

REVISTA

www.revistaempresariofitness.com.br

# EMPRESÁRIO

Ano XIII - Nº 74 (Novembro - Dezembro/2015)

*Fitness & Health*



**Natação + segura**

MARCELO BARROS

**A FUNÇÃO COORDENADOR  
TÉCNICO NAS ACADEMIAS:  
AFINAL, O QUE SE  
ESPERA DELE?**

EDVALDO DE FARIAS

**Processo seletivo:**

**a HORA DA VERDADE na  
MONTAGEM DE UM TIME DE  
ELITE**

FERNANDO "FOFÃO" VIEIRA

**2016:  
O ANO DA  
MUDANÇA  
NO MERCADO  
FITNESS**

LEONARDO CABRAL

O MAIOR EVENTO  
MULTIESPORTIVO  
**DO MUNDO** IS BACK!

1 A 3 DE ABRIL DE 2016  
RIOCENTRO . RIO DE JANEIRO

COMPETIÇÕES . EXPOSITORES . NEGÓCIOS . CONFERENCE  
SHOWCASE . ATLETAS . ATRAÇÕES . PARADESPORTIVO

PRESENÇA DE ARNOLD SCHWARZENEGGER

**ARNOLD**



—    —  
**ARNOLDCLASSICBRASIL**

[ARNOLDCLASSICBRASIL.COM.BR](http://ARNOLDCLASSICBRASIL.COM.BR)

[CONTATO@ARNOLDCLASSICBRASIL.COM.BR](mailto:CONTATO@ARNOLDCLASSICBRASIL.COM.BR)

+55 21 3478-1999 | 11 3061-1203

**Savaget**  
PROMOÇÕES & EVENTOS

**EXCALIBUR**  
Feiras & Eventos

# Curso de **RECEPCIONISTAS** de academia\*

*\*curso exclusivo  
para recepcionistas*

Contrate esse curso  
in-company para sua academia!

## Conteúdo do curso:

- Conhecendo o mercado fitness
- Quem são os clientes das academias
- Atitude profissional
- Conhecendo os serviços da academia
- Apresentando a academia para o cliente
- Cada visita uma venda: como vender com sucesso
- A retenção começa na recepção
- Telemarketing e e-mail marketing
- Trabalhando com as redes sociais



### Proximos cursos:

06 de março - Rio de Janeiro

13 de março - São Paulo

20 de março - Belo Horizonte

Informações:

[www.lafitness.com.br/recepcionistas](http://www.lafitness.com.br/recepcionistas)



Realização:

**LA FITNESS**  
Solutions 



## Nesta Edição:

- PLANO DE NEGÓCIOS**  
06 **A TEIA ECLÉTICA, COMPLEXA E DINÂMICA DE EVENTOS INTER-RELACIONADOS DO PLANO DE NEGÓCIOS**  
Carlos Cardoso
- FINANÇAS**  
09 **O MEU AMIGO CAPITAL DE GIRO**  
Celso Cunha
- DIGITAL**  
10 **COMO FAZER GESTÃO DE CONTEÚDO**  
Denise Carceroni
- ADMINISTRAÇÃO**  
12 **DOBRE SEUS LUCROS**  
Humberto Barroso
- PILATES**  
14 **FORMAS DE PAGAMENTO: QUAL A MELHOR OPÇÃO PARA SATISFAZER O EMPREGADOR E O EMPREGADO NOS ESTÚDIOS DE PILATES?**  
Rodrigo Perfeito
- ESPECIAL**  
16 **PRESTAR INFORMAÇÕES SOBRE SAÚDE BUCAL FAZ BEM AOS SEUS CLIENTES E AOS NEGÓCIOS DA SUA ACADEMIA**  
Dra. Michelle Protzenko
- GESTÃO COM CIÊNCIA**  
20 **A FUNÇÃO COORDENADOR TÉCNICO NAS ACADEMIAS: AFINAL, O QUE SE ESPERA DELE?**  
Edvaldo de Farias
- GESTÃO COM CIÊNCIA ESPECIAL**  
22 **GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS EM ACADEMIAS**  
Arthur Pontes
- NATAÇÃO**  
28 **NATAÇÃO + SEGURA: TREINE SUA EQUIPE PARA TESTAR A AQUACIDADE DE SEUS ALUNOS**  
Marcelo Barros

- ENTREVISTA**  
30 **O CAFT INAUGUROU O SEU NOVO CENTRO DE AVALIAÇÃO FÍSICA NO ANO DE 2015**  
Victor Santos
- CARREIRA**  
33 **8 INVESTIMENTOS EXTRA CURRICULARES DE SUCESSO PARA O PERSONAL TRAINER**  
Thiago Lima "Panda"
- GESTÃO DO FITNESS COLETIVO**  
34 **PROCESSO SELETIVO: A HORA DA VERDADE NA MONTAGEM DE UM TIME DE ELITE**  
Fernando "Fofão" Vieira
- ATIVIDADES COLETIVAS**  
38 **AULAS COLETIVAS E INTENSIDADES DESCONTROLADAS**  
Geraldo Filho
- NUTRIÇÃO**  
40 **SAÚDE: SEU MELHOR INVESTIMENTO**  
Thayana Albuquerque
- BEM-ESTAR**  
42 **O DESAFIO DE MUDAR A APARÊNCIA**  
Mauro Guiselini
- ARQUITETURA**  
44 **FACHADA COMO VITRINE**  
Patrícia Totaro
- MANUTENÇÃO**  
45 **MANUTENÇÃO PREVENTIVA: ALERTA AOS PROPRIETÁRIOS**  
Almir Facchinatto
- ESTRATÉGIA COMPETITIVA**  
46 **2016: O ANO DA MUDANÇA NO MERCADO FITNESS**  
Leonardo Cabral
- SUA RECEPÇÃO**  
50 **GESTÃO ESTRATÉGICA DE VENDAS EM ACADEMIAS**  
Leonardo Allevato
- 51 **EVENTOS**

## EXPEDIENTE

REVISTA

# EMPRESÁRIO

*Fitness & Health*

Uma publicação bimestral da L.A. Editora e Publicações, marca registrada da L.A. Solutions Ltda, CNPJ 23.218.235/0001-50.

Ano XIII – Edição nº 74 (nov/dez/15)

Editor Geral:  
Leonardo Allevato

Diretora Financeira:  
Bruna Chaves

Comercial:  
comercial@revistaempresariofitness.com.br

Editor:  
Cristiano Santos

Diagramação:  
Cristiano Santos

Tradução:  
Leonardo Allevato

Jornalista Responsável:  
Andréa Karasarkisian/MtB 22436

Conselho Editorial:  
Leonardo Allevato, Bruna Chaves, Felipe Goulart

Central de Assinaturas:  
assinatura@revistaempresariofitness.com.br  
www.revistaempresariofitness.com.br  
(31) 98752-5551

As matérias assinadas são de responsabilidade de seus autores, não refletindo, necessariamente, a opinião da editora. As fotos têm caráter meramente ilustrativo. Os direitos das marcas são reservados a seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas desde que citada a fonte.



## BEM VINDO, 2016!



**Leonardo Allevato**

Editor Geral  
☎ (31) 98752-5551

Você está tendo acesso à primeira edição totalmente digital da REF&H! 2015 acaba iniciando uma nova era dessa publicação que em mais de 13 anos vem trazendo informação relevante para gestores e profissionais se diferenciarem no mercado fitness. Foi um ano difícil para todos! Mas quem sobreviveu vai ter que fazer muito diferente em 2016! A revista digital já era um projeto antigo e, antes que a crise nos atingisse, resolvemos antecipar a implantação dessa novidade, acompanhando uma tendência mundial dos meios de comunicação impressos.

Na prática, a única diferença é que, para folhear a revista, será necessário "clique" em vez de passar as páginas com os dedos. Com esse novo projeto, podemos implementar novidades impossíveis de serem colocadas na revista impressa: link para sites, vídeos, áudios, galeria de imagens e muito mais!

Tudo isso só é possível porque ela agora é totalmente digital! A publicação continuará tendo uma **assinatura anual** e somente os assinantes terão acesso ao conteúdo completo!

O ano que se inicia precisa começar diferente! E isso só depende de você, gestor ou profissional! Nunca antes na história recente do Brasil precisou-se **VENDER** tanto quanto será necessário em 2016. Os clientes estão mais seletivos e cautelosos para comprar, **VENDA** para eles! Somente assim, seu ano novo será diferente!

Um brinde a 2016 e a você que fará desse ano, um ano único nos seus negócios e na sua carreira!

Boa leitura! •



“A Teia Eclética, Complexa e Dinâmica de Eventos Inter-relacionados do Plano de Negócios” foi uma inspiração que eu tive baseada na Nova Ciência – a Teoria da Complexidade. Trata-se de um design thinking em que pessoas estão no epicentro do processo, num pensamento sistêmico, contextual, holístico, integral, ecológico, em desacordo com o pensamento cartesiano, analítico, reducionista, atomístico, fragmentário, que surgiu a partir dos séculos XVI e XVII no advento da Revolução Científica.

A criação da “Teia” aconteceu através da leitura da obra *The Web of Life – A Teia da Vida* –, de autoria de Fritjof Capra, um livro que é uma síntese brilhante de descobertas científicas contemporâneas, como a Teoria da Complexidade, a Hipótese de Gaia, a Teoria do Caos, dentre tantas outras, escrito pelo Doutor em Física Teórica da Universidade de Viena, na Áustria, que está na vanguarda do pensamento científico, social e filosófico.

Quando Capra esteve no Brasil, na década de 90, apresentando para um grupo constituído de empresários e executivos de elite, suas ideias e as conexões com arquitetura estratégica corporativa causou entre o público presente, de um lado, euforia e encantamento, mas do outro, um espanto enorme e desanimador, pois muitos não estavam amadurecidos suficientemente para entender os conceitos que “A Nova Ciência” trazia à baila!

Segundo Oscar Motomura, fundador da Amana-Key, uma das organizações mais especializadas do mundo na área de gestão, estratégia e liderança de organizações complexas dos setores empresarial e governamental, e da sociedade civil, “o desafio maior está em mudar a nossa maneira de pensar, exige uma grande abertura de nossa parte, que só é possível quando abrimos mão de nossos arcaísmos atuais de pensamento, nossas premissas, nossas teorias, nossa forma

de ver a própria realidade, e nos dispomos a considerar uma outra forma de entender o mundo e a própria vida”.

Na Resenha elaborada por Ananda Carvalho Pimenta, Professora do Programa de Pós-graduação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, com base no livro *Introdução ao Pensamento Complexo*, de Edgar Morin, autor de mais de 30 livros, Diretor Emérito de Pesquisa do Centro Nacional Francês para Pesquisa Científica e um dos principais filósofos franceses contemporâneos, ela comenta: “o pensamento simples não é necessariamente verdadeiro, dado o processo de simplificação e a tentativa de se apropriar da realidade. Enquanto isso, o pensamento complexo se suporta na ordem, clareza e exatidão no conhecimento, ou seja, se aproxima da realidade”. Na continuação do resumo crítico e análise do livro, complementa: “o pensamento simples

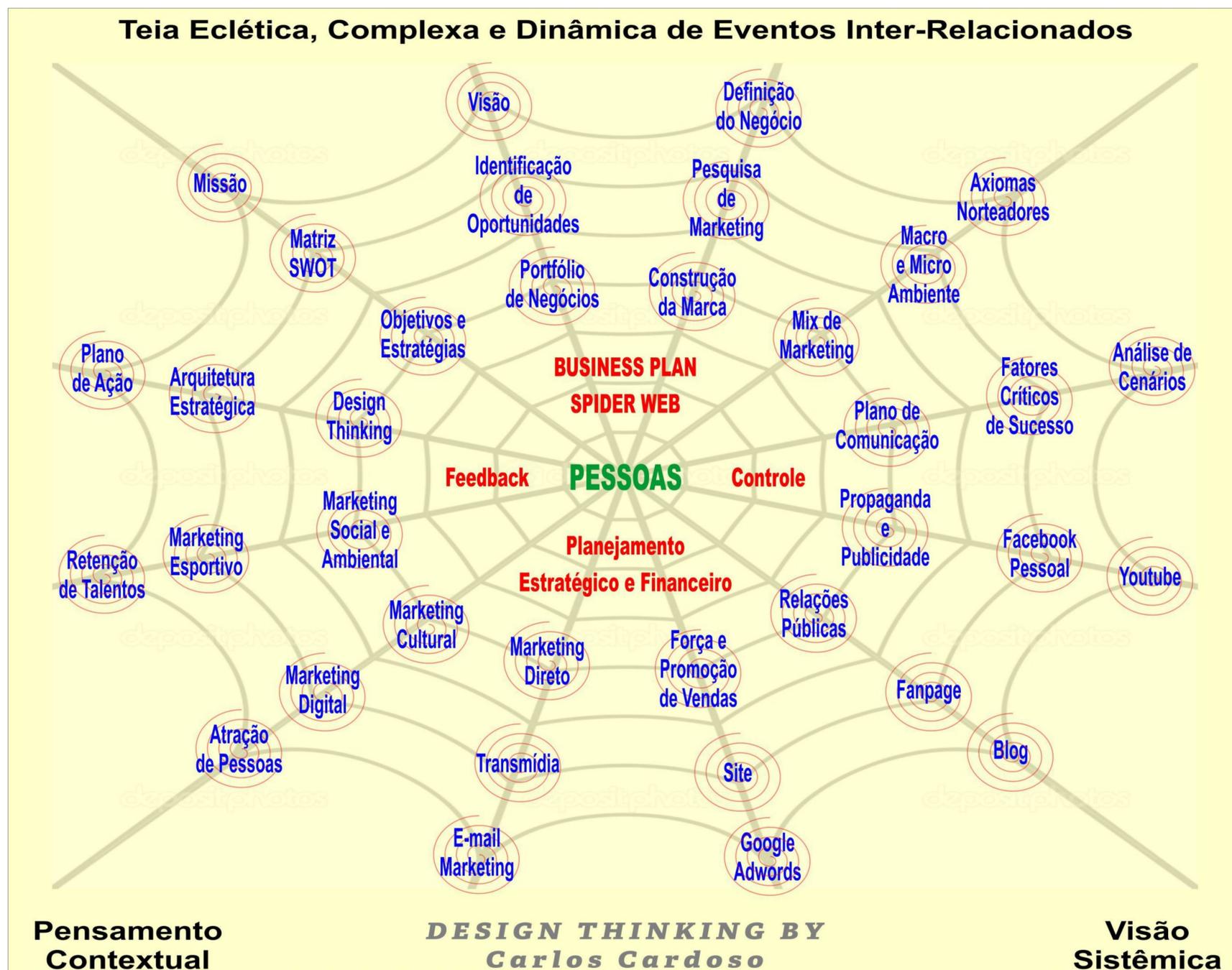
é bastante segmentado e direto, ao contrário do complexo que é profundo e interligado”.

O foco “Nas Partes” ficou conhecido como Pensamento Mecanicista (visão retrógrada), e a ênfase “No Todo”, como Pensamento Sistêmico (visão contemporânea). Heráclito de Éfeso (535a.C./475a.C.), filósofo pré-socrático considerado o “pai da dialética”, já dizia naquela época, “se você dividir o todo em partes, na menor parte você vai encontrar o todo”. Na minha ótica, Todo presidente de Toda empresa, deveria reconhecer em Todo colaborador, Toda a empresa, a organização está em Toda a equipe! Se você pegar um copo de água do mar da Barra da Tijuca e comparar com um copo de água do mar de Búzios, você vai encontrar praticamente o mesmo conteúdo ao analisar cada parte separadamente; porém, não vai conseguir entender as particularidades das marés de cada um desses lugares, nem tampouco a influência da Lua nesses fenômenos, e, portanto, não vai

conseguir entender o todo analisando cada uma das partes individualmente. Essa é a essência da visão sistêmica, contextual, holística, integral, ecológica, e nas empresas, acontece exatamente igual. Se você implantar uma campanha de publicidade que não esteja em sinergia com a missão da organização, com certeza vai confundir o seu target e pode causar um marketing negativo, ou seja, tudo na empresa tem que estar inter-relacionado, em comunhão com a “Nova Ciência” – a Teoria da Complexidade.

Desde que iniciei em 2009 minhas pesquisas aprofundadas relacionadas com o Plano de Negócios de uma empresa, que é o Trabalho de Conclusão do Curso MBA em Gestão e Marketing de Academias, no qual sou o idealizador e professor-orientador, venho desenvolvendo uma figura ilustrativa representativa da visão sistêmica do Plano de Negócios, conforme exibido na minha Coluna da Revista Empresário na edição nº 70.

