: identidade de marca e imagem de marca
- **16** Consultoria - Marynês Pereira
Ah, se você soubesse!
- **20** Matéria de capa - Por Madalena de Almeida
Olimpiadas 2016
- **32** Mercado Fitness - Acade System
Quanto custa o seu cliente?
- **34** Mercado Fitness II - Apert Fitness
O profissional resiliente
- **36** Entrevista com Jorge Gonçalves
Bate papo sobre seu novo livro "A Gestão do Invisível"
- **38** Novidades do Mercado
Johnson lança Krankcycle
- **40** Tendências - Flávio Bueno
Tecnologia a serviço de professores e alunos
- **42** Congresso
Sports Business 2009
- **44** Mercado Fitness e Wellness - João Moraes
Corridas de rua: diferenças entre pisos e diferenças entre esteira e rua
- **46** Consultoria II - Christian Munaier
O fantástico mundo virtual
- **48** Dicas - João Rafael
Treinamento de flexibilidade: antes ou depois do trabalho de força?
- **50** Manutenção - Prof^o Almir
Dicas de escolha e manutenção de tatames - Parte 1



EXPEDIENTE

EMPRESÁRIO
 Fitness & Health

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

Atitude Editora Ltda - RGP Editora Ltda - **Empresário Fitness & Health**
 Ano VII - Edição nº 42 - 2009

Editor Responsável - Romeu Gomes Paião Junior - atitude.romeu@uol.com.br

Executiva Adm. e Comercial - Vivian Ingrid Ignácio - atitude.vivian@uol.com.br

Diagramação e Layout - Lillian Fernandes - lilisf@gmail.com

Assinaturas - Renata Moreira - atitude.assinaturas@uol.com.br

Marketing e S.A.C - João Paulo Reis - atitude.mkt@uol.com.br

Redação e Publicidade - Atitude Editora Ltda - RGP Editora Ltda

atitude.editora@uol.com.br

Rua Brigadeiro Galvão, 34 - sala 03 - Barra Funda - São Paulo / SP

CEP: 01151-000 - Fone/Fax: (11) 3662-4387

Fotolito e impressão: Intergraf

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).

TREINAMENTO FUNCIONAL

BAGBAS

Liberdade de movimento com a segurança e qualidade que só um equipamento RIGHETTO pode oferecer.



FS3012-R3D

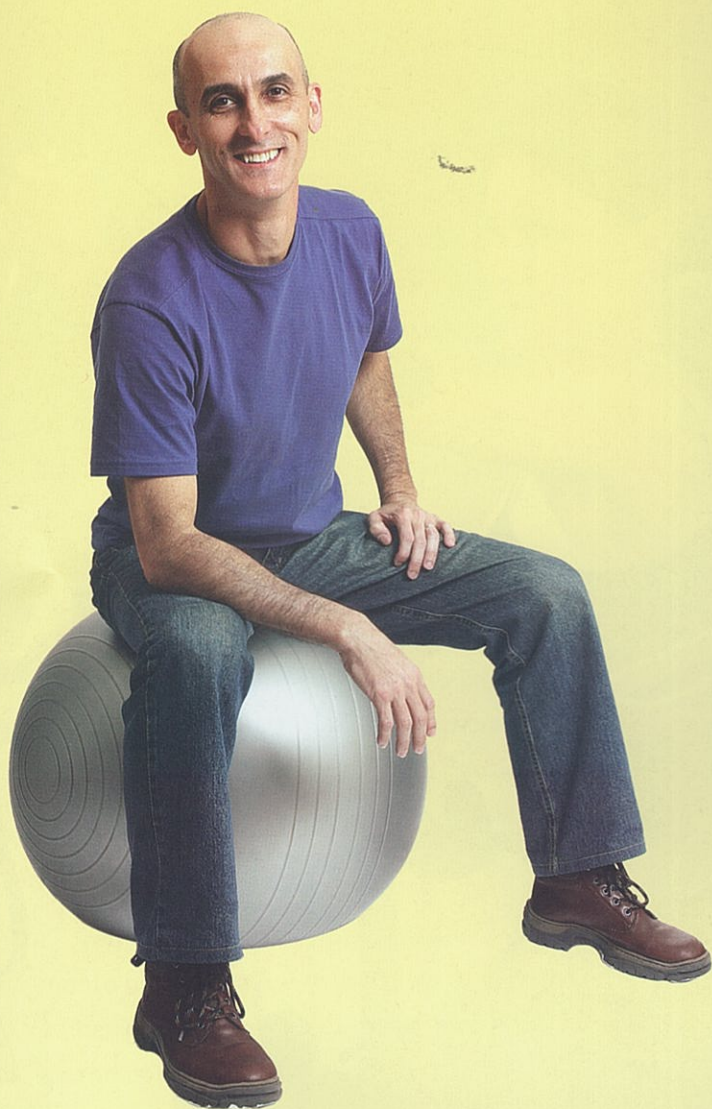
SL2056



www.righetto.com.br

Righetto
FITNESSEQUIPMENT

Fábrica: Rua Itacuruçá, 568 • Jd. Aeroporto
Campinas/SP • Brasil • CEP13056-094
(19) 3766-7600 • righetto@righetto.com.br



Jorge Gonçalves

É consultor de empresas.

Saiba mais sobre ele e seu trabalho no site www.jorgegoncalves.com.br ou envie e-mail para jorge@jorgegoncalves.com.br.

Eu posso sonhar

Eu vim de uma geração de inovadores na educação física. Iniciamos nossas carreiras em um momento onde as academias nasciam a cada esquina; trabalhos eram desenvolvidos com simplicidade e entregavam a malhação aos que buscavam o corpo sarado. Nós tínhamos a certeza de que sabíamos tudo e por não saber que não podíamos fazer, seguíamos em frente e fazíamos. Hoje, olhando para o que esta geração conseguiu colocar de formatos e modelos de cultura nos trabalhos de fitness, wellness e entretenimento me dou conta de quantas boas ações e modelos estão aí em atuação por este nosso país.

Fazendo esta reflexão, quero lhe convidar para ser um inovador resgatando, explicitando e compartilhando a essência de minha geração. Existe uma força que não sei explicar muito bem como funciona, que talvez esteja ligada à força do sonho. Faça um exercício do pensar e não deixe que o liquidificador do dia a dia bata e não o deixe sonhar para onde você quer ir. O que você quer ser quando crescer? Daqui a vinte anos, como você quer estar? Meu amigo, sonhe. Olhe em volta de você, tudo o que está vendo nasceu do sonho de alguém. Escolha um alvo, tenha foco e responda as perguntas na construção da nova estratégia, na construção do caminho para chegar ao alvo. Para tanto é necessário conhecimento de formas estruturadas para deixar seu sonho de pé. Pesquise a viabilidade do sonho. Quais os passos concretos para que o que imaginou possa estar se tornando real. Pesquise se tem algo que se assemelhe ao que imaginou e onde está? Quais as formas e o que tem de parecido com o que você sonhou. Agora é a hora de construir um plano de negócio. Pesquise no Google, visite locais aonde se faça o que você pensou; cada detalhe deve ser escrito e explicitado de forma ampla em um arquivo digital. Quanto mais detalhes melhor. Neste momento é você melhor que você a cada dia. Reserve tempo para ler e estudar sobre seu sonho não deixe passar um dia sem que você o alimente, escreva, fale sobre, busque detalhes e conquiste conhecimentos correlatos com seu projeto. Amigo, é você com você, construa os detalhes e faça. Espere tê-lo inspirado a construir uma forma melhor e que esta tal forma possa conduzi-lo a ser feliz. Assim nasce o Sonho, você pode sonhar. ■

Johnny G
KRANKcycle
by **MATRIX**

A mais recente inovação do criador do Spinning® Johnny G, o KRANKcycle® é um equipamento de ciclismo para os membros superiores.



MATRIX

Strong • Smart • Beautiful

- manetes independentes para maior variedade de movimentos
- assento projetado ergonomicamente permite a fácil transição entre exercícios nas posições sentada ou em pé
- altura ajustável dos manetes proporciona uma grande variedade de músculos trabalhados
- montagem que permite tanto movimentos para frente como para trás
- eixo reduzido para biomecânica adequada
- assento facilmente removível para maior liberdade de exercícios
- totalmente acessível para cadeirantes, promovendo a iniciativa INCLUSIVE FITNESS

Lançamento 10th IHRSA
Fitness Brasil 2009

19 2107 5300 | contato@johnsonhealthtech.com.br | www.johnsonhealthtech.com.br

Powered By

JOHNSON

Trabalho em equipe e o conceito de unidade

“Somos a soma de todo e tudo que passa por nossas vidas”

Muito se escreve a respeito da importância do trabalho em equipe, equipes de alto desempenho a sua influência/impacto sobre os resultados organizacionais.

Particularmente acho este tema fascinante, não só pela relevância em si de termos pessoas envolvidas com o mesmo objetivo, mas sim pelo fato de analisarmos uma equipe como um conjunto de pessoas que se tornam uma só, com um só discurso, um só objetivo, uma só língua, uma única metodologia e uma única fórmula.

Para se chegar a esta sinergia e “singularidade” a aposta na qualidade dos relacionamentos interpessoais como garantia de sucesso organizacional deve ser a premissa básica de todo e qualquer gestor. Seja de academia ou de uma multinacional.

dos relacionamentos interpessoais não é só importante para a produtividade dos colaboradores, mas sim para a retenção de talentos.

Quando falamos em equipe estamos falando basicamente em uma rede de relacionamentos interpessoais. Quando ligamos a palavra EQUIPE à palavra TRABALHO estamos direcionando esta “rede de relacionamentos” a uma forma de proporcionar resultados organizacionais em conjunto. Desta forma não podemos ter resultados sem relacionamentos e é a qualidade deste relacionamento (colaborador / coordenador / gerente / patrão) que determina a magnitude dos resultados colhidos.

O ser humano não vive sem os relacionamentos, não somos capazes de nos tornarmos “ilhas” intocáveis onde tudo é e sempre será perfeição. Somos

A versatilidade de relacionamentos, ambientes e circunstâncias experimentadas durante a vida de cada um é fundamental para a maturidade de nossos colaboradores. Muitos acreditam que situações ruins e que tiveram uma interpretação negativa devem ser esquecidas ou as tratam como arrependimento ou “culpa” por não ter realizado a coisa “certa”, no entanto esse tipo de pensamento negativo bloqueia (inconscientemente) nossas habilidades de superar as adversidades. Muitos de nossos colaboradores não enxergam que o fato de uma coisa não ter dado “certo” não significa, necessariamente, que está tudo perdido, e sim que existe outro meio para que tal objetivo aconteça.

Nós, como líderes, precisamos “abrir os olhos” das pessoas para que elas entendam que o fracasso é algo que fundamenta a vitória isso

O ser humano não vive sem os relacionamentos, não somos capazes de nos tornarmos “ilhas” intocáveis onde tudo é e sempre será perfeição. Somos mutáveis e adaptáveis às pessoas, ambiente e às circunstâncias. Quem tem medo de se relacionar ou ainda prefere sempre o mesmo tipo de pessoa para se trabalhar está se aprisionando dentro de uma forma de trabalho e privando-se de ser versátil.

Em concordância com a afirmação acima John Maxell afirma em seu livro “Vencendo com as Pessoas” que a maioria dos colaboradores não se desligam de suas empresas, mas sim de seus chefes. Temos, portanto, um grande indicador de que a qualidade

mutáveis e adaptáveis às pessoas, ambiente e às circunstâncias. Quem tem medo de se relacionar ou ainda prefere sempre o mesmo tipo de pessoa para se trabalhar está se aprisionando dentro de uma forma de trabalho e privando-se de ser versátil.

quando não a faz ser muito mais valorizada, portanto, precisamos entender que um não existe sem o outro. Neste sentido o sucesso não pode existir sem os obstáculos, dificuldades e as adversidades que chegam até nós, pois elas nos fazem entender

Nós, como líderes, precisamos "abrir os olhos" das pessoas para que elas entendam que o fracasso é algo que fundamenta a vitória isso quando não a faz ser muito mais valorizada, portanto, precisamos entender que um não existe sem o outro.

der que podemos superar as coisas que chegam.

Seguindo o raciocínio do parágrafo anterior podemos atrelar a questão dos relacionamentos em equipe como sendo algo fantástico para desenvolvermos nossa habilidade interior no que diz respeito a interpretação de sentimentos e do por que de nossos relacionamentos interpessoais serem fundamentais para o conceito de união.

Somente quando percebemos que são as circunstâncias e as pes-

soas que estão a nossa volta que moldam as nossas características, atitudes, comportamentos e personalidades é que podemos estabelecer uma parceria no sentido de doação, pois daí entende-se que é por causa das pessoas que você pode ser quem é, e só então entender que você é a soma de todas as pessoas que passam por sua vida e que em um sentido mais abrangente você é só um com elas.

O conceito de unidade a partir da qualidade dos relacionamentos depende do entendimento que você tem

sobre si mesmo, mas que foi gerado pelas pessoas a sua volta, neste sentido entendemos que o trabalho em equipe e as dificuldades/adversidades que caminham de mãos dadas com ele precisam ser encarados como um fator motivacional de superação de obstáculos que definem as características, personalidades, atitudes e o comportamento de cada um.

"O trabalho em equipe precisa ser encarado como delineador das potencialidades individuais de cada ser humano a fim de proporcionar resultados organizacionais". ■



Thiago Villaça

Coordenador A!Body Tech - Unidade Botafogo - Contato: thiago.villaca@abodytech.com.br

O melhor piso para sala de musculação!

VANTAGENS E BENEFÍCIOS

- ✓ Suporta grandes impactos
- ✓ Protege o piso e equipamentos
- ✓ Fácil instalação
- ✓ Antiderrapante, macio e confortável
- ✓ Diminui o ruído do ambiente.



Solicite uma proposta: 18 3917 4669 - 8139 2052 - www.novavedovati.com.br - Pres. Prudente - SP

MST: metodologia eficiente para gestão de academias

No ambiente altamente competitivo do mercado de academias no Brasil, faz-se necessário um minucioso planejamento das ações a serem desenvolvidas pelas empresas. Não ter uma metodologia de trabalho que direcione procedimentos para o cumprimento de metas e atingimento de objetivos é administrar no escuro. E administrar dessa forma é traçar uma rota de fracasso que provavelmente culminará com o fechamento da empresa, exatamente como vemos tantas que iniciam suas atividades e não conseguem se sustentar por falta de planejamento.

Para planejar, é necessário, primeiramente, que se determinem fatores básicos de sustentação de uma empresa como missão, visão, metas e objetivos. O planejamento pressupõe, a partir daí, o estabelecimento de processos que serão aplicados em todos os setores da empresa.

Processos bem delineados permitem uma melhoria na qualidade e na produtividade, redução de custos, dentre outros benefícios. Um processo pode ser definido como uma série de atividades logicamente interrelacionadas que, quando executadas, produzem resultados esperados; é um conjunto sequencial de ações que objetivam atingir uma meta. Sendo assim, os processos devem estar alinhados com o planejamento estratégico elaborado, para efetivamente possibilitarem o cumprimento da missão empresa.

Entretanto, todo e qualquer processo é operado por pessoas que precisam estar bem treinadas para que os procedimentos sejam eficientes e de qualidade. Treinamentos devem fazer parte da cultura de qualquer empresa desde a contratação dos colaboradores e regularmente durante sua vida corporativa na empresa. Em uma cultura atual de gestão por competências e onde se cobra um desempenho elevado de cada funcionário, treinar pessoas torna-se uma ferramenta imprescindível no sucesso de qualquer empreendimento.

Nada disso pode ser implementado se não houver uma mudança de comportamento das pessoas que fazem parte de todo esse processo e, para isso, a metodologia MST vem para ajudar as empresas a desenvolver pessoas e estabelecer procedimentos para otimizar sua atuação no mercado:

Mudança de comportamento Sistematização de procedimentos Treinamento

A mudança de comportamento, desde o proprietário da empresa passando por todos os funcionários envolvidos na prestação do serviço e atendimento aos clientes, faz-se necessária para poder enxergar a empresa sob uma nova perspectiva e quebrar paradigmas que impedem o crescimento sustentável da empresa.

Crescimento sustentável trata-se da empresa se manter em constante desenvolvimento - e isso tem a ver principalmente com LUCRO - de forma menos dependente das oscilações do mercado e outros fatores externos.

Concomitante com essa mudança de comportamento, os procedimentos da empresa são observados e estudados e, a partir dessa observação, são traçados novos procedimentos ou melhorados os já existentes. Assim, permite-se uma sistematização dos procedimentos da empresa, de forma que todos tenham a mesma linha de ação, voltada para a otimização de resultados.

Sistematização não significa robotismo, comportamento esse que engessa a empresa gerando, muitas vezes, insatisfação de clientes e colaboradores.

Do contrário, a sistematização permite que todos ajam dentro de um padrão

estabelecido, mas deixando sua "marca" individual, de forma a sempre personalizar o atendimento.

Para que tudo isso funcione, é necessário treinamento constante. Desde o primeiro momento de mudança de comportamento até o estabelecimento dos padrões de ação dentro da empresa. O treinamento inicial é o mais importante, é como se reiniciássemos um computador para que ele se organize e volte a funcionar melhor.

Entretanto, se o treinamento não for constante, arrisca-se voltar ao ponto de partida e perder-se todo o efeito do aprendizado que foi adquirido. É necessário estabelecer um cronograma de ações dentro da empresa para que os treinamentos possam ser implantados de forma regular e seus resultados possam ser mensurados, verificando se estão alinhados com o planejamento estratégico da empresa.

Para implantar um sistema de treinamento regular em sua empresa, é imprescindível um profissional com competência para praticar a gestão do conhecimento a ser ministrado, sob o risco de se estabelecer apenas ações pontuais que gerem resultados efêmeros no longo prazo.

