

81

# ACAD

Revista

# BRASIL



# INNSA

# ACAD

Ano 20 - 2ª edição - maio 2018 - N° 81



## San Diego 2018

✦ ACAD REÚNE KEYNOTES DE EXCELÊNCIA ✦ EUA APOSTA EM FITNESS PARA IDOSOS ✦  
ARQUITETURA FITNESS: DIFERENCIAL EM ACADEMIAS

# SKILLRUN™ CLASS



A solução SKILLRUN CLASS é perfeita para quem procura uma corrida em grupo mais eficaz e motivadora. Graças aos novos recursos do produto, essas classes dinâmicas irão surpreender e envolver os usuários mais exigentes.

Saiba mais em: 0800 600 6070 ou [www.technogym.com](http://www.technogym.com)

**TECHNOGYM®**

The Wellness Company



# ACAD Brasil & getnet<sup>®</sup>

Sua melhor  
opção de vendas

As melhores  
taxas de  
débito e crédito  
do mercado

A mensalidade da  
Associação sai de graça,  
só com a economia  
com taxas do cartão.

**Além de:**

- \* Retenção de clientes
- \* Baixa inadimplência
- \* Pagamento Recorrente

**Ainda não  
faz parte?**

**Informações:**

21 2493-0101 .  21 96445-5939  
atendimento@acadbrasil.com.br



Associação Brasileira de Academias . [www.acadbrasil.com.br](http://www.acadbrasil.com.br)



### GUSTAVO BORGES

---

Formado em Economia pela Universidade de Michigan, EUA. Empresário e palestrante. É membro da Diretoria Executiva da IHRSA. Foi Vice-Chairman do Comitê de Atletas da FINA. Está no Hall da Fama da natação mundial: 4x medalhista olímpico; 4x recordista mundial; 19x medalhista pan-americano; 31x medalhista em Copas do Mundo. Criou uma metodologia para ensino da natação e comanda uma rede com 4 academias.

---

Justamente neste mês de maio, o biênio 2016-2018 para o qual a atual diretoria da ACAD Brasil foi eleita se completa. Nesses dois anos, crescemos em mais de três vezes a adesão de associados e, para além dos números, aumentamos significativamente a influência em todo território nacional e em outros mercados também. Hoje, temos patrocinadores fortes, empresários que nos representam em todo país e lideranças em vários estados.

No último ano, o Brasil foi o país que mais cresceu em termos de associados na IHRSA – a maior entidade mundial do setor. Isso também é resultado do trabalho da ACAD, que tem aumentado sua influência junto às lideranças, especialistas e profissionais do *fitness*, não somente no território nacional.

Quando fazemos um balanço da atuação desta Associação em defesa do setor, percebemos o quanto têm sido importantes nossas conquistas legislativas. Organizamos o primeiro evento do mercado de *fitness* dentro do Congresso Nacional e estreitamos o relacionamento com autoridades governamentais e legisladores, para garantir que as atividades das academias não sejam prejudicadas. Neste último biênio, temos trabalhado no acompanhamento de projetos de lei que interfiram no setor, de forma que possamos agir em tempo hábil, mostrando nossa força e muitas vezes revertendo situações críticas para as academias.

Agradecemos a todos os associados e parceiros. Estamos prontos para avançar ainda mais e contamos com você nessa força-tarefa em prol do *fitness* brasileiro.

Um abraço,

**Gustavo Borges**

[gborges@acadbrasil.com.br](mailto:gborges@acadbrasil.com.br)



# CARDIO



# ACESSÓRIOS



# MUSCULAÇÃO

## TUDO PARA SUA ACADEMIA

CONSULTE SEMPRE A NEW FITNESS

Pioneira em Remanufatura no país, a New Fitness possui tudo em equipamentos para sua Academia. São produtos novos, remanufaturados, semi novos e também a linha completa de Acessórios Xtreme e Tatames Dollamur. Quer ter a certeza que fará o melhor negócio? Consulte-nos.



**DOLLAMUR**  
SPORT SURFACES

**XTREME**

[www.newfitness.com.br](http://www.newfitness.com.br) / tel.: (11) 4051-1088

**NewFitness**  
FITNESS GROUP



### MARIA JOSÉ DALE

MBA em Gestão Empresarial FGV/RJ;  
MBA em Marketing FGV/RJ;  
Pós-MBA em Negociação FGV/RJ;  
Pós-Graduação em Ginástica, Organização  
e Administração de Academias - UGF/RJ;  
Licenciatura Plena em Educação Física - UGF/RJ;  
Sócia da rede de academias Gym Center/RJ;  
Vice-Presidente do Sindacad/RJ.

O mundo do *fitness* tem mesmo o que celebrar! Trinta e sete edições do evento que reúne milhares de pessoas sob um único propósito, a possibilidade de *networking* com participantes de mais de 80 países e uma verdadeira conexão com líderes e profissionais que constroem o setor mundial. Não por acaso a meta estipulada, durante a IHRSA 2018 – 37th Annual International Convention & Trade Show – é a mais ambiciosa dos últimos anos: ter 230 milhões de praticantes de atividades físicas em academias até 2030. A equipe desta Revista trouxe para essas páginas um panorama do que foi o evento em San Diego e, como destaque, apresentamos com orgulho a grande participação dos brasileiros e da nossa associação ACAD Brasil.

A coluna Ideia & Negócios traz entrevistas com os três *keynotes* do 1º Workshop da ACAD Brasil: Gabriela Comazzetto, diretora de Negócios do Facebook e Instagram, Gleidys Salvanha, diretora de Negócios do Google Brasil, e o consultor de mercados de luxo, Carlos Ferreirinha.

O evento no Rio de Janeiro já é sucesso desde sua organização, que precisou duplicar sua capacidade devido à grande procura de inscritos, atendendo empresários de diversos estados do país.

Autor de oito livros sobre negócios e a voz no programa “Gestão descomplicada” da rádio CBN, em apenas duas páginas desta edição,

Carlos Alberto Júlio nos dá uma aula de gestão nas “Páginas Azuis”, com dicas simples que podem ser aplicadas nos nossos negócios, mostrando que seus livros devem ser de grande valia para os empresários do mercado de *fitness*. Também um livro, que ganhou fama nos EUA e conta a história inspiradora de uma juíza da Suprema Corte, de 84 anos, é mais uma das traduções da revista CBI. Uma verdadeira inspiração para novos negócios nas academias brasileiras: como apostar no público da terceira idade e o sucesso do treino funcional para idosos.

Caro leitor, mais colunas aguardam você nesta edição, trazendo informações, dicas e sugestões. Aproveite, todas foram reunidas aqui com o objetivo de fornecer ferramentas úteis para a gestão da sua academia. Venha unir forças com a ACAD Brasil e a IHRSA para ajudarmos a atingir os 230 milhões de praticantes de atividades físicas em academias em 2030!

Boa leitura e bons negócios.

Maria José Dale  
zezedale@gmail.com

# CURTA QUE A ACAD É SUA!



/ACADBRASIL



@ACADBRASIL

A Associação Brasileira de Academias (ACAD Brasil) tem como missão oferecer apoio administrativo, técnico e comercial para o seu negócio, combater a legislação que prejudica o setor e também orientação jurídica mensal gratuita. Aproveite todos os benefícios que só um associado pode ter, afinal, a ACAD Brasil é sua.



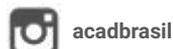
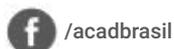
(21) - 2493-0101 | (21) 9-6445-5939

**DIRETORIA – PRESIDENTE:** Gustavo Borges (*Academia Gustavo Borges*) – **VICE-PRESIDENTE:** Luiz Urquiza (*Grupo Bodytech*) – **DIRETORES:** Edgard Corona (*Bio Ritmo/Smart Fit*) - Jorge Lellis (*Academia Vibração*) - Marcelo Ferreira (*Personal Physical*) - Ricardo Abreu (*Gym Center*) - Richard Bilton (*Cia Athletica*) – **CONSELHO FISCAL:** Felipe Malburg (*Academia Gustavo Borges*) - Pedro Avancine (*Competition*) - Taner Verçosa (*Cagin Clube*) **STAFF:** Andrea Rodrigues (*Gestora*) - Monique Marques (*Administrativo/Comercial*) **EDITORA-CHEFE:** Maria José Dale **EDIÇÃO:** Gesto Comunicação (21) 98754-4547 - Lília Giannotti **PROJETO GRÁFICO:** Cordeiro Design (21) 99590-7114 - Beto Cordeiro.

Os associados da ACAD Brasil têm direito ao envio de e-mail marketing. A associação não se responsabiliza pelo conteúdo deste e-mail.

#### ACAD BRASIL

Comercial:  
Tel/Fax: (21) 2493-0101 // (21) 96445.5939  
E-mail: atendimento@acadbrasil.com.br  
Site: www.acadbrasil.com.br



## Destaques

### Capa: de San Diego para o Brasil

ACAD mostra a 37ª edição da IHRSA.

10



### Ideias & Negócios

ACAD reúne *keynotes* de excelência.

22



### Páginas Azuis

Entrevista com Carlos Alberto Júlio.

30



### IHRSA

Aposta norte-americana no *fitness* para idosos

32

### Academia Legal

Mais uma da série Reforma Trabalhista, o que mudou

38

### Mercado & Tendências

Projetos de Arquitetura especialmente pensados para o *fitness*

42

### Circuito ACAD

Projeto Academia Parceira será votado

47

LifeFitness

# EXPERIMENTE A NOVA ERA DO CICLISMO INDOOR



## WATTRATE®

MEDIDOR DE POTÊNCIA MAIS  
PRECISO DO MERCADO



## COACH BY COLOR®

ZONAS DE TREINO  
IDENTIFICADAS POR CORES

FTP

## FTP POWER TEST

TESTE PARA DETERMINAR NÍVEIS  
DE PERFORMANCE



## ICG® TRAINING APP

TROCA DE DADOS COM  
DISPOSITIVOS EXTERNOS

LIFE FITNESS  
Avenida Rebouças, 2315 - Pinheiros - São Paulo - SP  
0800.773.8282 | VENDASBR@LIFEFITNESS.COM

LifeFitness

HAMMER  
STRENGTH

SCYBEX

INDOOR CYCLING

SCOTT

BRUNSWICK

BALNEÁRIO CAMBORIÚ • BELO HORIZONTE • BRASÍLIA • CAMPINAS • CURITIBA • FORTALEZA • MANAUS • PORTO ALEGRE • RECIFE • RIBERÃO PRETO • RIO DE JANEIRO • SALVADOR • SÃO PAULO

# De San Diego para ACAD traz destaques da 37ª edição da IHRSA

Há quase vinte anos, a ACAD Brasil tem participado das edições anuais da IHRSA – feira e convenção, maior evento mundial do *fitness* que reúne milhares de pessoas, do mundo todo, nos Estados Unidos. A cada ano, a participação da Associação aumenta, não só em números de associados que vão ao evento, mas em importância: um representante da diretoria da ACAD no conselho diretor da IHRSA, convites para representar o Brasil em encontros oficiais, participação de lideranças brasileiras como palestrantes, além de empresários integrando importantes reuniões internacionais, como o Fórum Latino-americano e o Federation Meeting – encontro de federações, associações, sindicatos e lideranças mundiais do *fitness*.

Essa reportagem que a Revista ACAD publica, especialmente para a capa deste número 81, tem por objetivo trazer para os

associados um panorama da 37ª edição da IHRSA, realizada entre os dias 21 e 24 de março de 2018, na cidade norte-americana de San Diego, na Califórnia. O evento foi visitado por mais de 12 mil pessoas, de cerca de 80 países, que puderam ver as



novidades de mais de 400 expositores. A ideia desta matéria jornalística é mostrar um pouco do cenário apresentado

no evento, para aqueles empresários e profissionais do *fitness* brasileiro, que não puderam participar.

