

83

ACAD

Revista

BRASIL



Ano 20 - 4ª edição - novembro 2018 - Nº 83

ACAD reúne lideranças do *fitness* em debate sobre o futuro do setor

✦ BRASIL É O 5º PAÍS MAIS SEDENTÁRIO: OPORTUNIDADE? ✦ EUA ATRAI MULHERES PARA ACADEMIAS ✦ VITÓRIA: AÇÃO DA ACAD VETA USO DE MANUAL DA ANVISA

SHIFT TO REAL RIDING



SKILLBIKE™

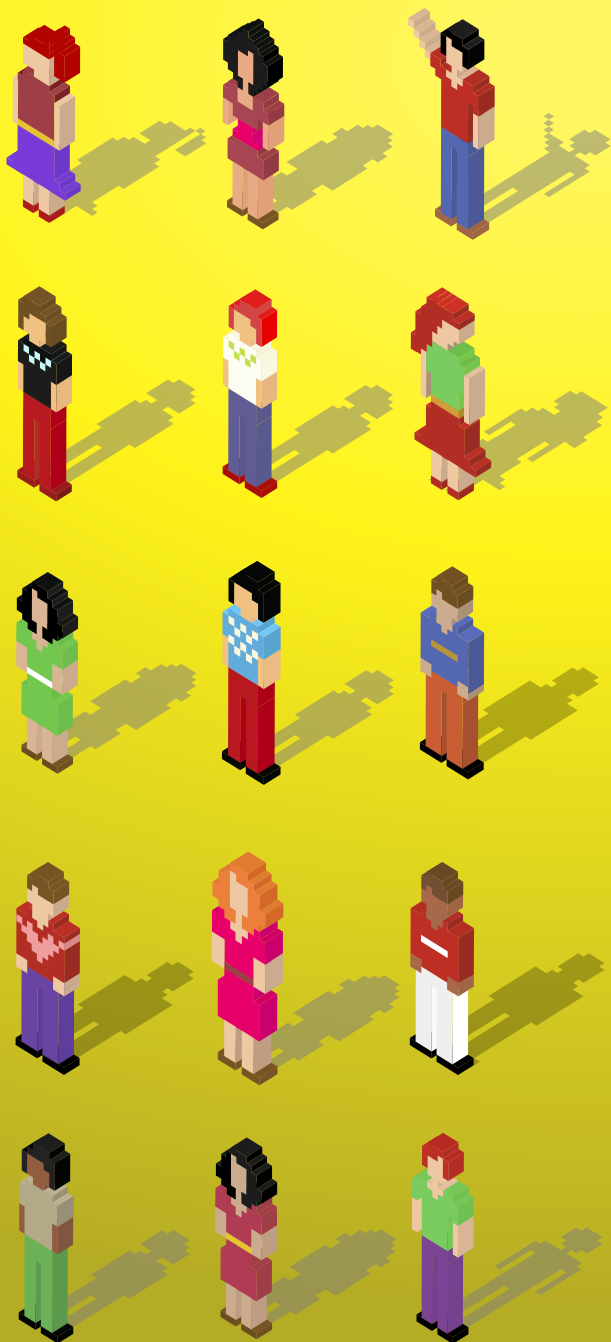
A SKILLBIKE™ é a nova e revolucionária bicicleta ergométrica desenvolvida pela Technogym. Criada em colaboração com ciclistas campeões utilizando o método SKILLATHLETIC TRAINING, a SKILLBIKE™ oferece aos ciclistas profissionais e entusiastas do ciclismo uma experiência com a emoção e os desafios do ciclismo ao ar livre num ambiente interno.

Integrado com Garmin, Strava e Zwift | technogym.com/skillbike

Conheça nossas soluções. Fale com nossos consultores: 0800 600 6070



The Wellness Company



ACAD Brasil & getnet[®]

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



GUSTAVO BORGES

Formado em Economia pela Universidade de Michigan, EUA. Empresário e palestrante. 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.

Não é de hoje que os empresários do *fitness* sofrem com a excessiva regulamentação sobre o setor, com a enxurrada de projetos de lei propostos sem critério para impedir a legítima prática de nossas atividades, com a falta de incentivos por parte do Estado. O cenário atual não é diferente. O que temos de novo agora é a força do associativismo mostrando que somos capazes de vencer esses obstáculos para fazer crescer nosso mercado.

Com tanto e incansável trabalho, também devemos comemorar nossas muitas vitórias: passamos a ter voz no Congresso Nacional – com direito a evento promovido pela Associação –, inutilizamos o manual de instruções da ANVISA até então usado para fiscalizar as academias e até multá-las de forma arbitrária, trouxemos mais de mil empresários para dentro da ACAD, aumentamos nossa representatividade nacional, com mais força também nos estados.

Nem de longe vencemos todos os desafios. Ainda há muito trabalho a ser feito, mas olhando para a força que esta Associação vem ganhando, teremos inúmeras vitórias a comemorar, e cada vez mais.