A partir dessa edição, a de nº 74, acontece uma evolução desse design thinking para outra dimensão, com base nos assuntos e nas premissas supracitadas, como também, uma inspiração gentilmente fornecida pelos mistérios do universo, que conspirou a favor, me iluminando com a fantástica ideia de utilizar o layout da planificação de uma teia de aranha, visão que surgiu através da espécie de aranhas americanas Achaearanea Tepidarium, que tece a teia mais resistente de todas as redes, com formas e estruturas muito inteligentes, constituídas de material 5 vezes mais forte que o aço e elasticidade bastante superior a uma corda de bungee jump! Estou batizando o novo Plano de Negócios, de BUSINESS PLAN SPIDER WEB, conforme ilustrado na figura abaixo:



Quaisquer esclarecimentos, questionamentos, críticas e sugestões sobre os conteúdos, você me aciona pelo e-mail [carloscardoso@terra.com.br](mailto:carloscardoso@terra.com.br), como também, pode me encontrar nas aulas periódicas mensais que ministro no Curso de Pós-graduação Lato Sensu "MBA em Gestão e Marketing de Academias", do Instituto de Ensino UPGRADE em parceria com a Faculdade GAMA E SOUZA, no campus Barra da Tijuca no Rio de Janeiro; uma ótima oportunidade de você dirimir as dúvidas que por acaso venham a surgir sobre o tema.

Continuo a dissertar sobre Plano de Negócios na próxima edição da Revista Empresário Fitness & Health.

Até breve!



O todo sem a parte não é todo, A parte sem o todo não é parte, Mas se a parte o faz todo, sendo parte, Não se diga, que é parte, sendo todo.

*(GREGÓRIO DE MATOS)*

★ **SELEÇÃO, RECRUTAMENTO E TREINAMENTO** ★  
**DE PROFISSIONAIS PARA O MERCADO FITNESS**



**fitnessmais**  
Escola de Excelência Profissional

*Precisando de ótimos coordenadores, professores, estagiários, gerentes e consultoras de venda e atendimento?*

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



# O MEU AMIGO CAPITAL DE GIRO

Em tempos de corte de gastos pelo governo, diga-se de passagem, o maior empregador, considerável elevação nos preços da energia elétrica e combustíveis, alta nos juros e consequente inadimplência, o capital de giro foi e sempre será um grande aliado do sucesso das empresas. Fechar o mês no azul sempre foi o objetivo maior das instituições e, para quem não possui essa reserva, a situação se complica, visto que o acesso ao crédito tornou-se mais difícil e mais caro.

## **MAS, QUEM É E PRA QUE SERVE ESSE TAL CAPITAL DE GIRO?**

Por definição, capital de giro é uma parte do investimento que compõe uma reserva de recursos que serão utilizados para suprir as necessidades financeiras da empresa ao longo do tempo. Esses recursos ficam nos estoques, nas contas a receber, no caixa, no banco, etc. É o conjunto de valores necessários para a empresa

fazer seus negócios acontecerem e seguirem funcionando.

Em momentos de falta de liquidez financeira recorre-se a esses valores que devem permanecer aplicados em um fundo de renda fixa, rendendo, até que sejam exigidos e, após superada a dificuldade, os valores utilizados devem ser devolvidos à aplicação.

Quanto ao montante reservado para esse destino, a literatura administrativa não determina o limite mínimo ou máximo, mas duas ou três vezes o custo fixo da empresa transmitem a segurança necessária para se trabalhar tranquilo e sem sustos.

Na prática, são poucas as empresas que mantêm essa reserva e, quando necessitam, recorrem a empréstimos bancários contratando altas taxas de juros se comparadas à remuneração dos fundos de renda fixa.



**O capital de giro serve para gerar liquidez financeira.**

Se em 2015 sua empresa não teve que recorrer a empréstimos, mesmo com a crise e a inflação passando dos 10%, você está de parabéns! Faço votos que o mesmo se repita em 2016, pois com inflação alta e juros astronômicos do cheque especial e do cartão de crédito fica difícil recorrer a essas ferramentas!

Ah! E em relação ao agora nosso amigo "capital de giro", zele por essa amizade, vale muito a pena.



# COMO FAZER GESTÃO DE

O conteúdo é o coração do marketing digital, é ele que vai determinar o tamanho do sucesso das suas ações. Esse sucesso é medido pelo engajamento do público. Assim, continuo a série que fala das ações que compõem o marketing digital.

O conteúdo deve ser dividido em 20% institucional-comercial-promocional e 80% para gerar engajamento, pois nenhum canal de mídia social sobrevive só de informações sobre o próprio negócio.

**Institucional-comercial-promocional:** todos os serviços (grade de aulas, aulas especiais, eventos) e promoções.

**Engajamento:** tudo que possa despertar o interesse em ser dividido com outras pessoas. Dicas de saúde, de execução de exercícios, receita de sucos, frases motivacionais, são ideias para gerar engajamento.

Preparei uma lista com 10 dicas que ajudarão a melhorar a gestão de conteúdo da sua academia. Parto do princípio que leu e entendeu tudo o que escrevi sobre planejamento, na edição anterior.

**1 - Linguagem.** Cada canal tem um tipo de linguagem. O Facebook permite imagens, vídeos, links e textos; é o mais versátil e fácil. Já o Twitter tem a limitação de 140 caracteres. Crie formatos diferentes para o mesmo conteúdo.

**2 - Seletividade.** Nem tudo o que publicar será visto por todos. Principalmente por quem tem muitos contatos, pois recebe grande quantidade de publicações no mesmo horário. No Facebook, além disso, existe um algoritmo que não mostra todas as publicações para a base inteira de fãs. Ele considera a relevância da publicação para a pessoa. Significa que se interage com sua página, as publicações aparecerão mais para ela. Por isso a regra 80%-20%.

**3 - Quantidade e horário.** Fazer muitas publicações pode irritar as pessoas, poucas pode prejudicar o engajamento. Recomendo de duas a três por dia e então verificar o que é mais adequado para sua realidade. Existem pesquisas que indicam os melhores horários para publicar, mas elas são amplas. Vale a pena fazer testes, publicando em horários diferentes e observar quando existe um melhor engajamento. O Facebook disponibiliza essa estatística.

**4 - Humanize.** Faça textos mais humanizados, mais próximos da realidade e da linguagem usada pelo seu público, evite termos técnicos.

**5 - Hashtag.** Elas agrupam publicações e ajudam que sejam vistas por pessoas que não fazem parte da sua rede, mas se interessam pelo assunto. Crie hashtags próprias (*#partiunomedaacademia #euvoupranomedaacademia*) e use hashtags populares. Aproveite hashtags usadas na sua cidade ou no seu bairro, e pesquise as que são usadas por web celebridades.

**6 - Séries de publicações.** Desperta a atenção para sua rede e ajuda no engajamento. Escolha um tema e na publicação avise que no mesmo dia, da semana seguinte, continuará falando sobre o assunto. Use tópicos numerados.

**7 - Curadoria de conteúdo.** Não é necessário produzir todo o conteúdo. Selecione conteúdo de terceiros, escreva uma breve introdução e coloque o link para o texto ou vídeo.

**8 - Conteúdo espontâneo.** Aproveite fotos feitas pelos alunos. Crie uma hashtag e avise que quem usar hashtag terá sua foto publicada nas redes da academia. Busque as fotos, coloque uma moldura e publique. É engajamento na certa!

**9 - Leads.** São contatos. Crie estratégias nas quais a academia oferece algo em troca do cadastro do prospect. É uma excelente forma de criar uma lista de contatos.

**10 - Promoções.** Usar as redes sociais para fazer promoções. É tentador e geralmente dá resultado, mas informe-se sobre as regras da rede social e a legislação vigente. •

# Site para Academia

com quem entende do mercado fitness

20% Off  
para leitores REF&H

[www.interconectada.com.br/sitefitness](http://www.interconectada.com.br/sitefitness)

ADMINISTRAÇÃO

# DOBRE SEUS LUCROS

Em um período de crise, um artigo com essa temática é no mínimo curioso, como dobrar lucros se muitas empresas estão pensando em sobreviver? Como dobrar os lucros se a guerra por preços está voltando? Como dobrar os lucros com as academias Low cost? Sim, é possível.

Bob Fifer escreveu o livro Dobre seus Lucros em Seis meses ou menos, ele apresenta 78 maneiras de reduzir os custos e aumentar as vendas e melhorar drasticamente os resultados de sua empresa, convido vocês a ler este livro, uma leitura super interessante e rápida, que mudará sua forma de administrar!

A seguir, falaremos sobre os principais pontos adaptados aos espaços esportivos e de atividade física.

A primeira etapa que deve ser implantada é a conscientização de todos os funcionários da empresa, todos devem pensar no lucro, é o lucro que proporciona investimentos, bônus aos seus funcionários e desenvolvimento sustentável da empresa, é sua obrigação enquanto gestor, despertar nas pessoas o interesse pelo assunto, assim como tratar diferente os que colaboram e os que não colaboram.

A segunda etapa resume-se em criar cultura, o gestor deve estabelecer um padrão de ações que faça com que todos queiram ser os melhores, levando a empresa a ser a melhor. Precisamos estabelecer um novo padrão, não devemos pedir desculpas



por pensar em lucros, pergunte-se sempre: Você viajaria em uma empresa aérea que não dá lucro? Não? Por quê? Simples, a falta do lucro comprometerá a qualidade e aumentará o risco do produto ou serviço não ser entregue, ou ser entregue sem qualidade. Outro ponto que deve ser tratado refere-se à satisfação do cliente. As pessoas adoram esse "Super Trunfo", pois em muitas empresas são intangíveis, por não haver avaliações dedicadas a isso; sempre se pergunte, o cliente está disposto a pagar por esse diferencial?

A terceira etapa é a mais interessante: reduzir custos. Todo custo pode ser reduzido, isso é uma grande verdade, então, primeiramente reduza, depois faça perguntas, tenha a certeza que as pessoas são mais adaptáveis do que você imagina, e se você construiu a primeira fase corretamente, elas irão lhe respeitar e colaborar com sua proposta. O legal de reduzir custos é que se você errar, em pouco tempo pode resolver a situação, porém, se não cortar, não poderá voltar atrás e todo o dinheiro que poderia ter sido economizado, já foi embora e não volta mais. Comece por onde dói menos: os fornecedores. Negocie novos preços e prazos, busque a concorrência para aumentar o poder de negociação, descubra quanto seus fornecedores pagam e como pagam. Depois passe a olhar para "dentro" da empresa: o que pode ser cortado ou reduzido? Quem são os funcionários modelos, que devem ser premiados e quais os que devem ser demitidos,

lembre-se que se você nunca demite ninguém, sua empresa nunca será excelente, dimensione bem a necessidade de pessoal; gente demais é um dos maiores vilões dos custos. Por fim, quando achar que já fez tudo o que era possível, volte e faça tudo novamente.

A quarta etapa trata do aumento das vendas. Bob Fifer fala sobre 5 coisas que ele sempre faz para fechar uma venda:

- 1. Demonstre competência:** Sua recepção é sua porta de entrada, devem ser preparadas e conhecer muito bem sua academia, precisam ter uma boa noção de vendas.
- 2. Demonstre simpatia pessoal pelo cliente, nada como sentir-se bem atendido e sentir que a pessoa que está lhe atendendo sabe exatamente como se sente.**
- 3. Convença o cliente de que você (empresa) é capaz de fazer tudo para satisfazê-lo:** Tudo que o cliente perguntar se você pode, você pode, depois você deve encontrar o como fazer isso, claro, não prometa aquilo que não pode cumprir, mas lembre-se que, se a cultura foi bem implantada, algum funcionário dirá: **"Eu posso fazer"**.
- 4. Deixe claro que você não precisa dele:** Faça-se de difícil: isso cria um gosto maior no cliente de consumir seu serviço. Se a academia sempre tem vaga no horário X, será que ela é

realmente boa? Basta ver o exemplo dos médicos: quem nunca ouviu um amigo dizendo "o médico Fulano de Tal é tão bom que não tem vaga para os próximos 3 meses!". Por fim, use o "Sentimento de Dever" para transformar o interesse pessoal que você demonstra pelo cliente em uma obrigação pessoal do cliente em relação a você: a maior parte das pessoas desejam ter a sensação de que são leais e corretas, você deve cobrar do seu cliente esse padrão de lealdade; se você está disposto a fazer o que ele precisa, ele deve lhe recompensar por isso. Finalizando, seja persistente e trabalhe com afinco, garanto que será divertido. Até a próxima. •



**Humberto Barroso**

Diretor Geral na Fac. Ideal | Devry Brasil  
[professorhumbertobarroso.blogspot.com](http://professorhumbertobarroso.blogspot.com)



# FORMAS DE PAGAMENTO:

## QUAL A MELHOR OPÇÃO PARA SATISFAZER O EMPREGADOR E O EMPREGADO NOS ESTÚDIOS DE PILATES?



Nosso assunto dessa edição é sobre o melhor modelo que o empreendedor deve optar ao assalariar seu empregado, que nesse caso, é o instrutor de Pilates.

Antes de apresentar alguns modelos e explicar qual acredito ser o mais coerente, devo lembrar que apesar do método Pilates não pertencer à área da saúde, pois é uma modalidade livre, assim como o Yoga, existem dois profissionais que estão sendo absorvidos pelo mercado em um quantitativo maior, que são o professor de Educação Física e o fisioterapeuta.

Ambos os profissionais possuem um piso salarial mensal de R\$ 2.432,72, segundo a Lei Estadual 6983/2015, com detalhe para o piso horista de R\$ 11,06 para o professor de Educação Física, não existindo essa modalidade para o fisioterapeuta.

Apesar do piso de R\$ 2.432,72, dificilmente um estúdio que não seja de grande porte pagará esse valor como salário de instrutor de Pilates. Isto ocorrerá principalmente por dois motivos:

O primeiro seria a incapacidade financeira: se o empreendedor contratar 4 instrutores para revezar os horários nos turnos diurno e noturno durante a semana, terá que possuir uma renda mínima de R\$ 9.730,88 somente para pagar seus instrutores. Se somássemos as outras taxas, como aluguel, impostos, luz, telefone, o valor, somente para se manter funcionando, poderia subir facilmente para uns R\$ 12.000,00. Mesmo para quem ainda não ingressou no meio

empreendedor, fica fácil a conclusão de que a maioria dos pequenos estúdios terminaria a balança arrecadado/gastos com saldo negativo e fecharia o negócio nos primeiros meses de funcionamento.

O segundo está relacionado com "brechas" contratuais: o dono de estúdio pode contratar o indivíduo como um instrutor prestador de serviços, e não como um profissional da saúde, isentando-o do pagamento do piso salarial, uma vez que não existe qualquer categoria trabalhista com sindicato para instrutores de Pilates, desconsiderando o método como uma profissão.

Percebam a inconsistência: nesse pensamento, basta contratá-lo como instrutor, mas vamos lembrar que somos professores e fisioterapeutas que aplicam as técnicas por meio do Pilates. O Pilates é apenas uma ferramenta para alcançar o objetivo maior. Algum empreendedor assina sua carteira como "posicionador de cones" ou como "aplicador de choquinho no tens"? Apesar da incoerência, ela pode ajudar o empreendedor, que dificilmente recebe incentivo do governo brasileiro.

Auxiliar, pois diante dessas duas considerações, poderia dizer o como seria fantástico se o instrutor recebesse o piso, mas como sabemos, isso não é possível e as brechas contratuais acabam sustentando esses estúdios e os sonhos em aberto. Mas se o empreendedor não assalaria o instrutor pelo piso, mas sim por um acordo contratual de prestação de

serviços, quais são as opções mais justas?

Geralmente, o empreendedor já possui uma proposta de salário para aquele que se submete à oportunidade de trabalho, na qual o instrutor tem a opção de aceitar ou não. No entanto, por meio de entrevista, é possível estabelecer um acordo entre ambas as partes, para que assim, o benefício seja concedido de forma dialética. As opções mais comuns são os pagamentos por hora de trabalho, por percentual da mensalidade de cada aluno ou um valor pela quantidade de alunos matriculados em cada aula. Não existe qualquer possibilidade de explicar qual é a melhor possibilidade para o seu estúdio, uma vez que a especificidade do público, local e estratégias de captação de clientes varia muito de empreendimento para empreendimento. Mas o pagamento que acho mais justo, justo e talvez não o mais rentável para o empreendedor, é o percentual entre 30 e 40% da mensalidade de cada aluno matriculado na aula do instrutor. Esta modalidade é equitativa em minha opinião, pois se o pagamento for pelo sistema horista, o instrutor poderá receber por horas em que não ocorrerá produção, como em horários sem alunos matriculados, a não ser, que o empreendedor só o pague pelas horas preenchidas por alunos, o que acredito ser injusto, pois o instrutor está a disposição, e a sanção não pode existir apenas para um lado. Se pensarmos no pagamento somente pela quantidade de alunos, o empreendedor será obrigado a inserir

alunos em demasiado em cada turma para que o instrutor tenha um salário justificável, o que incidirá diretamente na qualidade do trabalho prestado. Já com o valor de percentual das mensalidades, é possível limitar o número de alunos por 5 em cada turma, e criar novas turmas. Se o aluno faltar em um determinado dia, nem o instrutor e nem o empreendedor serão afetados. Além disso, será de incentivo que o instrutor realize um bom trabalho e auxilie o estúdio na divulgação, pois quanto mais alunos matriculados, maior a arrecadação do estúdio e o salário do instrutor. Ambos ganham ou ambos perdem.