No último ano, o Brasil foi o país que mais cresceu – em termos de associados na IHRSA – seguido pela Rússia. Tal resultado fica ainda mais evidente quando se leva em conta que esses dois países ganharam

# o Brasil:

Cont



cadeiras no Conselho Diretor da IHRSA. O mercado brasileiro também mostrou sua força durante o evento da Califórnia.

“Este ano, tivemos uma representativa participação na IHRSA, com uma delegação de cerca de 200 empresários, entre representantes de academias associadas e de fornecedores parceiros. Sem contar as dezenas de brasileiros que foram ao evento por conta própria. Isso mostra a força da nossa Associação e a importância do mercado brasileiro, frente a um evento internacional deste porte”, disse Gustavo Borges, presidente da ACAD Brasil, um dos palestrantes convidados pela organização.

A editora da Revista ACAD Brasil, Maria José Dale, também marcou presença na Califórnia e destaca o encontro de abertura como um dos pontos altos de 2018. “Este evento, que é o maior do mundo no setor de *fitness*, nos dá várias oportunidades de *networking*, um dos mais importantes objetivos deste congresso-feira. Entre esses

espaços de troca de ideias, de experiências, está o já tradicional Opening Reception, que reúne pessoas apaixonadas pelo setor, profissionais líderes em suas empresas, que escrevem a história do *fitness* todos os dias. É uma grande celebração da nossa indústria”.

E há mesmo o que deva ser celebrado. O setor de *fitness* no mundo não para de se fortalecer, mas ainda há muito que ser feito. Hoje, existem cerca de 160 milhões de praticantes de atividade em academias, em todo o mundo. O desafio proposto pela IHRSA durante a 37ª edição de seu evento internacional é de alcançar a meta de 230 milhões de praticantes até o ano de 2030, com forte impacto na saúde global da população, na diminuição dos custos públicos com doenças, e as academias são a fonte primária onde as pessoas vão buscar serviços quando decidem sair do sedentarismo. E o Brasil tem papel fundamental neste desafio.

## Repórter ACAD por um dia!

Um dos integrantes desta delegação, **Carlos Eduardo Moura** - diretor do Efeito Personal Studio e CEO do Método GO30 Fitness - é um dos empresários responsáveis pelo GARE - Grupo das Academias Responsáveis e Éticas, de Minas Gerais, entidade membro da ACAD Brasil. Ele ajudou a reunir uma verdadeira comitiva de empresários para viajar até esta 37ª edição do evento. Na bagagem, mais uma missão conferida a ele pela equipe da Revista ACAD: ser “repórter por um dia” e procurar saber dos participantes o que mais impactou na feira e no congresso.



Brasileiros em San Diego

“No meu caso, o que me chamou atenção foi o investimento enorme por parte das empresas, sinal de que o mercado está novamente aquecido e animado”, disse Carlos Eduardo. “Nas palestras, o apelo pela inovação

e capacidade de mudança para um melhor posicionamento de mercado foram temas muito interessantes. ‘Tenho que mudar? Como?’ São alguns dos questionamentos que, como gestores, temos que fazer”.

O empresário acredita que o aperfeiçoamento profissional, as oportunidades de novos negócios e conhecer novas pessoas da indústria do *fitness* são os objetivos principais de sua participação. Mas na mala de Carlos Eduardo também voltaram outros aprendizados:

“em todo evento busco alinhar três ações para serem colocadas em prática nos meus negócios. Desta vez, penso em investir em vendas *online* e ter opções de vender



Gamificação

sessões no meu negócio; também quero oferecer modalidades que tenham relação com diminuição do estresse, como yoga, por exemplo; e ainda devo sofisticar a gamificação que utilizo atualmente”.

### Gamefication ou gamificação

É o uso de mecânicas e dinâmicas de jogos para engajar pessoas. No *fitness*, experiências lúdicas, realidade virtual e aplicativos com desafios são alguns exemplos de como este conceito vem sendo posto em prática.

## A gamificação virá com tudo?

Representante da ACAD Brasil na Paraíba, o empresário Filipe Gaudêncio esteve no evento e destacou a diversidade de produtos e a tecnologia cada vez mais inclusa nos processos de gestão dos negócios de *fitness* como alguns dos pontos altos desta edição.

**“Um dos temas mais interessantes desta edição da IHRSA foi a gamificação através de treinamento em grupo”.**

Marcus Hofman, diretor das Academias Funfit, Prime Fit e Feedback

“As palestras e as interações em grupo abordaram a temática das mídias sociais e as novas formas de comunicação. Ficou evidente que o mercado passa por uma necessária mudança na forma de gerir o negócio. Sobre as tendências norte-americanas que devem chegar ao Brasil, eu aposto na gamificação e nos novos equipamentos voltados para diversão, transformando a atividade física em algo cada vez mais prazeroso. Por isso, as academias devem ser cada vez mais encantadoras”.

## Inovar é o verbo da vez

Veterano dos eventos da IHRSA – já esteve em 18 edições do evento internacional, sem contar nas edições regionais e em diferentes países – Dudu Netto, diretor técnico do Grupo Bodytech, acredita que tanto nas palestras como na exposição de equipamentos, a maior evidência desta edição é a necessidade de inovação. “Isso ficou muito claro. E inovação não é necessariamente só tecnologia, mas também conceitos novos. Tipos de treinamentos, vender de forma diferente, cobrar de outras maneiras. Mesmo que essa indústria tenha avançado em termos de tecnologia, ainda entregamos o mesmo que entregávamos há trinta anos. O que mudou foram as instalações, os equipamentos e uma ou outra aula, mas a forma como a gente entrega o serviço precisa ser inovada, porque a

geração dos *millennials* e essas gerações Z e Alfa que estão vindo por aí vão exigir o novo. Não dá para entregar o produto como sempre foi entregue”.

Netto destacou ainda algumas tendências fortes no mercado norte-americano, que devem ser observadas pelos empresários brasileiros. “A relevância

das atividades coletivas para o sucesso das academias pode ser uma boa saída para um negócio se diferenciar daquelas que adotaram modelo *low-cost*. Também é ponto alto aquela empresa que aposta na oferta de uma experiência diferenciada para seu cliente. Sobre duas tendências dos mercados internacionais, no conceito de treinos virtuais, o Brasil ainda está engatinhando, com oferta em praticamente zero, e também seria interessante avançar mais no HIIT, treino intervalado e de curta duração. O dinamismo e a possibilidade de oferecer cada dia um treino diferente do funcional deverão marcar cada vez mais espaço no cenário das academias”.

Fica a dica!



**“Foi interessante perceber, na troca de experiências com donos e gestores de outros países, que as dificuldades são muito parecidas como retenção e adequação aos novos estilos de compra e necessidade do consumidor”.**

Priscila Degobbi, consultora da Quantum Fit

## Mercado brasileiro: consolidação

Segundo Giuliana Cogo, gerente de marketing da [LifeFitness](#) no Brasil, a IHRSA é um evento consolidado, que



reúne tendências e conceitos, em um ambiente com foco no público profissional. “Além disso, cresce o número de visitantes de outros países, tanto é que marcamos presença com nossas equipes da Ásia, Europa e América Latina”. Para Giuliana, o mercado brasileiro tem apresentado um forte processo de consolidação nos últimos três anos. “Esse movimento provavelmente ainda não terminou – em realidade só está começando. A polarização *low-cost x premium* tem forçado o mercado a pensar em novos modelos e formatos de negócio, e enxergamos aí uma grande oportunidade.

**“A palavra de ordem é inovação. O que trago de aprendizado? O mercado vem se segmentando cada dia mais e temos que investir mais em tecnologia”.**

Bruno Marcelino, diretor das Academias Prime Fit e Espaço Mania

Os espaços multifuncionais, bem como as academias ‘boutique’ que tendem a viver um forte crescimento, quer como modelos novos e próprios, quer como espaços integrados remodelados nas academias tradicionais”.

Sobre os lançamentos da marca nesta edição do evento em San Diego, Giuliana diz que o foco foi nas soluções em conexão com o mundo digital. “Lançamos a HALO, plataforma digital, *web-based*, com funcionalidades avançadas para facilitar o dia-a-dia dos gestores das academias no que tange à gestão dos equipamentos e do espaço em si, bem como do relacionamento com os clientes e a prestação de serviços. Também mostramos o que temos a oferecer sob conceitos que têm crescido muito no mercado: para o SGT (*Small Group Training*) apresentamos um mix de cardio – esteiras e remo –, acessórios e equipamentos para treino funcional. Nesta área exploramos também as aulas em grupo com a gamificação ICG Connect, e ainda a *bike* para alta performance”.

## Metas: diminuir sedentarismo e aumentar mercado nacional

Com “um cantinho brasileiro”, em seu estande próprio, o [Gympass](#), marca 100% nacional, apostou no aprofundamento do



relacionamento com os parceiros do Brasil e em novas parcerias com as academias dos Estados Unidos. “Em San Diego, estivemos bem próximos da diretoria da ACAD, em diversos bate-papos, almoços e jantares, sempre buscando aprimorar a forma de trabalharmos juntos para melhorar o setor”, disse Leandro Caldeira, diretor geral do Gympass Brasil. “Fizemos uma apresentação no Fórum Latino Americano e, diferente dos outros anos, onde apenas acompanhávamos as tendências do mercado, desta vez pudemos ajudar a definir as referências para o mercado de usuários corporativos”.

O empresário afirma que o Gympass está comprometido com a missão de tirar as pessoas do sedentarismo e aumentar o tamanho do mercado no Brasil. “O *fitness* brasileiro é bastante diversificado. As academias tradicionais também ocupam espaço importante, com oportunidades nas diversas faixas de preço e serviço. Acreditamos que o segmento do mercado corporativo deverá crescer, mas o nível de serviço exigido também é elevado e uma consequência importante é que as academias precisam aprimorar o nível de atendimento para um usuário ‘novo’, que tipicamente não está acostumado a treinar”.

## Brasil dos próximos anos

O empresário Leonardo Moreira Borges, CEO da **Pacto Soluções**, participou desta edição do evento como visitante e congressista. “Fui fazer uma imersão para aprender ainda mais sobre o mercado. O objetivo era identificar novas tendências e absorver o máximo de conhecimento com os conteúdos expostos

**“O que mais me chamou atenção foi a presença dos gestores brasileiros: eles estão buscando se atualizar, buscando inspiração, trabalhando para antecipar os acontecimentos no mercado brasileiro”.**

**Breno Marcelino, diretor da academia Espaço Mania**

de mercado, quais são as novas tendências, para onde o futuro do ‘negócio academia’ está apontando. No Brasil, quase sempre, absorvemos as tendências americanas, o que pode significar prever nosso país daqui a três ou cinco anos”.



Mas o que esperar para os próximos anos? “Seguindo as observações do mercado americano, acredito em um cenário onde se ganhará um ritmo ainda mais acentuado de crescimento e personalização dos negócios. Um ponto que observamos, e que pode ser uma super dica, é a tendência da gamificação. O desafio aqui é tornar a atividade física uma competição prazerosa, onde o cliente se diverte, busca superar-se, tirando o foco da dificuldade exigida pela atividade física. Portanto, criar dinâmicas de jogos tendo a tecnologia como aliada deve ser a tendência para os próximos dois anos e vai tornar o ambiente mais descontraído, fidelizando os clientes”, concluiu Leonardo Borges.

## Lançamentos de produtos e novos negócios

Lançamentos mundiais de produtos, reforço da marca, *networking* com clientes e novos negócios. Esses eram os principais objetivos da presença da **Matrix** na feira de San Diego e, segundo Reginaldo Recchia, que em 2018 assumiu como CEO da empresa no Brasil, os mesmos foram alcançados.