Em defesa do setor, em prol da livre iniciativa do nosso mercado, para que os negócios de academia se desenvolvam economicamente, convocamos todos os mais de 34 mil empresários do *fitness* brasileiro a se juntarem a nós nessa Associação.

Um abraço,

Gustavo Borges

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 / 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.

Vitória ACAD! Nesta edição destaco com orgulho o tema da coluna Academia Legal que é fruto de um trabalho incessante do nosso Presidente, da equipe jurídica da ACAD e de alguns empresários-associados. Conseguimos “blindar” o nosso mercado em relação ao manual da ANVISA que tanto prejudicava as atividades das academias, uma leitura que nos faz perceber que ações como essas revelam a importância da união associativa.

E o setor do *fitness* tem sim o que comemorar! Em nossa matéria de capa, mostramos mais um dos eventos promovidos por essa Associação, em benefício do mercado e em prol dos empresários que o mantêm. Casa cheia: cerca de 200 pessoas, de vários Estados brasileiros – além das presenças internacionais –, estiveram presentes no debate *Os caminhos do mercado do fitness no Brasil e no mundo*, mediado brilhantemente pelo jornalista Ricardo Boechat e organizado pela ACAD Brasil. Um sucesso!

Na coluna Ideias e Negócios, a pesquisa publicada pela OMS aponta que o Brasil é o quinto país mais sedentário do mundo e na América Latina, apresenta o maior índice de sedentarismo – 47% da população não praticam atividade física suficiente para se manter saudável. Nosso mercado enfrenta este desafio: o que fazer para reverter esse quadro? Fomos ouvir profissionais do setor

de *fitness* para saber quais as oportunidades frente a esse cenário. Esta matéria também aponta que as mulheres brasileiras são mais sedentárias que os homens, o que nos levou a reproduzir uma reportagem da revista internacional, CBI, com exemplos bem-sucedidos de academias que apostaram no público feminino para aquecerem seus negócios.

Muito mais nas próximas páginas – dicas sobre formas de mensurar os resultados de sua academia, com indicadores de desempenho e de satisfação do cliente, um estudo do American College Sports of Medicine apontando o uso do atestado médico como inadequado, argumento também defendido por esta associação, além da entrevista nas Páginas Azuis com o americano Jim Worthington, que nos revela ações assertivas que podem servir de inspiração para o mercado brasileiro.

Mais uma vez, dedicamos essas páginas aos empresários do *fitness* que fazem do nosso negócio uma potência do setor produtivo brasileiro.

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:** Edgard Corona (*Bio Ritmo/Smart Fit*) – **DIRETORES:** Ailton Mendes (*Academia AMS Company*) – Daniel Figueiredo (*Grupo Bodytech*) – Filipe Gaudêncio (*Academia Korpus*) – Marcelo Ferreira (*Personal Acqua Center*) – Richard Bilton (*Cia Athletica*) – **CONSELHO FISCAL:** Felipe Malburg (*Academia Gustavo Borges*) – Jorge Lellis (*Academia Vibração*) – Taner Verçosa (*Cagin Clube*) **STAFF:** Andrea Rodrigues (*Gestora*) – **EDITORA-CHEFE:** Maria José Dale – **REDAÇÃO e EDIÇÃO:** Lilia Giannotti
PROJETO GRÁFICO: 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: acad@acadbrasil.com.br

Site: www.acadbrasil.com.br



/acadbrasil



acadbrasil

Destaques

Capa: Empresários lotam debate da ACAD

Associação reúne lideranças do setor para traçar caminhos

Ideias & Negócios

Brasil é quinto país mais sedentário do mundo

Páginas Azuis

Entrevista com Jim Worthington

10



23



30



IHRSA

EUA aposta no público feminino para aquecer negócios

32

Academia Legal

ACAD conquista mais uma vitória: veto ao uso do manual da ANVISA

38

Mercado & Tendências

Novos indicadores para medir satisfação de clientes

42

Circuito ACAD

Eventos do setor, pesquisas internacionais e muito mais sobre o *fitness*

46

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



Associação Brasileira de Academias . www.acadbrasil.com.br



ACAD REÚNE LIDERANÇAS DO SETOR PARA TRAÇAR NOVOS CAMINHOS

Empresários lotam debate promovido pela Associação durante maior evento de *fitness* da América Latina

Nos últimos anos, os empresários que se associaram à ACAD, junto com a diretoria, representantes regionais em vários Estados do país e equipe técnica da associação têm trabalhado incansavelmente para enfrentar questões de natureza jurídica, regulamentações excessivas, problemas comuns ao setor, além de agirem para o desenvolvimento do *fitness* brasileiro.

Conquistas recentes – como um seminário realizado pela Associação dentro do Congresso Nacional – corroboram com a decisão assertiva destas lideranças do *fitness* em se organizarem em defesa do setor. Nesta esteira, a ACAD tem promovido eventos, *workshops* e palestras reunindo profissionais e gestores do segmento, como foi o debate *Os caminhos do mercado do fitness no Brasil e no mundo*, realizado dentro do maior evento de *fitness* da América Latina.