Modificar comportamentos e sistematizar procedimentos através de treinamento constante, alinhados com o planejamento estratégico traçado, permite otimizar as ações dentro da empresa, o que refletirá diretamente na geração de mais satisfação dos clientes e aumento da receita. ■



Leonardo Allevato

Consultor em Fitness - (21) 7894-5551 - www.leoallevato.com.br



• FLEXOR SENTADO CL-003



• LEG PRESS HORIZONTAL CL-007



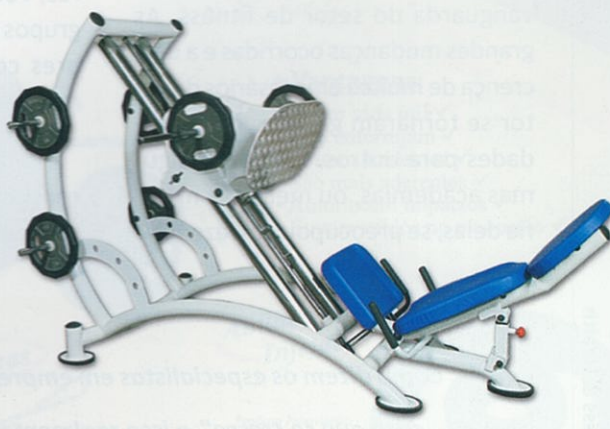
• DESENVOLVIMENTO CL-020



• PEITORAL DORSAL CL-017



• MÁQUINA P/GLÚTEO CL-008



• LEG PRESS 45° CL-028

Show Room em São Paulo

- Largo do Arouche, 438 - Fone: (11) 3337-1324
- São Joaquim, 491 - Fone: (11) 3203-2271

- Av. Brigadeiro Luiz Antonio, 361/363 - Fone: (11) 3106 2060

Mercado do fitness pós-crise

Após pouco mais de um ano de recessão em inúmeros setores da economia mundial, podemos dizer que temos um balanço bastante negativo em grande parte das instituições públicas e privadas por todo o mundo, entretanto alguns nichos profissionais foram surpreendentemente positivos. Temos como exemplo o mercado do fitness organizado, que pôde ter, senão o aumento, pelo menos a manutenção de seus clientes devido à necessidade percebida por estudantes, trabalhadores, empresários, executivos, entre outros, de que em momentos difíceis e turbulentos, de alto stress, todos nós devemos praticar atividades físicas regulares para combater os males advindos do sedentarismo.

Como dizem os especialistas em empreendedorismo, “é na crise que se cresce”, e isso realmente foi constatado na prática por empresas de vanguarda do setor de fitness. As grandes mudanças ocorridas e a descrença de muitos empresários do setor se tornaram grandes oportunidades para outros. Enquanto algumas academias, ou melhor, a maioria delas, se preocupou em fazer pla-

nos de mensalidades com descontos diretos, outras empresas do mesmo ramo se atentaram em estudar o mercado ao ponto de perceberem que eram necessárias mudanças muito mais significativas, como mudanças na forma de gestão, nas vendas, no conceito de fidelização e encantamento, do que simplesmente dar 10, 20, 30, 40 ou 50% de descontos em mensalidades. Foi percebido então que muito mais importante do que ter preços reduzidos motivados pela crise, que a sobrevivência de grupos estaria na atenção ímpar e diferenciada ao cliente; na modernização da forma de administração do seu negócio e ainda, o mais difícil, na mudança da postura de “vítima” perante toda a turbulência, para uma postura pró-ativa, de pensamentos e atitude positiva, o que fatalmente transformou ou ainda transformará vários empresários e gestores em verdadeiros “salvadores, redentores e vencedores” de grupos capitalistas, ao invés de “pobres coitados e falidos pela crise mundial”.

Então seguem alguns estudos e conclusões segundo os itens apresentados acima, que poderão ajudar os

proprietários, gestores e coordenadores de academias de todos os portes:

1) Dar atenção ímpar e diferenciada ao cliente:

Há muito tempo consultores, professores e estudiosos dizem que é importante se tratar o cliente de forma diferenciada de maneira que ele chegue a acreditar que somente você e sua empresa poderão atendê-lo como você, sua empresa, o atende. O mercado mundial mudou e graças a essas mudanças temos que trazer para o mercado do fitness ensinamentos de outros setores, criarmos analogias e trabalharmos com seus princípios em nossos dia-a-dias, como por exemplo, temos a Ford Americana que lançou recentemente uma promoção onde os clientes que comprarem seus carros e não estiverem satisfeitos poderão devolver o carro e receber de volta 100% do valor pago. Outro bom exemplo é da empresa de telefonia via voip Skype, que oferece seu serviço principal que é telefonia voip de computador pra computador inteiramente grátis, e ganha em seus “plus” de serviços, como ligações para terminais fixos e celulares, entre outros.

Através desses e de muitos tantos outros exemplos, crie estratégias, invente novas fórmulas e faça de seu negócio um negócio diferenciado a ser plagiado, referendado e gerador de tendências, pois só assim você sairá da “vala comum” de empresas que somente seguem as tendências do mercado e que assim estão fadadas a serem exterminadas ao longo do tempo.

Como dizem os especialistas em empreendedorismo, “é na crise que se cresce”, e isso realmente foi constatado na prática por empresas de vanguarda do setor de fitness. As grandes mudanças ocorridas e a descrença de muitos empresários do setor se tornaram grandes oportunidades para outros.

2) Modernizar a forma de gestão:

A descentralização e a criação de estruturas lineares são as grandes diferenças da gestão tradicional pra a gestão de resultados, ou gestão moderna, como queiram chamar. Ninguém produz mais do que pessoas que sentem que são muito mais do que meros funcionários de uma empresa. As palavras "funcionário", "colaborador", que foram tão usadas nos últimos anos, já soam como desatualizadas, combinando mais com o momento atual, expressões como "líder", "profissional S.A.", "parceiro" e até "sócio", já que sócio é aquele que trabalha, ou deveria trabalhar, irrestritamente para o sucesso comum da empresa geradora de sua fonte de renda.

3) Mudar a postura de "vítima" e "arregaçar as mangas" para vencer a crise:

No quesito postura, é que escutamos rotineiramente em conversas informais, em reuniões, em consultorias e em palestras, a descrença em si mesmo que alguns empresários e gestores carregam consigo. Comumente vemos os famosos:

"Ah, deixa disso... sempre foi assim, nunca melhorou..."; ou;

"Não vai adiantar nada fazermos tudo isso", ou ainda;

"Eu já tentei isso antes, fulano já tentou e não deu certo".

Esse tipo de postura é que realmente defini o futuro decadente de uma empresa, já que se o corpo diretivo não acreditar no sucesso, quem é que vai acreditar em um futuro promissor? Empresários, gestores, administradores e coordenadores têm que ser os primeiros a acreditar nas mudanças positivas, tem que ser os primeiros a colocar

"o pé no freio" quando os gastos estão elevados e também os primeiros a "gritar, comemorar e exaltar os êxitos" quando eles ocorrerem. Normalmente não elogiamos a evolução das pessoas, nem dos setores de uma empresa, mas o grande sucesso para uma reviravolta positiva no clima organizacional de qualquer estabelecimento é "elogiar a todo progresso, por menor que ele possa ser, em qualquer parte do processo". ■



Prof. Msd. Rodrigo Cintra

CREFA4/SP 005762-G - Consultor em planejamento estratégico & Mercadólogo de Academias e Clubes Sociais - Elaborador de Projetos Esportivos Públicos & Privados - Nextel ID 85*5131 - Siga-me no Twitter: www.twitter.com/rmcintra

Conheça a linha completa dos produtos EMAR através do site:
www.emar.com.br

EMAR
plásticos

Flexionador
de Punhos



Halteres Injetados*



1/2kg, 1kg, 2kg,
3kg, 4kg e 5kg

Protetor Bucal
e Estojo



Dumbbells
Injetados*



Produto Patenteado

Presilhas



1 1/2" em Aço

Barras
Injetadas*



Produto Patenteado

1.200 mm

420 mm

* Vantagens:

- Maior vida útil ✓
- Não enferrujam ✓
- Evitam acidentes ✓
- São mais aderentes ✓
- Amortecem impactos ✓
- Evitam ruídos no manuseio ✓

Anilhas Vazadas
Injetadas*

Produto Patenteado

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



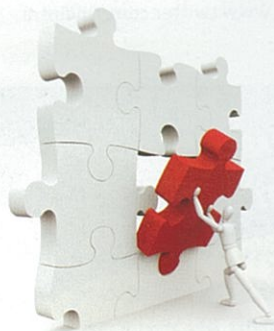
Fone: (17) 3269-9990

Rua Vicente Barbosa de Oliveira, 200 - Distrito Industrial - Ipiranga - SP

Academias - identidade de marca e imagem de marca

Tenho falado insistentemente no como os empresários e executivos das academias, poderiam beneficiar-se da compreensão das experiências de seus clientes, com pequenas mudanças na dinâmica interna de suas empresas.

Para ter uma atitude dominante na gestão pró-ativa, temos recomendado a criação de um "comitê de marca" envolvendo todas as áreas da empresa. O custo de implementação é muito próximo de zero, pois depende apenas de criatividade e vontade da cúpula.



Porque um comitê? A resposta mais imediata nos lembra uma afirmação corrente no mundo do Design que mostra que o modo como deseja ser conhecido é o que se denomina Identidade da Marca. Entretanto, o modo como a empresa ou a marca é conhecida, de fato, pelos consumidores é a Imagem da Marca. Esta imagem não pertence à empresa, pois está na mente dos consumidores.

Ora, como podemos entender que uma empresa não envolva a todos do seu corpo organizacional numa permanente busca da percepção de seu negócio pelo cliente?

A interface entre Identidade e Imagem da Marca é o território onde a

gestão se realiza, determinando para que norte aponta o propósito empreendedor.

Muitas empresas atendem à uma demanda reprimida de uma região onde se encontram sem a mínima noção de como, de fato, estão sendo percebidos. E tome rotatividade de clientes, desistências e dificuldade para preencher os espaços espetaculares que poderiam ocupar na mente dos seus clientes, ou alunos, se preferirem. O risco é a fadiga mental de seus colaboradores internos levando à uma Imagem da Marca desgastada junto aos seu público. E não adianta tomar energéticos metabólicos pois o risco de enfartar a criatividade é muito grande.



Guardar um tempo para dedicar-se à entender a Imagem da Marca é um exercício que deve ser tão importante para um negócio como é a água para nosso corpo sedento. Buscar pesquisa e procurar as consultorias especializadas em gestão, é um fato administrativo que não pode ser relegado à espasmos de "sacadas", pois é preciso método para enfrentar o saber do que se passa dentro e fora da empresa. Afinal ela existe num mundo próprio da sociedade, que é o dos negócios.

Então, mãos na massa, e vamos garimpar um pouco para entender o que se passa, de um modo geral, na cabeça dos jovens, que são os que nos orientam, e o conteúdo do nosso Manual do Futuro.

Interessante estudo realizado pelo Ibope Inteligência, juntamente com a Troiano Consultoria de Marca, publicado em março de 2009, aponta muitos caminhos para compreender melhor aqueles que praticam esporte e, conseqüente, a grande maioria dos freqüentadores das academias de nosso país no amanhã imediato.

Foram estudados jovens de 15 a 19 anos, das classes ABC, de ambos os sexos com 390 entrevistas entrevistas, com abrangência Brasil.

Porque estes jovens: Porque é o nosso consumidor do futuro, o esporte é uma categoria fortemente ligada a esta geração que tem manifestado cada vez mais forte a cultura do corpo e da estética.

Vamos desenhando este perfil:

89% praticam algum esporte: Caminhada: 43% | Futebol: 34% | Natação: 28% | Corrida: 27% | Vôlei: 26% | Futsal: 25%.

Entre os seus ídolos, que resumem "tudo de bom", além de serem bonitos, ricos e poderosos, o Ayrton Senna ganha disparado, tanto no público feminino quanto no masculino. Interessante, né?

Como era de se esperar, a Internet é o canal para se comunicar com eles, representando 60% da preferência. Para encontrá-los precisamos saber que 44% deles freqüentam portais e 16% os sites de relacionamen-

to, e acreditem: 61% levaria para uma ilha o seu computador...

Além disso, o jovem quer ser:

Bem sucedido 68% | Feliz 62% | Independente financeiramente 49% | Ótimo pai / mãe 40% | Rico 40% | Ter casa própria 38% | Ajudar as pessoas 30% | Ser amado 23%.

E, naturalmente, para eles a Confiança é a categoria que filtra todas as preferências.

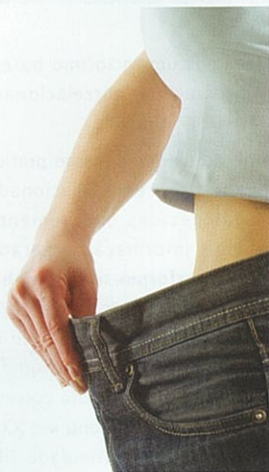
Ora, estes dados nos mostram de modo cristalino que se você, empresário ou executivo de Academia, pretende firmar um conceito de sua marca que seja aderente aos desejos de seus alunos deveriam concentrar-se fortemente em apresentar-se de forma leve e transparente, para fazer jus à confiança - que não se adquire, perde-se - que seus alunos depositam no dia da matrícula e manter uma superação permanente das expectativas que este aluno está pronto para realizar ao relacionar-se com o seu negócio.

É muito comum concentrar 100% de energia para convencer o consumidor, seja através de propaganda seja através de argumentação estruturada na hora do primeiro pagamento.

Guardar um tempo para dedicar-se à entender a Imagem da Marca é um exercício que deve ser tão importante para um negócio como é a água para nosso corpo sedento.

Entretanto dedicar menos do que duas vezes mais energia para promover uma experiência encantadora, o desejo irresistível de retornar cumprindo a agenda. Estética e Beleza são atributos poderosos

para manter a atração, mas eles não existem por si só, necessitando de um processo encadeado de prestação de serviços orientados à percepção de auto-estima crescente. Beleza não é propaganda, é verdade interior. A pessoa sente-se bem e observa que os outros é que atribuem beleza à si. Nada de narcisismo, de "se achar". Estética e Beleza são imagem da marca de alguém que sente-se reconhecido em seu esforço e alegria de frequentar a "sua" academia.



É isto que nos mostra este belíssimo estudo, pontuando os atributos do "desejo ser como o meu ídolo", seja através do exemplo no interior da família, seja através da mídia. O fato relevante é que pode ser criado através do "comitê de marca", um índice de confiança próprio, resultante de uma observação cuidadosa de seus alunos e de como a sua empresa transmite esta identidade para promover uma imagem que promova experiências surpreendentes. Afinal todos nós sabemos que as academias são verdadeiros "salões de beleza", que traz bem-estar e alegria de viver. ■



j2b

João Batista Ferreira

Titular da J2B Innovation -
jbatista@j2b.com.br



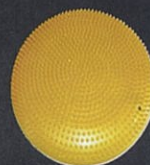
Acessórios para Fitness, Pilates, Yoga, Tatami, Hidroginástica, Natação e Hidroterapia



Balance Dome



Soft Ball



Disco de equilíbrio



Bola 65cm



Extensor corrida triplo



Exercise ball



Rolo p/ alongamento



Rubber band



Medicine ball

Visite nossa loja virtual
Aceitamos cartões Master e Visa
Participe de nosso blog interativo.

www.aquaticaslade.com.br

Tel. (11) 4413-5722 ou
(11) 4413-4996

Ah, se você soubesse!!

Uma vez, li um livro com o título bem parecido com o que menciono neste artigo: **AH SE EU SOUBESSE!** e que contém depoimentos de vários empresários, presidentes, CEOs de destaque pelo mundo afora e já em fase de aposentadoria.

Muitas dessas pessoas em seus depoimentos no livro, falam das suas conquistas na carreira, dos pontos bons, dos aspectos negativos, das coisas que se eles soubessem teriam dado mais foco e atenção. Uma dessas coisas que muitos deles mencionam, é se arrepender por não ter praticado atividade física.

Alguns anos mais tarde, é lançada a versão Nacional desse mesmo livro: **Ah se eu soubesse Brasil**, contendo, agora, depoimentos de empresários brasileiros de vários segmentos. Tal não foi a minha surpresa ao constatar a coincidência, onde muitos deles, também se arrependiam por não ter praticado atividade física.

E eu sempre me pergunto e, acredito que muitos de vocês também, porque não temos a competência de aumentar a demanda de pessoas praticando atividade física em nosso país??

Desde 2000, segundo dados da IHRSA, o Brasil não passa de irrisórios 2% da população brasileira praticantes de atividade física, enquanto em todo o mundo ocorre significativo aumento, ano após ano. Hoje só perdemos em termos percentuais para países como a Etiópia e Tanzânia. Lamentável, não é mesmo amigos professores??

Alguns de vocês deve estar pensando: e o que eu tenho a ver com isso???? Isso é problema do Marketing, da academia, do governo.

Sim, de fato é um problema de todas essas áreas mencionadas acima e também de cada um de nós profissionais da área.

Com certeza nos países onde o crescimento da demanda ocorre, deve haver muita informação e, correta, sobre a importância da atividade física.

Aos que ainda pensam que não é nossa a responsabilidade em fazer alguma coisa, solicito uma reflexão sobre Sustentabilidade, visão sistêmica. Talvez, anos atrás, muitos de nós sequer soubéssemos as conseqüências sobre desperdício de

água, luz, etc, mas hoje, todos sabemos que somos responsáveis pela escassez no mundo, pela falta de recursos, pela poluição. Seja porque acessamos informações na Internet, seja porque lemos jornais e revistas, assistimos TV, mas ninguém mais pode tranquilamente tomar um banho de duas horas e ficar com a consciência tranquila, ou pode?

Então, façamos um raciocínio baseado nos comentários acima, correlacionando com nossa área de atuação.

Se o aumento da demanda de praticantes de atividade física está relacionada à consciência das pessoas que aumenta à medida que mais informação é gerada e cujo conteúdo transforma-se em conhecimento, assim como o é em países de primeiro mundo, podemos então, concluir que a demanda em nosso país não aumenta porque a informação ou não está correta o que faz com que ainda em pleno séc XXI as pessoas achem que fazer atividade física em academias é sinônimo de querer ter ou dever ter um "corpo sarado", e frequentar um "ambiente de azaração", ou ambiente destinado a atletas que querem competir... ou a informação é insuficiente e pouco esclarecedora a ponto de motivar mais pessoas a praticarem atividade física, assim como qualquer outro hábito saudável.