“Temos a meta global de ser a número um no mercado *fitness* no mundo e a participação em eventos como este organizado pela IHRSA é uma oportunidade para avançarmos neste sentido. Fomos os últimos, entre os principais concorrentes, a chegar ao Brasil e por isso esse mercado nos é tão importante. Recebemos muitos de nossos clientes no estande que montamos durante a feira nos Estados Unidos e fizemos o lançamento de equipamentos, conquistando também novos negócios”.

## Novas metodologias, novos aplicativos, inovação!

Segundo Vitor Aguinaga, diretor de marketing da **Technogym Brasil**, os empresários estão cada vez mais atentos a feiras e congressos. “É fundamental termos o mercado reunido para apresentação de tendências, novidades e soluções. Por isso, nossa marca inovou seu conceito e posicionamento, apresentando soluções inovadoras em equipamentos. Também apresentamos o My Wellness APP e a parceria com a Apple. O aplicativo é uma interface única, de fácil uso, que concentra todas as informações do





usuário, desde seu perfil até seu rendimento, uma plataforma de relacionamento entre a academia, professores, *personal trainers* e clientes. Nosso foco é mostrar ao mercado soluções que farão a diferença no sucesso de negócios dos nossos clientes, sempre unindo os conceitos de *wellness*, tecnologia e inovação”.

Para Aguinaga, o mercado está mudando velocemente. “Não basta termos as mesmas metodologias aplicadas desde a década de 90, somente com salas cheias de equipamentos. O mundo está mudando, está conectado, as pessoas buscam um diferencial, principalmente, se comunicando de forma muito rápida. Enxergamos essa necessidade de associar a tecnologia ao exercício com nossos *smart equipments* (equipamentos inteligentes). Desta forma, o consumidor final pode acompanhar toda sua evolução, interagir com outras pessoas, criar desafios com amigos dentro da academia e estar sempre ligado às melhores e mais modernas práticas e metodologias sendo elas coletivas ou individuais”.

## Encontros com lideranças marcam o evento de San Diego

Um dos já tradicionais eventos realizados durante as edições da IHRSA é o Federation Meeting, que reúne federações e associações de dezenas de países. O formato desta reunião tem base em um tema principal, que este ano foi “Direitos Autorais”, com apresentações de cada um dos representantes dessas entidades de classe do *fitness* mundial, com debate sobre possíveis caminhos e soluções para os desafios comuns.

“A importância de participar deste encontro é muito grande, pois temos a oportunidade de como uma federação – porque é assim

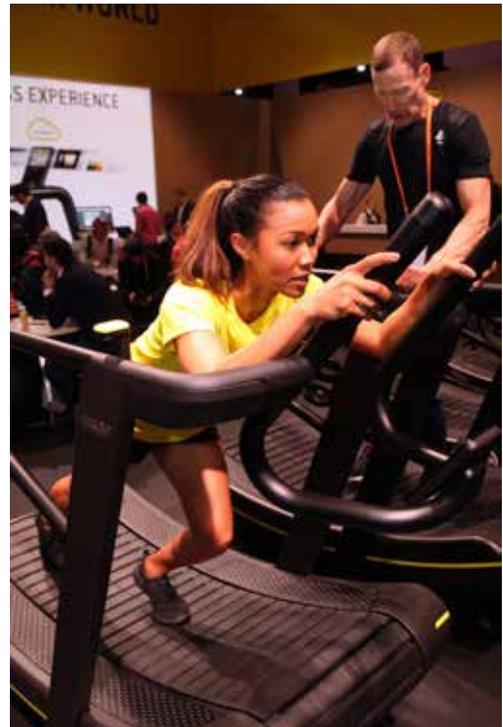


que os americanos da IHRSA nos olham – e sendo uma Associação de imensa relevância no cenário mundial, conversar e interagir com outras federações, conhecendo novas e melhores práticas, vendo o que acontece em outros mercados em termos de políticas públicas e de ações pró-ativas relacionadas à prática da atividade física. Esse encontro é uma fonte de conhecimento, de energia e de situações que podem ser aplicáveis e inspiradoras para o nosso negócio, nossa atuação, aqui no Brasil”, disse Gustavo Borges, presidente da ACAD Brasil, um dos convidados brasileiros para o encontro Federation Meeting.

Monica Marques, que acaba de assumir cadeira no Conselho Diretor da IHRSA, e é representante nacional da ACAD Brasil, recebeu uma agenda cheia na Califórnia. Um desses compromissos foi o Encontro de Lideranças Femininas, que não é restrito às mulheres, mas que só teve a participação de um homem. “A reunião deste ano teve como temática de destaque as formas de comunicação e como o comportamento influencia no sucesso das empresas. Estiveram presentes editoras de revistas de *fitness*, proprietárias e

**“Em todas as palestras, os tópicos convergiam no mesmo sentido: satisfação, encantamento do cliente e utilização de sistemas e base de dados para tomada de decisão, meios digitais para comunicação 360”.**

Flávio Costa, sócio-diretor da academia Alta Energia Fitness



“As grandes marcas de equipamentos tiveram como foco proporcionar experiências ao cliente, criando um vínculo com o usuário final. O uso da inteligência artificial deverá ser uma nova tendência. Sobre o mercado, muitas palestras levantaram a questão sobre o fim ou não das academias tradicionais”.

Bruno Scott, Head of Customer Success da EVO

diretoras das maiores redes de academias do mundo, as mulheres do *board* da IHRSA – que somos três”.

Um dos conselhos mais fortes e representativos da IHRSA é o International Leadership Council. Monica Marques também participou em San Diego da reunião deste grupo. “O mesmo trabalho que a ACAD faz no Brasil junto às políticas públicas e instâncias legislativas e governamentais, é feito nos Estados Unidos, também com muita força. As atividades deste conselho incluem conversas com autoridades e ações para impedir ou minimizar leis desfavoráveis às atividades das academias. Esse é um dos conselhos mais prestigiados, justamente porque garante a proteção do setor”.

Outro encontro de lideranças realizado dentro da IHRSA e que cresce de importância a cada ano é o Fórum Latino Americano. Com mais de 270 participantes, o Fórum deste ano foi apresentado em um formato diferente: ao invés

do modelo tradicional de palestras, cinco especialistas da América Latina tiveram dez minutos, cada, para expor suas ideias, experiências e ferramentas.

Jacqueline Antunes, diretora da IHRSA para a América Latina, fez a abertura do Fórum, ressaltando o comprometimento da associação com o mercado brasileiro, por meio de iniciativas envolvendo os canais de comunicação na versão em português com a marca IHRSA BRASIL, como a página do Facebook, Instagram, *newsletter* quinzenal, site, *blog* e *e-books*. Guillermo Vélez, diretor editorial da revista Mercado Fitness, fez a mediação do evento, que contou com Junior Crocco, Rubens Gonzalez, Marco Crespo, Ricardo Cruz e Luis Amoroso como especialistas convidados. O Fórum foi encerrado com um painel de perguntas aos palestrantes.



“Fomos convidados, como ouvintes, para participar deste encontro. O mercado latino-americano é muito forte e o Guillermo Vélez, que mediou o evento, apresentado pela Jacqueline Antunes, faz esse trabalho com muita maestria, tendo conquistado grande representatividade do setor. É muito bom para nós ver o que tem sido realizado em outros países da região, sempre com empresários brasileiros presentes, mostrando ações e seguindo bons caminhos para que possamos todos crescer como mercado latino. É muito importante que a IHRSA abra espaço não só para as federações, mas para empresários do mercado latino-americano, que têm suas particularidades, suas características, e podem mostrar também sua evolução e seu desenvolvimento para os que frequentam a feira e para pessoas de outros países que tenham interesse”, disse Gustavo Borges.

## Brasileira assume cadeira no Conselho Diretor da IHRSA



Monica Marques, uma das lideranças do grupo Cia Athletica e representante nacional da ACAD Brasil, assumiu oficialmente, durante o evento em San Diego, um assento no *board* internacional

da IHRSA. Essa cadeira foi ocupada anteriormente por brasileiros, três outras vezes: por Carlos Heitor Bergallo, Richard Bilton e Gustavo Borges. Monica conversou com a equipe da Revista ACAD, diretamente da Califórnia, já

como representante do Brasil na associação mundial do *fitness*.

**Trata-se de um reconhecimento, mas também um desafio. Qual será sua missão?**

A International Health, Racquet & Sportsclubs Association existe para desenvolver, proteger e promover o setor de academias em todo o mundo. Na visão da IHRSA, a associação e seus associados devem ser reconhecidos como uma solução primária para reverter a epidemia da inatividade física global. A função de membro do conselho diretor envolve estratégia, inovação no desenvolvimento de políticas públicas e parcerias colaborativas na indústria de *fitness* para a concretização desta visão. Sem dúvida, um enorme reconhecimento, mas também o grande desafio de encontrar os melhores caminhos e engajar cada vez mais as academias e os empresários do setor nas ações realizadas. As academias são, de fato, o local mais procurado pelo sedentário e o local mais preparado para ajudá-lo na adoção de hábitos mais saudáveis. O impacto do combate ao sedentarismo na redução de despesas da área da saúde é imenso.

**Qual é a importância para o *fitness* brasileiro ter uma representante atuante na associação mundial?**

O Brasil é o segundo maior mercado mundial em número de academias (cerca de 34 mil), mas paradoxalmente, o décimo em número de clientes praticantes. As academias brasileiras têm uma média menor do que 300 clientes, enquanto nas academias americanas esta média é de 1.500. O setor precisa se unir e avançar para melhorar sua performance, aumentar a sua relevância e a sua rentabilidade. Os representantes



anteriores iniciaram este trabalho no *board* da IHRSA e juntos, na ACAD Brasil, podemos ainda contribuir muito para o crescimento das academias. Participar de uma organização global amplia a visão estratégica, abre novas perspectivas e gera novas parcerias. Compartilhar experiências com líderes de academias e organizações de diversos países tem sido um aprendizado incrível!

**Há anos, você tem uma atuação que vai muito além de suas responsabilidades na Cia Athletica: há um envolvimento nas questões técnicas, políticas, legislativas e de mercado. O que a levou por esse caminho?**

Sem dúvida, foi o amor pela minha profissão. Na área de Educação Física, ministrei aulas de ginástica e hidrogenástica para clientes na academia, e depois para profissionais nas universidades e nas maiores convenções de *fitness* do mundo. Ao longo destes anos todos, concluí três pós-graduações e cinco certificações internacionais. Na área de gestão, tive uma academia de pequeno porte durante oito anos e nos últimos 20 anos tive o prazer de ser sócia proprietária no grupo da

Cia Athletica, presente em 10 diferentes Estados com suas 17 unidades. As questões legislativas se intensificaram nos últimos anos e foi necessário unir o setor das academias. A ACAD Brasil reuniu um grupo de empresários experientes e engajados para debater e atuar nestas questões. Aceitei o convite e o (enorme!) desafio de fazer parte desse time e estamos obtendo os primeiros bons resultados. Os proprietários de academia no Brasil, de maneira geral, estão muito cansados de assuntos da política, de associativismo, de sindicalismo. Mas a participação de todos é necessária para que o panorama seja mais favorável no nosso mercado. Nossos produtos são incríveis. Aquilo que vendemos (atividade física) traz benefícios para a saúde pública, para a sociedade, para as pessoas. Nossos clientes são felizes nas academias: lá eles melhoram sua disposição, sua auto-estima, fazem amigos e se divertem. Então, temos muito que fazer e que desenvolver para que os nossos negócios sejam um sucesso cada vez maior. ■

# ACAD reúne *keynotes* de excelência

No próximo dia 25 de maio, será realizado o 1º Workshop da ACAD Brasil, com um time de palestrantes de primeira linha. A equipe da Revista conversou com os três *keynotes* convidados e antecipa aqui os temas que serão abordados no evento.