O presidente Gustavo Borges fez a abertura agradecendo a adesão ao evento dos mais de 200 associados, as presenças internacionais dos americanos Jim Worthington e Joe Moore, da alta cúpula da IHRSA, além das lideranças regionais, de parceiros, patrocinadores e de outros profissionais do segmento de academias. “Só com a força dos associados, que participam da construção contínua do nosso setor, é que conseguimos andar para frente, mantendo tantas conquistas. Precisamos de cada vez, mais empresários junto conosco, para viabilizar nosso trabalho de preservar e fazer valer o livre mercado e a livre iniciativa. Essa união é decisiva para a força da nossa indústria”.

Em 2013, o jornalista Ricardo Boechat mediou uma mesa de debates que reuniu representantes do setor na IHRSA Fitness Brasil. Um ano depois, foi convidado novamente para fazer uma mediação e ao final do evento, o jornalista declarou que teria observado que, de um ano para o outro, os empresários à frente das academias ainda debatiam os mesmos problemas, o que levava a crer que nada havia sido feito naquele último ano.

Para o debate da ACAD, realizado em agosto de 2018, Ricardo Boechat foi

convidado a mediar os empresários Leonardo Pereira, Toni Gandra, Edgard Corona, Richard Bilton e Luiz Urquiza.

“É uma oportunidade poder mediar pela terceira vez executivos deste setor e posso atestar, que depois de alguns anos, vocês avançaram, o que é inegável, no sentido da união de esforços, racionalização de pautas e definição de prioridades. Essa nova musculatura que a Associação está conquistando permitirá que esta indústria possa lidar com um Estado completamente fora de controle, dominado por corporações funcionais e por quadrilhas políticas”. Esta foi a fala inicial de Ricardo Boechat, que de imediato propôs uma reflexão de todos e a resposta de cada um dos debatedores sobre a posição do mercado brasileiro de *fitness* frente ao *ranking* mundial, em termos de taxa de penetração e faturamento.

Ricardo Boechat: “Qual o diagnóstico para esse quadro?”.

“A taxa de penetração do Brasil é de menos de 5%, mas vem crescendo, ainda que timidamente, nos últimos anos. Olhando um pouco para Europa, que como continente é um mercado mais diversificado, encontramos taxas semelhantes, a exemplo da Itália, com 5,2%. Mas estou confiante de que esse quadro tende a crescer, talvez não chegaremos tão cedo à realidade dos países nórdicos – onde as taxas chegam a 20% – até porque lá, há políticas de incentivo para as academias e conscientização da popula-



ção sobre a importância da prática de atividade física. Ainda assim, acredito que estamos no caminho”, **Leonardo Pereira**.



“O meu olhar, talvez seja otimista demais e até sonhador, mas acredito que se a gente colocar as atividades do setor como algo mais amplo, de saúde, prevenção, bem-estar, e os nossos negócios entregarem além do preparo físico, envolvendo também a parte ‘psico’ e social, essa taxa pode chegar a algo em torno de 30%. Tem a ver com a entrega que podemos e queremos fazer”, **Toni Gandra**.

“Eu não sou tão otimista como o Toni... o que impacta em nosso setor, e em tantos outros, é sair de 12 para mais de 24 milhões de desempregados (aqui considerados, pelo IBGE, os que estão sem emprego ou com sub

trabalhos), uma renda média declinante, um custo de montagem de academia e de operação muito acima de qualquer país do mundo, o que se traduz em uma mensalidade maior. Nos Estados Unidos, o custo de locação é de 7 Dólares o metro quadrado, além de um tributário bem menos oneroso, um regulatório mais simples. Aqui nós temos 67 mil deputados e vereadores, nós monitoramos mais de 130 projetos de lei que incidem diretamente sobre as atividades das academias. E essa burocracia se traduz em mais custo para o cliente. A gente só vai conseguir aumentar o mercado se der para cuidar bem do cliente, mas por enquanto, gastamos metade da nossa energia para cuidar de burocrata, e não da saúde das pessoas que deveríamos cuidar”, **Edgard Corona**.

“O que vemos no exterior é que a penetração é maior, quando a renda média da população também é maior. No Brasil, temos famílias com problemas para pagar as contas básicas de sobrevivência. O percentual dos brasileiros que podem pagar uma academia acaba ficando em torno do que se reflete na nossa atual taxa de penetração. Mas eu também sou otimista. Há dez anos, era inimaginável que se montassem academias em determinadas praças. Hoje, temos academias em comunidades, em bairros pobres e em todas as regiões do país. Nos últimos anos, a taxa de penetração dobrou e eu acho que isso vai acontecer novamente. O Brasil tem 17% das academias, em termos globais, e 5% dos clientes do mundo. Temos toda capacidade

Luiz Urquiza

CEO da rede Bodytech, que opera com duas marcas de academias e tem hoje 103 unidades instaladas, sendo 59 sob a marca Bodytech e 44 sob a marca Fórmula.

Toni Gandra

Fundador da Ecofit Club, primeira academia ecológica do Brasil. O empresário apostou na sustentabilidade como conceito e está certo de que esse é um modelo de negócios de sucesso. A Ecofit inaugurou sua primeira franqueada, já com bons resultados.