Será que as pessoas só saberão da importância da atividade física quando for tarde demais, assim como esses empresários cujos depoimentos estão nos livros mencionados acima, ou já estiverem velhas, dependentes para caminhar, com sua locomoção prejudicada??

Será que as pessoas sabem que fazer atividade física é um investimento para a vida?? Será que elas sabem que podem envelhecer com saúde? Que fazer atividade física melhora seu desempenho em todas as áreas???

E você professor?? Como você fala sobre atividade física??

Alguns colegas meus de profissão, afinal minha formação também é Ed. Física, dizem que para ter resultados o aluno precisa de treino pesado e de no mínimo duas horas de duração; outros dizem que para emagrecer tem que fazer uma hora de esteira e assim vão difundindo seus conceitos aprendidos na faculdade, muitas vezes

equivocados ou distantes das expectativas de nossos clientes.

MAS E O CLIENTE??? O que ele de fato quer e gostaria de fazer? O que é RESULTADO para o cliente????? Falei cliente e não, aluno ou atleta.

A diferença??

Aluno é aquele que vem aprender aquilo que você quer ensinar e oferecer.

Cliente é aquele que quer que você faça para ele aquilo que ele está disposto a realizar com prazer. Você é um facilitador do processo rumo ao resultado que ELE CLIENTE almeja alcançar, mesmo que seja manter o peso atual, não ter tantos músculos e poder dormir melhor à noite.

Solicito que todos, especialmente nós Profissionais de Ed Física, façamos uma reflexão para entendermos melhor as conseqüências de nossas atitudes sobre o mercado e sobre a demanda de praticantes de atividade física, estacionada há tantos anos em nosso país e, também, pensar sobre as razões pelas quais muitos empresários investidores em nosso mercado, vem optando por investir em academias quase sem professores, alegando cansaço em ter que lidar com o comportamento irresponsável de alguns profissionais de nossa área e que muito em breve, assim como no Japão, não pelo mesmo motivo, os professores poderão ser substituídos por máquinas de musculação de auto atendimento. Aliás uma tendência mundial.

Pense a respeito e faça alguma coisa.

Mas por favor, não reclame ou lamente. Assuma que de qualquer forma, somos responsáveis, inclusive por não fazermos nada em relação aos profissionais irresponsáveis e incompetentes que ainda atuam em nossa área.

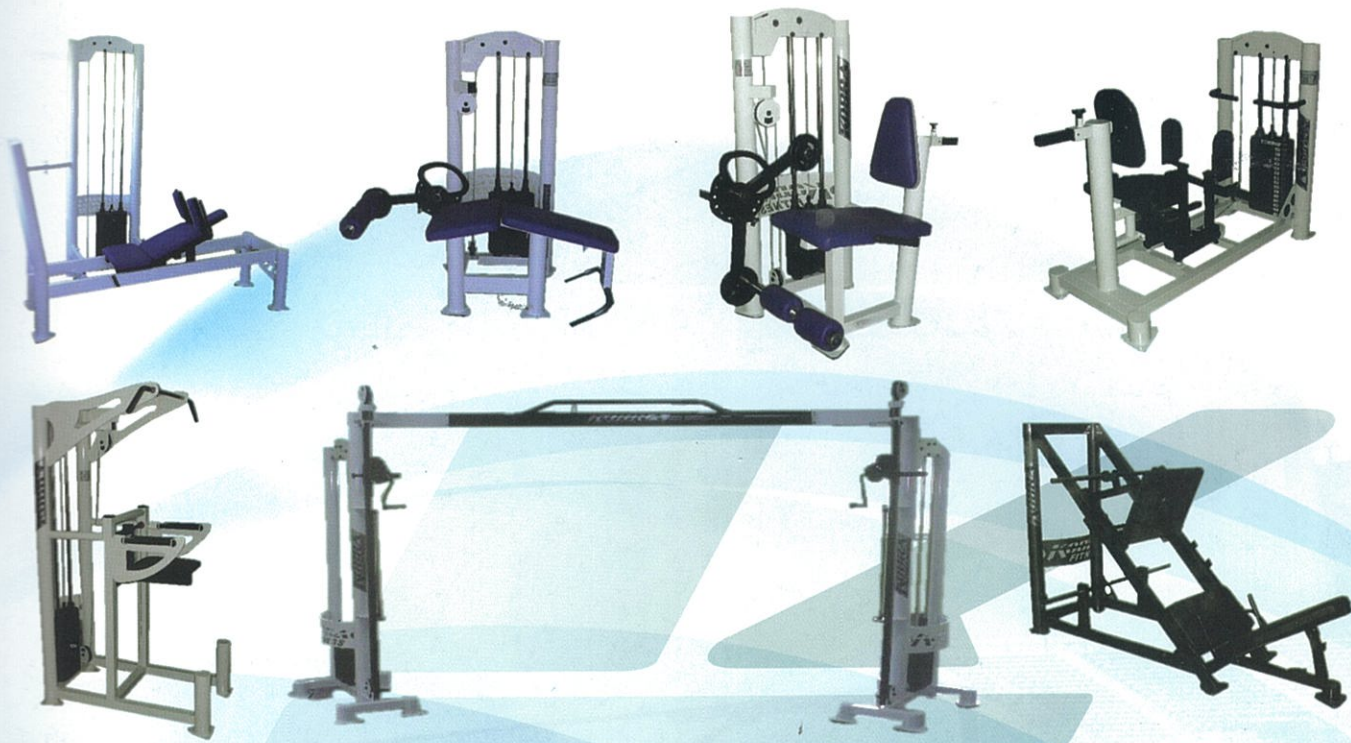
Mãos à obra! ■



Marynês Pereira

www.providersolutions.com.br

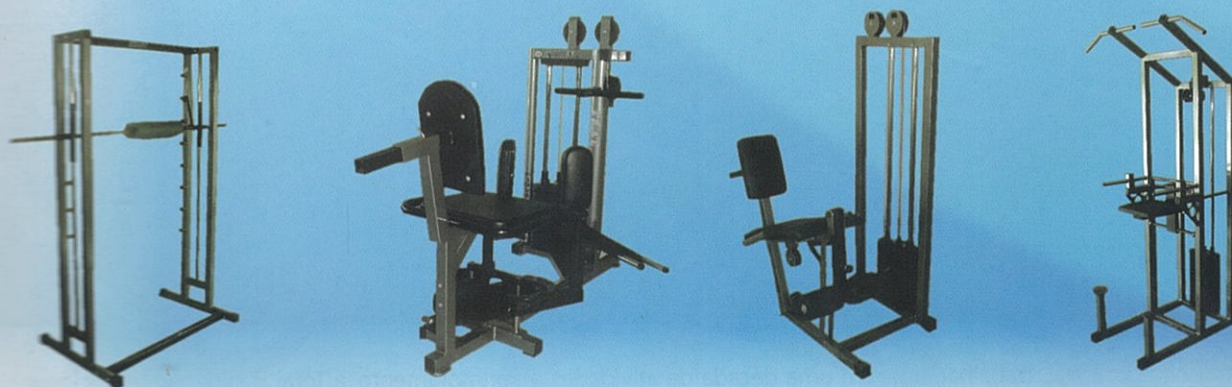
LINHA ORION



LINHA COBRA



LINHA TORK



ESCRITÓRIO

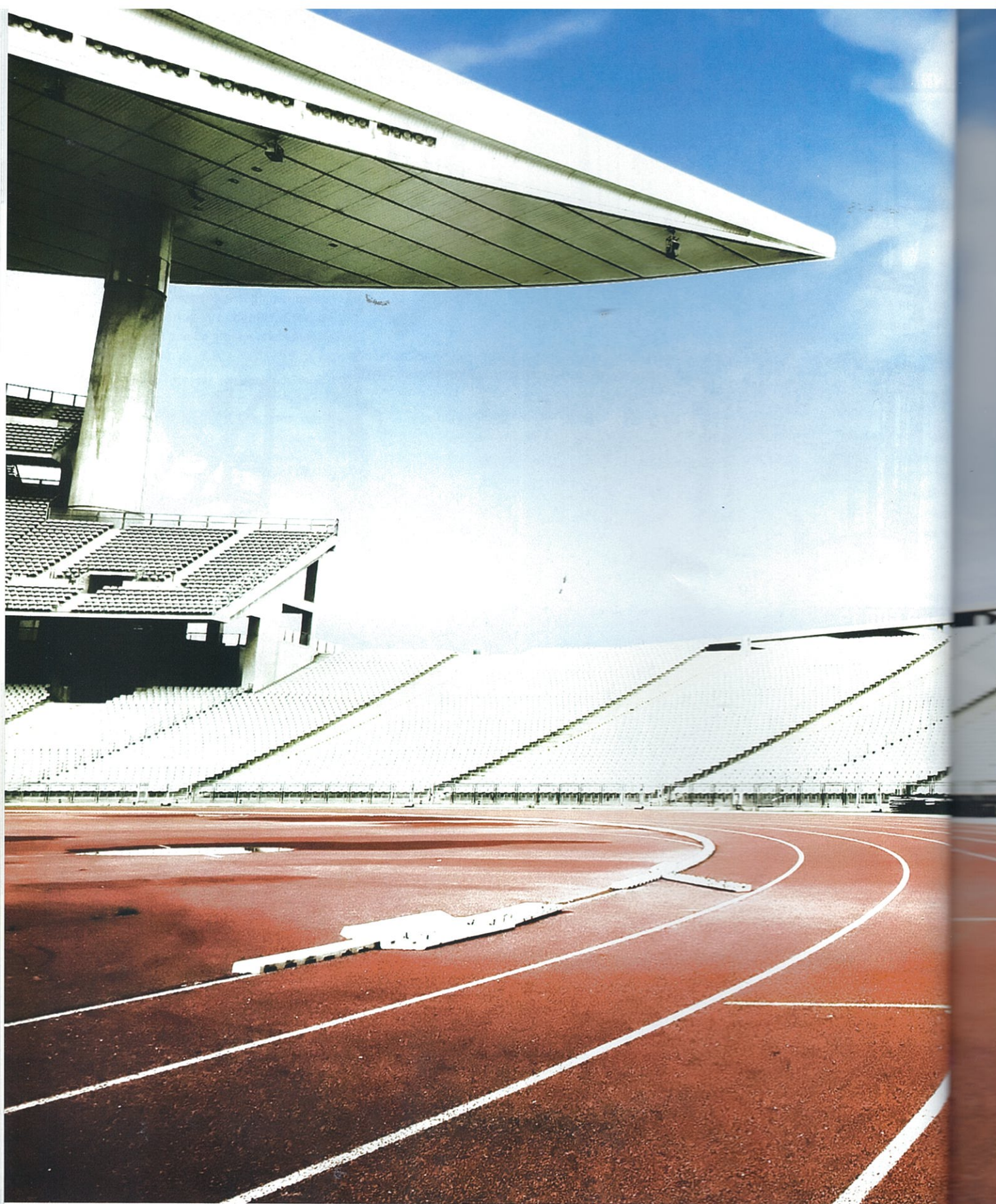
Rua Clarindo de Queiroz, 125 - Loja 01
Centro - Fortaleza/CE - Cep:60.035-130
(85)4141-0922/8787-5408/9984-5800

FÁBRICA

Rua N.S.ª do Perpétuo Socorro, 354
Planalto - Cascavél/CE - Cep:62.850-000
(85)3334-0334/9615-6389/8842-9669



ativas
e fato
ULTA-
e não,
aqui-
ê faça
a re-
dor do
CLIEN-
man-
ulos e
ente,
çamos
hor as
sobre
atican-
da há
nbém,
s mui-
nosso
ir em
s, ale-
com o
alguns
muito
o pelo
derão
nuscua-
ta ten-
coisa.
lamen-
somos
ermos
irres-
ta atu-



Treinar sozinho é possível. Trabalhar, não. Em uma década de atividades e aprimoramento, a Total Health somou recursos humanos a recursos tecnológicos. Projetou. Inovou. Atingiu. E o resultado não poderia ser outro senão o reconhecimento da qualidade dos aparelhos fitness, hoje espalhados por todo o Brasil. **Total Health: nosso resultado é o seu resultado.**

www.totalhealth.com.br • (16) 3209-6000 • comercial@totalhealth.com.br

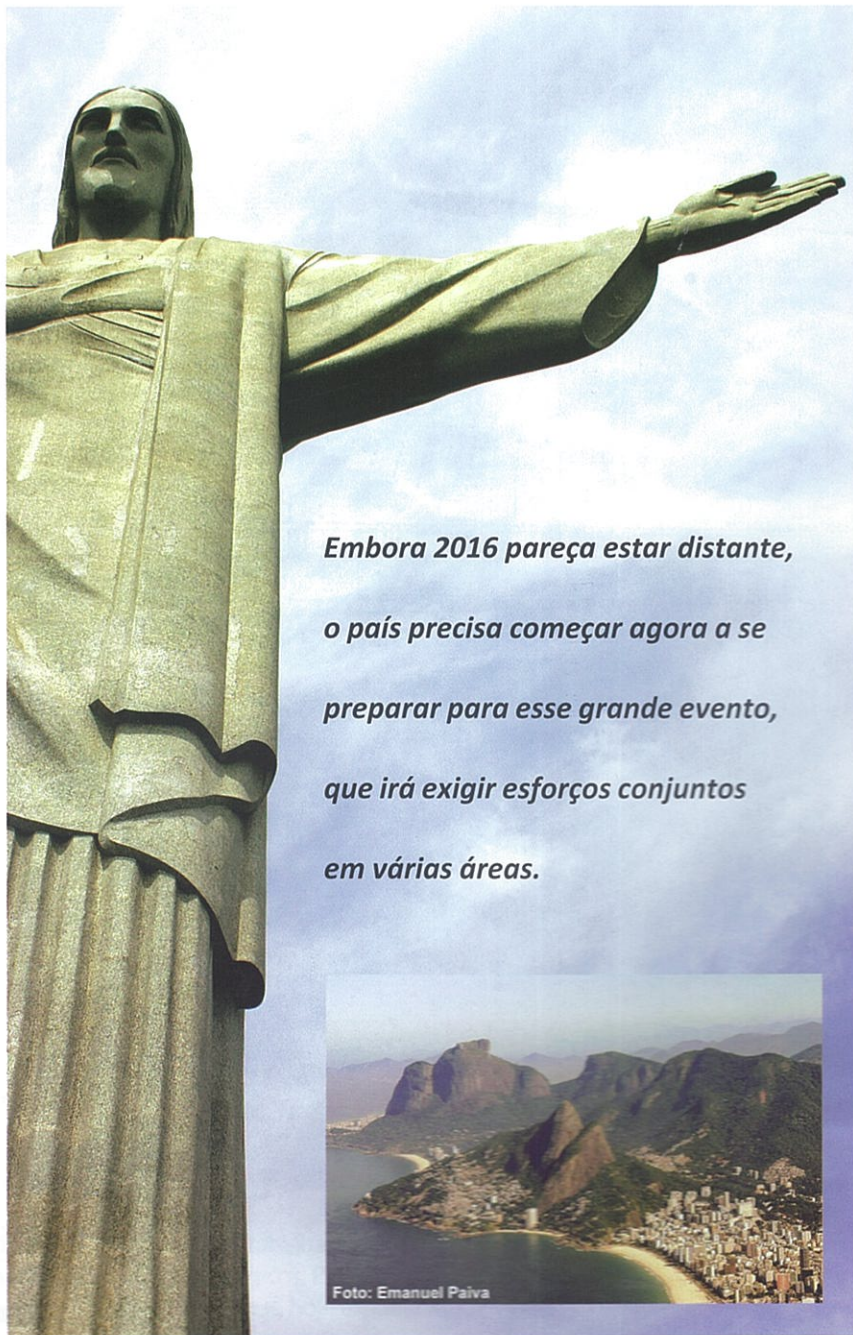
*Para quem treina sozinho,
mas quer mostrar resultados.*




**TOTAL
HEALTH**
10 anos
Projetada para as melhores.

Rio 2016

Uma nova era para o esporte
e o fitness no Brasil



*Embora 2016 pareça estar distante,
o país precisa começar agora a se
preparar para esse grande evento,
que irá exigir esforços conjuntos
em várias áreas.*

Foto: Emanuel Paiva

Em 2 de outubro, o Comitê Olímpico Internacional (COI) anunciou, em Copenhague, na Dinamarca, a escolha do Rio de Janeiro como sede das Olimpíadas de 2016. Pela primeira vez na história, uma cidade sul-americana receberá os jogos olímpicos, a celebração máxima do esporte mundial.

Trata-se de uma grande conquista do esporte olímpico brasileiro, que reforçará a cultura esportiva nas escolas e universidades e trará um legado de oportunidades aos jovens brasileiros.

Embora 2016 pareça estar distante, o país precisa começar agora a se preparar para esse grande evento, que irá exigir esforços conjuntos em várias áreas.

Segundo noticiado na imprensa, a previsão de investimentos para realização dos jogos olímpicos gira em torno de R\$ 250 milhões, com benefícios não somente para o Rio de Janeiro, mas também para vários outros estados.

Até lá, principalmente o Rio terá de vencer grandes desafios, especialmente em setores básicos, como segurança e transporte.

O governador Sérgio Cabral, juntamente com o prefeito da capital carioca, Eduardo Paes, já anunciou



RÁDIOACADEMIA



Academia deve ser sinônimo de entretenimento, onde o lema é **bem estar, saúde e diversão!**

MUSIC & Emotion

powervision
POWERED BY LISTENX

POWER VISION

Para turbinar ainda mais a sua RÁDIOACADEMIA, você conta com o Power Vision, que integra seu sistema de som com as TVs da sua academia, transformando sua rádio em um poderoso sistema de comunicação e entretenimento audiovisual, trazendo mais resultados às suas ações de fidelização e marketing.

Quarta-feira, 09 de Julho 09:56:00

Próximas Aulas	Logo
09:55 BODY ATTACK	BODYATTACK
10:00 BODY JAM	BODYJAM
10:15 BODY COMBAT	BODYCOMBAT
11:50 BODY COMBAT	BODYCOMBAT
12:00 BODY PUMP	BODYPUMP
12:15 BODY STEP	BODYSTEP
12:15 BODY VIVE	BODYVIVE
14:00 POWER JUMP - SALA 2	
14:45 POWER POOL - SALA 3	
15:50 BODY PUMP - SALA 1	
15:55 BODY COMBAT - SALA 3	
16:20 BODY JAM - SALA 2	
16:40 BODY PUMP - SALA 5	
17:20 BODY STEP - SALA 6	

SELF CONTROL

Proporcione maior interatividade entre os alunos e entre a própria academia, tornando-a um lazer diário e indispensável na vida do seu aluno!