Diretora de Negócios do Facebook e Instagram, especialista em vendas e marketing, mostrando as técnicas que você pode usar para ter mais visibilidade nas redes sociais, **Gabriela Comazzetto** vai ministrar a palestra “**Como o Facebook e o Instagram podem ajudar a fomentar o seu negócio**”. Segundo a especialista: “essas plataformas oferecem uma série de produtos para que cada marca desenvolva o relacionamento com clientes e potenciais clientes. Seja por meio das páginas, anúncios ou *messaging*. Durante o evento, vamos explorar um pouco mais de como essas ferramentas funcionam, dicas de melhores práticas e alguns *cases* de sucesso”.



## Como é sua atuação no universo digital?

Como líder de negócios do Facebook no Brasil, comando uma equipe de profissionais que trabalha diretamente no relacionamento com clientes da empresa nas áreas de *e-commerce*, varejo, bens de consumo, educação e turismo. Nosso objetivo é auxiliá-los a tirar o maior valor que a plataforma pode oferecer para que eles alcancem o objetivo de negócios deles e para acelerar a transformação digital de seus negócios.

## Qual o prejuízo para marcas que ainda estão *offline*?

Com 125 milhões de pessoas que acessam mensalmente a plataforma no Brasil, sendo 90% por dispositivos móveis – o Facebook é uma oportunidade para que empresas,

de todos os tamanhos e setores, tenham uma presença *online*, *mobile* e gratuita. Além disso, existe a chance de investir em anúncios na plataforma a partir de valores acessíveis, para alcançar mais pessoas. Independente do setor é fundamental

ter em mente qual o objetivo de negócio, compreendendo qual o público correto e a forma que ele interage com a plataforma. Como ficar *offline* nos dias de hoje? Impossível.

## Quais são as estratégias para sair deste cenário?

Hoje, temos milhões de empresas brasileiras que utilizam as páginas na plataforma para fortalecer sua presença no ambiente *online*, e mais do que isso, estão superando as próprias barreiras e crescendo, ainda que em situações desafiadoras. Sete em cada dez negócios no Brasil afirmam que são mais fortes devido ao Facebook, 75% dizem que aumentaram as vendas por causa da plataforma e dois terços afirmam que contrataram mais funcionários devido ao crescimento de demanda. Além disso, o Facebook permite a segmentação para entregar a mensagem certa para as pessoas mais adequadas - por exemplo: uma academia pode geolocalizar anúncios e otimizar o *budget* para atrair pessoas que moram na região que ela se encontra.

## Qual dica você daria para um empresário do *fitness* quanto à visibilidade?

É importante encontrar o conteúdo que gere engajamento e conversas com o público, que tenham significado e que possam inspirar as pessoas. Ser criativo e publicar conteúdo autêntico também são fatores essenciais para o sucesso, assim como compreender qual o público-alvo da marca.

Consultor de mercados de luxo, **Carlos Ferreirinha** vai apresentar a palestra *Novos tempos, demandam novas competências! Um olhar sobre as novas expectativas, novos perfis de clientes, democratização do Luxo e Premium*. “Quero mostrar para os empresários do *fitness* como qualquer negócio pode entregar um serviço *premium* para seus clientes”.

## No Brasil, não há tantas academias de luxo. Existe espaço no *fitness* para um negócio 100% *Premium*?

Sim, existe sim espaço para academias *Premium* como segmentação do nosso *fitness*. Mas minha abordagem é mostrar o Luxo/*Premium* como um elemento de diferenciação. No evento do dia 25 de maio, eu vou falar muito sobre a democratização do luxo. Como é que todo o segmento de academias pode usar pílulas de luxo. Parte desta inteligência pode ser usada em um atendimento diferenciado, em uma segmentação de clientes, em uma atmosfera especial. Toda e qualquer academia pode adotar o luxo. Boticário, Casas Bahia e Cacau Show, por exemplo, são empresas de massa, não são do segmento *Premium*, mas usam a inteligência de luxo, não para mudarem de categoria, mas para fazerem um movimento de diferenciação. O setor de academias nunca será de Luxo/*Premium*, pois é um segmento de base, de capilaridade, é para todos, é democrático! Mas ainda assim pode usar elementos do luxo.



Carlos Ferreirinha

## Então uma academia popular pode usar elementos de luxo?

Exatamente. Uma academia de massa e voltada para um público C e D pode sim levar novas expectativas para seus clientes. São códigos do universo do luxo sendo traduzidos para o universo delas, de seus usuários. Pode ser um ambiente com uma sofisticação acessível, ou um uniforme diferenciado. Existe uma série de possibilidades nessa tradução.

## Os clientes, de todos os níveis, querem essa diferenciação?

Sim, querem. Não podemos mais acreditar que a massa queira apenas o que



## Em termos de luxo, o Brasil está em que posição? Os empresários demoraram para perceber valor nesse conceito?

Dentro desse conceito da “premiunização”, podemos dizer que o Brasil está entre os melhores mercados do mundo. O país é rapidamente um decodificador desses elementos e por isso já é considerado ícone neste segmento. Eu sempre convido meus clientes a passarem pelas gôndolas do supermercado... eles vão ver shampoo Premium, mortadela Premium, azeite Premium.

## Esse conceito, então, veio para ficar?

Essa “premiunização” é muito importante e é um movimento irreversível. Eu acabei de ministrar um curso de imersão com 52 empresários e fiz um exercício justamente mostrando isso. Para se ter noção, a maior evasão de clientes de Casas Bahia não é para Magazine Luiza, Ricardo Eletro ou Ponto Frio. Cliente Casas Bahia quando deixa de consumir Casas Bahia, ele passa a consumir no Fast Shop, porque é uma empresa que entrega um mesmo produto, pelo mesmo preço, só que em outra experiência para o cliente. Ele entrega a possibilidade desse cliente perceber que ele pode mais. O atendimento é em um alto padrão, o ambiente confere a ele a sensação de que ele está mais empoderado, e ele está pagando exatamente o mesmo valor. É preciso acreditar que o consumidor está disposto a mais.

é simplório. É só olhar o que aconteceu com as farmácias, padarias e até lojas de conveniência de postos de gasolina. Isso é um efeito que veio para ficar. Essas categorias de estabelecimento entenderam que precisavam apresentar um conceito diferente, mesmo que fosse para atender a massa. Esses são alguns exemplos de atividades totalmente populares que “passaram um verniz”, e conseguiram fazer uma elevação, mantendo foco em uma de suas características que é ser para todos.

“Dá um Google” é o título da palestra que **Gleidys Salvanha**, diretora de Negócios do Google Brasil, vai ministrar durante o evento. A ideia da publicitária, com MBA em *marketing* é contar sobre a evolução dos produtos da marca e mostrar aos empresários do *fitness* como usar ferramentas para alavancar suas academias.

### O que o empresário do *fitness* precisa saber sobre esse universo?

Os empresários estão tão no topo das decisões, e isso em todas as áreas não só na de academias, que é interessante trazê-los para a realidade do dia a dia, de como os usuários estão conectados. Também é interessante desmistificar a questão do *mobile*, porque não importa classe social, nível de instrução e outras características, esse comportamento é semelhante para todo mundo: as pessoas se conectam cada vez mais pelo celular. Os gestores de academias precisam estar a par dessa informação. Será que eles estão preparados para essa realidade?

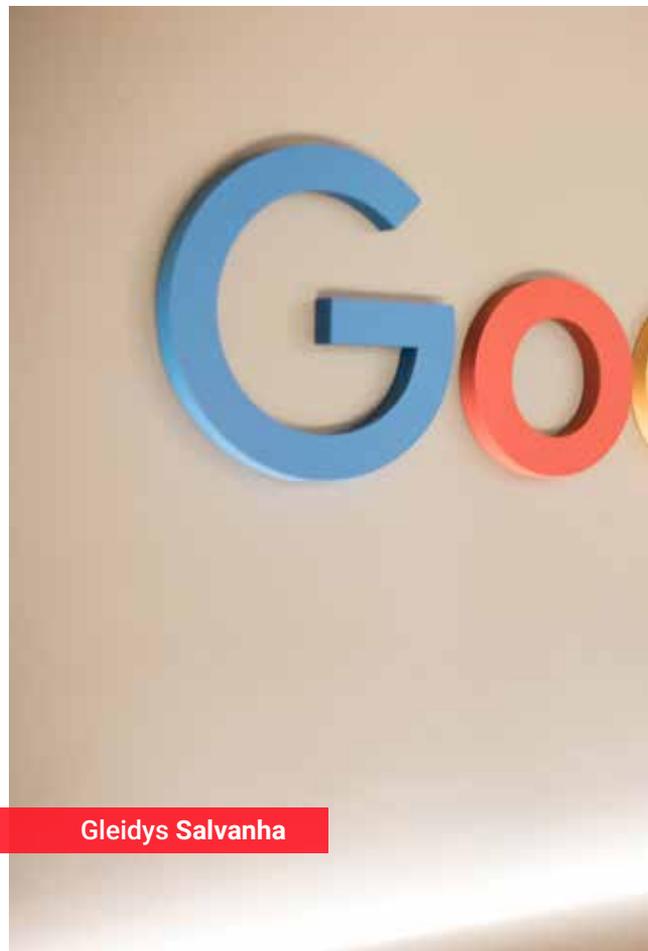
### Qual o pulo do gato quanto ao *mobile*?

Hoje, tudo acontece no *mobile*. Mais de 70% das buscas no Google são no celular. Será que as academias estão conversando da melhor forma no *mobile*? Se a empresa for fazer ou refazer seu *site*, por exemplo, precisará fazer voltado para abrir no celular primeiro. Porque é lá que o cliente

está. Nós estamos lá na maior parte do dia, por que achar que com nosso cliente é diferente?

### Mais de 80% das empresas do *fitness* são pequenas e médias. Como o Google entra em negócios deste porte?

Apesar de as pequenas e médias hoje serem uma das principais impulsionadoras da economia no Brasil, cerca de 40% destas empresas ainda estão *offline*, estão distantes da realidade de compra e de experiência dos usuários. No Brasil, temos 131 milhões de pessoas na Internet e se as empresas não têm uma presença no digital, elas estão perdendo uma gigantesca oportunidade. Imagine que nove entre dez brasileiros conectados, ou



Gleidys Salvanha

90%, buscam na Internet para tomar uma decisão ou para fazer uma compra. Se uma empresa não está na Internet, como é que ela vai captar esse cliente? Todas as plataformas do Google são democráticas, justamente para que todos as usem, desde grandes empresas multinacionais até uma pequena padaria de bairro. Esse mundo digital não tem volta. E as plataformas digitais têm muitas oportunidades para os micros, pequenos e médios empresários. Eu vou mostrar aos empresários do *fitness* que é necessário – e possível – fazer uma mínima gestão em digital para os negócios das academias.

**Você já viu na prática uma microempresa fazer um uso 100% estratégico destas plataformas?**



Vou contar uma experiência pessoal. Meu marido é cabeleireiro e proprietário de um salão de beleza e eu usei várias ferramentas grátis do Google para impulsionar o negócio dele, melhorando a usabilidade do site e das pesquisas sobre salão. Eu entrei na plataforma como uma empreendedora, na ferramenta Google Meu Negócio – que é simples e gratuita, e que indica, por exemplo, a concorrência mais próxima. Também ajuda a pesquisar mercado, indica quantas pessoas visitaram seu site e qual o horário de pico de visitas.