Edgard Corona

À frente do Grupo Bio Ritmo/Smart Fit. Maior rede de *fitness* da América Latina, atualmente, com 570 academias e faturamento de cerca de R\$1,8 bilhão. Corona é engenheiro químico de formação.

pronta, infraestrutura e técnica, mão de obra para operar, só nos faltam os incentivos para crescer e um período próspero”, **Richard Bilton**.

“O maior retorno de crescimento do setor, no mundo todo, é crescimento de emprego e renda. Quando a renda e o emprego crescem, o *fitness* cresce. Por isso é que em 2015 e 2016, foi um desastre, a queda, em Real, no faturamento, foi de 9%, reflexo justamente da crise e do desemprego. Mas há questões que poderiam fomentar o mercado, como a lei que foi aprovada recentemente no Congresso norte-americano, que considera dispêndios de prevenção à saúde para fins de benefícios fiscais, ou seja, você pode declarar a mensalidade da academia no imposto de renda”, **Luiz Urquiza**.

Ricardo Boechat: “Mas temos caminhos para vencer esse quadro? Neste sentido, qual é a pauta da Associação, com ações para os próximos meses?”.

“O primeiro passo é bloquear a legislação que impede a plena atividade do setor e impedir novas regulamentações que possam atrasá-lo. O segundo ponto, que o mercado já vem fazendo, é melhorar a entrega, diversificar serviços, preços, perfis. Há cinco anos, as seis maiores empresas representavam 10% do *market-share*, em termos de faturamento. Hoje, elas representam entre 25 e 30%, o que traz impacto na coletividade, do ponto de vista do pequeno negócio”, **Luiz Urquiza**.

“Apesar da crise, a tendência é crescer. E o modelo *low cost* vai contribuir para que o Brasil aumente sua taxa de penetração, ainda que timidamente, num primeiro momento. Os empresários devem prestar muita atenção no que o cliente quer: uns querem malhar de madrugada, outros procuram uma academia segmentada. Temos que atender os desejos dos clientes”, **Richard Bilton**.

“Como o país é jovem, acho viável estabelecer uma meta, uma vez que estamos ainda muito aquém do que temos condições de fazer quanto a crescimento de mercado. Falamos muito em taxa de penetração, mas o ideal é que façamos essa relação com o PIB. Em 2016, o nosso mercado caiu mais do que o PIB, o que significa dizer que, relativamente, nós perdemos importância em relação ao Produto Interno Bruto (hoje, as academias representam cerca de 0,40% do PIB). Nossa meta deve ser crescer acima do PIB, não podemos nos conformar em ter um desempenho pior do que o da crise”, **Luiz Urquiza**.

Ricardo Boechat: “A Rocinha – maior favela do Rio de Janeiro – tem hoje cerca de 120 mil habitantes. Quantas academias funcionam na comunidade? É possível viabilizar um bom negócio, seguro e rentável apostando nesse público? O modelo cultural em que a juventude se espelha, independentemente do nível socioeconômico, é um modelo que valoriza a condição física. Isso pode ser um apelo favorável?”.

Richard Bilton

Presidente da rede Cia Athletica, com mais de 30 anos de funcionamento. Bilton é administrador de empresas pela Fundação Getúlio Vargas e um especialista no mercado de *fitness*. Desde o início da ACAD, esteve presente na associação. Foi representante do Brasil no *board* da IHRSA.

Leonardo Pereira

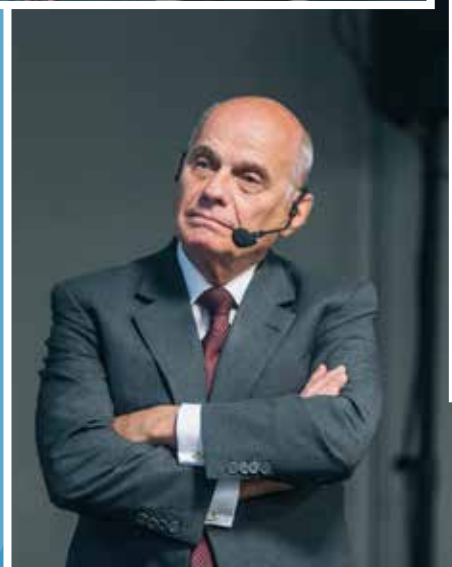
Jovem empresário (39 anos), à frente da Selfit Academia. Administrador de empresas, foi diretor de operações em uma multinacional e executivo do mercado financeiro. Hoje, está à frente de uma rede de academias, com 42 unidades, em 13 estados brasileiros.

“Sim. A imprensa já fez reportagens nas academias da Rocinha. Elas estão lá. Esse mercado consumidor existe e não é pequeno. É um perfil, que depende de conhecimento e aposta. Um aspecto importante para o qual devemos olhar é o fato de que os números sobre o mercado brasileiro não são exatos. Os levantamentos são feitos com base nos dados de registro no CNPJ e nas declarações de empresários. Mas tem academia que nunca foi visitada. As que ficam nas comunidades, como as da Rocinha, provavelmente não estão computadas. O mercado, em termos de movimento e faturamento, provavelmente não está contabilizado dentro da realidade”, **Richard Bilton**.