Listen



Music & Emotion for Business

Tel: 11 5572-7716 - contato@listenx.com.br - www.listenx.com.br

Foto: Emanuel Paiva



planos de investimentos em diversas áreas, objetivando a preparação da cidade para os jogos. Tais investimentos envolvem a construção de vias mais rápidas para mobilidade, melhorias de transporte, além de construção de hotéis e informatização dos batalhões da PM.

Segundo um levantamento da Fundação Instituto de Administração, de São Paulo, encomendado pelo Ministério do Esporte, os setores da economia que devem receber mais recursos são: construção civil, 10,5%, imóveis, 6,3%, serviços a empresas, 5,7%, petróleo e gás, 5,1%, informática e comunicação, 5% e transportes, 4,8%.

Segundo o estudo, o impacto na economia pode chegar a R\$ 102 bilhões com reflexos até 2027, trazendo benefícios para a população de uma forma geral.

A previsão é de criação de 120 mil empregos por ano, até 2016, e 130 mil, nos dez anos seguintes.

Estima-se que metade dos empregos gerados na preparação dos jogos olímpicos será de fora do Rio de Janeiro, uma vez que o investimento que é feito pelo governo repercute em escala em toda a cadeia produtiva, envolvendo empresas de infraestrutura e de serviços.

“Nesse momento, ainda é difícil mensurar o real impacto dos jogos no Brasil, mas se levarmos em consideração o que aconteceu com a China, após aquele país sediar os jogos olímpicos e as para-olimpíadas, teremos um futuro brilhante. A presença da China na mídia internacional abriu portas para uma infinidade de novos negócios e de investidores internacionais, propiciando que a indústria local melhorasse a qualidade de seus produtos, tornando-se mais competitiva no cenário mundial de serviços”, analisa Ricardo Fernando Gomes Silva, diretor da S\$TUDIO - Marketing Entretenimento, que possui grande experiência na organização e gestão de eventos esportivos nacionais e internacionais.

Na visão do diretor, o País já vive hoje um dos melhores momentos da sua economia. “Já existe uma carência de mão-de-obra em alguns setores da construção civil, com a vinda da Copa do Mundo, que acelerou o planejamento e desenvolvimento de 12 cidades sedes dos jogos. Com a confirmação das Olimpíadas de 2016, onde já existia demanda, existe agora uma enorme oportunidade”, destaca Ricardo.

Segundo ele, o setor de tecnologia também sofrerá uma enorme

transformação, principalmente na cidade do Rio de Janeiro, uma vez que o Brasil terá demanda e será foco de investimentos de inúmeras empresas dessa área.

Também já se pode perceber um aquecimento em diversos outros segmentos, como, por exemplo, o imobiliário. “O setor imobiliário da cidade do Rio teve um real aumento de valorização do metro quadrado. Novas áreas já estão sendo revitalizadas, como os prédios, localizados no aterro do Flamengo e próximos ao centro, que sofreram modernização”, revela.

Para Ricardo, um dos grandes desafios na gestão dos jogos de 2016 será equilibrar os anseios de todos os envolvidos no processo, justamente pelo impacto desse evento em todo o País.

“O que todos nós precisamos é ser pacientes, buscando apoiar as pessoas que estiverem conduzindo o processo e construindo, se possível juntos, o futuro brilhante que se apresenta a nossa frente”, destaca.

Potência olímpica

Embora as melhorias em infraestrutura e nas instalações físicas para sediar os jogos sejam aspectos importantes dessa conquista do Brasil, o que realmente se espera é que o esporte brasileiro obtenha os investimentos e a evidência que ainda não possui para ser uma grande potência olímpica.

Os quadros de medalhas das últimas olimpíadas, com exceção de Atenas, na Grécia, mostram um bom desempenho dos países-sedes. Muitos dirigentes esportivos reconhecem as dificuldades de oferecer, em tão pouco tempo, as condições ideais aos atletas. Por outro lado, vêem as Olimpíadas como uma oportunidade de ímpar de desenvolvimento do esporte no País.

LION FITNESS

A Lion Fitness possui atendimento exclusivo oferecendo o melhor custo benefício do mercado em toda linha de equipamentos e novidades, apresentando soluções técnicas e financeiras especiais para o seu empreendimento.



Cardio



Peso Livre

durabilidade ergonomia satisfação biomecânica pós-venda custo-benefício conforto design



Musculação



Plataforma Vibratória

- Combate celulite e osteoporose
- Combate a fraqueza muscular
- Ganho de massa e força muscular
- Melhoria da circulação sanguínea
- Relaxamento e massagem
- Perda de peso



(17) 3485-1766

www.lionfitness.com.br
lionfitness@lionfitness.com.br

“Os jogos olímpicos de 2016 serão o divisor de águas do esporte brasileiro, a porta da total abertura do Brasil para o mundo. Temos convicção de que levantará o astral de todo o povo brasileiro. Com os jogos no Brasil, teremos formação de mão-de-obra específica de grandes eventos, mais educação esportiva nas escolas, investimentos em infraestrutura de transportes, aeroportos, comunicações, segurança, maior qualificação de treinadores e administradores esportivos, aumento exponencial de turistas internacionais, entre tantos outros benefícios”, analisa Marcus Vinícius Freire, superintendente executivo do Comitê Olímpico Brasileiro (COB).

Segundo ele, o trabalho para a realização do Rio 2016 já começou. O COB agendou uma reunião, que deve ser realizada em meados de novembro, com todas as Confederações Brasileiras Olímpicas para adequar o planejamento para os próximos ciclos olímpicos.

“Vale destacar que o COB e as Confederações já têm um planejamento para a preparação das delegações brasileiras para os jogos olímpicos de 2012 e 2016. Com a vitória da candidatura do Rio, esse planejamento será adequado à nova realidade do esporte olímpico brasileiro”, explica Marcus Vinícius.

A partir dessa reunião, o Comitê deverá anunciar as novas metas que serão implementadas ou ampliadas no esporte olímpico brasileiro. Uma das ações já confirmadas será a execução, no primeiro trimestre de 2010, do Centro Nacional de Desenvolvimento de Talentos e o Laboratório de Ciência de Esportes do Time Brasileiro no Parque Aquático Maria Lenk no Rio, com financiamento do Finep/Ministerio de Ciência e Tecnologia e Lei de Incentivo ao Esporte/Ministério do Esporte.

Dentro desse planejamento, já estavam também contempladas



ações para a tentativa de classificação das modalidades em que o Brasil nunca disputou nos jogos olímpicos, como é o caso de badminton, hóquei sobre grama e ginástica trampolim.

Na verdade, com a possibilidade de classificação automática para os jogos de 2016 (o Comitê ainda aguarda a definição por parte das Federações Internacionais de cada esporte), o COB e as Confederações devem, segundo o superintendente, ampliar a abrangência dessas ações, que tratam da formação de seleções olímpicas permanentes; apoio para contratação de técnicos estrangeiros; maior intercâmbio entre os países mais desenvolvidos nas determinadas modalidades; maior participação em competições no exterior; construção de centros de excelência, entre outras.

“Com o planejamento do Comitê Olímpico Brasileiro, maiores investimentos nos esportes, maior vontade política nos três níveis de Governo, melhor preparação dos atletas locais, é possível ter um crescimento expressivo no desempenho de atletas em modalidades até hoje pouco difundidas no Brasil”, acrescenta o superintendente.

Formação de atletas

A formação de atletas de alto rendimento será um outro grande desafio do Brasil. Em um país em que a maior parte dos atletas não vive somente do

esporte, acredita-se que os jogos olímpicos de 2016 poderão transformar essa realidade, que já vem apresentando avanços, embora ainda insuficiente, como a aprovação dos projetos contemplados pela Lei de Incentivos ao Esporte.

“Ainda não temos um estudo que indique em quanto crescerá o investimento por parte da iniciativa privada no esporte em forma de patrocínio. Mas já estamos sendo procurados por várias corporações interessadas em se associar à marca olímpica e usufruir de todos os benefícios que o esporte pode trazer à imagem de uma empresa. O patrocínio esportivo é, sabidamente, uma das mais poderosas ferramentas de incremento à imagem que uma empresa pode desejar, e temos a certeza de que o advento dos jogos olímpicos no Brasil irá atrair diversas corporações para esse projeto”, frisa Marcus Vinícius.

Atualmente, o governo destina, por meio da Lei Piva, 2% da arrecadação das loterias para os comitês olímpico e para-olímpico, que dividem o valor em 85% e 15%, respectivamente. A verba é distribuída entre as confederações de acordo com seus resultados.

“O que queremos é uma mudança da cultura esportiva no País e não só em instalações físicas. Não adianta sediar um evento desse porte e fazer feio. Temos de investir na base, por meio de uma política nacional efetiva de esportes nas escolas e universidades, a fim de formarmos talentos. Não se pode falar em alto rendimento sem falar na base. É uma reação em cadeia. Só seremos uma potência mundial no esporte se investirmos na promoção do esporte de base. E só assim o esporte poderá cumprir também o seu papel de ser um agente de inclusão social e de saúde”, avalia Sérgio Bruno Coelho, presidente do Conselho Nacional de Clubes Formadores de Atletas de Alto Rendimento (CONFAO).

FEITO PARA OS MELHORES!

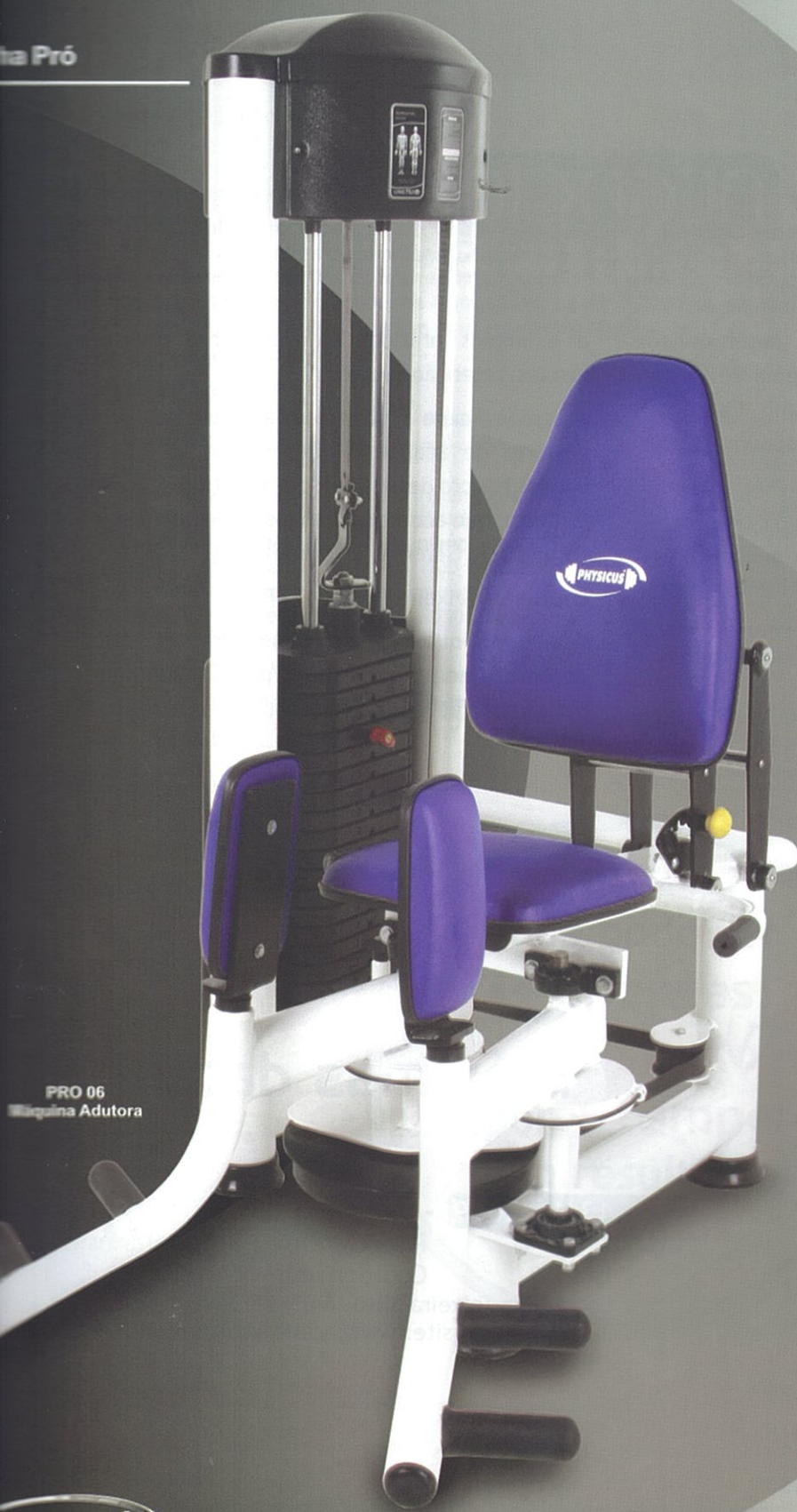
ogos
ans-
vem
ain-
ção
a Lei

inha Pró

udo
rá o
icia-
a de
ndo
ões
nar-
s os
azer
tro-
ma
i de
em-
eza
pi-
cor-
risa

na,
ca-
tês
ivi-
cti-
tre
eus

ça
só
nta
zer
or
eti-
er-
en-
di-
ea-
o-
es-
de
rá
ier
de
io,
de
to



PRO 06
Máquina Adutora



PARA TODOS OS ESPORTES

Linha Prêmio



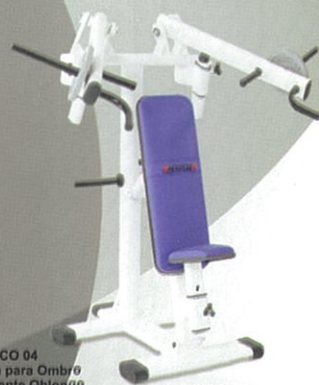
LEP 09
Máquina Bíceps

Linha VIP



PHV 08
Máquina Flexora Sentada

Linha Convergente Oblongo



PCO 04
Máquina para Ombro
Convergente Oblongo

Linha Compacta



PLG 09
Máquina Peitoral/Dorsal Fly

www.physicus.com.br
55 (17) 3482-9500

NEGÓCIO & FITNESS

A fantástica repercussão dos eventos desenvolvidos pela equipe do Acade System com o tema de Gestão Estratégica para Academias, tais como Café com Fitness e outros, praticamente impõem a sua continuidade.

Estes encontros, alguns com mais de uma centena de academias presentes nos auditórios da UNIP (Água Branca) entre outros locais, permitiram a apresentação dos casos de sucesso e as estratégias realmente aplicáveis para gestão e aumento de lucratividade.

Os participantes, proprietários e gerentes de academias, tiveram acesso a casos reais, depoimentos

e exemplos práticos para aumento imediato das vendas, retenção e lucro.

A equipe Acade System tem a honra de convidar os gestores de academia interessados no aumento de vendas e lucro de seu negócio a participar do Negócios & Fitness que acontecerá no dia 13 de Novembro de 2009 focado para Gerentes e Proprietários.

Local: Rua Teixeira Silva, 647 - Paraíso.

Lembramos que esta iniciativa é parte do programa de desenvolvimento de gestores patrocinado pela Acade System com parceria da Fit Pró.



Agenda Próximas datas!

13/11/2009 - **Negócio & Fitness**

Para Gerentes, Proprietários e Coordenadores.

Local: Rua Teixeira Silva, 647 - Paraíso

Inscriva-se no site: www.acadesystem.com.br

Espaço Acade

“No início foi muito importante o treinamento de vendas onde as vendedoras tiveram a oportunidade de aprimorarem as técnicas de abordagem adquirindo mais confiança e, desta forma, aumentando as chances de obter bons resultados. Outros fatores importantes em nossos bons resultados foi o de acatarmos as sugestões e orientações dadas pelo Acade, na transparência de informações e a confiança recíproca. Nossa satisfação é muito grande, em consequência dos bons resultados obtidos.”

ODAIR FERNANDES
ACADEMIA USA SPORT




“Antes do Acade não tínhamos retenção de clientes pois a maioria era mensalista. Agora 93% dos nossos clientes possuem plano anual. Anterior ao sistema tínhamos 300 alunos ativos entre mensal, trimestral e semestral e hoje este número mudou para 550 alunos anuais, um aumento de 180% e nosso faturamento aumentou em 300%.”

LEANDRO RIBEIRO
ACADEMIA DRILL COMPANY



“O que faz com que acreditemos no Acade é o fato de ter dado certo! O percentual de alunos novos em comparação com o período anterior, sem o Acade, é de 35% superior e nosso faturamento aumentou em 45%. Enfrentamos poucas dificuldades. Foi preciso aceitar o modelo novo, deixar velhas crenças, paradigmas, pudemos vivenciar a experiência de uma outra forma de administrar, de conquistar novos clientes.”

ELIZABETH FRANKLIN
ACADEMIA LET'S



Você pode ter
+ clientes
+ **satisfeitos**
por + **tempo**
com resultados
garantidos.

Você também pode se associar!

11 5512-2290 | 2539-7821
acadestem@acadestem.com.br
www.acadestem.com.br

Recentemente, membros do CONFAO participaram de uma reunião no Ministério do Esporte, em Brasília (DF), a fim de discutir e mostrar a importância do setor de clubes na formação de atletas de alto rendimento.

“Hoje, somos 14 mil clubes no Brasil. Temos instalações prontas que podem ser otimizadas. Os clubes têm uma tradição enorme na formação de atletas e podem contribuir significativamente para que o esporte olímpico brasileiro atinja realmente o salto qualitativo esperado. Queremos uma distribuição mais justa das verbas e, não só isso, queremos o reconhecimento, que é nosso de direito, como um segmento que tem sido fundamental na formação de atletas de alto rendimento. Se conseguirmos elaborar um planejamento objetivo, poderemos desenvolver um legado que ficará para sempre como cultura social e esportiva para o País”, comenta Sérgio Bruno.