**Você é especialista em métricas em vídeo. Como essa ferramenta pode impulsionar negócios no setor do *fitness*?**

O YouTube é uma das maiores plataformas de vídeo do mundo, que chega a primeiro lugar em audiência, comparando inclusive com vídeos *offline*, ou seja, com as televisões convencionais. O empresário à frente de uma academia pode ter um canal nessa plataforma, que é gratuito, para postar o que acontece no dia a dia, nos treinos, com os clientes. O YouTube permite que você faça uma produção caseira, então não há dificuldades nem custos para que o empresário use esse recurso. Mensagens curtas, simples e interessantes. Hoje, há inúmeros vídeos sobre *fitness* feitos fora das academias. Então esse empresário pode começar a liderar a audiência desses vídeos, começando a dominar esse conteúdo e fazendo bom uso da plataforma. O YouTube pode ser uma grande vitrine para as academias, porque o segmento de *fitness* está ligado a saúde, bem-estar, corpo saudável e visibilidade. ■



# FORTALEÇA O TREINAMENTO SEM FAZER ESFORÇO PRA COBRAR

A ACAD E A GETNET SÃO OS PARCEIROS  
IDEAIS PARA SUA ACADEMIA.

**getnet** III

Uma empresa Santander



A Getnet é o parceiro ideal para a sua academia: são várias opções de maquininhas, **Pagamento Recorrente para que você possa automatizar a cobrança das mensalidades,** TEF e aceita as principais bandeiras. Você pode baixar o APP Getnet que te ajuda a acompanhar a gestão das vendas na palma da sua mão e muito mais.



3G + Wi Fi

**Peça já a sua**

 4002 4000 e 4003 4000

 [www.getnet.com.br/sejacliente](http://www.getnet.com.br/sejacliente)

## Carlos Alberto Júlio

Head de Estratégia e Inovação do Locomotiva Instituto de Pesquisa, conselheiro profissional independente em empresas, coach profissional de vários presidentes de empresas e facilitador certificado do YPO-WPO. É professor na ESPM, FGV e FIA/USP, e autor de oito livros sobre negócios. Como Administrador de Empresas estudou na Harvard Business School, na London Business School e no IMD de Lausanne-Suíça.



Carlos Alberto Júlio

Para os ouvintes da rádio CBN, a voz de Carlos Alberto Júlio é inconfundível. Ele fala de segunda a sexta-feira, a partir das 17:25, em ponto. O tema? Gestão descomplicada.

**ACAD:** Em seu livro “Você, um grande empreendedor”, há uma dica logo na capa: transforme oportunidades em resultados. Na prática, como fazê-lo?

**C.A.J.:** O que diferencia um empreendedor de uma pessoa comum é que ele consegue enxergar uma oportunidade e geralmente ele está preparado para esta oportunidade. Quando não se enxerga essa chance, é porque não se está preparado para ela. As melhores oportunidades geralmente surgem quando se estuda um determinado setor, uma prática ou

um negócio, e para aqueles que estudam, o preparo por si só gera oportunidades. É uma questão de probabilidade.

**ACAD:** Você fala de empreendedorismo, negociações e estratégias. Mas afinal, o que é gestão descomplicada?

**C.A.J.:** A gestão descomplicada é manter o simples – não é ser simplista. É observar o controle diário do seu fluxo de caixa, criar processo fluidos, fazer com que mais pessoas que trabalham com você saibam para aonde você quer levar o seu negócio. É ter uma linguagem adequada com seus colaboradores para que haja entendimento do que

precisa ser feito. A primeira preocupação de qualquer empresa deve ser a de fazer todo dia melhor aquilo que você já faz bem. As pessoas esquecem o cerne de seu negócio, o que você já entrega como produto ou serviço e vai procurar uma inovação (que também é importante), mas o que faz o caixa aumentar é você fazer bem feito as rotinas – isso envolve trazer o cliente, dar um bom atendimento, oferecer um produto ou serviço de qualidade. Fazer cada vez melhor o que você faz bem, nada mais é do que fazer o básico bem feito. Aí está a simplicidade.

### **ACAD: Você recomenda pontos de atenção que todo empresário deve ter com seu negócio. Quais são eles?**

**C.A.J.:** (1) **Cuidar bem do caixa.** Quem não domina seus números, não domina o negócio; (2) **Olho nas vendas.** Ainda que sua equipe esteja vendendo bem hoje, será que estará também amanhã? A função vendas não tem fim e significa atrair o *prospect*, convertê-lo em cliente e mantê-lo fiel a você; (3) **Equipe.** Uma empresa nada mais é do que um conjunto de pessoas organizadas para entregar um produto ou serviço. É importante também ter a pessoa certa, no lugar certo; (4) **Processos.** O que mantém uma empresa funcionando bem é o desenho adequado dos processos adotados (quem faz o que e em que momento, esperando que resultado?); (5) **Construção da marca.** Se uma empresa não constrói sua marca, só lhe resta competir no preço. Vender barato não é errado, mas baixar preço é muito errado. O que vai lhe permitir ter uma proposta de valor mais adequada passa pela construção da marca; (6) **Proposta de valor.** Esse ponto não diz respeito apenas ao produto ou serviço que você oferece, mas à experiência que você proporciona ao seu cliente, que é um conjunto de ofertas.

### **ACAD: O *fitness* brasileiro é um setor essencialmente empreendedor. Como o empresário à frente de uma academia pode adotar uma gestão descomplicada?**

**C.A.J.:** Toda empresa, mesmo de pequeno e médio porte, pode adotar uma gestão simples. Os pilares deste tipo de gestão são: fazer o básico muito bem feito, cuidar da experiência do cliente, sempre estar de olho no caixa e manter a equipe cuidada e motivada. Essas quatro frentes, quando bem azeitadas, podem representar até 90% do sucesso. Numa gestão descomplicada, a estratégia é o como você entrega uma meta. O empresário pode fazer um quadro simples: (1) meta – o que eu quero como resultados; (2) estratégia – como eu faço para alcançar as metas; (3) checando resultados – como eu meço mês a mês se as metas estão sendo cumpridas.

### **ACAD: Muito se fala em inovação, mas como apostar nela?**

**C.A.J.:** O fundador da Honda, Soichiro Honda, disse certa vez: “o sucesso representa aquele 1% de seu trabalho que resulta dos 99% que são chamados de fracassos”. Essa grande margem de fracasso explica a rejeição de muitas empresas às iniciativas inovadoras. Sabem que o erro é inevitável e se mostram pouco dispostas a custear novas tentativas e aprimoramentos. Podem efetivamente economizar em soluções conservadoras, mas pagarão mais adiante com obsolescência e perda de competitividade. Este é um dos dilemas que abordo detalhadamente em meu livro *Reinventando Você*. Em uma época marcada por rápidas transformações, a sobrevivência de empresas consolidadas também depende de processos contínuos de inovação. ■

# Decisão

## da Suprema Corte dos Estados Unidos

VEREDITO

Treino funcional para idosos traz benefícios inestimáveis a todos.

Ruth Bader Ginsburg é uma verdadeira veterana da academia – em vários sentidos. Aos 84 anos, ela não é só a mais velha dos juízes que integram a Suprema Corte dos EUA, (desde que foi indicada pelo então presidente Bill Clinton, em 1993), mas é também entusiasta dos exercícios, que para ela incluem agachamentos, mais de 30 kg no *leg press*, séries de 20 flexões de braço completas e algumas pranchas – um exercício de condicionamento do tronco que faz alguns jovens “choramingarem”.

As sessões de Ruth, duas vezes por semana, foram registradas em um livro muito famoso – com toda justiça! – chamado *The RGB Workout: How She Stays Strong... And You Can Too!* (em tradução livre, *A malhação de RGB: como ela se mantém forte... e você também pode!* Sendo RGB as iniciais da Ruth). Foi escrito por seu *personal trainer*, Bryant Johnson, que Ruth define como “a pessoa mais importante da minha vida”.

Ela começou a se exercitar com Bryant em 1999, logo após a primeira de suas duas lutas vitoriosas contra o câncer. RGB, como os fãs a chamam, é uma inspiração poderosa para um número cada vez maior de adultos em idade avançada, nos EUA. Hoje, um terço daquela população tem pelo menos 50 anos; até 2030, um quinto estará com mais de 65 anos.

O crescimento desse grupo, a extensão da expectativa de vida e o crescente desejo de vida ativa na terceira idade levaram um número cada vez

maior de academias associadas à IHRSA a lidar com necessidades e demandas dessa população. De acordo com o IHRSA's 2017 Health Club Consumer Report (Relatório IHRSA sobre o consumidor de academias 2017), aproximadamente um quarto dos clientes está acima dos 55 anos e o ingresso de novos clientes mais jovens se mantém estável desde 2012.

“Quase todo mundo com mais de 65 tem uma condição crônica e a grande maioria não quer deixar que isso o atrapalhe, que o impeça de fazer o que querem”, observa Colin Milner, fundador e diretor executivo do ICAA – International Council on Active Aging (Conselho Internacional sobre Atividade de Idosos), com sede em Vancouver, Canadá.

Em resposta à expansão da demanda, as academias, organizações de ensino e fabricantes de equipamentos de ginástica entraram em ação. Estão oferecendo a empresas e profissionais de *fitness* as técnicas e equipamentos necessários para programas de treinamento funcional adequado, que podem melhorar muito – e muitas vezes até prolongar – a vida do idoso.

A longa e produtiva relação de que Ruth e Bryant desfrutam aponta para possibilidades.



## Evolução da experiência

Fundada em 2011 para “mudar a forma como envelhecemos”, o ICAA tem contrariado a noção tradicional de que a idade avançada resulta inevitavelmente em fragilidade, perda de funções e diminuição da autonomia. “O que mudou foi o entendimento das funções – físicas, cognitivas e sociais – e seu impacto sobre como envelhecemos”, explica Colin.



Colin Milner

**“Manter e aprimorar as funções e reverter sua perda são fundamentais para a qualidade de vida”.**

Hoje, é dada ênfase no treinamento funcional, que é básico e crucial, uma vez que o idoso geralmente tem problemas nas atividades cotidianas (ADLs, em inglês) e de equilíbrio, estabilidade, mobilidade e extensão de movimentos. “A perda de funções pode mudar completamente a vida de uma pessoa”, observa Colin. “Sua manutenção e aprimoramento e a reversão da perda funcional são fundamentais para ter qualidade de vida”.



Anthony Wall



Treino de estabilidade

Para ajudar treinadores e instrutores a implementar e oferecer programas sólidos de treinamento funcional para idosos, diversas organizações criaram certificados de especialização nos últimos anos. Alguns exemplos são o ACE – American Council

on Exercise (Conselho Americano sobre Ginástica), a NASM – National Academy of Sports Medicine (Academia Nacional de Medicina Esportiva), o ACSM – American College of Sports Medicine (Colégio Americano de Medicina Esportiva) e a NETA – National Exercise Trainers Association (Associação Nacional de Treinadores de Ginástica).

Um denominador comum de suas plataformas é a avaliação cuidadosa de cada novo cliente.



Treino de força

“Devemos levar em conta a variedade de níveis de capacidade nesse segmento, da funcionalidade mais baixa à mais alta”, recomenda Anthony Wall, diretor de Parcerias Estratégicas na ACE, que oferece certificação de *fitness* com idosos. “A avaliação é o ponto de partida, determina o nível e o tipo de programa, que deve então avançar de forma contínua – para aumentar a saúde e desempenho”.

Na especialização sobre treinamento de idosos, a NASM incorpora o modelo de treinamento de desempenho ideal (OPT, em inglês), cuja avaliação e programa têm em vista equilíbrio, estabilidade, flexibilidade, força, core e condicionamento cardiovascular.

“A idade funcional do cliente nem sempre corresponde à idade cronológica, por isso a avaliação permite determinar suas capacidades reais”, diz Rich Fahmy, instrutor master regional da NASM. “Exercícios relacionados com o dia a dia e as atividades recreativas preferidas da pessoa, que aumentam a autoconfiança, devem ser priorizados”.