“Temos um outro problema: o percentual de praticantes por faixa etária não está crescendo. O crescimento do setor no Brasil se deve, principalmente ao movimento das *low cost*. Mas a geração nova, a maioria dos jovens, não treina. Eles preferem ficar no celular e na Internet. Acredito que teremos dificuldade de crescer o nosso mercado, se não conseguirmos incorporar o hábito de frequentar uma academia nas crianças até os doze anos de idade. O exercício precisa fazer parte da rotina. O mercado vai crescer. Seja pelo aumento de ofertas, por produtos diferentes, pequenas academias, estúdios de *cross-fit*, ou de pilates... Quando aumentamos a oferta de serviços segmentados, pensando no cliente, trazemos para dentro do nosso mercado pessoas que antes não se adaptavam ao modelo de academia oferecido. Mas agora, elas têm opções”, **Edgard Corona**.

“Mas como fazemos para quem nunca treinou passar a treinar? Como criamos produtos e serviços compatíveis com a demanda tanto dos jovens – que desejam diversão e tecnologia – quanto do público da terceira idade, que também deve ser observado, uma vez que a expectativa de vida só aumenta? É também para isso que precisamos olhar”, **Luiz Urquiza**.

“Tudo bem que precisamos olhar para todos os fatores externos, políticos, econômicos, re-





gulamentadores, a concorrência com *games* e celulares, mas temos também que olhar para dentro. Cada empresário reparar em seu próprio negócio e se colocar como protagonista do bem-estar, promotor de saúde preventiva, caminhando em paralelo à classe médica e aos fisioterapeutas, entendendo nosso empoderamento no setor da saúde, vamos poder conquistar clientes e mantê-los de forma acolhida. Eu entendo que o futuro do bem-estar é o *fitness*. Temos um entrave também na questão do acesso ao crédito. Quando eu penso em crescer e vejo as taxas de juros, piso no freio. No nosso caso, optamos por outros modelos econômicos para viabilizar a expansão, como a franquia. Mas não ter incentivos afeta a decisão de investir, isso para muitos empresários brasileiros”, **Toni Gandra**.

“A questão da renda impacta fortemente o nosso negócio. O IGPM (Índice Geral de Preços do Mercado) foi de 8,4%, nos últimos doze meses, isso acaba com as empresas. Eu estive conversando com um consultor novaiorquino que analisou o mercado brasileiro de academias e ele ficou impressionado com o nível de tropicalização, como os negócios no Brasil têm características tão diferentes das do restante do mundo. Isso precisa ser visto”, **Leonardo Pereira**.

Ricardo Boechat: “O mercado de *fitness* no Brasil tem um faturamento da ordem de R\$ 7 bilhões. Está longe de ser um setor depauperado. Uma cifra como esta não costuma aparecer nos balanços de muitos setores da economia. O que o *fitness* nacional tem feito, tendo esse peso econômico, para expandir os seus próprios horizontes? Há ações de comunicação, como campanhas coletivas de mobilização e conscientização da sociedade, por exemplo?”.

“Se formos analisar, há menos de dez anos, nem existiria um debate como este. A ACAD,

nos últimos três anos mudou completamente de perfil e potencializou suas ações. E todo esse esforço é justamente com esse intuito de trabalhar para o setor e em prol do desenvolvimento do *fitness*, em todo país. O que precisamos agora é mobilizar ainda mais. No Ministério da Fazenda, as atividades das academias são jogadas na categoria 'outros', como se não tivéssemos um segmento definido, e sempre com a incidência das tarifas mais altas. O que estamos tentando é justamente nos unir para ocupar nosso espaço”, **Richard Bilton**.

“Nos últimos anos, a ACAD passou a ser mais representativa, com atuação junto ao Congresso, força nas ações parlamentares e de políticas públicas, mas ainda estamos atuando como um goleiro, defendendo a rede para não levar gols. A próxima etapa para crescermos como Associação e como setor, deverá ser uma estratégia para engajar as pessoas para que elas se tornem ativas. Isso dependerá de comunicação e de envolvimento dos governos em instâncias regionais e federal, escolas públicas e particulares, classe médica e outros profissionais da saúde, em ações onde a ACAD aja não na defesa, mas de forma propositiva. Não só como goleiro, mas também como atacante”, **Luiz Urquiza**.

“Nós precisamos trabalhar para encher a casa. Casa associado deve assumir o compromisso de trazer pelo menos mais um associado. Dessa forma, ao invés de termos 1.200 empresários representando e falando por mais de 34 mil, teremos pelo menos 2.400, com tendência a crescer cada vez mais. Porque é uma luta diária. A diretoria, com ajuda e participação de empresários que fazem parte da ACAD, atua junto à FIRJAN, à FIESP e a uma série de outras entidades, trabalhando nas normas da ABNT para impedir que ter piscina nas academias seja inviável, por exemplo. Mas precisamos de mais empresários nessa luta”, **Edgard Corona**.