Em outras palavras, gosto desse modelo, pois existe um incentivo direto para o aprimoramento das aulas por parte do gestor e também do instrutor, uma vez que, se ocorre evasão em alguma turma, este fato pesará diretamente no produto salarial do instrutor, e não somente no do empreendedor.

Boas reflexões e aproveitamos para lembrar que não existe modelo ideal e homogêneo. Cada empreendedor dono de estúdio deve estudar a melhor possibilidade, não devendo somente pensar apenas no lucro, mas também no justo diante do assalariamento de seu instrutor. •

ESPECIAL



# **Prestar informações sobre saúde Bucal**

FAZ BEM AOS SEUS CLIENTES E AOS  
NEGÓCIOS DA SUA ACADEMIA



Os clientes das melhores academias têm recebido cada vez mais informações de qualidade acerca de saúde e dos serviços prestados pelos empresários do setor. Em geral, isso tem sido o diferencial que assegura às academias uma posição de destaque no mercado e, conseqüentemente, mais e melhores clientes.

Seja por intermédio de aplicativos, ou mensagens eletrônicas, os desportistas recebem dados sobre medicina, nutrição, mercado de fitness, programação de treinamento e várias outras informações relevantes. Eu acho ótimo que tudo isso chegue ao meu celular com tanta rapidez e eficiência. Afinal, eu também sou uma dessas clientes de academia. No entanto, sinto falta de informações importantíssimas sobre odontologia do esporte.

A Odontologia aplicada ao esporte vem crescendo cada vez mais como campo de atuação para os cirurgiões-dentistas brasileiros. Nos Centros de treinamentos profissionais já existe a convicção sobre a necessidade de se cuidar da saúde bucal como fator determinante na garantia da performance na prática esportiva. O que já ganhou espaço no alto rendimento precisa virar uma onda de conscientização entre os desportistas de uma maneira geral.

Um medalhista olímpico sabe que um foco de infecção dentário pode jogar por terra um ciclo inteiro de treinamento, uma vez que essa doença poderá reduzir em até 17% o seu rendimento. O mesmo problema poderá também impedir que um cliente de sua academia alcance suas metas para o verão, por exemplo.

Disfunções na Articulação Temporomandibular, distúrbios de oclusão, infecções endodônticas, doença periodontal, respiração bucal, podem estabelecer um quadro permanente inflamatório, causando fadiga precoce, estafa e dores musculares. Além disso, há sempre a preocupação com lesões decorrentes de traumas acidentais que podem resultar em perdas de dentes, fraturas ósseas e dentárias e lesões cortocontusas.

Essas informações normalmente não estão claras e disponíveis para a maioria das pessoas. E se um cliente seu não obtiver sucesso no treinamento esportivo? Quem ele tenderá a culpar pelo fracasso? O que costuma acontecer é o direcionamento da responsabilidade para o treinador e a academia. E convenhamos, quando nos matriculamos numa academia desejamos ser cuidados, orientados e estimulados à obtenção de saúde e bem-estar. Portanto, fornecer informações sobre saúde bucal deve fazer parte da agenda dos seus negócios. Isso será bom para o seu cliente e para sua academia. •



**Dra. Michelle Protzenko**

Curgã Dentista CRO 28746 RJ  
Pós-Graduada em Ortopedia dos Maxilares  
[www.michelleprotzenko.com.br](http://www.michelleprotzenko.com.br)  
[dra.michelleprotzenko@gmail.com](mailto:dra.michelleprotzenko@gmail.com)

contato@hitmix.com.br

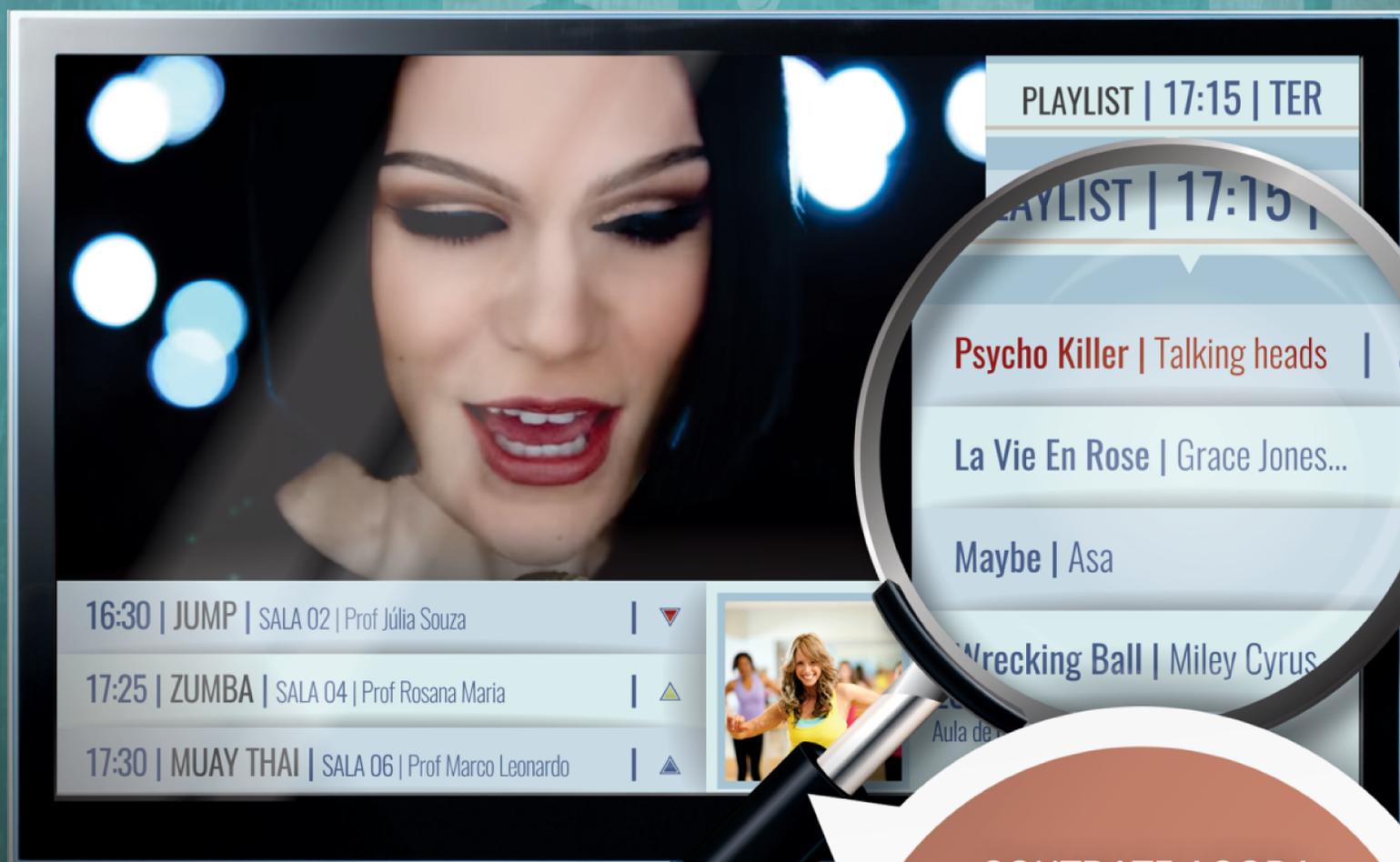


# RÁDIO Indoor

A R Á D I O Q U E T O C A A S U A A C A D E M I A

 ADEQUAÇÃO DE PLAYLIST MUSICAL  
 VINHETAS PERSONALIZADAS

 ANÚNCIO DE EVENTOS E PROMOÇÕES  
 PEDIDO MUSICAL POR WHATSAPP



CONTRATE AGORA  
A PARTIR DE  
R\$ **99,00**  
**MENSAIS!**

 **HITMIX**<sup>®</sup>  
A R Á D I O Q U E T O C A A S U A A C A D E M I A

  @hitmixoficial  
  /hitmixoficial

# MURAL eletrônico

M I D I A I N D O O R I N T E L I G E N T E

- ANÚNCIOS DE SEUS PATROCINADORES
- INTERATIVIDADE COM SEUS ALUNOS NA TELA

- QUADRO DE AULAS DINÂMICO
- VÍDEOS INFORMATIVOS PERSONALIZADOS
- NOTÍCIAS DA INTERNET E CLIMA TEMPO



21 98098 9291  
FALE PELO WHATSAPP

CONTATOS

21 4042 4996 | 21 98299 5675

 **HITMIX**<sup>®</sup>  
A RÁDIO QUE TOCA A SUA ACADEMIA

  @hitmixoficial  
  /hitmixoficial

## A FUNÇÃO COORDENADOR TÉCNICO NAS ACADEMIAS:

# AFINAL, O QUE SE ESPERA DELE?



Seja como um sonho profissional daqueles que não o são, seja como pesadelo para os que já desempenham a função e que acreditam ser apenas o "para-raios" da empresa, o fato é que a função de COORDENAÇÃO nas empresas do segmento fitness & wellness é hoje objeto de muita discussão, disputa e distorção, sem que se tenha DE FATO chegado a uma definição clara de funções, papéis e responsabilidades. É fato que a inexistência de planos de carreira estruturados nas empresas é um dos fatores causadores de tanta distorção e que acaba, equivocadamente, levando à percepção de que a evolução "natural" da carreira do profissional tecnicamente bom é "virar" Coordenador. Antagonicamente a isso, o que normalmente assistimos é a perda do primeiro sem necessariamente um ganho qualitativo do segundo, levando muitas vezes à sua demissão por não atender as

demandas da empresa em relação à nova função!!!

Gestores, investidores e profissionais são unânimes na confusão feita em relação a esta função gerencial que muitas vezes se torna objeto de disputas, barganhas e premiações apenas e tão somente pelo fato de que se mostram como a "única possibilidade de crescimento na empresa, um erro grosseiro de interpretação e característica da falta de foco na definição tanto das responsabilidades quanto do perfil das pessoas que devem desempenhar esta função. Mas afinal, o que se espera do Coordenador Técnico, seja ele de um grupo de atividades (musculação, atividades aquáticas, atividades coletivas...) ou de uma empresa inteira?

Primeiramente, e antes de qualquer outra responsabilidade, espera-se que

ele atue em estreita parceria com os proprietários e demais gestores do negócio, buscando com isso estabelecer políticas e diretrizes capazes de garantir ao cliente a melhor entrega de serviços, com os menores custos e com elevados índices de satisfação de todos os colaboradores que lá trabalham. Cabe a ele ainda, exclusiva e unicamente, responsabilizar-se pelo processo de captação de talentos no mercado a partir das necessidades do negócio, o que significa dizer que recrutar e selecionar profissionais e estagiários são processos sob sua inteira responsabilidade e PARA OS QUAIS PRECISA SER ESPECIFICAMENTE CAPACITADO, pois este tipo de saber não faz parte do currículo no curso de formação do qual foi egresso, infelizmente.

Da mesma forma e em continuidade à captação de talentos, é função e responsabilidade dos Coordenadores criar ações e programas que permitam o empowerment de toda a sua equipe, ou seja, cuidar da capacitação contínua dos talentos de tal forma que a atualização e o acervo de competências múltiplas da equipe seja o resultado direto de sua gestão. Em síntese, cabe a ele cuidar da valorização e investimentos no capital intelectual da empresa (SVEIBY, 2000; STUART, 2002). Assim, seja em programas de treinamento interno, conduzidos por ele próprio ou por colaboradores, ou nos programas de treinamento externo, conduzidos por profissionais com expertise na área que precisa ser desenvolvida, cabe ao Coordenador tanto o diagnóstico das necessidades, como também o design dessas capacitações, de tal modo que façam parte de um plano de desenvolvimento profissional e não de um conjunto de ações isoladas e desconectadas entre si. Para que esta função seja geradora de resultados, é preciso, tal qual descrito anteriormente, que Coordenadores sejam tecnicamente preparados para isso, tal qual acontece em empresas de outros segmentos de negócio, já que há um consistente conteúdo que precisa ser aprendido nesta área da gestão e para a qual também não fomos formados.

Indo além da gestão da sua equipe é, ou deveria ser também, função do Coordenador, criar estratégias e ações de monitoramento do ISC – Índice de Satisfação dos Clientes de tal forma que forças e fragilidades na entrega dos serviços sejam monitoradas na busca da melhoria contínua do negócio. Tal monitoramento, como recomenda Saba (2006) à função gerencial, deve ser plenamente conhecido por TODOS e, assim, cabe a este Coordenador manter sua equipe sintonizada com a melhoria contínua, o que contribui diretamente para a saúde, rentabilidade e sobrevivência do negócio, sobretudo em um contexto competitivo como o de hoje neste segmento.

Como é tecnicamente formado para esta área de atuação, o Coordenador em centros de fitness & wellness também deve ser o gestor das inovações em conhecimento e serviços, o que significa dizer que é a pessoa mais indicada para buscar no mercado tudo que for capaz de gerar diferenciação nas entregas que faz aos seus clientes. Obviamente, para isso é preciso que a empresa tenha como política de investimentos estratégicos a sua participação em eventos que sejam referência no segmento, como feiras, congressos e eventos científicos, de tal forma que de lá tragam o que pode criar ganhos qualitativos/quantitativos para o negócio.

Como pudemos observar neste breve ensaio, há muito mais do que simplesmente acompanhar o andamento do dia-a-dia que precisa e deve ser feito pelos Coordenadores em nossas empresas fitness & wellness, e por isso mesmo tivemos aqui o propósito de dar início a uma série de reflexões e questionamentos que precisam ser feitos por você Gestor, no sentido de verificar se as atribuições e responsabilidades que estão sendo atribuídas aos Coordenadores está, DE FATO, agregando valor ao seu negócio ou se apenas temos um profissional que passa a maior parte do tempo buscando justificar e dar sentido à sua função sem que esteja claro o que a empresa efetivamente espera dele.

Assim, nos processos descritos anteriormente, sabemos que Coordenadores não nascem prontos, mas sim precisam ser formados e, sendo assim, sem o investimento na formação continuada desses profissionais dificilmente teremos uma gestão com foco em resultados e tecnicamente adequada. Fica então a pergunta: VOCÊ TEM UM PLANO DE FORMAÇÃO DE COORDENADORES em sua empresa?

Se quiser conhecer mais sobre este assunto e algumas soluções existentes, escreva para **humano.movimento@gmail.com** e não deixe de acompanhar as próximas edições da REF&H. Até a próxima!!

#### REFERÊNCIAS:

SABA, F. K. *Liderança e Gestão para Academias e Clubes Esportivos*. SP: Phorte, 2006.