Pan 2007: grande aprendizado

A confiança do COB e das várias esferas do governo em relação ao sucesso dos jogos de 2016 se explica, em parte, pela experiência bem-sucedida do Pan-Americano de 2007. “Os Jogos Pan-Americanos de 2007 foram um grande sucesso, fundamental para embasar a percepção do Comitê Olímpico Internacional em relação à realização de eventos esportivos no Brasil, o que acabou culminando com a vitória brasileira na candidatura aos jogos olímpicos de 2016. Segundo a Organização Desportiva Pan-americana, o Rio 2007 foi a melhor edição de Jogos Pan-americanos da história. Dessa forma, podemos usar o exemplo e as lições do Pan para fazer uma edição de Olimpíadas muito bem organizada e inesquecível, agregando valor ao Movimento Olímpico Nacional e Internacional”, conclui Marcus Vinícius.

Ricardo, da SStudio Marketing e Entretenimento, também considera os jogos Pan-Americanos do Rio um marco na história esportiva do País e da América Latina. “Qualquer processo é passível da necessidade de reavaliar decisões, rumos e métodos. Vamos utilizar o Rio como um ponto que nos colocou em outro patamar na história do esporte nacional e internacional. Acredito muito em todos que participaram desse processo”, frisa.

Para o diretor, com as Olimpíadas, a tendência é uma participação mais efetiva da iniciativa privada no mercado do esporte, principalmente em forma de patrocínios. “O esporte deve ser visto como uma ferramenta de comunicação institucional que, aliada a outras ferramentas de comunicação, pode proporcionar resultados interessantes e diferenciados de vendas para as empresas. Estou certo de que o crescimento da participação de investimentos no esporte crescerá. E isso já se pode perceber em empresas que buscam informações de como atuar nesse segmento”, completa Ricardo.

Indústria do esporte

Investimento é o que não vai faltar na indústria do esporte, que deverá ser impulsionada ainda mais com a realização dos vários eventos esportivos nos próximos anos. “Vejo o Rio 2016 como uma oportunidade espetacular para qualificarmos o Brasil como uma plataforma de produção de artigos esportivos mundial. Tivemos um desempenho brilhante durante o Pan-Americano de 2007, quando a indústria do esporte supriu com excelentes resultados às neces-



Foto: Emanuel Paiva

sidades desse evento, que apresentou qualidade olímpica. Aprendemos a trabalhar com normas internacionais e demonstramos o potencial da indústria do esporte no Brasil”, observa Sérgio Schildt, vice-presidente da Abriesp - Associação Brasileira da Indústria do Esporte, que representa diversas empresas ligadas ao setor.

O vice-presidente lembrou que nos próximos anos o Brasil será sede de diversos outros eventos, como a Copa do Mundo, a Copa das Confederações, as pára-olimpíadas, os Jogos Militares etc., que contribuirão também para se criar um ambiente preparatório para 2016. “Vemos uma oportunidade para a indústria do esporte não só no desenvolvimento de projetos para receber e acomodar as nossas equipes, mas também para a aclimação dos atletas que virão do exterior. Com isso, teremos um salto ainda maior nas instalações esportivas no Brasil, uma vez que trabalharemos com que há de mais moderno no mundo”, garante.

Com tantos eventos esportivos e investimentos no setor, a expectativa é um aumento do PIB do esporte que já vem registrando crescimento nos últimos anos - mesmo antes da escolha do Brasil para sediar a Copa de 2014 e as Olimpíadas de 2016 - da ordem de 10% ao ano. Hoje, o PIB do esporte representa 2% do PIB nacional. “Com todos esses eventos esperamos que o PIB do esporte possa chegar a 3% do PIB nacional, avançando muitos negócios para a indústria do esporte”, prevê Sérgio.

REVISTA

EMPRESÁRIO

Fitness & Health

Qualidade, Informação e Credibilidade

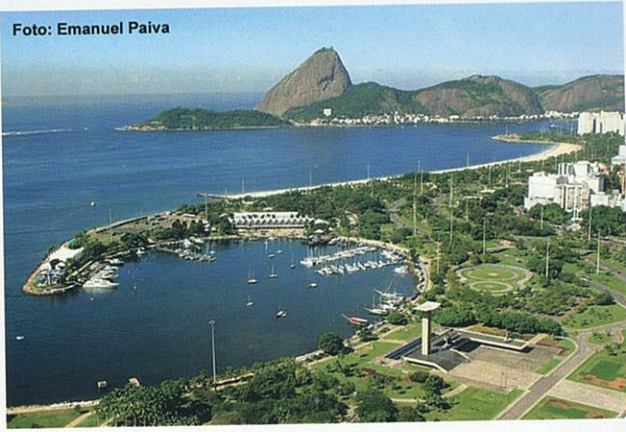
Quer ter um negócio lucrativo e de sucesso?

Por apenas R\$ 59,90 por ano você terá a sua disposição os melhores cases e os melhores consultores do mercado fitness nacional.



Assine agora e confira todas as vantagens
www.revistaempresariofitness.com.br

Foto: Emanuel Paiva



O papel das academias

Não há como negar que o esporte é um elemento agregador, de inclusão social e educacional. Portanto, quando se fala em Olimpíadas é preciso avaliar um outro aspecto importante, que é o impacto que os jogos terão na vida da população e, conseqüentemente, no segmento de fitness em academias.

“Qualquer setor ligado direta ou indiretamente à prática esportiva será beneficiado com esse grande evento. As academias sempre serão lembradas, porque hoje são os locais para a prática esportiva de melhor acesso. Com a proximidade dos jogos, e mesmo durante o evento, isso será intensificado, criando uma demanda maior e natural nas academias de pessoas interessadas em praticar atividades físicas, que pode gerar negócios para os empresários do setor”, analisa Cláudio Silva, presidente da Associação Brasileira das Academias - ACAD.

Entretanto, para ele, o escopo fundamental das Olimpíadas está na oportunidade que se terá de reforçar a conscientização das pessoas em relação à importância da prática esportiva, utilizando o esporte também para a inclusão social e a promoção da saúde.

“O sedentarismo é uma epidemia mundial, que, comprovadamente, provoca inúmeras doenças. Além disso, segundo a ONU, até 2020, o Brasil terá a sexta maior população de idoso do mundo. O desafio é garantir a jovens, adultos e idosos uma vida mais saudável. Os jogos olímpicos podem ajudar a criar uma cultura no País voltada para a busca de maior qualidade de vida e mais saúde, permitindo o acesso da população, independentemente do poder aquisitivo, a uma prática esportiva com orientação. Isso, sem dúvida, terá reflexos no segmento de fitness em academias e em toda a cadeia, inclusive para os profissionais de educação física”, explica Cláudio.

Segundo ele, com maior disseminação do esporte e da prática da atividade física, as academias terão também uma oportunidade para incrementar seus programas de treinamento, levando para as salas de aulas alguns gestos de esportes olímpicos. “A tendência é trazer cada vez mais o esporte para as academias. Os empresários podem aproveitar o espírito olímpico, que estará cada vez mais forte daqui para frente, e adaptar movimentos de esportes olímpicos em suas aulas de fitness ou de musculação, o que motivará e atrairá o aluno”, sugere.

Segundo ele, academias que têm quadras, por exemplo, também poderão fazer parcerias com clubes que formam atletas, mas que não possuem locais e professores adequados, e oferecer suas instalações para treinamentos, o que pode alavancar negócios produtivos.

“A ACAD quer retomar um projeto, que foi desenvolvido em parce-

ria com a prefeitura municipal do Rio, por meio do qual os associados poderão abrir seus horários ociosos para que alunos da rede pública de ensino da cidade pratiquem atividades físicas com orientação de profissionais qualificados. Esse projeto, que já está aprovado em âmbito estadual, pode ser desenvolvido com apoio tanto da iniciativa privada quanto dos governos. Estamos trabalhando para levar esse projeto para outros estados. É uma maneira do segmento de fitness contribuir para a iniciação esportiva de várias crianças que não têm condições de frequentar uma academia, formando assim não somente atletas, mas, acima de tudo, cidadãos”, esclarece.

Segundo o presidente, as academias podem também, de certa forma, participar com bons resultados na preparação do atleta de alto rendimento.

“Muitas academias fornecem bolsas para atletas de modalidades marginalizadas, ou seja, esportes sem muita tradição olímpica, que muitas vezes, não têm patrocínio e o apoio necessário para complementar seu treinamento. Esses empresários cedem suas instalações para que esses atletas possam se preparar adequadamente. Em contrapartida, divulgam sua marca e o nome de sua academia no meio esportivo”, explica.

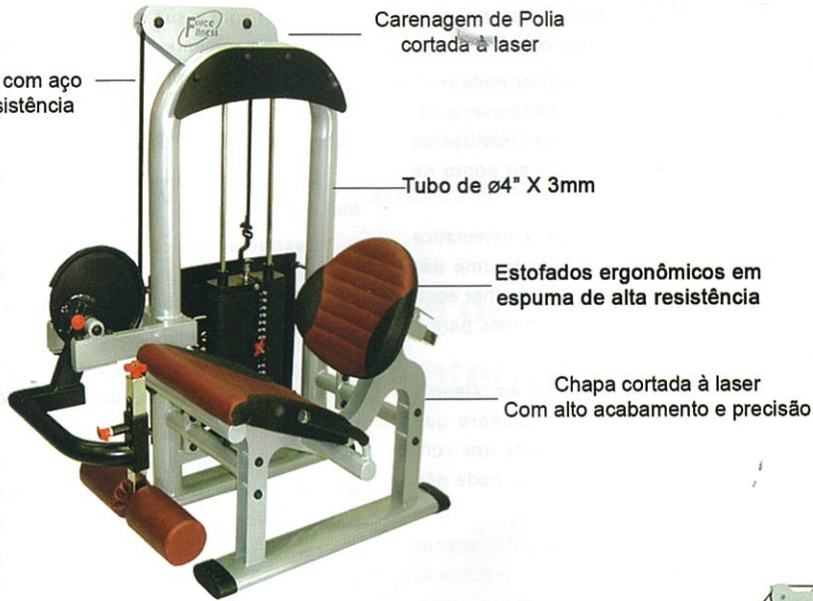
Na visão do presidente, o segmento de fitness também deverá registrar expansão nos próximos anos, com a abertura de novas academias e surgimento de oportunidades de negócios em várias frentes.

Porém, o mais importante é que o fitness em academias poderá participar desse momento único do País, ajudando a mudar a realidade social do Brasil e a formar cidadãos mais conscientes e preparados para construir uma nação melhor. ■

Force Fitness

O EQUIPAMENTO IDEAL PARA A SUA ACADEMIA !

NOVA LINHA



Carenagem de Polia
cortada à laser

Tubo de $\varnothing 4'' \times 3\text{mm}$

Estofados ergonômicos em
espuma de alta resistência

Chapa cortada à laser
Com alto acabamento e precisão



Peitoral Dorsal
TR-24

BANCO EXTENSOR
TR-56



Máquina para Bíceps
LP-99



Flexora Sentada
LP-05



Máquina para Tríceps
TB-07



Remada Sentada
TB-27



Banco Regulável 0° à 90°
LP-35



Multi-estação
LP-23

**PARCELAMOS EM ATÉ 12X SEM JUROS
DIRETO COM A FÁBRICA !**

**CONSULTEM-NOS, TEREMOS O MAIOR PRAZER
EM ATENDÊ-LOS !**

ATENDEMOS CONDOMÍNIOS

www.forcefitness.com.br

Av. Nossa Senhora das Graças, 741
Jd. Ruyce - Diadema - SP
☎ (011) 4048-2345
E-mail: forcefitness@globo.com

Quanto custa seu cliente?

Desde que Peter Druker iniciou o estudo sistemático das características da moderna administração e estratégia empresarial, algumas frases por ele criadas continuam a ser repetidas, temos transformado pensamentos interessantes em axiomas e até em paradigmas.

Um destes axiomas (axioma é uma afirmação sobre um comportamento, fato ou regra que não foi testada ou desenvolvida como teoria) se repete insistentemente:

Custa sete vezes mais caro conquistar um novo cliente do que manter aquele que você já tem.

Tem consultores e palestrantes fazendo desta afirmação a razão de ser um conjunto muitas vezes absurdo de atividades e tarefas nas empresas.

Segundo o próprio Druker (e muitos outros estudiosos depois dele), esta afirmação é verdadeira para alguns tipos de produtos ou indústrias que atuam em mercados perto do ponto de saturação.

Portanto não pode ou deve ser generalizadas para todos os mercados, indústrias e produtos sem uma análise minuciosa de sua veracidade em aquele contexto mercadológico específico.

Por exemplo: Quando comparamos os custos de manter (feliz e satisfeito) durante doze meses um cliente na academia com o custo de conquistar um novo cliente, podemos ter algumas surpresas.

Primeiro, é claro, devemos encontrar uma academia que tenha conseguido ficar com todos ou a maioria dos clientes por doze meses consecutivos! (o que pode ser um pouco difícil).

Também devemos conhecer os custos de marketing, comunicação e vendas para conquistar um conjunto de novos clientes.

A continuação podemos comparar os custos de manutenção e renovação de planos antigos para fatores de 6, 12, 18 e 24 meses.

Para aqueles que ainda não encontram academias que mantêm seus clientes por 12 ou 18 meses consecutivos, recomendo visitar alguma das academias que utilizam o conceito Acade System.

Quando comparamos esses custos (manter ou conquistar), verificamos que na indústria do fitness brasileira eles são similares a partir do décimo oitavo mês.

O que isso significa? O leitor pode ter a impressão que proponho abandonar qualquer esforço para manter ou "fidelizar" os clientes, mas na verdade o meu ponto de vista é outro.

O que defendo é a análise sistemática dos custos envolvidos em cada uma das estratégias, de forma a obter o melhor equilíbrio de custos, ações e resultados para a academia.

O leitor pode ter ouvido em alguma palestra ou curso de gerenciamento que "vale mais a pena reter o cliente que conquistar um novo", cuidado! Isso pode não ser sempre verdade!

A minha opinião é que devemos reter os clientes até o ponto que isso se torne mais caro que conquistar um novo cliente, logo, é necessário ter análises precisas dos custos envolvidos em cada atividade.

Também devemos considerar os modelos de compra utilizados pelo conjunto dos clientes, que pode simplesmente eliminar a possibilidade de "fidelizar" além de um determinado número ou percentual de clientes.

Em alguns casos é possível perceber que a rotatividade dos clientes na academia é de tal ordem (começa o ano com 500 clientes, vende 1000 matrículas e termina com 500 clientes de novo!) que torna desnecessário qualquer análise mais detalhada.

Outra forma de entender este assunto é conhecer o *Ciclo médio de compra, o tempo de consumo por período e outras características do modelo de compra.*

Nos casos analisados por nossa equipe (análise estatística de 75.000 matrículas em dois anos) pudemos observar que o padrão de consumo era consistente, permitindo a precificação bastante precisa da conquista versus retenção.

Agora gostaria de convidar o leitor a fazer uma reflexão: se a retenção é a panacéia para resolver os problemas de rentabilidade (baixa) das academias, e muita gente concorda com isso, porque ainda você não encontra academias com retenção de 100%.

Retenção de 100% seria uma academia que após receber um número de matrículas compatível com a sua capacidade, para de matricular e somente admite novos clientes quando alguém morre ou muda de cidade.

O leitor conhece alguma assim? Calma, eu também não conheço.

Se esta academia 100% não existe, o que é possível?

Quando se aplica uma estratégia de marketing voltada para a conquista e retenção (CRM) em academias de médio porte, os números típicos são:

Conquista de novos clientes: de 30% para 65% (aumento de 3 para 6 matrículas a cada 10 visitas)

Tempo médio de permanência: de quatro meses para 15 meses (60% dos clientes permanecem na academia por 18 meses)

Este cálculo tem como parâmetro principal a equivalência de custos, ou em outras palavras:

Para modificar a relação acima uma das duas atividades ultrapassa o custo da outra.

A conclusão óbvia é que não devemos aceitar passivamente frases prontas (algumas com mais de cinquenta anos) e sim questionar qual é o caminho mais útil e produtivo para seu negócio.

Existem outros modelos e estratégias de negócio que já estão maduras e desenvolvidas para resolver este problema, algumas já sendo utilizadas neste momento por academias que apresentavam o fraco desempenho descrito no início da apresentação.

Se você achou estes dados interessantes ou parecidos com os números de sua academia, não é mera coincidência.

Até breve. ■

Acade System
Gestão Ética e Responsável




Luis Perdomo

Administrador de empresas e palestrante. Criador do Acade System - modelo de gestão desenvolvido para academias.

Depois de ler todo o conteúdo da **Revista Empresário Fitness**, mantenha-se atualizado com o que acontece no mercado de Fitness acessando na Internet o maior Portal sobre Educação Física.

Média de 400 mil visitas por mês
2,5 milhões de page views por mês
Mais de 100 mil assinantes ativos

A maior comunidade de Educação Física da Internet!

Portal da **educação**
FI  **ICA**

www.educacaofisica.com.br



NOTÍCIAS
COLUNAS
BLOGS
ARTIGOS
PESQUISAS
LINKS
DOWNLOADS
DICIONÁRIO TÉCNICO
CURSOS E EVENTOS
PÓS-GRADUAÇÃO
UNIVERSIDADES
EMPREGOS
PROFISSÃO
LEGISLAÇÃO
INSCRIÇÕES ON-LINE
LOJA VIRTUAL

www.educacaofisica.com.br

O profissional resiliente

Há muitos anos, a ciência se interroga sobre o fato de certas pessoas possuírem a capacidade de superar as piores situações, enquanto outras vivem por muito tempo infelizes e angustiadas, não conseguindo sequer encontrar uma forma de amenizar uma situação adversa. Por que certos indivíduos são capazes de se levantar após um grande trauma e outros se estagnam no fundo do poço?

Dá-se o nome de resiliente às pessoas capazes de vencer as dificuldades por mais difíceis e traumáticas que sejam. A resiliência é inerente aos que possuem a capacidade concreta de superar uma situação crítica retornando ao estado natural de excelência.

Mas afinal, o que é resiliência?