“A ACAD também já está estudando como viabilizar cursos e treinamentos voltados para o setor, para levar, por meio da educação, um maior desenvolvimento aos gestores do *fitness* brasileiro. Isso também é nossa pauta”, **Toni Gandra**.

“Acredito que o movimento da ACAD deve, a partir de agora, ser mais agressivo, no sentido de comunicar e convocar a sociedade. Podemos pensar em estratégias como o Let's Move, movimento criado nos Estados Unidos, originalmente para combate do abuso da indústria alimentícia, cujo maior aliado passou a ser o setor de academias. Essa campanha aumentou



em mais de 2% a taxa de penetração naquele país”, **Leonardo Pereira**.

Para finalizar o debate, Ricardo Boechat, fez uma pergunta, com humor e extrema objetividade, cobrando posições dos debatedores: “na linha dos debates presidenciais, cada um terá um minuto para responder o que vai fazer na próxima semana para alcançar melhores metas para a Associação. Não vale fazer promessa vazia como os candidatos”.

“Eu acredito na coalisão. Por isso, para semana que vem, será necessário aumentar o número de

participantes da ACAD e para isso, uma das ações poderá ser a promoção de eventos como este debate. Para a próxima semana, precisamos de uma agenda positiva e transformadora”, **Leonardo Pereira**.

“Vou sair daqui e investir um pouco de tempo para ver mais de perto a questão política, porque a gente precisa, cada um de nós empresários, se envolver com ela. Conversar com três ou quatro clientes, porque os ouvindo, podemos atendê-los melhor e é isso que vai nos levar ao futuro. Também vou falar com dois ou três colegas proprietários de academias para trazê-los para a ACAD”, **Toni Gandra**.

“A agenda é essa: aumentar a representatividade e para isso, vamos gastar sapato, visitar outras academias, trazer esses empresários para a Associação. Tirar deles esse sentimento ‘se já está funcionando, eu não preciso me engajar’. Esse é um sentimento sem-vergonha de nós brasileiros. Custa R\$ 100,00 por mês para se associar e contribuir com o setor. Temos menos de 10% de empresários na casa. Isso é pouco. Muito pouco”, **Edgard Corona**.

“A Associação está mostrando cada vez mais resultados, então não é difícil convencer um amigo empresário de trazer a academia dele para a ACAD. Vamos concentrar nossos esforços nisso, na próxima semana, como uma meta de curto prazo”, **Richard Bilton**.

“Com o boné da Associação, o desafio é aumentar a base, convocar outros empresários, alinhar os objetivos e o foco. E com o chapéu de gestor de academia, o desafio é investir em tecnologia, para que tenhamos ganho em produtividade e para combater a ineficiência, investir no engajamento do seu time e dos seus clientes, já que essa atividade tem o privilégio de ter o ser humano como algo insubstituível. E perseverar, porque estamos em um negócio com grandes perspectivas de crescimento”, **Luiz Urquiza**.





Ricardo Boechat

O jornalista Ricardo Boechat, convidado pela Associação para mediar o debate da indústria do *fitness*, concedeu entrevista para a equipe da Revista ACAD, publicada nas próximas páginas.

Você mediou um debate entre lideranças do *fitness* em 2013 e no ano seguinte também. Essa é sua terceira vez. O que mudou?

O cenário que eu encontro aqui, representando o setor, é completamente diferente daquele que

deixei há três, quatro anos. Quer seja do ponto de vista da percepção do desenvolvimento do setor no discurso, na ação política, na organização, quer seja no crescimento que a Associação registrou em sua base de associados, e, portanto, de sua representatividade, como voz legítima do setor. O *fitness* brasileiro acordou para im-

portância da soma de força, da racionalização de esforços. Já que a natureza do problema é a mesma para a maioria dos empresários, é preciso ter uma agenda comum, para permitir que a luta junto ao Estado brasileiro – que da forma como está constituído é quase um inimigo – possa ser ganha. Toda a sociedade precisa se organizar para defender seus interesses. O que a Associação vem fazendo, como grupo setorial, é isso: juntar forças para enfrentar os problemas comuns e defender legitimamente a realização de suas atividades.

Qual a mudança mais forte?

Há três anos, os discursos já eram corretos, mas não coincidentes na prática. Os empresários já sabiam o que precisavam fazer, como representantes do setor, mas não faziam. Isso avançou muito. Não à toa o mercado ganhou representatividade, com voz ativa até no Congresso. É preciso montar uma representação parlamentar, estar presente nas instâncias públicas, ocupar espaços para marcar presença e defender o setor.

Qual o maior entrave do setor produtivo?

Os empresários brasileiros – e isso também ficou claro no que diz respeito ao setor de *fitness* – reclama de uma regulamentação descabida, que muitas vezes impede a realização das atividades econômicas produtivas. É um excesso do Estado sobre as empresas e os setores. O Estado trata as pessoas como incapazes de tomar conta de suas próprias vidas, então você é obrigado a votar, é proibido de educar seu filho em casa. Ao mesmo tempo é um Estado que não consegue tomar medidas intervencionistas para exigir da população taxas de vacinação compulsória dentro de escolas e de comunidades. Esse enorme grau de interferência na vida das pessoas e das empresas é um grande elemento impeditivo de desenvolvimento da economia, do setor econômico produtivo do país.