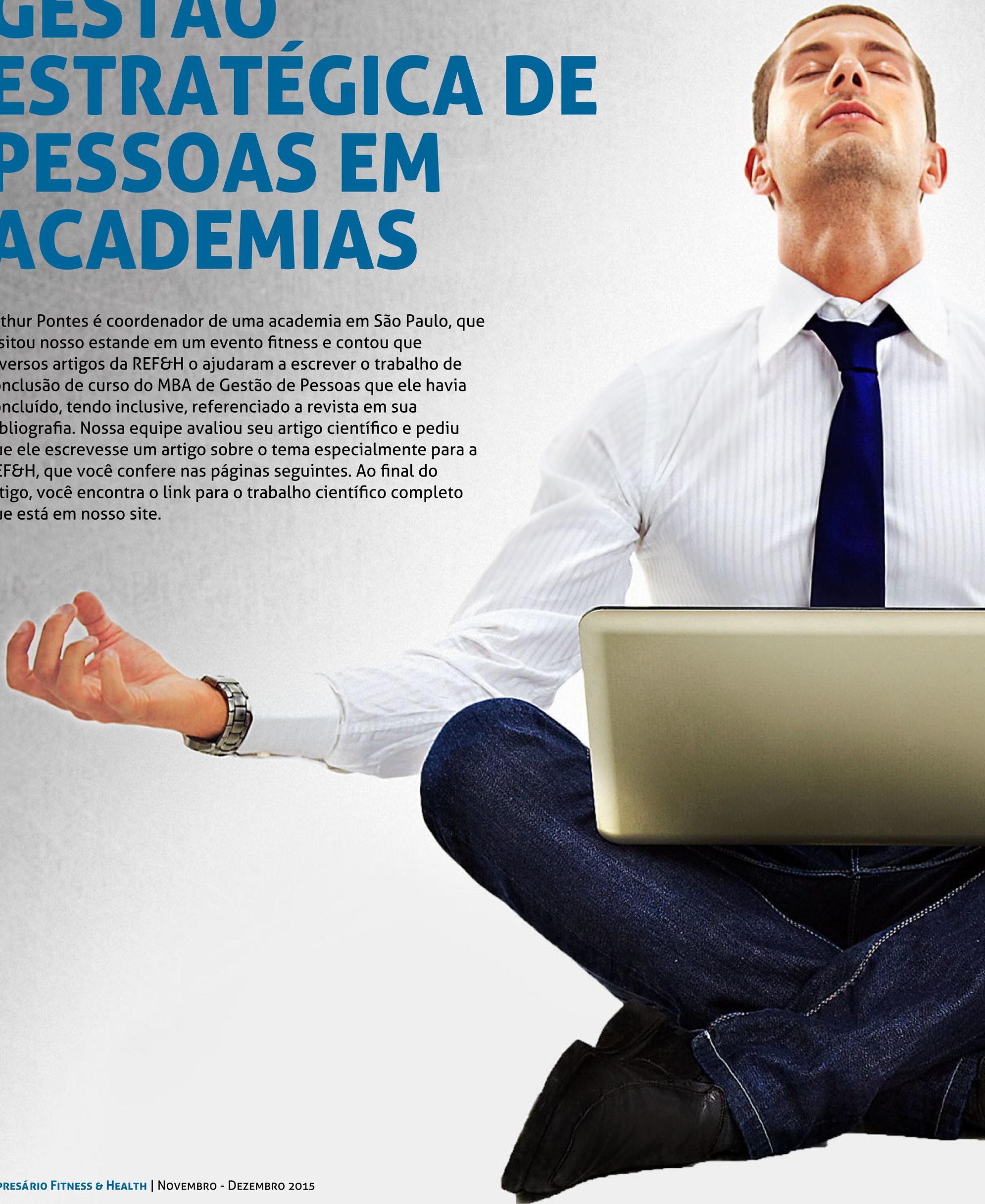
SVEIBY, K. E. *A Nova Riqueza das Organizações: Gerenciando e Avaliando Patrimônios de Conhecimento*. RJ: Campus, 2000.

STUART, T. A. *Capital Intelectual: A Nova Vantagem Competitiva das Organizações*. RJ: Campus, 2002.

GESTÃO COM CIÊNCIA ESPECIAL

# GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS EM ACADEMIAS

Arthur Pontes é coordenador de uma academia em São Paulo, que visitou nosso estande em um evento fitness e contou que diversos artigos da REF&H o ajudaram a escrever o trabalho de conclusão de curso do MBA de Gestão de Pessoas que ele havia concluído, tendo inclusive, referenciado a revista em sua bibliografia. Nossa equipe avaliou seu artigo científico e pediu que ele escrevesse um artigo sobre o tema especialmente para a REF&H, que você confere nas páginas seguintes. Ao final do artigo, você encontra o link para o trabalho científico completo que está em nosso site.



O setor fitness é, hoje, co-responsável pelo crescimento do país, e a qualidade dos processos gerenciais nas entidades se tornou quase obrigatória, já que o país é composto por mais de 30.000 academias, o que nos coloca como segundo lugar no cenário mundial do mercado fitness, atrás somente dos Estados Unidos. Esse mercado gerou receitas da ordem de mais de 2 bilhões de dólares em 2014 (DANTAS, 2015). Tradicionalmente, as academias eram empreendimentos criados por profissionais de Educação Física sem grandes conhecimentos sobre gestão, por isso muitos deles eram administrados de forma amadora e sem estratégia, limitando seu crescimento (TRIELLI, 2013).

O mesmo autor relata em sua entrevista à revista VOCÊ S/A (2013) que hoje o mercado fitness no Brasil tem vivido grandes movimentações e profissionalizações em seus empreendimentos; atualmente o setor movimenta em torno de 2 bilhões de dólares ao ano. Sendo assim, as empresas do setor começaram a buscar uma maior profissionalização no que diz respeito à gestão, transformando-se num potencial de crescimento atraente.

Atualmente o cargo de Coordenação e/ou Liderança nas academias é geralmente destinado para avaliar métodos aplicados e técnicos do serviço oferecido, além de estratégias para retenção, captação e manutenção de clientes, focadas na gestão comercial, que a maioria das vezes não são traçadas com o setor estratégico – quando este existe – sendo assim, os profissionais de Educação Física que atuam nesses cargos nem sempre estão realizando os ajustes necessários para que estejam atualizados com o que há de mais inovador no setor e no mercado, oferecendo um serviço de excelência. Muitas vezes nos deparamos com

promovem um bom profissional de conhecimento técnico, enquanto profissional de Educação Física, ao cargo de coordenador, sem que o mesmo esteja preparado ou sem haver uma passagem de nível e conhecimento em gestão, seja de pessoas ou de negócio (FERNANDES, 2015).

Somatizando o cenário de uma gestão estratégica e eficiente que está em alta, ter conhecimento de liderança, feedback, empowerment, coaching, comunicação e desenvolvimento de equipes se faz necessário, visando assim a novas oportunidades de negócios e garantia de sucesso, já que o papel da gestão nessa relação interpessoal tem de ser de forma estratégica, abordando a importância da excelência em gerir pessoas como fator fundamental para melhores resultados. A liderança deve ser mais e mais compartilhada: os líderes devem ser exímios formadores de equipe, além de trabalharem com grupos diversos, como muitas vezes, equipes de vendas, equipes de professores do departamento terrestre, aquático e até mesmo escola de esporte. Liderança, neste contexto, é um fenômeno que depende do líder, do liderado e da situação organizacional da academia (CHIAVENATO, 1999).

Para disseminar uma cultura positiva e proativa de desenvolvimento organizacional, é imprescindível o envolvimento do profissional que lidera com o foco em pessoas. É importante valorizar as pessoas e extrair o melhor delas. Muitas vezes esse papel cabe ao Coordenador / Líder, que primeiro terá que dar o melhor de si; para que seus liderados deem o melhor que eles têm, precisa haver uma reciprocidade na relação e no desempenho. (SABA, 2014).

Atualmente, o mercado fitness procura profissionais especialistas e gestores capacitados em áreas estratégicas como finanças, marketing, tecnologia e pessoas, devido ao fato do crescimento do setor ser relativamente recente (TRIELLI, 2013).

É grande, no setor fitness, a • necessidade de se agregar o conhecimento técnico, competências gerenciais como organização, bom relacionamento interpessoal e alinhamento estratégico empresarial, para garantir e obter melhores resultados e criar competitividade no mercado (FERNANDES, 2015). Desde a década de 80, os Estados Unidos, líder do segmento fitness, vem se preocupando com programas de Liderança, e no Brasil, isso surgiu na década de 90, onde muitos executivos passaram a priorizar a orientação profissional de seus e passaram a contratar profissionais especializados, denominados coaches, que contribuem para reflexões diferentes sobre o papel do colaborador e sua carreira (AMARAL, 2011).

Amaral (2011) acredita que o processo de Coaching nada mais é que um processo que contribui na transformação das pessoas do time, através da orientação ou desenvolvimento pessoas, o que permite que reflita a respeito de sua visão de mundo, de valores e crenças, aprofundando sua aprendizagem, incorporando novas habilidades e capacidades, expandindo sua prontidão para agir de forma coerente e eficaz e cabe ao Líder Coach encorajar o seu time a seguir em frente e a obter novas conquistas e realizações, visando à sua prosperidade. Atualmente, Coaching também é considerado uma habilidade de gestão e gerenciamento de pessoas, indispensável para os líderes.

Goleman (1999) afirma que o controle das emoções contribui de forma essencial para o desenvolvimento da inteligência do indivíduo, capacitando-o a reconhecer os próprios sentimentos e os dos outros, assim como a capacidade de lidar com eles, surgindo, assim, a Inteligência Emocional.

A consciência das emoções é aptidão fundamental para que o líder ou o gestor desenvolva, de forma habilidosa, trabalhos em equipe, em cooperação, onde os sujeitos do ambiente organizacional aprendam juntos como trabalhar com mais eficiência, ou seja, conviver com a diversidade. Afinal, o administrador do futuro tem como missão gerenciar pessoas com suas diferenças comportamentais. Pode-se compreender que desenvolver a inteligência emocional é uma abordagem atual a qual beneficia o capital intelectual e faz uma diferença competitiva no contexto organizacional e na liderança. (LAMPOGLIA, 2015).

Ter líderes com atitudes de Coach e identificar os níveis de desenvolvimento das diferentes competências emocionais é importante para poder traçar e delinear planos de intervenção. Gerir o desempenho, que integra a emocionalidade e a racionalidade é um dos paradigmas da atual gestão de líderes. Assumir o impacto que as emoções têm na performance organizacional e reconhecer, avaliar e controlar as nossas emoções e a dos outros para a obtenção de resultados positivos, atualmente são ações que contribuem para a importância da competência emocional, da Gestão de Pessoas e do processo de coaching para a excelência do desenvolvimento organizacional (NEVES; PEREIRA, 2011).

O desenvolvimento das competências dos colaboradores, principalmente as emocionais, vem sendo estudado e aplicado em grandes organizações que mostraram grandes resultados, sendo assim, é um ponto chave essencial para o incremento da qualidade das relações pessoais e, por consequência, de toda a dinâmica organizacional e junto ao processo de coaching, onde essa ferramenta também nos permite



fazer escolhas, no sentido de potencializar e reformular os novos e antigos projetos e atingir o bem-estar, melhorar a qualidade de vida e promover o desenvolvimento desejado dentro do nosso ambiente de trabalho com satisfação profissional. Por isso, o coaching surge como uma importante ferramenta para as academias que almejam alavancar a sua excelência e utilidade social e liderar com Inteligência Emocional. Portanto, os dois caminhando lado a lado têm por finalidade potencializar o futuro desejado da sua academia, da sua equipe e de você como profissional.

Segundo Armiliato (2007), a falta de formação dos gestores com foco em gestão de pessoas é um problema sério dentro das academias, a maioria dos dirigentes não tem formação ou conhecimento em administração e gestão e a academia é administrada de forma muito intuitiva.

Com a grande crescente no cenário do mercado atual, muitas vezes as empresas e seus serviços são parecidos entre si perante o consumidor, e as pessoas que estão nelas fazem a diferença nos resultados do negócio. Por esse motivo, a Gestão de Pessoas nas corporações vem sendo alvo de olhares que só tem a crescer com o decorrer do tempo (CHIAVENATO, 1999).

Dentro da gestão de pessoas devemos sempre exercer um papel com critérios e planejamentos assertivos, com ações coerentes e controle sistemático, a partir de indicadores de desempenho claros e uma avaliação sobre a qual assume a responsabilidade de oferecer ao processo de feedback uma melhora contínua (FARIAS, 2003).

O aprimoramento do Recrutamento e Seleção de pessoas e o Treinamento e Desenvolvimento de colaboradores tornou-se extremamente importante



para o desenvolvimento de um programa centrado nas pessoas para atingir foco total, segundo Paula (1999). Hoje em dia, precisamos de novas formas de recrutamento, pois a concorrência por profissionais qualificados, que sejam o diferencial da empresa, aumentou. As empresas devem despertar nas pessoas o desejo de trabalhar e se desenvolverem nelas (BERNARDI, 2003).

O compromisso gerencial, com ações concretas de investimento no capital intelectual das pessoas como o Treinamento e Desenvolvimento, tem como maior rigor a ação de desenvolver múltiplas competências e habilidades humanas em relação à empresa onde atuam, lugar em que elas se tornam um diferencial competitivo (FARIAS, 2003).

O próximo passo é rever as definições de Visão, Missão e Valores da academia e definir claramente onde

pretendem chegar e qual a sua razão de ser, sendo assim capaz de produzir resultados tangíveis. Dentro dessa ação, Gestores, Coordenadores, Líderes e os demais devem estar envolvidos para um alinhamento estratégico de direção da organização, o que permite a todos uma visão clara e compartilhada tanto de onde a empresa está como onde pretende chegar (FARIAS, 2003).

A gestão de pessoas focado no desenvolvimento de competências e carreira é um importante indicativo das oportunidades de desenvolvimento profissional que uma organização possibilita aos seus colaboradores e, na atualidade, essa gestão é uma atividade cercada de controvérsias quanto a sua aplicação, tanto nos padrões tradicionais, quanto nos novos formatos que têm se moldado. Se por um lado a gestão tradicional de pessoas encontrava dificuldades em propor um sistema de carreira

adequado à realidade da empresa e que não gerasse insatisfação aos sujeitos que trabalham, por outro lado, fala-se atualmente no fim da carreira dentro das academias, por falta de expansão e gestão amadoras (TOLFO, 2002).

Hoje, o empowerment – o famoso delegar tarefas – é uma ferramenta poderosa na gestão de pessoas e do desenvolvimento das competências, pois se correlaciona diretamente à tomada de decisão mais rápida, através de maior autonomia, autoridade e responsabilidade em todos os níveis. Ao adotar esse tipo de gestão, a organização permite que seus gestores focalizem maior atenção nas atividades primordiais, o que permite que as pessoas cresçam e se desenvolvam tanto pessoal quanto profissionalmente. Nesse ambiente, as pessoas possuem automotivação, pois passam a participar das soluções dos problemas da empresa, a criar e inovar nas suas atividades e, como consequência, a produtividade e a qualidade aumentam (OLIVEIRA; RODRIGUEZ; 2004)



A gestão do empowerment reduz custos, melhora o tempo de resposta aos clientes, motiva os colaboradores (que se sentem parte do negócio), libera mais tempo para a alta gerência dar atenção ao que realmente é importante, além de poder ser utilizada em qualquer situação, em qualquer ramo de atividade ou ainda, quando a organização está passando por sérias dificuldades financeiras ou até mesmo de mercado, para obter maior competitividade e lucratividade. É necessária uma liderança eficaz para fazer acontecer as mudanças requeridas pelo novo sistema (CHIAVENATO, 1999).

A construção de um planejamento estruturado para o gerenciamento das melhorias é essencial para a Gestão de Pessoas, como identificar as principais dúvidas dos clientes interno e externo; verificar o nível de informação desses clientes sobre os serviços oferecidos pela academia; aumentar o grau de conhecimento dos colaboradores em relação aos serviços e as técnicas de relações interpessoais e implantar uma linha de relacionamento com os colaboradores e contatos secundários com alunos e visitantes (FARIAS, 2003).

O planejamento estratégico para uma gestão mais eficiente é um processo gerencial do qual o líder poderá e deverá estabelecer um rumo a ser seguido pelos colaboradores em relação ao futuro da academia, tendo bem claro os objetivos de obter níveis otimizados de resultados em relação ao ambiente onde ela esteja inserida.