Muitas outras organizações também oferecem informações e instruções sobre *fitness* para idosos. Uma delas é o Functional Aging Institute (Instituto para o Envelhecimento Funcional), de Indiana, Estados Unidos, que emite certificados com base em seu modelo de treinamento para o envelhecimento funcional (FATM, em inglês). Outra é a American Senior Fitness Association (Associação Americana de Fitness para Idosos), da Flórida, que oferece um programa para quem quiser se tornar instrutor ou treinador de idosos.

## Equipamento adaptado

Embora muitos idosos possam usar equipamentos de ginástica e acessórios de treinamento funcional padronizados, alguns fabricantes há muito reconheceram e aproveitaram a oportunidade que o segmento oferece. A Keiser Corporation, com sede na Califórnia, introduziu tecnologia pneumática – que emprega ar comprimido para gerar resistência – há mais de 35 anos, um modo de o indivíduo mais velho praticar exercícios com menos estresse e mais controle.

“A Keiser emprega resistência variável, que ajuda a vencer a força inercial e permite iniciar o movimento com mais segurança”, explica Alastair Watson, vice-presidente. “Como o ar não é afetado pela gravidade, o usuário não luta contra a inércia e pode exercitar a força no ritmo que usa no dia a dia”.



Alastair Watson

**“A Keiser emprega resistência variável, que ajuda a vencer a força inercial e permite iniciar o movimento com mais segurança”.**

Para exercícios cardiovasculares, o equipamento reclinado produzido pela NuStep facilita o treino integral e minimiza o risco de queda.

“O NuStep trabalha braços e pernas em um movimento totalmente integrado que reproduz a caminhada, com o usuário sentado, em posição segura”, diz Linda Wojciechowicz, vice-presidente de Vendas e Marketing da empresa de Michigan, EUA. “A pessoa aumenta força e resistência para realizar as ADLs e manter sua independência”.

Linda Wojciechowicz



Treino cardiovascular

A SCIFIT, marca da Life Fitness, com sede em Oklahoma, fabrica aparelho ergométrico para tronco e membros superiores, bicicleta reclinada, esteira, exercitador integral, aparelho de estabilidade lateral e outras unidades projetadas para acomodar o mercado de idosos ativos. Começando com baixa intensidade,

eles têm 191 níveis incrementais de resistência, assentos giratórios, apoios manuais e tela ampla com botões de controle grandes.



Ergométrica bidirecional da SCIFIT, adequada a idosos

Uma extensa variedade de acessórios de ginástica, como *pads* de estabilização, fitas de resistência e halteres leves, também serve ao treinamento com idosos. “Praticamente todo exercício pode ser feito por qualquer um, se for adaptado para a pessoa conforme a necessidade”, indica Erin McGirr, gerente de Marketing da Perform Better, firma de Rhode Island especializada em equipamento e formação em treinamento funcional.

Erin McGirr



Exercício com fita de resistência

## Uma infinidade de opções

Obviamente, os programas funcionais para a terceira idade são muito diferentes das atividades de alta intensidade – como séries com *medicine ball*, remada, tração e corda naval – que muitos dos mais jovens apreciam hoje em dia. “Não se trata de ‘pegar pesado’ nem daqueles movimentos funcionais doidos”, diz Colin. “Trata-se de ajudar a pessoa a ter uma vida melhor, ajudá-las a fazer coisas que são importantes para ela”.

Como os idosos têm níveis muito diferentes de capacidade, a academia deve oferecer uma variedade de aulas, sessões individuais e pequenos grupos, para despertar interesse. A Gainesville Health and Fitness, da Flórida, criou o programa Sit and Be Fit (Entre em Forma Sentado) para clientes com mobilidade limitada, e também o programa Club Seniors, para idosos mais desenvolvidos. Este inclui aulas no estúdio e na piscina com movimentos de flexibilidade, atividade cardiovascular e exercícios com baixa carga e peso corporal.



Debbie Lee

Aula do programa Sit and Be Fit

“Criamos um plano sequenciado – aulas uma depois da outra – para que o idoso faça várias sessões curtas de 30 minutos, por exemplo, cardiovascular seguido por atividades de força e então, flexibilidade”, explica Debbie Lee, instrutora de grupos de *fitness* e diretora de Marketing da Gainesville.

No Four Seasons Health Club, que conta com duas unidades em Illinois, clientes a partir dos 65 anos podem participar do programa Fit Together. As opções incluem exercícios na água, *chair yoga* e outras atividades como, alongamento funcional, movimento e equilíbrio.

“As aulas de nível básico ajudam a iniciar, e as de nível médio são para os que passaram pelas atividades mais fáceis, mas ainda não estão aptos a um ritmo mais puxado”, explica Jill Usiak, especialista em programas para idosos na Four Seasons. A pessoa pode ser indicada ao programa pelo sistema de saúde local ou uma das 11 unidade OSF HealthCare, uma rede médica do estado.



Jill Usiak

Exercícios em cadeiras no Four Seasons

O Ochsner Fitness Center, que dispõe de quatro unidades na região de Nova Orleans, também tem programas de encaminhamento médico em parceria com o Ochsner Health System, uma das maiores empresas médicas no sudeste da Louisiana. O centro oferece aos 14 mil associados idosos mais de 60 aulas específicas por semana. “Seja na recuperação de uma cirurgia cardíaca ou na preparação para uma maratona, o idoso

encontra o que procura aqui”, atesta Gaby Tabora, supervisora de atividades aquáticas e programas para idosos.

**“ Seja na recuperação de uma cirurgia cardíaca ou na preparação para uma maratona, o idoso encontra o que procura aqui”.**



Gaby Tabora

Assim como os outros especialistas, Gaby enfatiza a importância de que tais programas incluam socialização. Além das sessões de ginástica para idosos ativos, a Ochsner realiza 120 eventos sociais por ano. “Nossa principal meta é criar um ambiente comunitário para o idoso, incorporando atividades que promovam saúde e bem-estar”, ela diz.

No Weymouth Club, em Massachusetts, o programa Active Aging Movement inclui os componentes: cardiovascular, musculação, alongamento e atividades sociais e “cerebrais”. Este último envolve exercícios de memória e desafios musicais, que exigem que o participante se lembre da letra de músicas.

“Com a aula sensorial completa, o cliente não apenas se diverte, mas também relata constantemente que se sente melhor, tem mais equilíbrio, força e flexibilidade ao realizar

as atividades cotidianas”, diz Debra Quigley, treinadora para a terceira idade. “Todo mundo ganha”.

## Ganhos gratificantes

Os ganhos obtidos por pessoas mais idosas em programas criados especialmente para elas podem parecer pouco para os mais jovens, fortes e saudáveis. Mas, para os envolvidos, são cruciais, melhoram a vida e, muitas vezes, prolongam-na. E, mais importante, são recompensadores.

A rotina de treinos da juíza Ruth Ginsburg possibilitou a ela aumentar sua força e resistência após duas batalhas contra o câncer, para prosseguir militando na Suprema Corte e servir de exemplo para idosos nos EUA.

Os resultados que Debbie observou na Gainesville são impressionantes: clientes ganham autoconfiança, conseguem erguer os braços acima da cabeça, deixam a cadeira de rodas para voltar a andar, escapam do ciclo vicioso da dor e podem dançar a noite toda na recepção de um casamento. “Essas mudanças transformadoras são inspiração para nós”, ela diz. “São a resposta para o porquê de oferecermos programas para idosos”.

“Nos programas de treinamento funcional para idosos, nem sempre o sucesso pode ser medido pelo número de repetições feitas”, observa Gaby. “Para alguns, o sucesso se mede pela possibilidade de segurar o neto nos braços ou por conseguir voltar à rotina normal após uma cirurgia”.

Jill conclui: “o idoso quer ser reconhecido como indivíduo capaz e saudável. Sempre há motivação, ele só precisa de orientação”.



Deb Quigley



Aula do programa Active Aging no Weymouth Club

Orientação  
Jurídica  
**Gratuita  
para  
Associados\***

**Com os mais  
experientes  
especialistas  
em academias**

\*1 consulta jurídica por mês. Exclusivo para associados.

**Ainda não  
faz parte?**

**Informações:**

21 2493-0101 .  21 96445-5939  
atendimento@acadbrasil.com.br





Ricardo Abreu - diretor da ACAD Brasil

Graduação em Direito pela UERJ;  
Pós-Graduação em Direito da Economia  
e da Empresa pela FGV;  
Diretor Jurídico da ACAD Brasil;  
Presidente do Sindacad-RJ;  
Sócio da rede de academias Gym Center.

[rabreu@ricardoabreu.adv.br](mailto:rabreu@ricardoabreu.adv.br)

# Reforma trabalhista: fique de olho no que já mudou.

Nesta nova edição da Revista ACAD, serão apresentados mais alguns temas, não menos polêmicos, da vigência da Lei da Reforma Trabalhista. **Responsabilidades Trabalhistas dos Sócios; Novo Regime de Tempo Parcial; Prêmios; e Acordo para Dispensa de Empregado.**

## Responsabilidades Trabalhistas dos Sócios



Este ponto é muito importante para aqueles empreendedores que investem em um negócio na qualidade de sócios, pois não é difícil encontrar casos em que um sócio retirante de uma determinada

sociedade precisa responder com seu patrimônio particular por créditos trabalhistas em reclamações propostas por ex-empregados. São muitos os exemplos de pessoas que tiveram um bloqueio de contas ou investimentos, penhora em bens imóveis, mesmo tendo deixado a sociedade há muito tempo.

A Reforma Trabalhista trouxe luz ao debate existente na doutrina e na jurisprudência, ao fixar o prazo da responsabilidade do sócio que se desligou de uma empresa.

Advogado especialista nas áreas  
trabalhista, cível e administrativa;  
Graduado Bacharel em Direito, pela SOBEU;  
Sócio-fundador da  
Bromonschenkel e Paes Advogados;  
Sócio-fundador da Mauad Editora.

jorgepaes@bromopaes.com.br



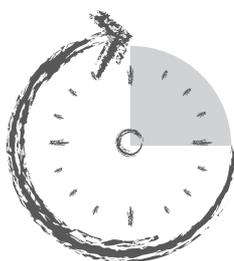
Jorge Paes

Foi acrescentada ao artigo 10-A da CLT a previsão da chamada responsabilidade subsidiária do sócio retirante criando uma ordem de preferência na execução trabalhista. Assim, o sócio, ao se retirar da sociedade, somente responderá por aquelas dívidas trabalhistas decorrentes do período em que figurou como sócio e que vierem a ser reclamadas em ações trabalhistas, ajuizadas até o prazo de dois anos após as averbações da alteração contratual que indica sua saída da empresa.

Atenção: comprovada a existência de fraude na alteração contratual, decorrente da modificação do contrato, a responsabilidade do sócio retirante passará a ser solidária aos demais sócios, caindo por terra aquela ordem preferencial.

## Novo Regime de Tempo Parcial

Com a Reforma Trabalhista, o Regime de Tempo Parcial comporta



um contrato de trabalho por 30 horas semanais, sem poder fazer horas extras, e o trabalho por 26 horas semanais, podendo ser realizadas, até 6 horas extras, totalizando 32 horas semanais, no máximo. O empregado contratado pelo novo regime parcial terá a mesma remuneração prevista para o trabalho em tempo integral, porém proporcional aos dias de trabalho. Não podendo, em hipótese nenhuma, o empregador discriminar o empregado de um e outro regime de contrato de trabalho. O salário é igual, porém o que muda é a base de seu cálculo, que obedecerá a proporcionalidade, permanecendo o mesmo valor-hora da jornada de trabalho.

No caso daquele contrato cujo regime parcial for o de 26 horas semanais, as possíveis seis horas suplementares deverão ser acrescidas do percentual de 50%, exatamente como é previsto no contrato em regime integral. Havendo uma contratação de trabalhador em regime de tempo parcial, cuja jornada de trabalho for inferior a 26 horas semanais, todas as horas extras, por ventura realizadas, serão pagas com o mesmo acréscimo de 50% sobre o salário-hora normal.