Como as pequenas e médias empresas – maior perfil do mercado nacional de *fitness* – podem se defender do atual momento?

Ouçó falar que o Brasil vive uma crise ética. Não concordo. Quem vive um colapso ético é o Estado brasileiro, são os agentes públicos, as corporações funcionais. O povo continua acordando cedo para trabalhar e ainda não tem nenhum serviço de qualidade em troca. O empresariado faz parte dessa sociedade produtiva, que emprega, que não tem qualquer benefício público, pelo contrário, só regulamentações absurdas. Pagamos a maior carga tributária sobre PIB do mundo. Então, alguma coisa está fora da ordem. Somos 208 milhões de reféns.

Vejo dois caminhos que podem ser trilhados simultaneamente: atuar nos campos de interesse de forma a pressionar esse Estado. Cada entidade isoladamente tem que fazer esse pacto, em nome do seu próprio setor e em defesa da sociedade. O outro caminho é dentro da própria área de atuação. Empresários do *fitness* – de empresas de todos os portes – precisam tomar consciência de que devem trabalhar arduamente para desenvolver não só sua empresa, mas o setor, somando esforços. E que faça o seu dever de casa enquanto negócio: melhorar atendimento, ouvir seu cliente, apostar em um bom pós-venda, investir em pessoal, em inovação, em tecnologia, cumprir suas obrigações fiscais.

No Brasil, apenas 5% da população está nas academias. Como tirar as pessoas do sedentarismo?

Comunicação é uma das respostas, as pessoas precisam ser sensibilizadas sobre o quanto a

prática da atividade física pode ser preventiva na questão da saúde. Uma saída é a realização de campanhas em massa. Também é preciso democratizar o acesso, com preços mais baratos, com diversificação de serviços. Não sei se o setor está com os pés no chão lidando com a realidade econômica que o país enfrenta. São cerca de 24 milhões de pessoas sem emprego. Essa realidade terá que ser enfrentada com políticas de

preços, ofertas segmentadas, com fracionamento do pacote, distribuição geográfica do serviço e criatividade por parte dos empresários. Paraisópolis tem mais de 40 mil moradores. Rocinha mais de 120 mil. Essas comunidades estão no radar do *fitness*? Pode se uma opção de negócio a ser pensada. Num setor que depende do movimento físico para sobreviver, a única coisa que não se pode fazer é ficar parado.

ACAD é ponto de encontro na IHRSA Fitness Brasil



Centenas de pessoas visitaram o espaço da ACAD para receber um kit – com revistas, ficha de adesão à Associação, e informativos para associados e interessados – ou fazer *networking* com lideranças e profissionais do setor de *fitness*. Diretores da ACAD, representantes regionais de vários estados, parceiros, fornecedores e proprietários de academias de todo o país prestigiaram o espaço, especialmente montado para re-

Desde a primeira edição da IHRSA Fitness Brasil, a ACAD tradicionalmente participa deste que é o maior evento do setor, na América Latina. Este ano, não foi diferente! Além de o debate comandado pelo jornalista Ricardo Boechat, que reuniu lideranças e gestores à frente de academias de todo país – e que contamos como foi aqui a partir da página 10 – a Associação marcou presença no evento também com um estande, situado bem na entrada da feira.



ceber quem, diariamente, trabalha em prol do desenvolvimento dessa indústria.

“Nosso estande é um espaço de convivência, um verdadeiro ponto de encontro, onde muitos dos nossos associados marcaram para beber um café, reencontrar amigos de outros estados, para conversar sobre o setor, antes mesmo de entrarem para visitar a feira ou subir para assistir as palestras e *workshops*. É nossa tradição receber representantes do *fitness*”, disse Gustavo Borges, presidente da ACAD Brasil.



IMPERDÍVEL!

GARANTA JÁ A ESTEIRA INTEGRITY TITANIUM
LIFE FITNESS COM **PREÇO ESPECIAL!**

R\$22.500,00



APROVEITE TAMBÉM A BIKE IC2 DA CYBEX
NESSA **OPORTUNIDADE ÚNICA!**

R\$3.900,00*



*PAINEL OPCIONAL: R\$430,00.



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

BRASIL É O QUINTO PAÍS MAIS SEDENTÁRIO DO MUNDO

Pesquisa da OMS diz que um em cada dois brasileiros não se exercita o suficiente.

Em setembro de 2018, a Organização Mundial da Saúde - OMS publicou um estudo global ranqueando os países quanto ao sedentarismo. Os dados sobre o Brasil revelados na pesquisa são um alerta para a sociedade: 47% da população não se exercita o mínimo necessário e somos o quinto país mais sedentário do mundo. Trata-se da primeira pesquisa que oferece estimativas sobre a insuficiência de atividade física – considerada um dos principais fatores das doenças não transmissíveis – em um período de 16 anos, de 2001 a 2016.