O termo resiliência provém do latim, do verbo *resilire*, que significa "saltar para trás" ou "voltar ao estado natural". É um conceito oriundo da física, que se refere à propriedade de que são dotados alguns materiais, de acumular energia quando exigidos ou submetidos a estresse, sem ocorrer ruptura.

A psicologia tomou essa imagem emprestada da física, definindo resiliência como a capacidade do indivíduo lidar com problemas, superar

obstáculos ou resistir à pressão de situações adversas, choque, estresse, etc., sem entrar em surto psicológico.

Temos ainda definições de resiliência sob o prisma de outras ciências como a Administração e a Ecologia, mas o que tem despertado maior interesse em estudiosos de todo o mundo é o significado que se traduz na **capacidade humana de superar tudo, tirando proveito dos sofrimentos, inerentes às dificuldades, garantindo sua integridade nos momentos mais críticos, sendo que o resiliente ainda terá maiores chances de fazer a escolha certa mesmo estando inserido em um ambiente tenso que exija tomada de decisões.**

"É a arte de transformar toda a energia de um problema em uma solução criativa". grapeia/2004

Neste mundo globalizado, um grande diferencial representa a pessoa resiliente, pois o mercado procura profissionais que saibam trabalhar com altos níveis de cobrança.

O profissional resiliente desenvolve a capacidade de se recuperar e de se moldar às novas situações após cada obstáculo, sendo que quanto mais resiliente for o indivíduo maior será o seu desenvolvimento pessoal, o que naturalmente o tornará mais motivado e desenvolvido para contornar situações que apresentem maior grau de tensão.

Não há mais espaço para o "profissional de vidro", o qual "se quebra" ao ser submetido à pressão ou condições estressantes.

A resiliência é nata, mas também pode ser conquistada, aliás, ela deve ser adquirida por todos aqueles que almejam o sucesso, e o prognóstico é claro: o **autoconhecimento**, que é obtido após a análise de suas atitudes diárias, é a pedra fundamental da estrutura de um resiliente, pois é primordial a identificação dos seus limites e dos fatores ou situações que o alterem emocionalmente e que não o deixam enxergar soluções.

Deixar o orgulho de lado, reconhecendo a existência de suas fraquezas, acelerará o alcance da resiliência e o tornará cada vez mais apto a superar problemas ainda maiores.

"Um diamante é um pedaço de carvão que se saiu bem sob pressão".

Masset Belantoni ■



Sandra Antezana

Sócia proprietária da academia Projeto no Morumbi. sandra@projetocqv.com

Dá-se o nome de resiliente às pessoas capazes de vencer as dificuldades por mais difíceis e traumáticas que sejam. A resiliência é inerente aos que possuem a capacidade concreta de superar uma situação crítica retornando ao estado natural de excelência.

Existem várias formas de viver a vida

A melhor é **viver mais!**



Viva mais e melhor, faça sua escolha:

**Body
Systems**
LatinAmeric

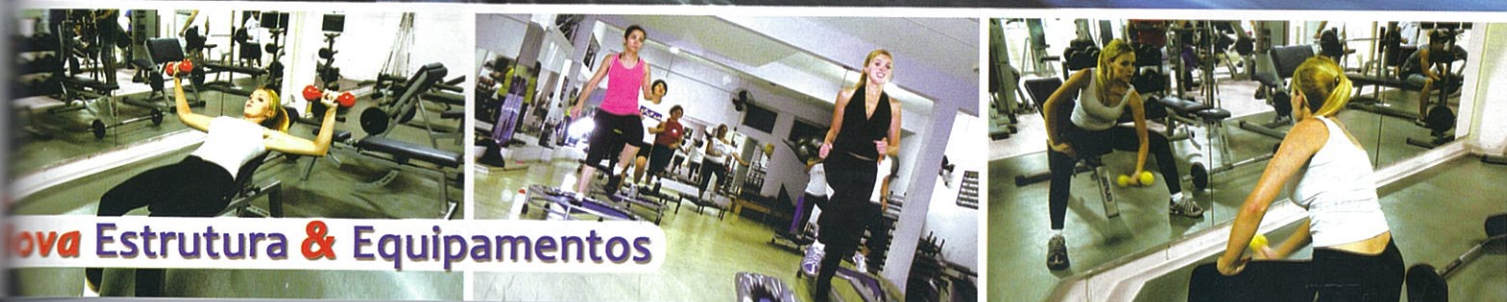


Ginástica (Platinum)
Boxe
Yoga
Musculação
Natação
Hidroginástica
Pilates Solo



Fones (11) 3467-6146 / 3467-8921 / 3744-8469
Rua Franco Alfano nº 187 - Morumbi - São Paulo/SP

LABP.com.br



nova Estrutura & Equipamentos

Entrevista com Jorge Gonçalves

Em um bate papo descontraído com um dos consultores que dita tendências em nosso setor, descobri uma boa novidade não só para as academias de todo o Brasil, mas também para o mundo business. Jorge Gonçalves me contou seu novo sonho: o de lançar o quarto livro de sua carreira. "A Gestão do Invisível" é o nome. Pedi a ele que me permitisse ser o primeiro a editar e noticiar.

Jorge me concedeu a entrevista que relato a vocês:

Romeu - Atitude Editora

1. Jorge, você me colocou em contato com este "furo" e podemos com exclusividade noticiar sobre o lançamento de seu novo livro. Conte por favor, como nasceu a idéia e quais são seus planos para o lançamento?

Resposta Jorge Gonçalves:

Há algum tempo, venho escrevendo alguns pensamentos e arquivando em meu computador experiências que tenho vivenciado em minhas atividades profissionais. Meu principal objetivo é compartilhar conceitos que possibilitem "o saber fazer" com modelos diferenciados de gestão dos praticados hoje. Ainda não tenho data para o lançamento, mas vou ter o prazer de fazer a palestra de abertura da 10ª IHRSA em São Paulo e es-

tuou planejando algumas surpresas para as pessoas que lá estiverem. Vou adiantar uma das ações planejadas: alguns dos presentes serão convidados para o lançamento onde receberão os primeiros exemplares da Gestão do Invisível.

Romeu - Atitude Editora

2. O que você está colocando dentro deste novo trabalho, que você julga diferenciado?

Resposta Jorge Gonçalves:

O mundo, em meu juízo de valor, passa por um momento de redefinição de modelos de gestão. Estamos saindo de uma era onde as atividades repetitivas exigiam de quem as conduzia, pouco pensar e muito fazer. O modelo "X", clássico da administração onde existe comando e controle (alguém manda e outros obedecem), muito utilizado na era industrial, levou as pessoas e as organizações a se limitarem a fazer e não a pensar o que deveriam fazer. Hoje cada vez mais as organizações estão em busca do modelo "Y" que parte da premissa inversa: todas as pessoas são competentes e trazem dentro de si a motivação. Com este cenário o trabalhador do conhecimento passa a ser o grande alvo das organizações. Não mais aqueles que digam sim a tudo que lhes é proposto, mas pessoas com capacidade de elaborar críticas, fazer análises e formatar novos



e mais inteligentes processos com adequações às novas demandas. Estamos entrando em um momento onde o intangível ou como prefiro colocar o invisível tem muito a contribuir com as organizações e gestores do século XXI.

Romeu - Atitude Editora

3. E o que será abordado tanto em seu livro como em sua palestra na IHRSA?

Resposta Jorge Gonçalves:

Meu amigo Romeu, primeiro farei um convite para uma reflexão e para que me ajudem a escrever a Gestão do Invisível. Para isto vou utilizar uma das mais inovadoras ferramentas de construção de conteúdos – que só revelarei na palestra e, se você quiser, em uma entrevista logo após a aparição na IHRSA 10ª. Edição. Em segundo lugar, apresentarei algumas ferramentas validadas em meus mais de 30 anos de experiência com empresas de vários setores. A abordagem está alinhada em dois grandes grupos: as tangíveis e as intangíveis.

Romeu - Atitude Editora

4. Fale um pouco sobre o que você considera tangível e intangível na visão abordada na Gestão do Invisível?

Resposta Jorge Gonçalves:

As tangíveis são: a estrutura econômica e financeira da empresa; o alinhamento dos processos logísticos de cada operação e a educação corporativa. As intangíveis caminham pelo Marketing com alguns dos seus desdobramentos: o desenvolvimento de pessoas e um modelo de trabalho orientado para a diversão no fazer.

Romeu - Atitude Editora

5. Jorge, cá entre nós, este cenário me parece bem diferente das práticas convencionais de gestão.

Resposta Jorge Gonçalves:

Bem, tenho que concordar com você que todo o trabalho apresentado em A Gestão do Invisível quebra as regras e paradigmas que nossas empresas praticam habitualmente.

Todos os conceitos e práticas de gestão sugeridas ao longo da metodologia abordada na palestra e no livro, são vivenciadas em vários de meus clientes ao longo de um bom tempo e, sem falsa modéstia, tem levado a excelentes resultados de lucratividade.

Romeu - Atitude Editora

6. Um dos pontos que geralmente ligam suas opiniões e trabalhos é a motivação e o desenvolvimento de pessoas. Você aborda estes temas em seu novo livro?

Resposta Jorge Gonçalves:

Em a Gestão do Invisível busco alinhar alguns princípios que possam desenvolver pessoas e direcionar os gestores para que coloquem suas energias e competências não em motivar as pessoas e sim em criar um ambiente que não às desmotive.

Se a gestão propicia um ambiente que respeita a liberdade, potencializa talentos, permite o crescimento das habilidades e competências, faz com que as pessoas assumam as responsabilidades de forma comprometida com os objetivos e metas da organização. ■

Estamos entrando em um momento onde o intangível ou como prefiro colocar o invisível tem muito a contribuir com as organizações e gestores do século XXI.

SPORT MIX



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

REPRESENTANTE EXCLUSIVO
FONES: (11) 3733-2500 / 3733-2200
www.sportmix.com.br

B | I | O | M | A | X

Matrix apresenta KRANKcycle na IHRSA 2009



Johnny G vem trabalhando durante os últimos 5 anos para desenvolver e aprimorar este equipamento, com o qual ele promete revolucionar o mercado de fitness mais uma vez. "Johnny G é o maior visionário do fitness mundial e a Johnson se orgulha em tê-lo como parte do time" comenta o diretor executivo da Johnson Health Tech Brazil, Thiago Somera.

As principais características do produto são:

- Manetes independentes para maior variedade de movimentos;
- Assento projetado ergonomicamente permite a fácil transição entre exercícios nas posições sentada ou em pé;
- Altura ajustável dos manetes proporciona uma grande variedade de músculos trabalhados;
- Montagem que permite tanto movimentos para frente como para trás;
- Eixo reduzido para biomecânica adequada;
- Assento facilmente removível para maior liberdade de exercícios;
- Totalmente acessível para cadeirantes, promovendo a iniciativa INCLUSIVE FITNESS.

A mais recente inovação do criador do Spinning® Johnny G, o KRANKcycle será apresentado ao público pela Matrix na 10th IHRSA/Fitness Brasil, que acontece de 22 a 24 de outubro de 2009 no Transamérica Expo Center.

O KRANKcycle é um equipamento de ciclismo operado com as mãos, através de manetes que funcionam de forma independente, proporcionando um treinamento cardiovascular altamente eficaz que fortalece a parte superior do corpo, corrige desequilíbrios musculares e melhora a postura.

Tradicionalmente no mundo fitness, todo o foco na execução de exercícios cardiovasculares é voltado para as pernas. De bicicletas e elípticos a steppers e esteiras, os equipamentos desta categoria trabalham predominantemente os membros inferiores. Na maioria das academias, mais de 90% dos equipamentos de cardio são direcionados aos membros inferiores, enquanto os outros 10% são geralmente compostos por exercícios para o corpo todo. Mesmo nestes tipos de equipamento (chamados de total-body) como os elípticos, as pernas ainda controlam o exercício, com os braços apenas acompanhando para dar apoio e equilíbrio.

KRANKING é o primeiro programa de fitness a trazer personalidade para o treinamento de membros superiores, ao usar os braços, ombro e músculos da cintura como os principais elementos do exercício cardiovascular.

Aulas de KRANKING

KRANKING não significa apenas um novo equipamento, mas uma modalidade inédita e um programa revolucionário de exercícios. Alguns exemplos da utilização do KRANKING em academias são:

KRANKING em aulas de ciclismo Indoor

Uma ótima maneira de expandir os programas de aula em grupo através da combinação de equipamentos.



O KRANKcycle promove a iniciativa INCLUSIVE FITNESS. Totalmente acessível para cadeirantes, o equipamento permite que pessoas com mobilidade reduzida participem, compartilhando o mesmo programa, utilizando o mesmo equipamento, e desfrutando de toda a energia positiva de um ambiente de fitness em grupo.

Sucesso nas academias

Desde sua concepção, o KRANKcycle vem sendo demonstrado e testado em diversas academias dos Estados Unidos com enorme sucesso. Em suas diferentes modalidades, o KRANKING já demonstrou que poderá revolucionar o conceito de fitness num futuro bem próximo.

"Se o iPod® e a música digital mudaram o modo como escutamos música, o KRANKcycle vai mudar a maneira como nos exercitamos nos próximos anos." - Jim Mizes, CEO & Presidente da rede de academias Club One Fitness/California.

Mais informações sobre o KRANKcycle e KRANKING estão disponíveis em www.krancycle.com.

Entrevista com Johnny G na Body Life WEB TV

http://media.bodylife.de.s3.amazonaws.com/WHL/BL_IV_Johnny_G_480_270_512k.wmv

Catálogo Eletrônico

<http://www.krancycle.com/main.html>

Educacional: JohnnyG College of Knowledge

Informações: vb@krancycle.com
www.krancycling.com.br ■

KRANKING e Fusion Training

Complemento perfeito para treinamento de membros inferiores em aulas no formato Fusion.

Aulas no formato Power KRANKING

Uma aula de 30 minutos que usa exclusivamente o KRANKcycle para exercícios do corpo todo.

KRANKING com Personal Trainers

Uma alternativa aos programas tradicionais de treinamento.

KRANKING Individual

Uma opção diferenciada para salas de cardio, através de uma alternativa às esteiras e elípticos.

Inclusive Fitness

Para dezenas de milhões de pessoas no mundo com deficiência física, academias de ginástica podem ser um ambiente constrangedor. As opções de equipamentos para estes atletas são pequenas e as modalidades de exercício em grupo ainda menores.



Tecnologia a serviço de professores e alunos



Um pequeno aparelho desenvolvido após dois anos de testes promete revolucionar o mercado do fitness.

O *Personal Counter*, foi desenvolvido pelo professor Flávio Bueno, trata-se de um aparelho que facilita o trabalho do professor, personal trainer ou fisioterapeuta e pode ser usado por atletas que queiram tirar o máximo proveito de seus treinos ou por pessoas que desejem apenas melhorar seu desempenho em programas de exercícios.

Outra vantagem do *Personal Counter* é com relação ao seu manuseio. Lendo apenas seis linhas do manual, pode-se programar o número de séries que deseja fazer, as repetições que pretende realizar, a velocidade da execução do movimento e o tempo de descanso entre cada exercício. Além disso, o produto avisa por meio de um alerta luminoso ou sonoro quando cada etapa é cumprida.

Normalmente, ao realizar a atividade proposta e orientada pelo professor, o usuário precisa cuidar de quatro aspectos: série, repetição, velocidade e tempo de descanso. Convenhamos que contar as séries e repetições já exige do aluno uma grande con-

centração. Some a isto a velocidade de execução do movimento e o tempo de descanso, agregado aos demais fatores, tudo isto acaba por contribuir para que o exercício não seja feito de uma maneira correta e não cumpra a sua finalidade.

Depois de programar o aparelho para o aluno, o professor pode ter uma atenção especial à postura correta e à técnica de execução dos exercícios. Além da otimização do treinamento, o *Personal Counter* reduz muito o tempo de permanência do praticante na academia, pois o aparelho monitora o aluno no tempo de descanso entre as séries, favorecendo o seu melhor desempenho e a rotatividade nos aparelhos de musculação.

O *Personal Counter* pode ser fixado em qualquer superfície metálica, pois vem equipado com um ímã de alta capacidade. Funciona com duas pilhas comuns, que tem a duração de no mínimo seis meses de uso, além do manual de instruções e uma cartilha de treinamento, elaborada pelo professor Flávio Bueno.

Características do Personal Counter:

- Orienta séries e repetições
- Programa a velocidade de execução do movimento
- Determina o tempo de descanso
- Programa até 8 treinos diferentes
- Programa o tempo de alongamento
- Emite sinal luminoso e sonoro orientando o ritmo do treino
- Otimiza os treinos físicos

O professor Flávio Bueno é conhecido como professor pardal devido aos inúmeros projetos que desenvolve na área do fitness e está à procura de investidores.

http://www.youtube.com/watch?v=kyc1KWDHj_w (Vídeo do Personal Counter). ■



Flávio Bueno

Contato: www.flaviobueno.com.br - (51) 3407-6034 - 9238-7062.

O que era bom, ficou melhor ainda

World Sculptor: Av das Industrias, 1187 - Porto Alegre - RS
Telefone: (51) 33429860
www.worldfitness.com.br - worldfitness@worldfitness.com.br



Quando duas grandes empresas se unem, quem sai ganhando é você.

Astro Equipamentos Esportivos: Est Padre Roser, 92 - Rio de Janeiro - RJ
Telefone: (21) 22697806
www.astroequipamentos.com.br - comercial@astroequipamentos.com.br



Sports Business mobiliza mercado esportivo do Brasil durante quatro dias

Sports Business 2009 aconteceu de 12 a 15 de agosto no Palácio das Convenções, no Anhembi, em São Paulo, e mais uma vez mobilizou o mercado esportivo brasileiro com o Congresso Internacional de Esportes Lazer e Turismo (CIELT) e o Sports Business Show (SBS), feira de exposições de empresas de materiais e acessórios, infraestrutura, máquinas, equipamentos e serviços na área esportiva.

Gestores se reuniram com empresas do segmento para discutir o futuro do esporte brasileiro e entidades apresentaram o que há de mais moderno no mercado.