Para calcular o valor do salário-hora a ser pago no regime de tempo parcial, deve-se ter sempre em mente que a Carta Magna, em plena vigência, descreve a jornada de trabalho normal como sendo de 44 horas semanais, ou 220 horas mensais (média de 5 semanas no mês). Para o contrato de trabalho em regime parcial se for de até 30 horas semanais, a jornada mensal será de 150 horas (30 horas x 5 semanas) e no caso de uma jornada de trabalho de, até, 26 horas semanais, esta será de 130 horas (26 horas x 5 semanas) mensais. Assim ao calcular o valor do salário proporcional, o empregador deverá dividir o valor do salário integral praticado, por 220 horas e multiplicar esta resultante (salário-hora) pelo número de horas relativas ao contrato em regime parcial (Exemplo: 150 horas ou 130 horas) e o empregador terá o valor mensal a ser quitado ao trabalhador.

No contrato de trabalho em regime de tempo parcial, o empregador poderá adotar o regime de compensação de jornada e, desta forma, deixar de pagar as horas extras. No entanto, esta compensação, diferentemente da regra para o contrato em regime integral, deverá ser promovida, até a semana imediatamente seguinte à prestação das horas suplementares pelo trabalhador. Caso não venham a ser compensadas, estas horas extras terão de ser quitadas na folha de pagamento subsequente.

## Prêmios

Este tema está ligado ao Capítulo II da CLT que trata da Remuneração e a partir do artigo 457 desta Legislação Consolidada é que iremos buscar luz para entender o que mudou



com a entrada em vigor da Reforma. O artigo 457 da CLT traz em seu *Caput*: “Compreendem-se na remuneração do empregado, para todos os efeitos legais, além do salário devido e pago diretamente pelo empregador, como contraprestação do serviço, as gorjetas que receber”.

Em contrapartida, a Nova Lei modificou o § 2º deste artigo 457 trazendo uma mudança que altera um dominante entendimento sobre a natureza salarial dos prêmios pagos ao empregado. Até a vigência da Nova CLT, os prêmios pagos com habitualidade eram parte integrante da remuneração, para todos os fins de direito. No entanto, a nova lei estabeleceu que não integram a remuneração, para fins trabalhistas e previdenciários, as importâncias, mesmo que habituais, pagas a título de prêmios.

Esta rubrica “Prêmios” era entendida como um *plus* salarial, que o empregador pagaria ao seu empregado, com a finalidade de incentivá-lo a um melhor desempenho, superior ao esperado ordinariamente, no exercício de suas atividades laborais, por exemplo: bater uma meta, alcançar um determinado patamar de produtividade, o que deixava de ser considerado, contratualmente, um componente da remuneração do trabalhador, porém, legalmente, sendo habituais, estes eram considerados para efeitos salariais e seus reflexos.

A nova Lei deixa patente que a natureza da verba paga a título de prêmios, ou seja, por liberalidade concedida pelo empregador em forma de bens, serviços ou valor em dinheiro, em razão daquele desempenho superior ao esperado, está fora do alcance para efeito de repercussão no salário e seus acessórios. Assim, esta não se confundiria com um ajuste contratual para remunerar o trabalho do empregado e devidos reflexos legais.

## Acordo para Dispensa de Empregado



A partir da vigência da Lei da Reforma

Trabalhista, passou a existir uma nova forma para o empregado e empregador colocarem fim ao contrato de trabalho. No caso, além da demissão imotivada ou aquela por justa causa, pelo lado do empregador, e do pedido de demissão por parte do empregado (ressalvando a rescisão indireta que é a chamada justa causa do empregado no empregador), criou-se a rescisão do contrato em comum acordo.

A nova regra contemplaria o empregado que deseja sair da empresa, mas não pede demissão para não deixar de levantar os depósitos do FGTS. Assim, neste caso, o empregado vai ao seu empregador, propondo o fim do contrato, mas

em comum acordo. Se o empregador concordar com esse entendimento, o empregado terá direito a sacar 80% do saldo dos depósitos de seu FGTS, caindo pela metade a multa a ser paga pelo empregador, já que depositaria apenas 20% do saldo recolhido a título do FGTS.

Esta nova regra se encontra no artigo 484-A da CLT, onde temos como devidas, neste tipo de desligamento: metade do aviso prévio devido, se indenizado; metade da multa rescisória sobre o saldo do FGTS (20%) prevista no § 1º do art. 18 da Lei 8.036/1990; as demais verbas trabalhistas devidas, integralmente, tais como o saldo de salários, férias vencidas (ou proporcionais ambas com a indenização adicional de direito), 13º salário (ou sua proporção); saque de 80% do saldo do FGTS. Registre-se que, neste tipo de dissolução contratual, o empregado não terá direito ao benefício do seguro-desemprego. ▣

evo

## Gestão de Alta Performance

PARA A SUA ACADEMIA,  
ESTÚDIO OU BOX



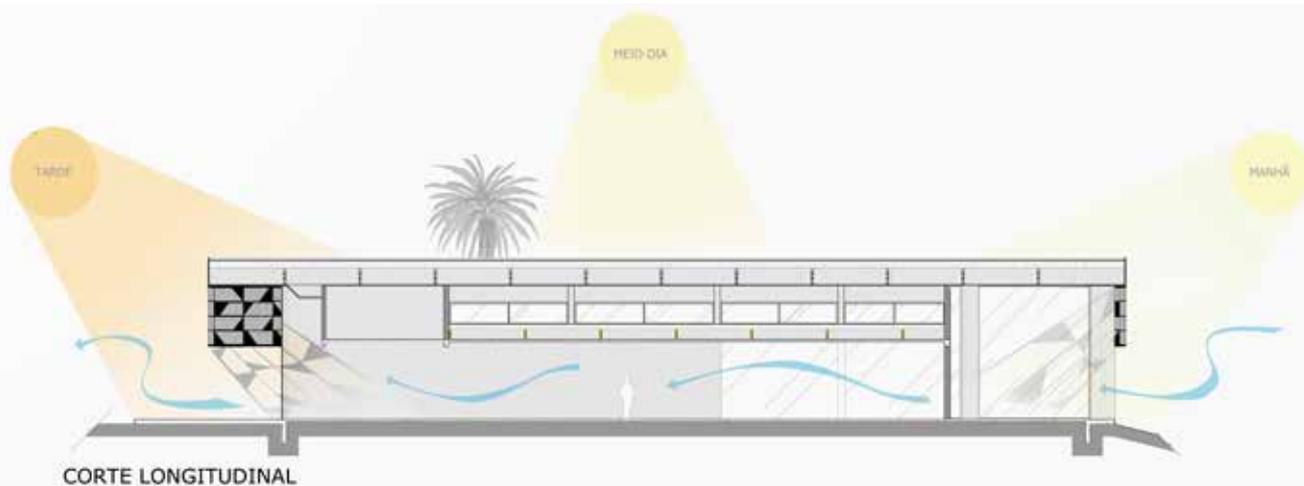
# A arquitetura do *fitness*: muito além de um espaço com equipamentos

A Arquitetura, como conceito, pode ser definida como a arte e técnica de organizar espaços e criar ambientes, com alguma intenção plástica, para abrigar os diversos tipos de atividades humanas. É uma ciência provida de uma infinidade de variáveis, conceitos, desejos, custos, técnicas e limites. Considera a forma e a função, estuda, por exemplo, o conforto térmico e acústico, idealiza a circulação e a integração entre os espaços.



Não é de hoje que a Arquitetura vem sendo aplicada no mercado de *fitness*, não só para solucionar questões técnicas, em conjunto com a plasticidade, para atingir o objetivo funcional, mas – em muitos casos, principalmente – com o cuidado de

fazer com que uma academia seja vista não somente como um espaço para a atividade física, mas como um espaço diferenciado, especialmente criado para que o cliente possa viver uma verdadeira experiência.

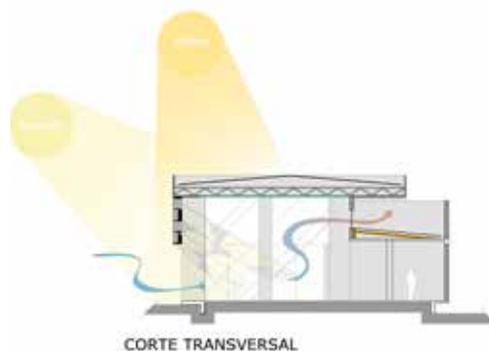


## Arquitetura transforma espaço de um clube-condomínio em academia moderna

O arquiteto Lucas Raffo, à frente de um escritório de Londrina, diz que é preciso estudar constantemente para apostar em um segmento como o *fitness*. “Se formos comparar as academias de hoje com as dos anos 90, há muitas diferenças nos conceitos e nos espaços. Não havia projetos arquitetônicos diferenciados e hoje eles são determinantes para atrair clientes, cada vez mais exigentes. O arquiteto é o agente responsável por responder a pergunta: “como melhorar ainda mais esses espaços?”.

A Arquitetura tem impacto na funcionalidade, na beleza e na estrutura, e como as academias não param, a cada ano que passa a gente vê evoluções, mais tecnologia, novidades ofertadas aos clientes e, justamente por isso, o arquiteto tem que estar sempre estudando também, para acompanhar a evolução do mercado de *fitness*”.

Segundo Raffo, o campo da Arquitetura é muito versátil e por isso a empresa atua em várias frentes. “Fizemos a primeira academia por encomenda de um cliente que pesquisou vários escritórios e que nos deu como desafio criar, no centro da cidade, um projeto envolvendo a natureza, que contemplasse um terraço com cobertura verde. Também precisava ter no meio das áreas construídas, áreas verdes, jardins, para prática de yoga, meditação etc. No segundo projeto, o desafio era a acessibilidade. A academia era no segundo



andar e como a inclusão é muito importante, não se pode pensar em espaços só para atletas, mas para todos. Temos clientes que fazem uso da academia e são deficientes ou precisam dessas dependências para atividades de fisioterapia, então a acessibilidade é um item necessário. Pensamos em rampas de acesso, mas também na circulação, nos meios para mobilidade, na adequação de banheiros, criando um ambiente para todos”.

Depois do primeiro projeto, o escritório Raffo Arquitetura ganhou o concurso para fazer a Academia Alphaville, dentro do clube de um condomínio em Londrina. Em uma área de 400m<sup>2</sup> o projeto precisava de um



cuidado especial, com foco no eixo visual, mas foi preciso tomar cuidado com a insolação. “Os elementos vazados e triangulares que usamos no projeto fazem parte da construção plástica do edifício, mas também são peças de alumínio composto que servem para proteção solar, permitem a iluminação, ventilação e visibilidade. Usamos ainda uma cobertura para academia, toda preparada para captação de água da chuva”.

Para Raffo, o mercado de *fitness* é promissor e todo arquiteto deve investir sim neste segmento. “De acordo com a demanda que aparecer, é possível até quem sabe se especializar neste nicho. Quando fechamos com nossa primeira academia, tivemos que pesquisar muito sobre o assunto e a arquitetura especialmente voltada para este segmento, sobre materiais, conforto ambiental, características que atendam os usuários. As pessoas estão exigindo cada vez mais dos espaços que frequentam, e isso não é diferente no *fitness* e, neste caso, a concorrência é positiva. Cada academia busca oferecer melhores condições, espaços mais atrativos e isso exige do profissional de Arquitetura que ele cresça neste meio, se aperfeiçoando cada vez mais, além de mais qualidade das empresas que fornecem materiais específicos ligados às atividades físicas, bem como dos materiais da construção civil: revestimentos mais modernos, tipos de piso, tecnologia para refrigeração de ambiente, iluminação. Também é importante ter um profissional mais técnico, que pode ser o de Educação Física, para dialogar antes mesmo de fazer o projeto”.