Com relação aos aspectos de alinhamento estratégico focado na Gestão de Pessoas, a adequação e exploração desses elementos num plano de atuação da academia do segmento fitness, considerando também as competências internas existentes em cada um que faz parte dela, sem dúvida propiciará a desejada vantagem competitiva e uma definição muito clara da posição que se pretende ocupar no setor que atua.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, P.C. O que é Professional Coaching. São Paulo. Revista Empresário Fitness & Health, Edição 54, 2011.
- ARMILIATO, A. (2007). Entrevista. Revista Fitness Business, 32, 14.
- BERNARDI, M.A. A melhor empresa: como as organizações de sucesso atraem e mantêm quem faz a diferença. Rio de Janeiro, Editora Elsevier, 2003.
- CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro, Editora Campus, 1999.
- CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro, Editora Campus, 1999.
- DANTAS, R. Mercado fitness, o que academias vão enfrentar em 2015? Vindi Blog 2015.  
Disponível em: <https://blog.vindi.com.br/mercado-fitness-o-que-academias-vaio-enfrentar-em-2015>  
Acesso em: 22 de Abril de 2015.
- FARIAS, E. **Gestão & Perfil de Gestores: Papel dos Gestores x Excelência nos Negócios**. Minas Gerais, Revista Empresário Fitness & Health, Edição 70, 2015.
- FARIAS, E. Qualidade em Serviços Orientada a Resultados: Uma Proposta Estratégica para as Empresas Fitness. São Paulo, 2003.
- FERNANDES, R. Qual o papel do coordenador de academia? RJ. Revista Digital Gestão Fitness 2015.  
Disponível em: <http://www.gestaofitness.com.br/qual-o-papel-do-coordenador-de-academia> Acesso em: 11 de Abril de 2015.
- GOLEMAN, D. Trabalhando com a inteligência emocional. Rio de Janeiro, Objetiva, 1999.
- LAMPOGLIA, M.A. O valor da inteligência emocional do líder nas organizações.  
Disponível em: <http://www.activetreinamentos.com.br> Acesso em 10 de Maio de 2015.
- NEVES, C; PEREIRA, F. Gestão de Emoções: Coaching no Âmbito da Gestão Organizacional. I Congresso Internacional de Inteligência Emocional e Educação, 2012.
- OLIVEIRA, U; RODRIGUEZ, M. Empowerment como ferramenta de gestão de pessoas para redução dos custos e aumento da eficiência operacional - XXIV Encontro Nacional. de Engenharia de Produção - Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de novembro de 2004.
- PAULA, G. Fitness Business: administrando com resultados. Rio de Janeiro, Editora Sprint, 1999.
- SABA, F. Gestão de Pessoas para ser eficaz requer planejamento. Revista A IHRSA – International Health, Racquet & Sportsclub Association – Ed.15, 2014.
- TOLFO, S. A carreira profissional e seus movimentos: revendo conceitos e formas de gestão em tempos de mudanças. Rev. Psicol., Organ. Trab., Florianópolis, v. 2, n. 2, dez. 2002.
- TRIELLI, L.C. As academias de ginástica agora têm CEO. Revista Você S/A. Ed. Exame, 2013.

## Acesse o ARTIGO CIENTÍFICO COMPLETO em NOSSO SITE

<http://www.revistaempresariofitness.com.br/gestao-com-ciencia/a-gestao-estrategica-de-pessoas-para-lideres-e-gestores-de-academias-do-segmento-fitness>



## NATAÇÃO + TREINE SUA EQUIPE PARA TESTAR A AQUACIDADE DE SEUS ALUNOS

O Brasil é apontado como o segundo melhor mercado de piscinas no mundo - perde apenas para os Estados Unidos. O país conta com mais de dois milhões de unidades instaladas e o setor chega a movimentar R\$ 4,5 bilhões ao ano.

Hoje o Brasil vive um crescimento do número de piscinas em clubes, academias, escolas, e ambientes públicos. Paralelo ao crescimento, existe o número de mortes por afogamentos no Brasil que anualmente ultrapassa os 7.000 casos. Assim, medidas preventivas que visam a assegurar a proteção dos usuários fazem-se necessárias. No Brasil, afogamento é a 2ª causa de morte e a 7ª de hospitalização, entre os acidentes, na faixa etária de 1 a 14 anos.

Para enfrentar essa situação, surgiram, no Brasil, opções preventivas que os

gestores podem implantar em sua academia, elas são denominadas de A NATAção + Segura e Teste de Aquacidade. O primeiro termo inclui o aspecto de prevenção (ações baseadas em advertências e avisos a banhistas no sentido de evitar ou ter cuidado com os perigos relacionados ao ambiente onde se realizam aulas de natação e também outros esportes praticados na água, no lazer ou trabalho). A NATAção + Segura é um modelo de natação que valoriza primordialmente a segurança do aluno e a familiarização com o meio líquido antes do ensino dos quatro estilos.

A NATAção + Segura é uma abordagem que evidencia, nos primeiros meses de aulas de natação, ações que venham a prevenir o afogamento, traumas ou situações que prejudiquem o aprendizado dos quatro nados. A premissa didática é seguir os 7 passos

da sequência pedagógica, sempre do MAIS simples para o mais complexo; importante para o menos importante; seguro para o menos seguro; raso para o mais fundo; fácil para o mais difícil; leve para o mais pesado e por fim, baixo para o mais alto.

O segundo termo – Aquacidade – é usado para caracterizar uma pessoa que está adaptada ao meio líquido, possui condições de se autossustentar e tem poucas chances de se afogar.

Na primeira aula, o professor faz uma avaliação diagnóstica para avaliar o nível de aquacidade que o aluno tem com o meio líquido. A partir deste resultado, o professor fundamenta a aula de forma individualizada para que este aluno tenha poucas chances de se afogar e que consiga explorar a piscina ou outro ambiente aquático sempre de forma consciente e + segura.

Após avaliar o nível de aquacidade, o professor ensina a nadar de forma que o aluno tenha autonomia no meio líquido, e que consiga vivenciar situações de desequilíbrios e retomada da flutuação, retorno para a borda, mudanças de posições do corpo, controle e domínio da respiração na água para o aluno, independente da faixa etária dele.

De fato, o ensino da natação não garante que o aluno não venha a se afogar; é necessário ter, nas aulas, uma abordagem pedagógica e informações preventivas para alunos e pais, para que possamos conseguir resultados satisfatórios.

Ter aquacidade e aprender a nadar são regras básicas para prevenir acidentes. Porém, se a natação não for bem orientada, pode gerar um excesso de confiança, situações de imprevisto e afogamento. A natação deve estar aliada à prevenção e segurança.

Assim, recomenda-se, além do aprendizado da natação, que a criança tenha aquacidade e domine o autossalvamento, com base na aprendizagem de técnicas adaptadas de palmateio, pernada e flutuação, pois isso colabora para que a criança aprimore seu deslocamento e permaneça mais "à vontade" no meio aquático, reduzindo-se, desse modo, a probabilidade de afogamento.

Para o bebê ou criança que entra nas aulas de NATAÇÃO + Segura, em média, após seis meses de treinamento, com pelo menos três vezes por semana, ele já é capaz de aceitar a água nos olhos, nos ouvidos, na boca e no nariz, bloquear a respiração, colocar-se na posição horizontal e vertical, ir à superfície e profundidade e utilizar os quatro membros como segmentos propulsivos.

Teste a Aquacidade do seu aluno através do questionário abaixo. Quando o aluno conseguir realizar a atividade sozinho, a resposta "sim" valerá 1 (um) ponto. •

| Atividade a ser testada   | Resposta |     |
|---|----------|-----|
|   | Sim      | Não |
| 1. Vivenciar bloqueios da respiração - durante 5 segundos               | ( )      | ( ) |
| 2. Deslocar para a borda mais próxima – distância de 5 metros           | ( )      | ( ) |
| 3. Mudar e retornar de posição vertical para horizontal 2 vezes         | ( )      | ( ) |
| 4. Mudar de decúbito dorsal para ventral – 2 vezes                      | ( )      | ( ) |
| 5. Flutuar decúbito dorsal sem auxílio de materiais – 1 minuto          | ( )      | ( ) |
| 6. Afundar e apanhar objeto no fundo – 1 brinquedo                      | ( )      | ( ) |
| 7. Movimentar o corpo embaixo d'água – 2 metros                         | ( )      | ( ) |
| 8. Utilizar os 4 membros como segmentos propulsivos na superfície – 3 m | ( )      | ( ) |
| 9. Aceitar a água nos olhos, boca e nariz – sem passar a mão no rosto   | ( )      | ( ) |
| 10. Pular na piscina e tocar os pés no chão com saltos – 2 vezes        | ( )      | ( ) |
| <b>Total de pontos: _____</b>   |          |     |

Resultado é a soma de cada sim (1 ponto) obtido nas 10 atividades testadas.

- ( ) 1-2 pontos – Muito Fraco
- ( ) 3-4 pontos – Fraco
- ( ) 5-6 pontos - Média
- ( ) 7-8 pontos - Bom
- ( ) 9-10 pontos – Excelente



# O CAFT INAUGUROU O SEU NOVO CENTRO DE AVALIAÇÃO FÍSICA NO ANO DE 2015.

Tem uma vista maravilhosa e fica aos pés do Cristo Redentor no bairro das Laranjeiras na cidade do Rio de Janeiro. A Revista Empresário Fitness teve a oportunidade de conversar com o Professor Victor Dos Santos, diretor responsável do CAFT sobre esse novo projeto.

**REF&H** - Como o Sr. poderia definir essa nova fase do CAFT com a inauguração de um dos centros mais modernos do mercado?

**VS** - O CAFT este ano faz 23 anos de existência e em todo esse período nós nos preocupamos em realizar um serviço de qualidade sempre focado nos objetivos de nosso público final. Apesar de sempre criticarmos o modelo de avaliação física adotado no mercado fitness, sabíamos que precisávamos reinventar um novo conceito de prestação do serviço. Essa mudança aconteceu em nosso novo **Centro de Avaliação** com o investimento em três áreas: serviço, treinamento e tecnologia.

**REF&H** - E o que seria este novo modelo?

**VS** - Primeiro identificar o que o cliente procura, já que não é possível realizar a mesma avaliação para públicos heterogêneos. Parece óbvio, mas vou te dar um exemplo: como posso atender uma pessoa que começará a realizar corridas de média e longa distância com os mesmos testes para um ciclista amador que irá fazer Tour de France? O exemplo pode até ser uma visão simplista do problema, mas a mensagem que nós passamos é que não podemos engessar o serviço com testes padronizados e iguais para todos. Na nossa equipe utilizamos uma metáfora que para cada cliente abrimos uma grande estante virtual onde podemos ter a opção de escolher testes apropriados que possam se adequar naquele momento e atender objetivos variados.

**REF&H** - Então a proposta do CAFT foi a de criar serviços diferenciados para públicos específicos?

**VS** - Avaliando o comportamento do mercado há anos, chegamos à conclusão que precisávamos definir grupos específicos e criar serviços com uma gama de testes adequados que poderiam atender de forma mais sucinta o nosso cliente. Outro ponto importante foram as novas tecnologias disponíveis no mercado mundial. Se



precisávamos investir em **equipamentos de última geração** para atender um público cada vez mais exigente.

**REF&H** - Podemos dizer que o Centro de Avaliação é um centro especializado em fisiologia do exercício?

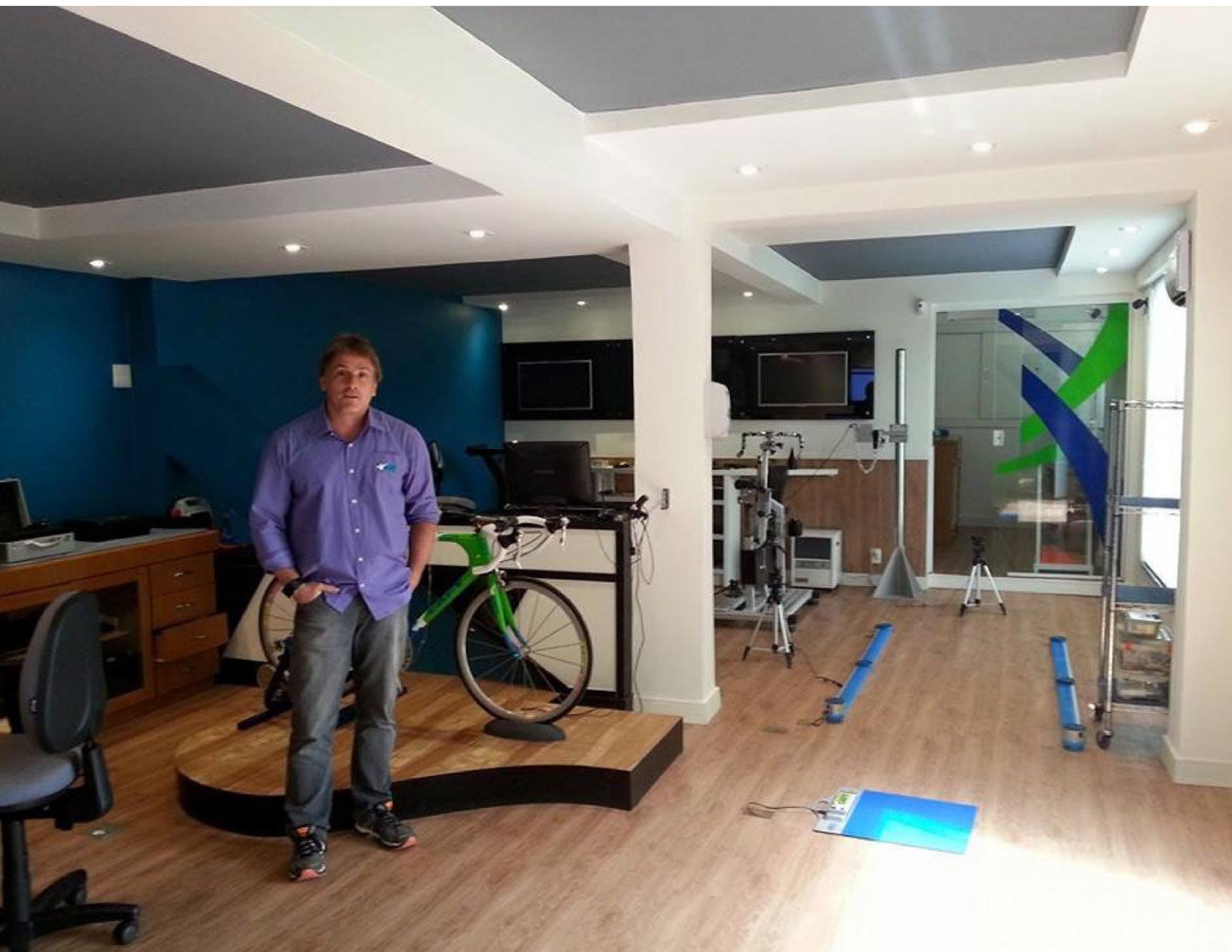
**VS** - Até bem pouco tempo diria que sim, mas desde 2014 iniciamos os **testes de pisada com o serviço de baropodometria** e, naquele momento, descobrimos uma demanda que desconhecíamos no mercado, com pessoas que desejavam avaliar a sua pisada e muitas das vezes necessitavam de palmilhas posturais ou lesionados que precisavam acompanhar o seu processo de recuperação avaliando o movimento dinâmico. Foi nesse momento que decidimos investir em equipamentos completos de biomecânica, tais como: sensores inerciais em 3D, plataformas de força e palmilhas computadorizadas wireless. Posso dizer, sem sombra de dúvidas, que fizemos o casamento perfeito da biomecânica com a fisiologia do exercício.

**REF&H** - Com toda essa tecnologia podemos dizer que a grande maioria que procura o Centro de Avaliação são atletas?

**VS** - Por incrível que pareça, 80% dos clientes são pessoas que praticam atividade física de forma recreativa ou amadora. O que podemos notar é que as pessoas estão mais preocupadas em ter segurança em sua prática de atividade física. Outro dado interessante é que muitas dessas pessoas buscam esses serviços de forma direta, sem ser sugerido por nenhum profissional da área de saúde.

**REF&H** - Na sua opinião, qual é a tendência do serviço de avaliação física para os próximos anos?

**VS** - Vejo uma tendência voltada para a prevenção, principalmente na área da biomecânica. Muitos estudos já demonstram que as principais lesões esportivas surgem de uma biomecânica inadequada no gesto esportivo, que pode ser na corrida, no ciclismo ou em qualquer atividade física. Em muitos



dos casos já há a possibilidade em prever a probabilidade de ocorrer lesões à médio e à longo prazo. Neste caso, podemos sugerir as devidas correções com trabalhos educativos e trabalhos físicos pontuais para a prevenção.

**REF&H** - Um Centro de Avaliação com uma tecnologia de última geração precisa de profissionais altamente treinados. Como o CAFT se adequou a essa realidade?

**VS** - Precisamos lembrar que nenhum profissional chega pronto para trabalhar conosco, apesar do mercado ter bons profissionais.

Na formação acadêmica, a maior parte desses profissionais não teve contato nem com 10% da tecnologia disponível.

Por este motivo, leva-se praticamente um ano a formação básica desse profissional especializado, além de ter que se aprofundar em áreas distintas da fisiologia e da biomecânica, é fundamental o treinamento prático, aprendendo a manusear os diversos equipamentos disponíveis.

**REF&H** - Qual é a possibilidade de um profissional conhecer essas novas tecnologias?

**VS** - Este ano o CAFT adequou um novo cronograma de  **cursos com temas atuais**, disponibilizando aulas teóricas e práticas dentro de nossa estrutura. Um dos grandes diferenciais é que são turmas de no máximo cinco pessoas. O fundamental é que as pessoas irão conhecer novas tecnologias e principalmente aprender novos conceitos fazendo que possam pensar fora da "caixinha".