O CIELT contou com os principais administradores e organizadores do setor. O Ministério do Esporte foi representado, na abertura, pelo ministro Orlando Silva Júnior, que não economizou elogios em sua fala: "Organizar um evento deste porte não é fácil. E conseguir reunir esportistas, dirigentes e empresários de diversos segmentos do esporte, é um acontecimento marcante no país e posso assegurar que no próximo ano o ministério vai estar presente ainda mais forte junto aos organizadores, procurando trazer a colaboração que Brasília pode oferecer para ampliar ainda mais a repercussão



deste grandioso acontecimento".

No âmbito estadual, 27 secretários do Brasil participaram do "Fórum Nacional de Gestores Estaduais de Esportes e Lazer", num proveitoso intercâmbio de experiências e realizações de interesse mútuo, como a lei de incentivo ao esporte, elaboração de projetos e captação de recursos.

Já entre as entidades privadas, estiveram presentes as principais empresas esportivas particulares de São Paulo que foram representadas pelo seu sindicato, o SEADESP, as que têm a missão de construir áreas de prática esportiva e as principais arenas

do país, representadas pelo Sindicato Nacional de Arquitetura e Engenharia Consultiva (Sinaenco) e pela Associação Internacional para Instalações Esportivas - América Latina e Caribe (IAKS-LAC). Também foram discutidos projetos, inclusive medidas a serem adotadas nas cidades-sede escolhidas para receber a Copa do Mundo de Futebol em 2014.

Outro ponto que mereceu destaque foi o relacionado à saúde e bem-estar. Academias de ginástica participaram dos programas da Acade System, responsável por gerir mais de 60 empresas do setor. Esses gestores tiveram a oportunidade de debater com profissionais representados

pelo Conselho Regional de Educação Física de São Paulo (CREF-4) e com especialistas em medicina esportiva, presentes tanto na Sports Business como no Congresso Antienvhecimento, e que aconteceu paralelamente, assim como o Congresso Internacional de Patrocínio.

A Sports Business 2009 foi uma realização da Federação Paulista de Esportes & Fitness (FPEFIT), com apoio da Associação Brasileira da Indústria do Esporte (ABRIESP). A organização foi responsabilidade da GMF Promoções.

Ministro elogia trabalho de Maurício Fernandez

Há mais de 26 anos lutando pelo desenvolvimento do esporte, e depois de promover mais de 1.500 palestras, acima de 500 cursos e contabilizar cerca de 50 mil participantes do país e do exterior, Maurício Fernandez, diretor-presidente da GMF Promoções,

ainda se empolga quando fala dos eventos que organiza.

"O esporte vai crescer extraordinariamente nos próximos dez anos no mundo e também no Brasil. A Sports Business deste ano representou um passo importante para acompanhar essa fase de expansão no país, com o reconhecimento das parcerias de que o fundamental é somar esforços e caminhar juntos. Trata-se de um processo acumulativo que vai agregando propostas, criando valores e benefícios. Cada vez mais vemos o trabalho conjunto dos setores público e privado. A Sports Business 2009 conseguiu agregar dirigentes, atletas e empresários em um mesmo local para tratar dos programas do esporte brasileiro. É sem

dúvida o maior evento do país e um marco dentro do campo esportivo. Fico feliz e honrado em organizar um evento de tamanha magnitude na maior cidade da América Latina", diz Maurício.

O esforço do empresário foi reconhecido, na cerimônia de abertura, pelo ministro dos Esportes, Orlando Silva, que teceu



elogios à organização e, em especial, ao empresário: "Conheço bem o Maurício (Fernandez). Sei de sua árdua batalha para conseguir progressos e dias melhores para o esporte brasileiro. Com trabalho e dedicação, Maurício pensa e faz, nunca desanima. É um exemplo de empreendedor. E é com empresários com esse ânimo que iremos levar o esporte brasileiro cada vez mais para cima", afirmou. ■

Corrida de rua: diferentes pisos & diferenças entre esteira e rua

Nesta matéria irei abordar como podemos sair da rotina alterando as superfícies de treino. Esta é mais uma vantagem de termos em nossa grade de aulas a corrida de rua, que sem "custo" extra, pode gerar diversas possibilidades de treinos e diversão aos nossos alunos.

Variando os tipos de piso

Variar o tipo de piso nos seus treinos de corrida além de motivador é uma maneira excelente de melhorar seu condicionamento físico e aprimorar sua técnica. Essa variação nos permite sair da rotina, conhecer novos locais de treinamento e experimentar estímulos diferentes durante nossas sessões de treinos. Abaixo estão os principais tipos de piso e alguns comentários sobre cada um deles. E ao final desta matéria estão colocadas as principais diferenças entre correr na rua e na esteira.

Concreto: Este tipo de piso junto do de cerâmica não devem ser utilizados para correr, pois não tem nenhum tipo de amortecimento, e todo impacto é retornado direto para o corpo.

Asfalto: Este tipo de piso proporciona um nível de amortecimento leve. O asfalto é o piso que normalmente todos os corredores de rua utilizam para seus treinos e participam das provas. O ideal seria treinar neste tipo de piso no máximo 3 vezes na semana, não mais que isso. Pode-se realizar todos os tipos de treino no asfalto, apenas tomar cuidado com os exercícios de técnica e educativos.

Terra: Este tipo de piso proporciona um nível bom de amortecimento, inclusive com ótima relação de resposta ação/reação. Pode-se treinar 2 ou 3 vezes por semana neste tipo de piso. Este piso é muito usado para treinos de intensidade, circuito e os famosos longões.

Grama: Este tipo de piso proporciona um excelente amortecimento, indicado para treinos de técnica e educativos, além de longos e rodagem. Pode-se treinar de 2 a 3 vezes por semana neste tipo de piso.

Areia: Este tipo de piso proporciona um excelente amortecimento. Na areia fofa pode-se trabalhar a força e a resistência muscular de maneira natural. A areia mais dura é excelente para treinos de rodagem, tiros e educativos. Quando se tem a combinação das duas podem-se realizar treinos de Fartleck utilizando-se da areia dura para velocidade e ou recuperação e a areia fofa para resistência e ou força. A areia fofa não é recomendado treinar mais que 1 vez na semana, salvo treinamentos específicos.

Esteira: Este tipo de equipamento tem piso que proporciona excelente amortecimento. Apesar das diferenças entre treinar na esteira e correr na rua, o uso deste equipamento pode ser utilizado duas vezes na semana sem que comprometa a especificidade do treinamento do corredor de rua. Treinos de velocidade e de marcação de ritmo são ótimos para realizar em esteiras.

Diferenças entre correr na esteira e na rua

Além do fator "liberdade" que é gerada na rua e por rua entenda, parques, avenidas, praças e demais locais onde se pode praticar a corrida ao ar livre desfrutando de todas as suas sensações, outros fatores também contribuem para as grandes diferenças entre correr na rua e na esteira. Abaixo estão relacionados os principais, mostrados de maneira objetiva e simples sem entrar em detalhes técnicos.

Na Rua

Músculos:

Trabalha com maior ênfase os músculos posteriores da coxa, sendo estes responsáveis pela propulsão. Os da panturrilha, gastrocnêmios, atuam com grande ênfase também. Ocorre a ativação de vários músculos estabilizadores, decorrente das imperfeições do piso que invariavelmente é ondulado, esburacado ou desnivelado.

Frequência Cardíaca:

Por haver um maior gasto energético, devido a um esforço muscular mais eleva-

do e a resistência do ar, o consumo de oxigênio pode chegar a ser de 10% a 20% na média, maior do que na esteira.

Ritmo/passada/piso:

O ritmo varia de acordo com o local escolhido (subidas, plano, terreno irregular, areia, etc); o tipo de piso também influencia no ritmo e na atuação muscular, fazendo um ótimo trabalho proprioceptivo; com relação as passadas, sua variação é maior que na esteira, motivada pelas diferenças encontradas também no piso.

Na Esteira

Músculos:

Trabalha com maior ênfase os músculos anteriores da coxa, sendo responsáveis por estabilizar e reposicionar a passada e a manter o equilíbrio corporal.

Frequência Cardíaca:

Não há ação do vento e o trabalho muscular é mais leve, levando assim a um consumo de oxigênio menor em comparação com a corrida na rua.

Ritmo/passada/piso:

O ritmo varia de acordo com o que se queira determinar na esteira; o tipo de piso é sempre o mesmo, sem variações ou estímulos diferentes para os músculos e o sistema neuromuscular; as passadas tem a tendência a serem mais longas e constantes.

Sai da rotina e divirta-se!! ■



João V. de Moraes Neto

CREF 033716-G/SP - Diretor Técnico do Clube de Corrida EcoGym.
jmoraes.neto@uol.com.br

Body

FITNESS

linha Nitro

Peitoral/Dorsal - Flay

Tubo com 4 polegadas de diâmetro

Acabamento em inox

Estofado injetado

Em varias cores

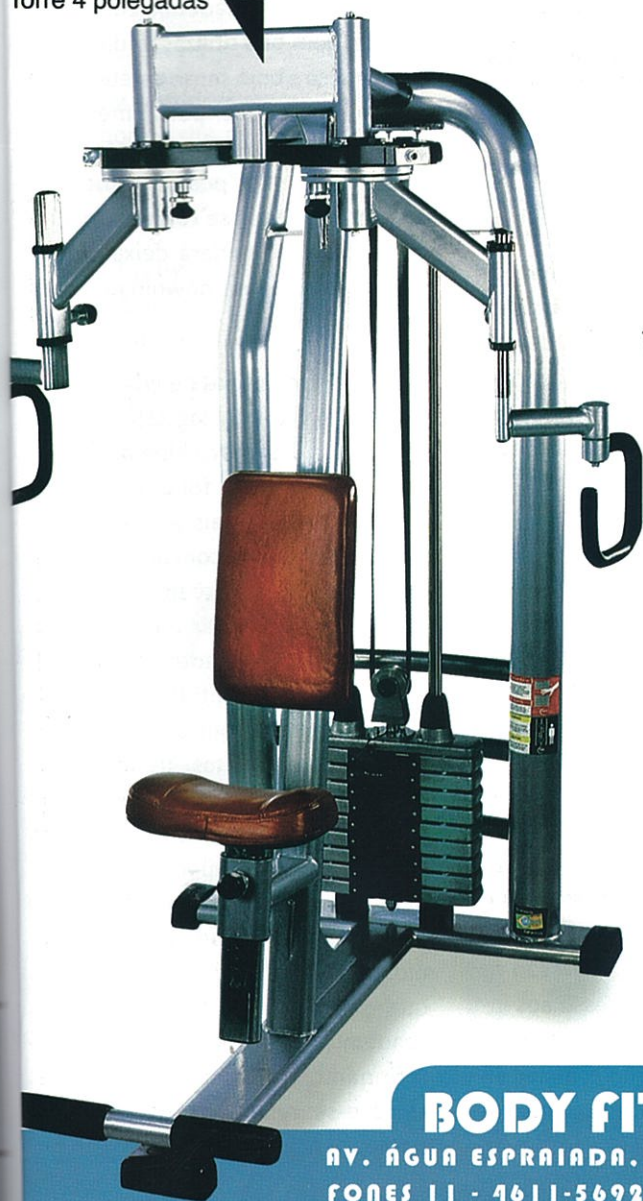
Tapeçaria com várias opções de cores

Base obilonga 150x50x3mm

Torre 4 polegadas



linha Body
Chest Press



linha Classic

Leg Press Horizontal

Tubo com 3 polegadas de diâmetro

Acabamento em inox

Estofado injetado

Em varias cores

Tapeçaria com várias opções de cores

Base 100x50x3mm

BODY FITNESS

AV. ÁGUA ESPRAIADA, 5.525 - BAIRRO ÁGUA ESPRAIADA - COTIA - SÃO PAULO
FONES 11 - 4611-5692 / 41583538

www.BODYFITNESSBRASIL.COM.BR

O fantástico mundo virtual



Há um mundo completamente desconhecido pelas academias à espera dos primeiros desbravadores. As empresas que ali fincarem suas bandeiras poderão desfrutar das benesses dos pioneiros. E os frutos colhidos desta investida poderão mudar a forma como a sua empresa é vista pelo mercado, captando e aumentando o grau de aderência de clientes e colaboradores.

De que mundo "fantástico" é este que estou tratando? Do mundo virtual, caro leitor. Mas não da internet convencional que todos conhecem, onde até as academias estruturadas desenvolveram estratégias muito simplórias de exploração, como sites institucionais e contas de e-mail com o domínio personalizado da empresa. E, para que possamos ir direto ao assunto, não vou questionar em que mundo vive as empresas que nem mesmo site ou conta de e-mail com domínio personalizado fizeram?!

Quero abordar neste texto sobre a WEB 2.0, contudo sem partir para os conceitos técnicos. Só para ilus-

trar, WEB 2.0 é um termo criado em 2004 para designar uma segunda geração de comunidades, serviços e redes sociais e tecnologia da informação. O termo se refere a uma mudança na forma como o mundo virtual é encarado por usuários e desenvolvedores. Uma nova plataforma sobre a qual empresas e pessoas poderão compartilhar informações e interagir.

E como a Web 2.0 poderá auxiliar sua empresa a se posicionar no mercado? De várias formas. A primeira delas é a forma como o seu marketing é feito. Em sites institucionais, os visitantes abrem a sua página, lêem o que lá está publicado, e não interagem com o conteúdo. Nas novas formas de construção das páginas, o internauta não apenas lê, como comenta, relacionando-se com a empresa e com os demais comentaristas. Desta forma, a empresa avalia quais são os conteúdos de maior interesse aos internautas e passa a explorar esses temas, gerando visitaçõ e maior visibilidade. E o melhor: cada comentário deixado pelo visitante torna-se,

automaticamente, um depoimento espontâneo. Este depoimento, amigo gestor, é fundamental para que outros visitantes possam conhecer o que pensam as pessoas que freqüentam e utilizam seus serviços.

Nestas plataformas em Web 2.0, a atualização é feita pelo próprio usuário. Assim, você não tem que esperar dias - às vezes, semanas - para que o programador lance as informações sobre os eventos, mudanças no quadro de horários, alterações dos serviços... A academia elege uma pessoa, com boa utilização da língua portuguesa e bom senso estético, que será o responsável por alimentar o site de informações. Quanto mais informações são "postadas" no site, mais atraente ele se torna para o internauta. Você poderá deixar, inclusive, material para download, como dicas de nutrição.

Uma dica preciosa é criar, dentro do próprio site, um blog. O blog é uma espécie de diário. No blog da academia, escreva como foi o dia na academia, as aulas mais animadas que aconteceram, tudo com bastante foto e informalidade. Você perceberá que seu aluno, ao chegar em casa, passará no site da academia para comentar os fatos contidos neste blog. Ou seja, mais depoimentos espontâneos de seus clientes. Traduzindo: é como se seu cliente ficasse na sua porta falando, a todos os pedestres na rua, como é freqüentar a sua academia. Só que isso no mundo virtual. Além disso, você poderá criar comunidades - uma espécie de Orkut - só que exclusiva para os alunos da sua academia, aumentando o nível de relacionamento entre seus clientes. Lembre-se: relacionamento é a base do nosso negócio.

Nas plataformas Web 2.0 você pode usar vídeos. Que tal criar, dentro do seu site, a TV Academia? Assim, a gravação de um material falando da academia, com depoimentos dos colaboradores e clientes podem se transformar numa ótima propaganda. O registro de seus eventos, bem como aulas especiais e lançamentos de novas modalidades, poderão ficar registrados em seu site. E, mais uma vez, os comentários deixados pelos visitantes de seu site ficarão registrados para quem quiser lê-los. Precisa de novos professores? Quer fazer uma seleção de estagiários? Por que não utilizar seus próprios professores, estagiários e clien-

tes, fazendo um vídeo de como é trabalhar na sua academia?

Além dos sites e blogs, uma nova modalidade de interação virtual são os microblogs. O mais conhecido deles é o Twitter. Através deste espaço, você coloca pequenos textos - máximo de 140 caracteres - e links para as grandes matérias. As pessoas que escolherem te seguir receberão as pequenas chamadas e, se houver interesse, clicarão nos links e terão acesso à matéria completa. Ou você poderá fazer campanhas-relâmpago. Exemplo: enquanto eu escrevia este texto, no meu Twitter apareceu: "Galera hoje 15 às 18 na academia

Gustavo Borges Londrina no Zerão: 5 primeiros a se encontrarem pessoalmente comigo levam 3 meses - novo aluno". Era o empresário e atleta Gustavo Borges fazendo bom uso da ferramenta.

A grande revolução da internet ainda está para acontecer. Sua empresa poderá fazer parte dela. Nesta revolução, entenderemos todos que as relações se dão de forma presencial e virtual, e que uma não exclui a outra. Estar antenado ao que a internet nos oferece - gratuitamente - e explorar suas potencialidades permitirá a inclusão da sua academia neste novo mundo. ■

Acesse:

www.blogger.com

Elabore o blog da sua academia com muitos recursos.

www.wordpress.com

Elabore o site da sua empresa na plataforma Web 2.0

www.ning.com

Faça a rede social dos seus clientes e colaboradores

[HTTP://twitter.com](http://twitter.com)

Tenha um exército de seguidores querendo saber o que acontece na sua academia

[HTTP://twitter.com/4goal](http://twitter.com/4goal) e www.4goal.com.br

Conheça o nosso trabalho e interaja com o time de consultores 4GOAL

Aguardo seus comentários. Um grande abraço.



Christian Munaier

Sócio-consultor da 4GOAL - For Goal Business Solutions e colunista do GloboEsporte.com. Christian foi o vencedor do prêmio Top Blog 2009, o Oscar do Blog Brasileiro, de melhor blog pessoal de esportes do Brasil. Acesse: www.globoesporte.com/christianmunaier

OUTFITmixx

Equipamentos, tatames, pisos especiais, boxe. Acessórios esportivos, esteiras e bicicletas. Reforma e manutenção de equipamentos

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

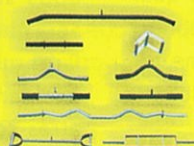
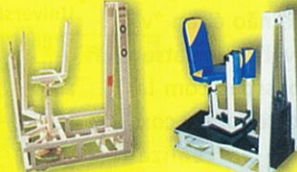
Tel: (11) 3906-0860 / (11) 9712-1060

Produtos Exclusivos Para limpeza de tapeçaria, metalão e carenagem

Novos



Reformados



Suprema



R. Prof. Antonio de Paula Santos, 157 - Pirituba
São Paulo SP - 05140-120
www.outfitmixx.com.br outfitmixx@ig.com.br

Aceitamos Cartões Visa



Treinamento de flexibilidade: antes ou depois do trabalho de força?