### Projeto aposta na integralidade de espaços

A arquiteta e urbanista, Mana Marchiori, da cidade de Tapejara, Rio Grande do Sul, é uma das sócias da Trama Arquitetura e Engenharia e assina o projeto das novas instalações da academia Corpo Sólido. “Foi um dos nossos projetos mais desafiadores, pois a proposta era ter uma academia com diversos espaços – salas

para coletivas, *spinning*, danças, locais de convívio. Integralidade dos espaços, com dois pisos, um mezanino e muito vidro, o que gera movimento e a visibilidade de toda a academia”.

Para Mana, o *fitness* é um nicho que cresce muito, em todo o Brasil. “Apostamos sim neste negócio e o achamos promissor, pois cada vez mais as academias precisam se tornar ambientes atrativos, para receber e acolher bem seus clientes. Eu e meu sócio sempre gostamos de ambientes de academias e nos envolvemos com atividades do *fitness*, portanto foi bem bacana criar um projeto a partir do nosso conhecimento como usuário de academia e da nossa experiência em arquitetura. Por essa razão, o resultado do nosso projeto foi uma academia que proporciona prazer, conforto, acolhimento, energia, um espaço dinâmico, rico em opções, cheio de ação”.

Não é novidade que a profissionalização do setor de *fitness* chegou para ficar, mas ela se reflete nos projetos arquitetônicos? “A



Arquitetura tem que fazer parte desse processo de amadurecimento e modernização deste segmento, evoluindo junto, proporcionando experiências diversas, prazerosas. Um projeto deve ser fiel à proposta da marca da academia, criando espaços e ambientes alinhados com os desejos dos clientes que vão malhar. A Arquitetura pode ajudar muito na segmentação, que também é um movimento do mercado de *fitness*, pois ela cria ambientes específicos, com a “cara” da modalidade que se quer oferecer. Numa academia de *bike*, o cliente chega em um ambiente que imediatamente remete à atividade com bicicleta. Isso é possível por meio da Arquitetura”.

### Arquitetura pode contribuir com o sucesso da segmentação

O arquiteto Silvio Ary Prizskulnik, associado comercial à Raquel Kabbani junto à Kabbani Arquitetura & Consultoria, fundou e é o *co-head* de um departamento de Arquitetura Fitness, criado especialmente para atender projetos de academias. “Criamos este braço de atendimento em nossos negócios, com foco em estúdios, academias e saúde, não só por uma questão de demanda do mercado brasileiro, mas porque acreditamos que podemos fazer projetos incríveis a um custo honesto, visto o conhecimento de coordenação geral da Raquel e o vasto conhecimento em território nacional e mexicano que ela tinha adquirido com a implantação da Smartfit”.

Para Prizskulnik, em matéria de Arquitetura, o Brasil ainda está muito aquém de Portugal, por exemplo. “Vejo ótimos projetos em academias de nicho como *spinning*, *boxing*, de circuito e no segmento *boutique*. Mas ainda há, no *fitness*

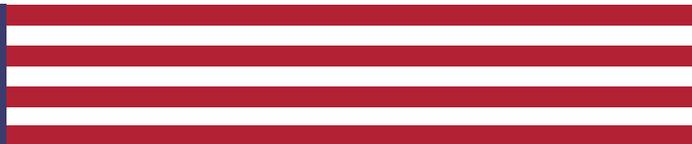
nacional, um forte preconceito ao arquiteto e o reconhecimento ao mérito deste profissional. O que se vê profissionalizando é o consumo de serviços e de tecnologia, mas, em matéria de Arquitetura, somente as grandes academias, sendo rede ou não, *high-cost* ou *low-cost*, tiveram esta percepção e, mais uma vez saem na frente de todo o mercado e permanecem na liderança, pois apostam justamente em renovação estética e visual sempre”.

Este departamento de Arquitetura *Fitness* já criou diversos projetos, entre os quais o desenvolvido para a **Ride State**. “Em um antigo sobrado literalmente reedificado com cara industrial e toques de iluminação, revestimentos e cores incríveis, criamos um projeto único. A sala de aula ficou um show a parte, com várias possibilidades de iluminação, deixando parecer que o estúdio tem vários ambientes”, garante o especialista.



Estúdios especializados em *crossfit*, funcional e *bikes* podem até ser a febre do momento. Mas um projeto de arquitetura pode ajudar no sucesso de um negócio segmentado? “O projeto arquitetônico, dentro dos nichos, é 50% do negócio! Basta uma ideia, uma boa gestão e uma boa Arquitetura para garantir grande parte do sucesso. A inovação é justamente a ambientação quase que cenográfica, que pode ser criada. De fato, o estímulo aos cinco sentidos que os empresários podem oferecer e que os clientes, mais exigentes e perceptivos, querem ter e pagam por isto. Temos que ter responsabilidade de elaborar projetos palpáveis que possam dar aos empresários do *fitness* o retorno mais rápido possível de seu investimento”, resume Prizskulnik. 





ASSOCIADO

# ACAD Brasil

## AGORA É

MEMBRO DA

# IHRSA\*

### E conta com todos esses benefícios:

Desconto nos Congressos  
Newsletter quinzenal em Português  
Blog em Português

PDF do Latin American Report  
Acesso completo à área exclusiva no  
Website e App da IHRSA

\*Categoria Bronze

E **Membro Platinum**, além dos benefícios acima, poderá participar do Programa Passaporte, receber publicações impressas, infopacks e muito mais, pagando uma anuidade de apenas USD 100.

**Ainda não  
faz parte?**

### Informações:

21 2493-0101 .  21 96445-5939  
atendimento@acadbrasil.com.br



Associação Brasileira de Academias . [www.acadbrasil.com.br](http://www.acadbrasil.com.br)

### Academia Parceira

No último dia 24 de abril, o deputado **Nelson Marquezelli** fez um pronunciamento na Câmara dos



Deputados, em Brasília, sobre o Projeto de Lei nº 9.539/2018 batizado de “Academia Parceira”, de sua

autoria. O PL tem por objetivo permitir que profissionais das áreas de saúde, beleza e bem-estar prestem seus serviços dentro das academias, aproveitando a clientela e os espaços já existentes, ampliando as oportunidades de trabalho e ofertando à população serviços mais completos.

“Hoje em dia, as academias não só oferecem atividades físicas e esportivas. O conceito *wellness* prevê uma gama de serviços mais abrangentes, os quais podem ser prestados por massoterapeutas, médicos, esteticistas, fisioterapeutas ou ainda pelos próprios profissionais de Educação Física. Até mesmo cabeleireiros e manicures poderão se enquadrar neste diploma legal”, disse **Ricardo Abreu**, diretor jurídico da ACAD Brasil e idealizador da proposta da Academia Parceira.



Em alguns casos, já é uma realidade que esses profissionais atuem recebendo por percentual em contratos de academias, o

que ainda pode causar muita confusão na relação trabalhista, gerando insegurança ao empresário e falta de oportunidade aos trabalhadores. O PL “Academia Parceira” pretende sanar tais problemas.

“Com todo cuidado verificamos e adequamos o texto para que tal proposta não se configure flexibilização e enfraquecimento dos direitos trabalhistas, mas sim adequação para gerar maiores e melhores oportunidades de trabalho. Empreendedores mais seguros vão oportunizar cada vez mais chances de profissionais prestarem seus serviços e serem melhor remunerados por seu próprio esforço”, concluiu Marquezelli, que em seu discurso na Câmara solicitou apoio e aprovação do projeto Academia Parceira, o quanto antes.

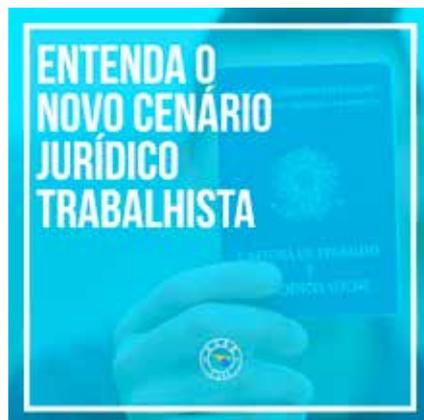
### Campanha ACAD é Sua cria selo para academias

Criada pela agência DuoVozz, a campanha “ACAD é Sua” tem como objetivo promover a Associação, nacionalmente, por meio das redes sociais, e torná-la ainda mais forte no segmento. Uma das artes desta criação foi um selo especial, desenvolvido para ser usado nas peças de comunicação da ACAD Brasil e das academias que quiserem ser reconhecidas, pelo público em geral, como academia-associada.



Selo para academias-associadas

“A internet conta atualmente com excesso de informações e, por isso, é fundamental segmentar ao máximo o público com o qual se pretende interagir, para que o conteúdo ‘converse’ de forma natural e eficiente com ele. Para 2018, baseamo-nos na premissa:



trazer o público certo para as mídias sociais da ACAD Brasil e torná-la referência em comunicação atualizada, com informações do setor em primeira mão. Conteúdo bom gera relacionamento, que gera resultado, seja comercial, associativo ou de parcerias”, disse João Riva, da DuoVozz. 

# REVOLUCIONE A GESTÃO DA SUA ACADEMIA

GESTÃO DE ACADEMIAS:  
ESTRATÉGICO, TÁTICO E OPERACIONAL



**FITNESS  
BRASIL**  
EDUCAÇÃO  
EXECUTIVA

**ACESE E SE  
INSCREVA!**

- Formando os maiores líderes do setor;
- 80 horas de curso;
- Local: sede da Fitness Brasil em São Paulo.



# SEUS ESTAGIÁRIOS E FUNCIONÁRIOS ESTÃO PROTEGIDOS?

**Seguro para estagiário é obrigatório.**

A ACAD Brasil oferece contrato da  
Porto Seguro por apenas R\$ 2,50/vida/mês.

**Exclusivo para associados ACAD Brasil.**

**Ainda não  
faz parte?**

**Informações:**

21 2493-0101 .  21 96445-5939  
atendimento@acadbrasil.com.br



Associação Brasileira de Academias . [www.acadbrasil.com.br](http://www.acadbrasil.com.br)

## PATROCÍNIO MASTER



br.matrixfitness.com



The Wellness Company

technogym.com



gympass.com

## Patrocinadores



newfitness.com.br



lifefitness.com.br

## Apoiadores



fitnessbrasil.com.br



w12.com.br

## Membros



casadofitness.com.br



metodologiagb.com.br



listenx.com.br



doinadvogados.com.br



ppa.com.br



floty.com



vedovatipisos.com.br



www.arquiteturafitness.com.br



A diferença é que a gente se envolve!



Sistema de Gestão para Academias

www.pactosolucoes.com.br



www.leveros.com.br

# CONQUISTE NOVOS ALUNOS CORPORATIVOS E AUMENTE SEU FATURAMENTO SEM NENHUM CUSTO

Para saber mais,  
envie um e-mail para  
[vendas@gympass.com](mailto:vendas@gympass.com)



Dentro dos seus programas de qualidade de vida, diversas empresas oferecem o Gympass como um benefício aos seus colaboradores



Cada colaborador que adere ao Gympass pode acessar todas as academias parceiras, quando e onde preferir



As academias recebem novos alunos corporativos e são remuneradas por utilização

# MATRIX

## MX4 TRAINING SYSTEM

INSPIRE SEUS ALUNOS.  
ENTREGUE RESULTADO.  
AUMENTE SUA RECEITA.

Traga o Sistema de Treinamento MX4 para suas instalações para gerar receita com uma experiência de treinamento em grupo totalmente única que atrai, envolve e fideliza os entusiastas do fitness como nenhum outro sistema de treino.

Somente o MX4 combina equipamentos exclusivos da Matrix e um programa original para treinar cardio, potência, força e resistência em uma estrutura exclusiva de multimodalidade orientada a resultados.

**Diferencie sua academia com o MX4!**



# MX4