**REF&H** - Apesar do momento econômico que estamos passando, o que esperar do ano de 2016?

**VS** - Estamos confiantes, temos algumas perspectivas para 2016. A primeira é consolidar esse novo modelo buscando novas demandas de negócio. A segunda são as publicações científicas em parceria com o grupo de estudo de força da UFRJ, coordenado pelo Prof. Dr. Humberto Miranda. A terceira é dar continuidade aos investimentos em novas tecnologias e treinamento para a nossa equipe e, finalmente, iniciar os novos modelos de curso de avaliação física com o objetivo de suprir as novas necessidades do profissional de saúde. •



## 8 INVESTIMENTOS EXTRA CURRICULARES DE SUCESSO **PARA O PERSONAL TRAINER**



Nos dias atuais, devemos unir competências técnicas com as de comportamento e gerenciais. O comportamento do consumidor mudou e apenas o tecnicismo herdado da época de graduação não lhe fará um Personal Trainer Premium. Abaixo, seguem 8 dicas de investimentos que irão trazer resultados de forma imediata para você, professor.

### **COACHING**

Técnicas avançadas que irão proporcionar o aumento do comprometimento do seu cliente, estratégia de metas, ensaios mentais objetivando que o seu cliente tenha a percepção dele no futuro com os desejos conquistados.

### **TÉCNICAS DE VENDAS**

O personal trainer deve utilizar técnicas de vendas para se valer de estratégias voltadas para a utilização de planos comerciais de longo prazo. Além disso, gerar facilidades para o cliente, como pagamento por cartão de crédito, débito recorrente ou até mesmo cheques pré-datados.

### **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING**

Procedimentos de branding para fortalecimento e posicionamento da marca, com intuito de retenção, prospecção de clientes e eventos com fins comerciais.

### **ORATÓRIA**

Saber utilizar a linguagem do cliente, na hora exata, de acordo com o perfil de comportamento do mesmo, facilitará a comunicação do personal trainer com ele.

### **PNL**

Terá percepção de qual meio de comunicação você consegue entregar a informação com maior precisão, além de analisar os canais sensoriais do seu cliente durante o treino para facilitar o seu atendimento. Técnicas de alto nível psicológico para alavancar seu cliente no treino irão resultar em resultados mais satisfatórios em um curto intervalo de tempo.

### **NEGOCIAÇÃO**

A todo momento você negocia com seu cliente. Seja horário, sejam questões financeiras, seja até mesmo na realização de alguns exercícios.

### **ATENDIMENTO AO CLIENTE**

Personal, Nós lidamos diariamente com pessoas. Pessoas apresentam estados de comportamento diferentes, pessoas apresentam sentimentos diferentes. Atender bem é o mínimo, se relacionar é o máximo.

### **GESTÃO DE REDES SOCIAIS**

Personal, O mundo hoje é online, tudo as pessoas procuram nas redes sociais; quanto mais pessoas falando de forma positiva de você, maior a possibilidade de novos clientes.

Seja ousado, professor! Eu acredito em você!

**VIVA A EDUCAÇÃO FÍSICA! •**



# PROCESSO SELETIVO:

## A HORA DA VERDADE NA MONTAGEM DE UM TIME DE ELITE



Na edição anterior, o tema sobre a seleção e formação de professores de coletivas, que andam "em falta" no mercado, movimentou muitos comentários, depoimentos, dúvidas, agradecimentos e pedidos de mais dicas e consultorias. Como prometido, vou dar continuidade e aprofundar mais algumas reflexões e diretrizes, especificando melhor algumas etapas e procedimentos fundamentais para a formação de um time de elite em aulas coletivas.

O mercado de academias está em constante mutação ou renovação.

Sempre muitas novidades, aulas diferenciadas, lançamentos, relançamentos, novas embalagens, pacotes de metodologias e movimentos criados há anos atrás que são recriados e se transformam numa nova moda do momento. E isso é natural em um mercado DO MOVIMENTO!

Apesar do boom e do crescimento das academias "low cost" focadas em aparelhos de musculação e serviços de personal trainers, o que não muda são as sensações e emoções básicas dos seres humano em busca de novidades,

de experimentar, sentir NOVAS EXPERIÊNCIAS e viver MOMENTOS MÁGICOS.

Como acertar o alvo e conseguir recrutar, selecionar, treinar, acompanhar, dar feedbacks, retreinar, fazer coaching e manter os talentos motivados e fiéis em seu time com pouca rotatividade? Não é fácil, mas é muito possível!

Comece contratando uma empresa com consultores EXPERTS para fazer um PROCESSO SELETIVO PROFÍSSIONAL. No início desse

processo precisa-se contar, muitas vezes, com mais de um profissional especializado, inclusive um psicólogo (a) que ao menos possa analisar algumas ferramentas, testes e dinâmicas fundamentais para observação de ATITUDES E COMPORTAMENTOS essenciais para a formação de um TIME DE EXCELÊNCIA. Algumas competências estão muito além de conhecimentos científicos, técnicas, performances, beleza ou simpatia. Não caia na armadilha de tentar fazer tudo sozinho ou apenas se basear no famoso "QUEM INDICA?". Muito menos confiar apenas no seu instinto, feeling ou pela aparência/jeito. O foco é montar um time de elite para suas aulas coletivas e não apenas dar empregos para "amigos dos amigos".

"A pressa é inimiga da perfeição". Esse é um ditado antigo, mas que se aplica e se confirma na prática quando se perde um professor de uma determinada modalidade muito específica e se precisa, às pressas, contratar outro para o lugar. Essa urgência, muitas vezes, leva a uma sucessão de erros, onde contratar "no escuro" para suprir uma necessidade imediata pode ser o maior dos problemas. "Apagar esses incêndios", "correr atrás" de substituições e professores especializados na emergência cai sempre no colo dos coordenadores, que ficam "loucos", com razão, até pelo fato de muitas vezes não serem exclusivos e especialistas no cargo. Na maioria das academias, os coordenadores são sobrecarregados, acumulando funções, ainda tendo que ministrar muitas aulas, atender pessoais, ser quase um "faz tudo" e ter apenas um pequeno acréscimo na sua hora aula ou um bônus fixo de comissão pelo cargo. E aceitam, pois, um complemento salarial, uma bonificação e o status de ser um coordenador / líder falam mais alto. Mas o barato quase sempre sai caro. Tanto para um lado como para o outro.

Com um processo seletivo bem feito, em etapas, muitos problemas poderão



Planejar todas as etapas da seleção com calma, traçando perfis e listando necessidades, com uma previsão antecipada, fará toda a diferença para a formação de um time de elite para aulas coletivas. Começando desde a seleção para coordenadores profissionais especializados, passando por um time de professores polivalentes, promovendo as etapas fundamentais de TREINAMENTOS IN COMPANY, se preocupando com a formação de estagiários bem selecionados e treinados especificamente para aulas coletivas e mantendo substitutos pré contratados como "free lancers". Todos esses elementos poderão ser obtidos através de um ranking de pontos dos que foram aprovados na seleção, além da formação de um BANCO DE TALENTOS (reservas), dos que se classificaram, mas que naquele momento não havia a vaga e/ou horários para a contratação imediata.

Uma dica "PULO DO GATO" é aproveitar essa proximidade e

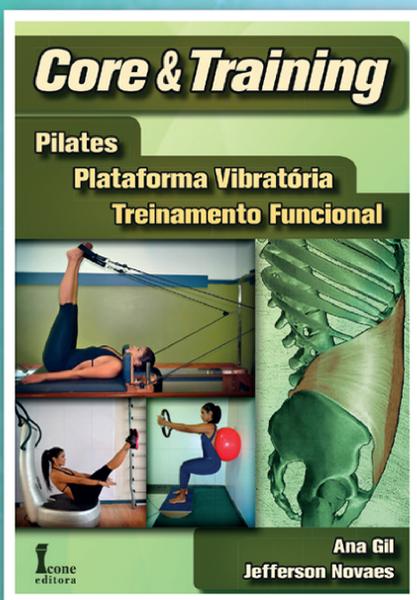
conhecimentos, gerados ao longo das etapas do processo seletivo, para manter contatos frequentes com esses profissionais e estagiários que não foram imediatamente aproveitados, mas que passaram por todo o processo e foram aprovados em um ranking classificatório. E como fazer isso? Gerar relacionamentos e manter "a chama acesa" do convívio, enviando convites para aulas especiais, para festas, para treinamentos específicos, cursos, palestras, parabenizar em datas comemorativas especiais, mandar congratulações por formaturas dos estagiários, enviar emails com informações e conteúdos relevantes, inclui-los nos grupos da academia em redes sociais, etc. Essas atitudes geram um envolvimento afetivo e psicológico positivo, onde o profissional se sente respeitado, lembrado, valorizado e querido, antes mesmo de ser contratado. E se ele for um talento ou um grande potencial (já detectados no processo seletivo), esses detalhes e atenções poderão ser decisivos na hora da escolha dele para trabalhar em sua academia. Sim, a escolha também é dele. E em um

talentos, a percepção, pelo profissional, de onde será o melhor lugar para ele trabalhar fará toda a diferença. E, com certeza, alguns valores fundamentais não são, necessariamente, medidos apenas pelo dinheiro da hora aula ou salário final. Sua academia precisa passar a imagem que é um lugar maravilhoso para se trabalhar e para se crescer profissionalmente. Tenha sua academia disputada por profissionais competentes e talentosos que queiram trabalhar no seu time. Tenha um processo seletivo sistematizado, frequente, esperado, desejado e concorrido sempre que sua academia promover um, além de treinamentos profissionais constantes. Forme seu time de elite de aulas coletivas, mantenha-o e renove-o sempre. Pode demorar um pouco no início, mas depois de um tempo, você irá entrar em um ciclo virtuoso de descoberta de talentos.

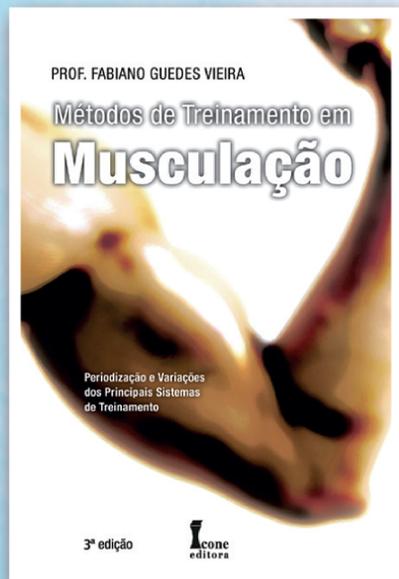


Contem comigo se precisarem de ajuda nesses temas, se tiverem dúvidas, comentários e para consultorias. É só me mandar um email: [fernando@fofao.net](mailto:fernando@fofao.net)  
Abraços do meu tamanho e até a próxima edição. •

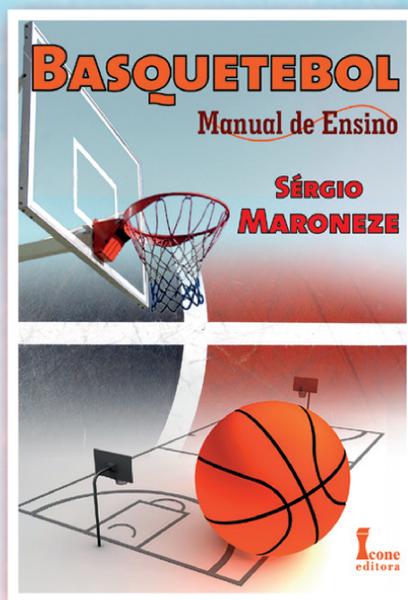
## Coleção Educação Física



**CORE & TRAINING**  
Ana Gil  
Jefferson Novaes



**MÉTODOS DE TREINAMENTO EM MUSCULAÇÃO**  
Prof. Fabiano Guedes Vieira



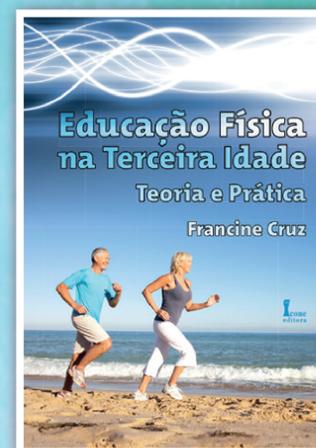
**BASQUETEBOL**  
MANUAL DE ENSINO  
Sérgio Maroneze



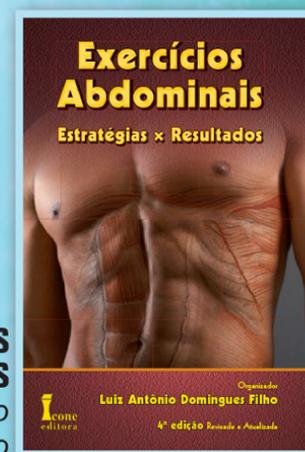
**CORRIDA PARA CORREDORES**  
Alexandre F. Machado



**MANUAL DO PERSONAL TRAINER BRASILEIRO**  
Luiz Antônio Domingues Filho



**EDUCAÇÃO FÍSICA NA TERCEIRA IDADE**  
Francine



**EXERCÍCIOS ABDOMINAIS**  
Luiz Antônio Domingues Filho

**Icone**  
editora

Venha fazer seus testes no maior centro de avaliação física do mercado.



CENTRO DE AVALIAÇÃO FÍSICA E TREINAMENTO

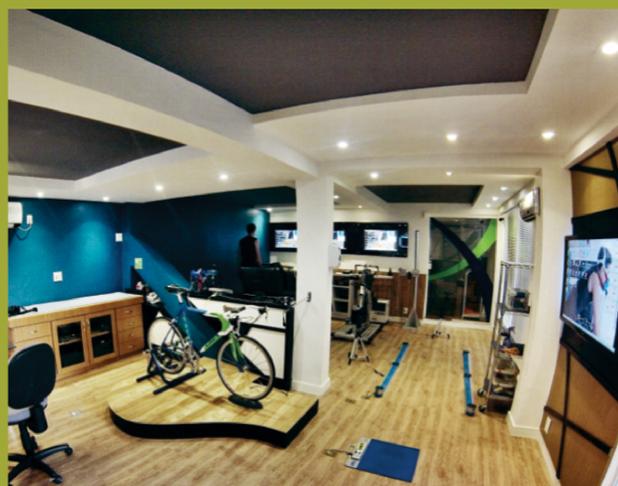
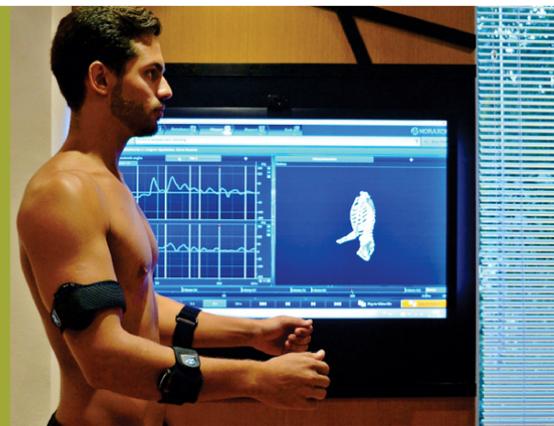
Mais de 500 mil testes realizados

- Runner Test - Avaliações para corredores iniciantes e profissionais
- Avaliação da Biomecânica da marcha – Avaliação com equipamentos em 3D
- Bike Test – Avaliação de potência aeróbia e de performance
- Cursos de extensão na área de avaliação física
- Confeção de palmilhas posturais

(21) 2265 1508 • 2265 3081

Rua Stefan Zweig, 290 • Laranjeiras • RJ  
avaliação@caft.com.br

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



Já curtiu a nossa fanpage? Acesse:  
[www.facebook.com/empresariofitness](http://www.facebook.com/empresariofitness)



REVISTA  
**EMPRESÁRIO**  
*Fitness & Health*



## AULAS e Intensidades descontroladas

Todo profissional de Educação Física mais, sabe que diversos estudos vêm enfatizando, cada vez mais, uma variável de suma importância para a potencialização de resultados dos treinamentos: A INTENSIDADE. Sabemos que essa variável serve para controlarmos e verificarmos se nossos alunos estão realmente treinando de forma eficiente e segura. Dentro das salas de ginástica, observo que os professores não vêm cumprindo esses procedimentos, sabemos que diariamente nos chegam pessoas novas e antigas, com ou sem problemas, para praticar aulas coletivas com diversos objetivos. Temos, então, que determinar em qual intensidade o aluno deverá treinar, certo? Mas a pergunta é porque isso não acontece! Não é novidade citar

que, para todo treinamento, independente de qual seja, existe uma intensidade a ser aplicada, a determinação dessa variação vai depender de inúmeros fatores que serão obtidos pelo professor, a partir das informações descritas pelos alunos, ou pelo acesso à avaliação física, exames, ou em um bate papo informal, isso seria um padrão considerado normal para que o aluno participe de algum treinamento. Entretanto, sabemos que, na realidade, a situação é bastante diferente, principalmente no âmbito coletivo: tenho observado que muitos professores não fazem controles de intensidades nas suas aulas, então como ele sabe se o aluno está na intensidade ideal ou fora dela? Como ele determina os estímulos (doses)

para alcançar as respostas necessárias ou sofrer as adaptações necessárias para as diversas melhorias?