Olá, caro leitor!

O mundo das academias de ginástica e do esporte de alto desempenho é bastante controverso e pouco científico. No entanto, hoje existe uma série de pesquisas sobre diferentes tipos de treinamento que podem influenciar o desempenho, este é chamado de treinamento concorrente.

O treinamento concorrente, como seu nome sugere, é uma forma de exercício que concorre com outro e, portanto, influencia no desempenho do primeiro. Por exemplo, está bem estabelecido que o treinamento de flexibilidade influencia negativamente no treinamento de força e potência. Noutro exemplo, o treinamento cardiovascular também leva a diminuição na produção de força muscular. Todos esses achados sugerem que o desempenho esportivo pode ser diminuído em virtude de um treinamento concorrente.

Qual a importância disso? No esporte é de enorme importância, pois a diminuição de desempenho, mesmo que seja bem pouco pode representar a diferença entre conseguir o índice olímpico ou não. Em academias de ginástica essa importância não é tão percebida, embora, há de se considerar, o motivo pelo qual deveríamos diminuir o desempenho do cliente que deseja obter uma hipertrofia muscular, por exemplo.

Mas o que é um treinamento de flexibilidade? Dantas (1999) define que é diferença entre flexibilidade e alongamento quando ele diz que há dois treinamentos diferentes que são tratados com a mesma nomenclatura no mundo inteiro. O mesmo autor afirma que alongamento não tem como

objetivo aumentar as amplitudes articulares e sim proporcionar um relaxamento leve e que "flexibilização", termo esse forjado pelo mesmo autor, teria como objetivo aumentar a amplitude articular. Então, como podemos tratar com a mesma nomenclatura dois tipos distintos de exercício, pergunta o autor? Não dizemos que estamos trabalhando força ou RML de nosso cliente, ou estamos treinando o sistema aeróbico ou o anaeróbico, mesmo que para ambos a estratégia seja a mesma, muito embora com características diferentes?

Por um lado o treinamento de flexibilidade diminui a força muscular, por outro lado nenhum autor conseguiu definir que alongar ou flexibilizar diminui a incidência de lesões. Num estudo de revisão realizado por Howatson (2008) ao comparar inúmeras publicações que investigaram a prevalência de lesões em variados grupos que praticavam ou não alongamento ou flexionamento antes e/ou após a atividade física ou o esporte, ele não encontrou diferença no nível de lesões entre os sujeitos, sugerindo que o alongamento não trás benefícios nesse sentido.

Se for dessa forma, para que vamos manter nosso cliente fazendo 10 minutos de alongamento antes e/ou após sua sessão de treinamento? Será que ele gosta, já perguntou a ele? Para que continuar a perpetuar um ensinamento estabelecido décadas atrás como verdade?

Mas o alongamento não é um "vilão" ou um "imprestável". Howatson (2008) mostrou que pessoas com lesão do grupamento posterior de coxa melhorou mais rápido ao realizar alongamento duas vezes por semana que os que não realizava e ainda,

mostrou que um outro grupo ao fazer o mesmo procedimento três vezes na semana teve uma recuperação ainda mais rápida. Isso por si só justifica sua prática, mesmo que não seja o alongamento um ato profilático nesse sentido.

Enquanto os cientistas do esporte não chegam a uma conclusão sobre o assunto, o recomendável talvez fosse realizar movimentos de flexibilidade com pouca intensidade em amplitudes submáximas com no poucos segundos de insistência. Essa forma de treinamento na parece influenciar pouquíssimo a produção de força muscular.

Caro leitor, obrigado por sua atenção e até a próxima coluna.

Referências

DANTAS, EHM; **Alongamento e Flexionamento**. Shape, 2005, Rio de Janeiro.

Howatson G, van Someren KA; **The prevention and treatment of exercise-induced muscle damage**. Sports Med. 2008;38(6):483-503. ■



João Rafael, M.Sc.

Mestre em Ciência da Motricidade Humana, graduado em Educação Física pela Universidade Castelo Branco e aluno do Laboratório de Neuromotricidade II da Universidade Castelo Branco. Organizador do Congresso Carioca de Educação Física - FIEP/RJ, organizador do Fórum de Educação Física Escolar do Mercosul - FIEP/Mundial e colunista do Guia Fit. professor_joao_rafael@hotmail.com. Cel: 7826-4256 - ID: 105469*1

NOSSO ESTOQUE ESTÁ REPLETO DE OPORTUNIDADES PARA SUA ACADEMIA. É SÓ ESCOLHER.

PRECOR USA

LifeFitness

CYBEX[®]
Defining Fitness



Equipamentos de Ponta Remanufaturados com os menores orçamentos e à Pronta Entrega.



sua academia precisa do melhor e a New Fitness, líder no Brasil na venda de equipamentos de fitness **remanufaturados e semi-novos**, oferece equipamentos de marcas mundialmente reconhecidas pela eficiência na prática do exercício e com garantia total. Essa é a nossa política: proporcionar atendimento e preço compatível com o perfil de nossos clientes.

Matriz Diadema SP • Rua Gema, 142 • Fones: (11) 4051-1088 / 4043-3605

Show Room Moema SP • Alameda dos Nhambiquaras, 1616 • Fones: (11) 2893-7681 / 2893-7682

Atendemos todo o país.



NewFitness

Equipamentos de Ginástica

www.newfitness.com.br

Dicas de escolha e manutenção de tatames - parte 1

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

Antes de começar gostaria de parabenizar a Revista Empresário Fitness & Health pelos seus 7 anos de vida, considerada pelos profissionais de Educação Física e grandes empresários do setor uma revista de excelente circulação com matérias que auxiliam na gestão de seus negócios. Eu tenho a maior satisfação de estar presente, participando e contribuindo com esta trajetória fantástica destes 7 anos, com matérias desde a primeira revista falando sobre o Confef. Um grande e forte abraço para todos aqueles que começaram esta revista e com um especial carinho para o Romeu, Vivian e sua equipe que comandam atualmente este grande meio de comunicação do fitness.

Tive muitos e-mails pedindo a manutenção e dicas de escolha de tatame. Dividirei essa matéria em duas partes.

Nesta primeira parte estes tipos de tatamis exigem alguns cuidados que devem ser seguidos na sua manutenção:

- Nunca permita que pessoas entrem com sapatos, sandálias ou mesmo de tênis, sobre a área de tatames. Somente judocas, professores, técnicos, juizes e fiscais devem atuar sobre o tatame, vestido com traje apropriado e descalços.

- Ao transportar os tatames, o mesmo deve ser feito sobre um carrinho de transporte com plataforma medindo 2,00 x 1,00m para que os tatames fiquem apoiados uns sobre os outros.

- Ao erguer o tatame, o mesmo deve ser feito por, no mínimo, duas pessoas de cada lado para evitar que se dobre e provoque um rompimento da palha ou da espuma aglomerada, rugas ou deslocamento de cobertura de vinil ou a de lona.

- Guarde os tatames em ambientes secos, isentos de pó e sem incidência direta de raios solares. Na estocagem, recomenda-se cobrir com tecido de algodão ao invés de lona plástica ou com material não poroso, pois estes provocam condensação de água e formação de mofo, danificando os tatames.

TATAME DE LONA PARAFINADA

Tatame de palha de arroz trançada e prensada, coberto com lona de algodão parafinada, com dimensões 1,76 x 0,88m 1,80 x 0,90m e 2,00 x 1,00m de espessura 5,5cm nas cores verde, vermelho, e azul. vermelho (área de demarcação) dimensão 1,80x0,90x0,055 mts.

Ideal para prática de Judô, Jiu-Jitsu, Aikidô, Hapkidô, Karatê, Taekwondo, Kung-Fu, Shourinji Kempo, Okinawa Kempo, etc.

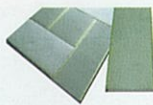
Manutenção e limpeza: deve ser feita com aspirador de pó e em seguida passar pano de algodão macio levemente umedecido com em solução de detergente neutro + água, na proporção 1:40 (1 parte de detergente:40 partes de água) e após secar com pano seco.

TATAME DE JUNCO

Tatame tradicional de palha de arroz trançada e prensada, coberto com esteira de junco e faixa lateral importada, com dimensões 1,80 x 0,90m, 2,55 x 0,90m de espessura: 5,5 cm.

Indicado para todas as artes marciais.

Manutenção e limpeza: deve ser feita com aspirador de pó e em seguida passar pano de algodão macio levemente umedecido com em solução de detergente neutro + água, na proporção 1:40 (1 parte de detergente:40 partes de água) e após secar com pano seco.



TATAME DE JUNCO DUPLO

Tatame tradicional de palha de arroz trançada e prensada, coberto com esteira de junco dupla nacional com dimensões 1,80 x 0,90m, 2,55 x 1,00m de espessura: 5,5 cm. Indicado para todas as artes marciais.



Manutenção e limpeza deve ser feita com aspirador de pó e em seguida passar pano de algodão macio levemente umedecido com em solução de detergente neutro + água, na proporção 1:40 (1 parte de detergente:40 partes de água) e após secar com pano seco.

TATAME DE LONIL

Tatame de palha de arroz prensada com acabamento em lonil (tecido de fibras sintéticas de alta tenacidade recoberto com PUC), superfície lavável, impermeável, disponível nas cores verde e vermelho (área de demarcação) dimensão 1,80 x 0,90 x 0,055 mts. Ideal para prática de Judô, Jiu-Jitsu, Aikidô, Hapkidô, Karatê, Taekwondo, Kung-Fu, Shourinji Kempo, Okinawa Kempo, etc.



Manutenção e limpeza: manchas de sujeira podem ser removidas com uma esponja embebida de solução de detergente neutro + água, na proporção 1:30 (1 parte de detergente:30 partes de água), ou usar FLASH BIO CLEAN diluído 1 parte para 2 de água.

TATAME DE LONA ENCERADA

Tatame de palha de arroz prensada com acabamento em lona (encerado) nº 10, impermeável, disponível nas cores verde e vermelho (área de demarcação).

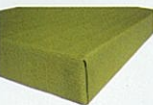


Tamanho= 1,80 x 0,90 x 0,055 mts. Ideal para prática de Judô, Jiu-Jitsu, Aikidô, Hapkidô, Karatê, Taekwondo, Kung-Fu, Shourinji Kempo, Okinawa Kempo, etc.

Manutenção e limpeza deve ser feita com aspirador de pó e em seguida passar pano de algodão macio levemente umedecido com em solução de detergente neutro + água, na proporção 1:40 (1 parte de detergente:40 partes de água) e após secar com pano seco.

TATAME VINISOFT SUPER IVS 30/40

Tatame - Vinilona Texturizada Impermeável em desenho exclusivo especialmente desenvolvido para boa aderência dos pés na prática desportiva, espuma reconstituída de grânulos de poliuretano reciclados de 8mm de diâmetro, aglutinado com adesivo especial em manta de E.V.A. BASE - Exclusiva manta emborrachada 1,6mm ANTI-SLIP para aderência total ao piso, fixada com adesivo tipo holt-melt. DIMENSÕES; 2,00m x 1,00m, espessuras: 30 ou 40mm, nas CORES - Azul, amarelo, verde, vermelho, PESO - 10,75 Kg (30mm) 14,00 Kg (40mm).

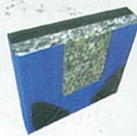


Manutenção e limpeza: manchas de sujeira podem ser removidas com uma esponja embebida de solução de detergente neutro + água, na proporção 1:30

(1 parte de detergente:30 partes de água) ou usar FLASH BIO CLEAN ou usar FLASH BIO CLEAN diluído 1 parte para 2 de água.

TATAME VINISOFT ESPECIAL

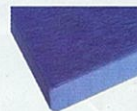
TATAME VINISOFT ESPECIAL - Vinilona Texturizada Impermeável em desenho exclusivo especialmente desenvolvido para boa aderência dos pés na prática desportiva. COMPOSIÇÃO - Espuma reconstituída de grânulos de poliuretano reciclados de 8mm de diâmetro, aglutinado com adesivo especial em manta de E.V.A. BASE - Fundo poliuretano com 4 cantoneiras de manta emborrachada de 1,6mm ANTI-SLIP para aderência ao piso, fixada com adesivo tipo hot-melt. DIMENSÕES - Comprimento: 2000mm.



Manutenção e limpeza: manchas de sujeira podem ser removidas com uma esponja embebida de solução de detergente neutro + água, na proporção 1:30 (1 parte de detergente:30 partes de água) ou usar FLASH BIO CLEAN diluído 1 parte para 2 de água.

Regupol® é marca registrada de BSW - GmbH (Alemanha).

Tatame Olímpico Regupol®. Este tatame sintético é reconhecido internacionalmente por sua inigualável qualidade. Sua performance já foi comprovada em grandes competições como as olimpíadas de Munich, Montreal, Los Angeles e Barcelona. Desenvolvido para a prática de todas as artes marciais, possui várias opções de densidade e é revestido com vinil texturizado e base antiderrapante.



DIMENSÕES: 2,00 x 1,00m, espessura: 4 cm. Cor: verde, vermelho, azul ou amarelo. Composição: Tatame sintético composto de espuma de alta densidade recoberto com lona de vinil. Impermeável e lavável, com superfície em desenho especial, texturizado para boa aderência dos pés na prática desportiva. Sua base antiderrapante (anti-slip) é formada de uma camada de 1,6mm de espessura de látex em formato "colméia", para aderência total ao piso. É o único tatame sintético aprovado pela CBJ - Confederação Brasileira de Judô.

Manutenção e limpeza: manchas de sujeira podem ser removidas com uma esponja embebida de solução de detergente neutro + água, na proporção 1:30 (1 parte de detergente:30 partes de água) ou usar FLASH BIO CLEAN diluído 1 parte para 2 de água.

O FLASH BIO CLEAN deve ser diluído 1 parte para 2 de água e esborrifar sobre o tatame e secar em seguida com papel toalha.

A cada 30 dias esborrifar LYSOFORM em aerossol para evitar odores. Ao fazer este procedimento, evite colocar um sobre os outros

OBS: O FLASH BIO CLEAN, você encontra na OUTFITmixx@ig.com.br. ■



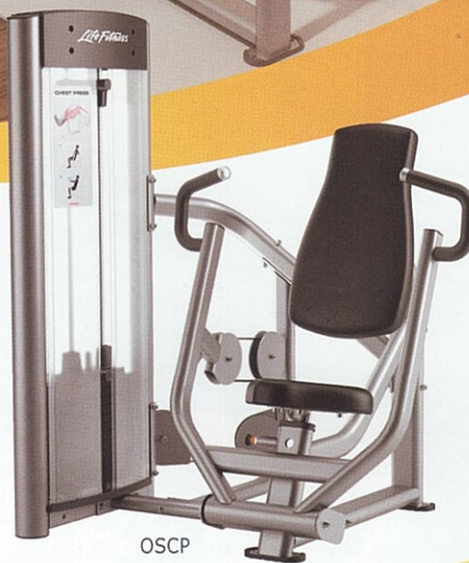
Prof. Almir D. Facchinatto

CREF 0019-G/SP. Diretor Comercial da OUTFITmixx. Delegado Regional da FIEP-SP. (11) 3906-0860 - 9712-1060. www.outfitmixx.com.br - prof.almirdf@hotmail.com

APRESENTANDO UMA NOVA SOLUÇÃO DE MUSCULAÇÃO



Optima SERIES



OSCP



OSLE

A Life Fitness, marca número um do mundo em equipamentos de ginástica acaba de lançar sua nova linha de musculação. A Optima Series é uma combinação atraente de estilo e durabilidade com otimização de espaço e extrema facilidade de uso.

Nós gostamos de pensar nela como excelência simplificada!

São Paulo

Av. Cidade Jardim, 900
(11) 3095-5200

Belo Horizonte

Av. Raja Gabaglia 2644 Lj 01
(31) 2526-4572

Brasília

SHIS QI 9 CL - Bloco J - Lj 5
(61) 3364-0069

Curitiba

R. Carlos de Carvalho, 2290
(41) 3015-6635

Porto Alegre

R. Quintino Boucaiúva, 291
(51) 3391-9270

Rio de Janeiro

Av. das Américas, 7.841, Lj. 101
(21)3410-0303

Distribuidor Autorizado

Al. Nhamiquaras, 1.616
(11) 2893-7681

0800.773.8282

www.lifefitness.com

LifeFitness
WHAT WE LIVE FOR

Nova esteira LX 160

Performance para o aluno, rentabilidade ao proprietário!



*Limitada às condições descritas no manual do produto. Foto ilustrativa.

INTERAÇÃO



A LX160 agora com novo design e tecnologia confirma sua tradição em durabilidade e ótimo desempenho que a torna líder de mercado.

UNIÃO ENTRE DESIGN E TECNOLOGIA

A LX160 alia a tradição em qualidade da Movement com um design inovador com recursos inéditos. Seu módulo multifuncional de fácil operação aliado ao handgrip de fácil acesso no corrimão frontal permitem um monitoramento completo do exercício.

MAIS CONFORTO E SEGURANÇA

Seu corrimão emborrachado garante maior segurança durante a corrida e conforto durante as caminhadas. Seu projeto contempla um sistema de fixação de prancha que garante uma absorção de impacto mais suave, tornando o exercício mais agradável e silencioso independente da rotina adotada.

MELHOR DESEMPENHO

Sua ampla área de corrida aliada ao motor de 2 HP que permite uma velocidade máxima de 18 Km/h, a LX160 é uma ótima opção, seja para treinamentos avançados ou para caminhadas leves. Sua fácil rotina de manutenção periódica aumenta a vida útil do equipamento de forma rápida e prática.

MELHOR CUSTO-BENEFÍCIO

Aliando os atributos de design e tecnologia em prol de um exercício seguro, com a praticidade e durabilidade característica da Movement, a LX160 garante ao proprietário um ótimo retorno sobre o investimento, principalmente no momento da futura troca.



www.movement.com.br 0800 772 40 80