Seja nos treinos aeróbicos ou neuromusculares ou mistos, temos ferramentas (frequência cardíaca, percepção e esforço, entre outros) para auxiliar na determinação das intensidades; caso seus alunos não sejam estimulados a treinar de forma adequada e alcançar seus objetivos, sua aula se tornará mera diversão. O fato das aulas serem cheias não deve ser desculpa para perder a qualidade do treino a ser aplicado, o que vejo são muitas pessoas treinando com estímulos que consideramos como débil, ou da mesma forma há vários anos.

Infelizmente, ainda existem muitas aulas coletivas que são mais festa do que treinamento. O ideal é juntarmos as duas coisas, fazer o aluno treinar de forma eficiente obedecendo todos os critérios científicos e ao mesmo tempo deixá-lo sempre motivado e cada vez mais sociável, pois sabemos que a socialização é um dos pontos fortes das aulas coletivas.

A ideia desse texto é exatamente alertar os profissionais, principalmente de aulas coletivas, sobre a importância de se controlar as intensidades durante as sessões de treino, que é uma ferramenta (obrigatória) fundamental de sucesso e eficiência, independente do objetivo de cada um. É de muita relevância termos nas mãos as alternativas de averiguação de controle, isso é a chave para a busca constante dos objetivos traçados, principalmente em se tratando de saúde, visto que, na população brasileira, cresce o número de pessoas

com sérios problemas de saúde e é esse público que está constantemente surgindo nas academias (com tendência a aumentar), em busca de uma melhor qualidade de vida.

É mais um motivo para começar a trabalhar de forma segura, para que ninguém corra risco durante a prática. Portanto, não abram mão dos recursos que podem ser utilizados para controlar a intensidade dos treinos, dessa forma você estará proporcionando ao aluno um resultado real, seguro e eficiente. •



A ideia desse texto é exatamente alertar os profissionais, principalmente de aulas coletivas a importância de se controlar as intensidades durante as sessões de treino

# SOLUÇÕES EMPRESARIAIS PARA ACADEMIAS E NEGÓCIOS FITNESS

QUAL O ÍNDICE DE RETENÇÃO DE ALUNOS EM SUA ACADEMIA ?

PORQUE GRANDE PARTE DOS ALUNOS DESISTEM DA ACADEMIA ?

O QUE OS CLIENTES REALMENTE QUEREM NUMA ACADEMIA ?

A Saffi Consultoria possui renomados especialistas em gestão de negócios no segmento fitness, com expertise de soluções inovadoras para otimizar a gestão de sua academia, atrair e reter clientes, promover estratégias sustentáveis na fidelização de públicos e planejar de ações de mercado.

ENTRE EM CONTATO COM A SAFFI VILA MARIANA, MENCIONE O CÓDIGO #SAFFI2016 E GANHE UM DIAGNÓSTICO EXCLUSIVO.

CONSULTORES DE NEGÓCIOS FITNESS:

Rodrigo Gomes / Mariana Notari  
unidadevilamariana@saffi.com.br  
Tel.: (11) 9.6026-5364

f /saffi.consultoria  
y /consultoriasaffi  
g /www.saffi.com.br  
0800 778 8558



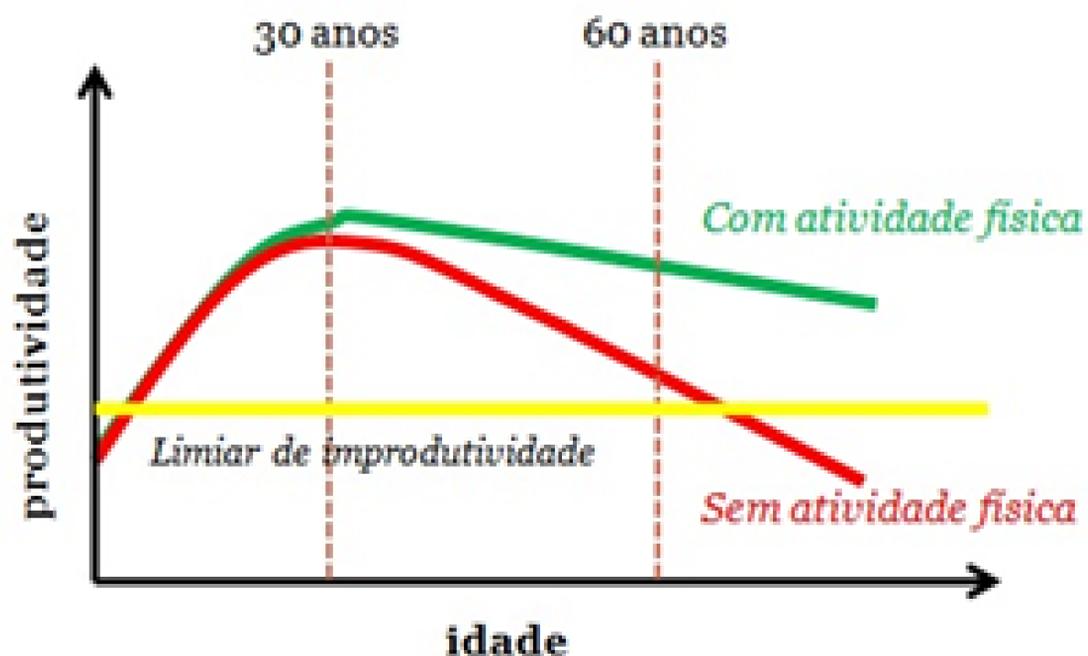
saffi®  
CONSULTORIA



# SAÚDE: SEU MELHOR INVESTIMENTO



Todo mundo deseja cuidar da saúde e manter a forma, mas na prática ninguém gosta muito de se esforçar e principalmente de investir em saúde. Isto porque as pessoas têm uma visão deturpada do que seria realmente um gasto e um investimento. Percebi na prática que uma das principais justificativas das pessoas que não conseguem cuidar bem da saúde é a falta de dinheiro para comprar o que precisa. Vamos entender, então, o gráfico da produtividade para que tudo fique mais claro.



Perceba no gráfico que você se torna mais produtivo se você cuidar da sua saúde, em outras palavras, mais capaz de gerar lucros ou aumentar sua renda. Porém, cuidar da saúde não significa apenas a ausência de doenças, é manter seu bem-estar físico, mental e social, segundo a OMS (Organização Mundial de Saúde). Algo realmente muito difícil nos dias de hoje, pois nunca estamos 100% satisfeitos em algum aspecto da nossa vida.

De acordo com o gráfico, a nossa produtividade melhora na medida em que praticamos atividade física, isto porque melhora o condicionamento físico, aumenta a capacidade funcional, melhora o humor e a disposição, e ainda é neuroprotetora. Com todos estes benefícios, você permanece mais tempo no mercado gerando bons resultados no seu ambiente de trabalho.

Caso você seja uma pessoa sedentária, a probabilidade de adoecer é maior, o

processo de perda de massa muscular acelera, sua capacidade funcional diminui, os níveis de serotonina caem juntamente com sua disposição para o trabalho.

Você passa a ter mais faltas ou a ser mais sonolento no trabalho, o que conseqüentemente diminui sua produtividade. Isto gera um déficit de cerca de 400 dólares por funcionário ao ano em uma empresa. Na medida em que o sedentário se aproxima da terceira idade, mais rápido este declínio acontece, até chegar ao ponto de se tornar totalmente improdutivo e dependente de outras pessoas, o que aumenta os gastos de forma assustadora.

Sendo assim, o "caro" se torna algo relativo. Por exemplo: se no futuro você tiver pressão alta e seu médico lhe prescrever um remédio em que o mais barato custa R\$50,00 você iria comprar, certo? Pois bem, antes que você gaste R\$50,00 por mês em

remédios para controlar a pressão, fora os gastos com o médico, internação caso tenha uma crise etc, preciso apenas que você compre hoje um sal light, que é mais caro do que o sal comum e mais barato do que o remédio para pressão, melhor do que isso seria jogar logo fora aquele tempero completo que está na sua cozinha e temperar sua comida com temperos naturais (cheiro verde, salsa, cebolinha, cebola, alho etc).

Se um dia você estiver no meio de uma crise hipertensiva, tenho certeza de que você daria todo o seu salário ao médico para ele lhe deixar saudável novamente. Talvez se você tiver que pagar uma diária de uma internação hospitalar você até venda alguns objetos da sua casa, seu carro, o que for preciso. Talvez se você soubesse que determinada doença lhe tiraria a vida, você se sentiria capaz de doar tudo o que tem para ter sua vida de volta. Sendo assim, estabeleça prioridades! Não espere pelo pior, se organize financeiramente para cuidar melhor de si. •



Que tal receber a revista Empresário Fitness & Health no seu e-mail?

**REVISTAEMPRESARIOFITNESS.COM.BR**

Você tem leitor de QR Code no seu smartphone?

Faça então uma foto do código da caixa ao lado e assine!

REVISTA

**EMPRESÁRIO**  
*Fitness & Health*

# O DESAFIO DE MUDAR A APARÊNCIA

A busca pelo corpo com belas formas, saudável, de acordo com os padrões estabelecidos, tanto pela sociedade como também pelos profissionais da saúde, em particular a Educação Física, medicina e nutrição, vem de épocas remotas, a associação entre saúde do corpo e saúde da mente é amplamente abordada pelo Oriente, há milênios.

O homem grego dava grande importância à prática do exercício físico para se obter o corpo forte e sadio, no entanto, o médico grego Hipócrates (pai da medicina) foi mais além em seus escritos, disseminando a ideia de que os exercícios físicos eram, não só benéficos para a saúde dos músculos, mas também para a saúde mental.

A frase "Mens sana in Corpore Sano" é derivada da Sátira X do poeta romano Juvenal, escrita entre o final do século I e início do século II da era cristã, é parte da resposta do autor à questão sobre o que as pessoas deveriam desejar na vida. Sua intenção era lembrar aos cidadãos romanos que numa oração deveriam pedir saúde física e espiritual, no entanto, mais recentemente é usada em apologia ao corpo.

Não raro, encontramos entre os praticantes do exercício físico a busca pelo "corpo perfeito", com a menor quantidade de gordura possível e com grande aumento de massa muscular, o que, de certa forma não tem inconvenientes desde que, é claro, essas proporções estejam de acordo com padrões de saúde.

Uma questão relevante, que merece atenção, por parte dos profissionais de Educação Física é a relação entre a aparência física e a imagem corporal, são dois conceitos interrelacionados que, por sua vez, devem ser considerados para a elaboração dos programas de condicionamento físico, em particular, nas academias.

Realizamos estudo, com alunos ingressantes em academias de ginástica, de ambos os sexos, com idade entre 20 e 60 anos, para conhecer a opinião sobre o próprio corpo - grau de satisfação (como se sentem) e mudanças no corpo. Foram incluídas duas perguntas no final da anamnese e os alunos orientados a atribuírem um conceito numérico utilizando a seguinte tabela como referência:

|      |         |
|------|---------|
| 0-2  | Péssima |
| 3-4  | Mal     |
| 5-6  | Regular |
| 7-8  | Boa     |
| 9-10 | Ótima   |

Tabela 1. Grau de satisfação

1. De zero a 10, que nota atribui ao "seu corpo"?
2. Quais partes do corpo gostaria de mudar?

Os resultados mostraram que os alunos que ingressam nas academias de ginástica não estão satisfeitos com aparência física (vide tabela 2) e desejam mudar o abdome, pernas e glúteos. Diminuir a gordura corporal, emagrecer, reduzir medidas, definir e enrijecer a musculatura aparecem como metas de ambos os sexos.

Em especial, mudar a aparência da região abdominal é igual para ambos os sexos e, como esperado, pernas e glúteos para mulheres e peito e braços para os homens.

|                   |
|-------------------|
| Até 20 anos: 6,4  |
| 21 - 30 anos: 6,0 |
| 31 - 40 anos: 5,8 |
| 41 - 50 anos: 5,7 |
| 51 - 60 anos: 6,2 |
| > 60 anos: 6,6    |

Média: 5,9

Tabela 2 Média das notas atribuídas à aparência física.

### Aparência Física

A aparência física está relacionada com o padrão de estética corporal que você deseja para o seu corpo, é a imagem corporal refletida no espelho, que você vê e mostra para os outros. Tem relação com a massa corporal (peso), percentual de gordura e músculos, altura, cor do cabelo, dos olhos, largura do quadril, entre outros indicadores. É a dimensão física do corpo, serve como indicador do grau de satisfação com o próprio corpo.

De acordo com os resultados apresentados na tabela 2, os alunos ingressantes nas academias atribuem notas que variam de 5,7 a 6,2, sendo que os alunos com idade acima de 60 anos atribuíram a nota 6,6 e os abaixo de 20 anos, 6,4. Estes dados mostram que o grau de satisfação com o próprio corpo é Regular, considerando a média 5,9, isto significa que os gestores e professores das academias têm um grande desafio, ou seja, criar programas que ajudam os alunos a melhorarem a "aparência física" e, em especial, modificar partes específicas do corpo, conforme identificado na pesquisa.

Deixamos uma questão para ser analisada e, possivelmente ser respondida: será que os programas de treinamento, oferecidos pelas academias, estão conseguindo atingir esse objetivo dos alunos – melhorar a aparência física? Caso afirmativo, estão no caminho do sucesso. •



### Mauro Guiselini

Diretor do Instituto Mauro Guiselini de Ensino e Pesquisa

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



## FACHADA COMO VITRINE DE VENDAS

Venho falando sobre a interferência e benefícios da arquitetura na retenção dos clientes. Gostaria de trazer para nossa conversa, como a fachada pode servir de vitrine para sua academia e conquistar, pelo menos, metade dos 4% das pessoas que praticam atividades físicas em centros esportivos do Brasil. Atraente, certo?

Ao lado da recepção, a fachada é uma das partes do projeto que são fundamentais dentro do conceito de primeiro impacto. Nela começa a experiência do visitante, ou seja, o cartão de visita que define o padrão da academia aos olhos do cliente. Todo visual precisa corresponder ao estilo de vida e aspirações do aluno, caso contrário, não será criada identificação e empatia, sensação de pertencimento ao local.

O primeiro passo para garantir um bom número de visitas ao espaço e ajudar a vender é ter uma fachada atraente e refletir o que se passa lá dentro. A fachada tem também que ter um espaço previsto para o logotipo e o nome da academia, de preferência aplicados em parede, que destaca mais a marca. Já a cor das paredes da fachada não precisa ser da mesma cor do logo, pelo contrário, tem que ser uma cor que realce a marca e destaque o prédio. Se o logo for cor de laranja, por exemplo, a cor de fundo pode ser branca (cor neutra) ou azul (cor complementar).



Crédito: Freitas Fotos

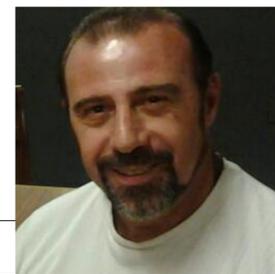
No projeto da Well Prime, em Salvador, por exemplo, fizemos uma fachada toda envidraçada com vista para o mar e para a rua permitindo uma boa interação de fora para dentro e vice-versa, além de favorecer a visualização do ambiente. Já a água foi usada como recurso na fachada da Eco Fit, localizada em São Paulo. Neste projeto, com foco totalmente voltado para um ambiente ecologicamente correto, quisemos fazer com que o aluno saísse do agito da cidade e entrasse num espaço que remetesse a natureza. Assim, fizemos com que a água da fachada atravessasse por uma ponte de madeira para dar a sensação de mudança de ambiente.

Não se esqueça que construir a arquitetura correta não sai caro. O que precisamos ter em mente é que é necessário colocar em uma academia o que o aluno vai gostar e se identificar. Por isso, utilize recursos estratégicos, se possível também junto com a equipe de marketing, para abrir o olhar para onde você quer.



**Todo visual precisa corresponder ao estilo de vida e aspirações do aluno, caso contrário, não será criada identificação e empatia, sensação de pertencimento ao local.**

Após as dicas, a sua fachada está impactando no número de vendas ou você precisa fazer alguns ajustes? Pense nisso e bons projetos! •



## MANUTENÇÃO PREVENTIVA: **ALERTA AOS PROPRIETÁRIOS**

Olá, amigos proprietários de academias, studios, clubes e condomínios.

Tenho visto em muitas salas de academias a falta de cuidados com a manutenção em geral, desde a básica limpeza até o complexo problema de concertos de equipamentos. Vou salientar a falta de manutenção das salas de musculação e de equipamentos aeróbicos (esteira, bicicleta, elíptico, stepper e spinning).

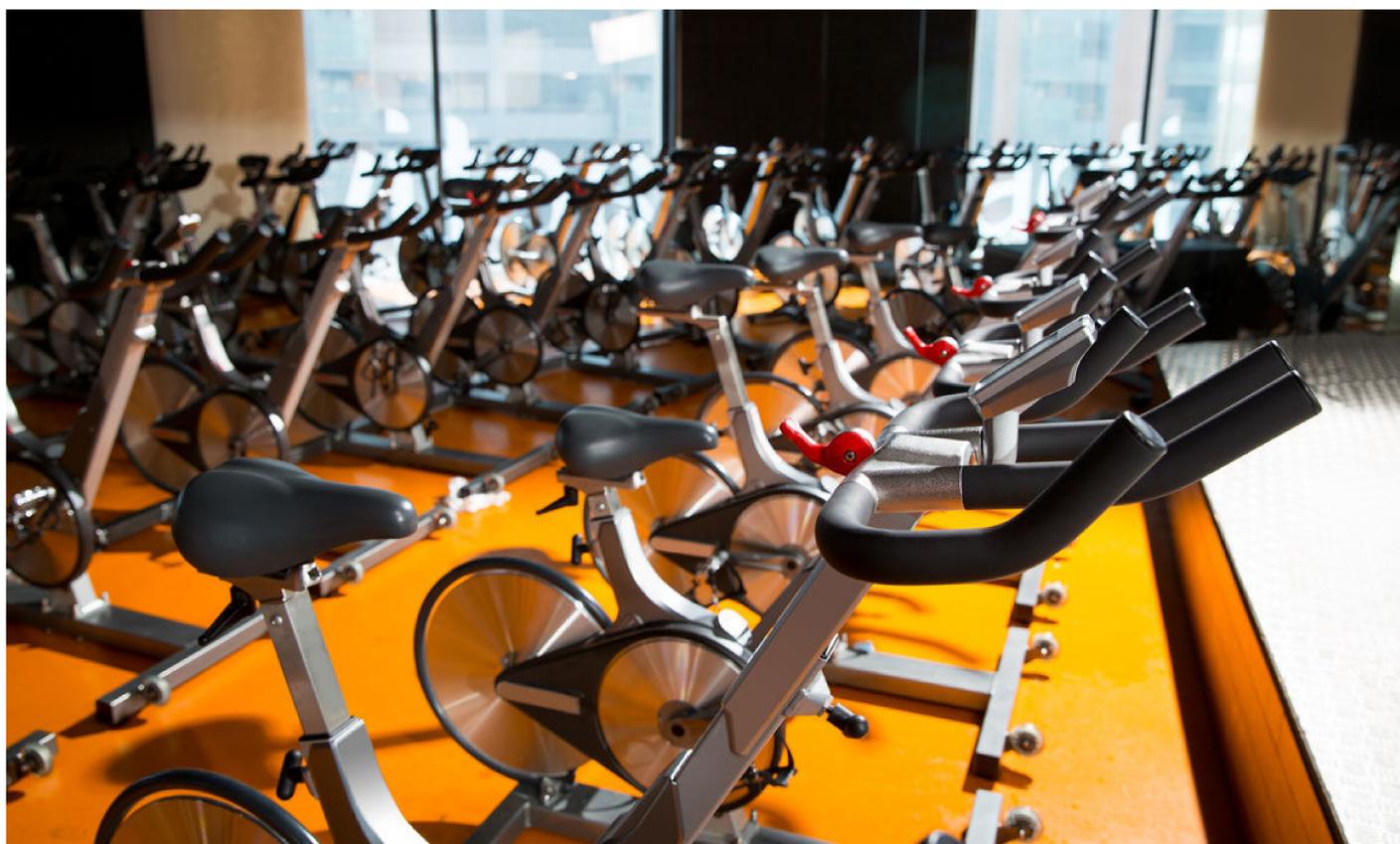
Senhores proprietários, coordenadores e síndicos, prestem atenção nas pessoas que contratam para prestação de serviço. Cada vez mais, com a complexidade nos equipamentos, necessitam de qualificação na mão de obra para tal serviço.

Os aparelhos de musculação e equipamentos aeróbicos precisam ser manuseados com ferramentas específicas e a substituição de peças que é indicado serem as originais de fábricas ou que possam ser trocados por similares, sem causar danos à estrutura.

Eu vejo em meus cursos em todo o Brasil, que há pouca mão de obra específica para equipamentos de academia.

A manutenção preventiva e limpeza se fazem necessárias, pois é sempre o melhor caminho para ficar prevenido de uma eventual quebra.

Também é importante salientar o uso de produtos de limpeza específicos



para cada parte dos equipamentos e para a sala também.

Façam um favor para vocês mesmos, olhem embaixo das esteiras, bicicletas, elípticos, spinnings, nos cantinhos internos perto das soldas dos equipamentos de musculação, principalmente nos que têm carenagens. Muitos podem pensar que o piso está limpo, mas são nestes locais que acumula muita sujeira. A poeira em excesso, suor e cabelos juntos, com residual de silicone, forma uma incrível camada prejudicial ao equipamento e ao ambiente da academia. Fiquem atentos!

Nos cursos de manutenção que tenho ministrado em várias cidades, vejo a preocupação dos professores em querer fazer o melhor e de terem condições de atender corretamente seus clientes.

Portanto, saibam quem vocês contratam para manutenção em sua academia. Os profissionais qualificados os deixarão tranquilos nestes itens e fará o diferencial da sua academia. Afinal, você, proprietário, tem materiais e um nome a zelar e o maior patrimônio que a academia pode ter são os alunos e eles têm que ter segurança ao treinar em um equipamento. •



# 2016:

O ANO DA  
MUDANÇA NO  
MERCADO  
FITNESS



Mais um ano se passou e em 2016 novos desafios chegam para os empreendedores e gestores de negócios em fitness. O segundo maior mercado mundial em número de academias cresceu e vem crescendo nos últimos 8 anos, mas ainda dá passos lentos em melhorias de inovação, visão estratégica e gestão de negócios. Funcionar sem planejamento e estratégia muitas vezes é a primeira opção de boa parte dos gestores e dos empresários que decidem viver esse mundo. Apesar do pessimismo que nos assola em anos de crise é preciso entender POR QUÊ você será o principal responsável por um excelente resultado financeiro em seu negócio em 2016.

Muitas vezes, o desespero em perceber a entrada dos novos modelos de negócio pode ameaçar o resultado financeiro das academias que não realizam planejamento regular, e assim, seus responsáveis acabam tomando decisões baseadas em emoções nem um pouco estratégicas. Primeiro vieram as academias Low Cost com valores de mensalidade de R\$ 49,00, depois foi o CrossFit e, mais recentemente, tivemos a chegada dos Studios de Bike Indoor (Velocity e Soul Cycle). E em 2016 teremos novos modelos de negócio aqui no Brasil? Talvez essa seja a dúvida de muitos e sinceramente, não tenho dúvidas que isso ocorrerá, já venho lá fora o movimento de novos modelos de negócio de aulas coletivas com HIIT (high intensity interval training) como única oferta de serviço e acredito que em breve venham para o Brasil.

Apesar de toda a crise econômica e política que vivemos atualmente, o Brasil ainda é considerado um mercado com oportunidade de grande expansão para o segmento do Fitness. Segundo os dados do The IHRSA Global Report 2015, nós somos o 2º mercado



mundial em número de academias, o 4º em número absoluto em número de clientes em academias e 10º em receita anual mensurada em dólares. No final de 2015, na CBI Magazine, revista internacional do nosso segmento, publicou uma matéria falando sobre o potencial de crescimento do mercado brasileiro reforçando os olhos para o País.

O comportamento do consumidor vem mudando, a sociedade brasileira está cada vez mais consciente sobre a importância da prática do exercício físico. Hoje, através da Ciência, sabemos que o sedentarismo mata duas vezes mais do que a obesidade. Segundo os dados do Vigitel, estudo nacional realizado anualmente pelo Ministério da Saúde, de 2009 até 2014 houve um aumento da participação de brasileiros na prática de atividade física em 18%. As oportunidades de negócio não terminam aí, segundo o Ministério do Esporte, 46% da população brasileira é considerada sedentária e as pessoas que praticam atividade física regular, apenas 10% têm orientação de um profissional.

Apesar de todas as oportunidades citadas, muitos ainda questionam a prosperidade do segmento e para essas pessoas existe a necessidade de mudar COMO as coisas funcionam ao longo do ano. Quando iniciamos um novo ano e não sabemos quantos clientes devemos ter em cada mês, qual será o faturamento projetado no ano, quantos clientes novos devemos captar para atingir o resultado financeiro desejado, qual será o ticket médio de cada mês, tão pouco conhecemos nossos novos concorrentes, deixamos de aproveitar e interagir com novas tecnologias do mercado, não provisionamos a compra de novos equipamentos, não temos a preocupação de tornar a operação mais eficiente, não temos indicadores para controlar o custo operacional, nossas equipes não possuem suas metas, os seus gerentes não são líderes e são péssimos em gestão de equipes de alto desempenho e etc, etc, etc... me responda, por favor, COMO você fará para ter um resultado financeiro positivo no final de 2016?

O QUE você precisa fazer? Bom, minhas dicas para você iniciar o ano melhor do que o ano passado e conseguir resultados melhores são:



## Dica 01 PLANEJE

Como você deseja atingir seus resultados sem planejamento? Espera que a sorte lhe ajude? Eu sou um homem de muita fé, mas nesse caso ter só fé não é suficiente. Após o início das minhas atividades com a Consultoria tenho me deparado com situações onde percebo que esse item é deixado de lado pela maioria dos empreendedores e gestores do seguimento do fitness. Esperar o resultado e não criar uma estratégia para construção do resultado é o principal fator que leva as empresas fecharem nos seus primeiros cinco anos de vida.

## Dica 02 CONTROLE

Não adianta construir um planejamento sensacional, um plano de negócios maravilhoso, metas por setor da academia, sem ter ferramentas de controle. Nesse caso, indicadores qualitativos e quantitativos são fundamentais para que o planejamento de sucesso possa realmente acontecer. Controlar e mensurar a execução do seu planejamento ajudará bastante para que o processo de atingimento de metas aconteça mais naturalmente, evitando esforços não programados.

## Dica 03 BUSQUE EFICIÊNCIA

Esse ano, como o anterior, inicia com uma grande pressão nos custos operacionais. Em outras palavras, está muito mais caro colocar uma academia para funcionar, por isso, identificar oportunidades para redução de custos deve ser um mantra para você e o seu TIME de Gestores. Para isso, primeiro negocie oportunidades com seus fornecedores, por exemplo, se o seu estabelecimento comercial funcionar em um imóvel alugado, negocie com o locador do espaço. Crie estratégias para reduzir a conta da luz, sem impactar a experiência do cliente, verifique a grade de aulas coletivas. A verdade é que todo negócio "tem sempre um gordurinha para queimar.

## Dica 04 DIFERENCIE

O que você fará melhor e diferente do que seus concorrentes? Quais são as tendências para 2016 que podem ser implantadas em sua academia? Você tem escutado e conversado com seus clientes para entender o que eles gostam e precisam. Busque inovação, hoje temos muita tecnologia para incorporar no dia a dia dos negócios a fim de aumentar a experiência do cliente. Foco na excelência na prestação de serviços, hoje vivemos a economia da experiência! Realize o exercício da empatia, coloque-se no lugar dos seus clientes e procure entregar algo que ninguém tenha feito ainda em sua cidade ou bairro.

## Dica 05 NÃO CRIE DESCULPAS

Pare de arranjar sócios para seus problemas. Com um mercado recheado de oportunidades para expansão, melhore sua formação como empreendedor ou gestor investindo em capacitações ou consultorias. Não dá mais para ficar dando desculpas, colocando a culpa no governo e deixando de crescer. Seu negócio merece melhores resultados em 2016 do que foram seus resultados em 2015. Para isso, você precisa entender que é o principal responsável pelos insucessos do seu negócio. Não é a crise, a alta do dólar ou aumento da inflação que foram os responsáveis pelo seu desempenho ruim ou não tão bom no ano anterior. Por isso, você precisa tomar as rédeas da sua vida e construir um novo futuro para seu negócio e 2016 é o primeiro grande passo que você irá dar.

Sucesso e um abraço do amigo  
Léo Cabral. •

Apesar de toda a crise econômica e política que vivemos atualmente, o Brasil ainda é considerado um mercado com oportunidade de grande expansão para o segmento do Fitness.



## SUA RECEPÇÃO

por Leonardo Allevato

# GESTÃO ESTRATÉGICA DE VENDAS EM ACADEMIAS

Quanto custa para sua academia não ter uma estratégia de atuação da equipe de vendas? Já pensou quantas vendas são perdidas por conta disso? Aliás, sua equipe VENDE ou os clientes COMPRAM? Em tempos de crise, quando o cliente fica mais seletivo e cauteloso para comprar, é preciso saber vender!

Se sua academia continua recebendo visitantes, mas o índice de conversão vem diminuindo nos últimos meses, isso pode ser um indicador de que o processo de vendas não está bem delineado ou precisa de um ajuste. Lembre-se de que os clientes estão mais cautelosos e podem demorar mais a tomar a decisão da compra.

A estratégia de atuação de qualquer empresa deve ser traçada logo no início das operações e deve estar incluída no plano de negócios. Poucas são as academias que começam a existir somente após a confecção desse plano e isso leva, muitas vezes, ao cometimento de erros durante todos os processos que deveriam existir.

Claro que quem deve traçar a estratégia do negócio é o próprio dono do empreendimento, auxiliado ou não por algum especialista, mas o fato é que qualquer estratégia deve ser revisada e ajustada constantemente. Essa revisão e ajustes devem ser feitos após análise e observação dos processos de atendimento e vendas, os principais dentro da operacionalização dos serviços de uma academia. Além disso, a revisão desses processos deve ser feita em conjunto com quem os operacionaliza - recepcionistas e professores. Se assim não for, corre-se o risco de cada funcionário agir por conta própria, prejudicando a eficácia do atendimento e da venda, além de gerar uma percepção negativa no cliente.

Sua estratégia de vendas já está traçada para 2016, com processos bem delineados e treinamento da equipe?

**Leia mais sobre esse assunto nesse site.**

Boas vendas! •



Envie suas dúvidas sobre assuntos pertinentes à recepção para [leo@lafitness.com.br](mailto:leo@lafitness.com.br) ou pelo WhatsApp (31) 98752-5551



## EVENTOS

## JANEIRO / MARÇO

**JAN** **31º Congresso Internacional de Educação Física**  
09 a 13 de janeiro de 2016  
Foz do Iguaçu - PR  
[WWW.CONGRESSOFIEP.COM](http://WWW.CONGRESSOFIEP.COM)

**MAR** **GESTÃO ESTRATÉGICA DE VENDAS EM ACADEMIAS (MÓD. I E II)**

05 E 06 DE MARÇO DE 2016  
RIO DE JANEIRO - RJ

12 E 13 DE MARÇO DE 2016  
SÃO PAULO - SP

19 E 20 DE MARÇO DE 2016  
BELO HORIZONTE - MG  
[WWW.LAFITNESS.COM.BR/GESTAO-ESTRATEGICA](http://WWW.LAFITNESS.COM.BR/GESTAO-ESTRATEGICA)

# GOSTOU DA REF&H

PARA MELHORAR AINDA MAIS ESSE NOVO PROJETO,  
PRECISAMOS DA SUA COLABORAÇÃO!

**CLIQUE E COLABORE!**



Um novo conceito...  
Uma nova linha...  
Com o mesmo preço!

Preços sujeito a alteração, sem aviso prévio. Fotos meramente ilustrativas. Crédito sujeito a aprovação.



ESTEIRA  
NOVA AS 200 3.2



**ASTRO**  
*Equipamentos Esportivos*



CICLE INDOOR  
X-POWER



ERGOMÉTRICA  
DYNAMIC



ELÍPTICO  
TRUCK

CARENAGEM  
INDESTRUTÍVEL

**FÁBRICA**

Est. Padre Roser, 92 - Vila da Penha - Rio de Janeiro RJ - Cep 21220-560  
[www.astroequipamentos.com.br](http://www.astroequipamentos.com.br) [comercial@astroequipamentos.com.br](mailto:comercial@astroequipamentos.com.br)

**Tels.: 21 2269-9481 / 2269-7806**