O quadro é mesmo alarmante, mas pode ser visto como uma oportunidade para os empresários do *fitness*, uma vez que apenas 5% da população brasileira frequenta uma academia. Há um imenso mercado a ser explorado – o que economicamente é um cenário muito promissor. Além da questão econômica, o setor pode encarar o desafio de tirar as pessoas do sofá como uma contribuição para que a sociedade combata o sedentarismo, seja mais ativa e tenha uma saúde preventiva como garantia de bem-estar e qualidade de vida.

“Apesar das inúmeras iniciativas das empresas de *fitness* na diversificação de serviços, modelos de negócio, preços, incentivos em alguns países, maior nível de conscientização de novas gerações, o nível de sedentarismo vem aumentando no mundo,

mesmo nos países desenvolvidos. Segundo a pesquisa, isso é fruto da urbanização, do aumento do uso de tecnologias. Portanto, acredito que esse seja o momento de o setor de academias olhar para este cenário e identificar o potencial que ainda existe para criação de modelos disruptivos que possam diminuir estes índices”, diz Luiz Urquiza.

A pesquisa também mostrou que a ociosidade entre a população brasileira afeta principalmente as mulheres: 53,3% delas não praticam atividades físicas regularmente. Para a OMS, isso indica que “são necessárias medidas para promover e melhorar o acesso das mulheres a oportunidades de atividade física que sejam seguras, acessíveis e culturalmente aceitáveis”.



Diante destes dados, mais uma vez o empresário pode se sentir inspirado a criar serviços e produtos voltados para um público feminino, o que já se mostrou uma opção com bons resultados para os negócios. *(Como pode ser lido na matéria da CBI – publicação internacional – reproduzida nesta edição da Revista ACAD) Ver página 32.*

Segundo Monica Marques, representante nacional da ACAD Brasil, o empresário brasileiro do *fitness* deve compreender que o público com maior potencial de crescimento é aquele que está em casa, no sofá, sem praticar nenhuma atividade física. “Para cada pessoa que frequenta uma academia, há muitas outras fora do nosso mercado. A melhor estratégia não é baixar preços para disputar clientes entre os 5% da população que já praticam exercícios em academias atualmente, e sim criar condições, instalações, programas, aulas e campanhas capazes de trazer para o nosso mercado essa multidão de sedentários. Os países nórdicos europeus fazem isto muito bem, eles hoje já alcançam percentuais em torno de 20% da população ativa fisicamente. Existem vários nichos e tribos cuja segmentação vai além das faixas etárias: pessoas com necessidades, causas e personalidades diversas que não se sentem plenamente atendidas no modelo tradicional de

academia. As grandes oportunidades passam por identificar estas tribos e criar academias e produtos especialmente voltados para elas”.

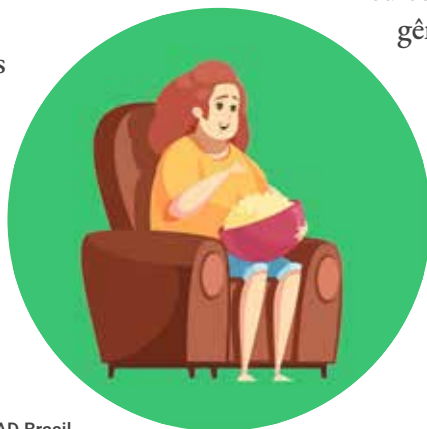
Além da atuação na Associação brasileira, Monica faz parte do Conselho da IHRSA, entidade mundial do *fitness*, e acredita que as

“As grandes oportunidades passam por identificar estas tribos e criar academias e produtos especialmente voltados para elas”

Monica Marques

duas entidades têm papel fundamental nesse desafio. “A IHRSA tem um objetivo audacioso e grande, que é alcançar 230 milhões de praticantes de atividades físicas, globalmente, no ano de 2030. Hoje, no mundo há 160 milhões de praticantes. As academias são o lugar de referência que as pessoas sedentárias buscam para iniciar a sua atividade física, portanto têm e terão um papel crucialmente importante na redução do sedentarismo mundial. Nos EUA, a IHRSA está lutando pela aprovação do PHIT Act, legislação que permitirá ao contribuinte a dedução de suas despesas de atividades física do imposto de renda. No Brasil, a ACAD vem lutando para diminuir barreiras causadas pelo exame médico obrigatório, por normas e exigências sanitárias desatualizadas e por proposituras de legislações que aumentam a burocracia das nossas operações”.

Para Monica, ACAD e IHRSA são associações de academias que têm lutado arduamente para reduzir as



barreiras de acesso ao exercício, sejam elas legislativas, tributárias, regulamentadoras, burocráticas. “O acesso à academia precisa ser fácil. A operação no setor de *fitness* tem

que ser simplificada. Se a academia pagar menos impostos poderá oferecer serviços mais baratos”.

POSIÇÃO MÉDICA

Segundo a Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica - ABESO, a prática regular de exercícios físicos, associada com uma alimentação adequada e o uso prudente de medicações são os pilares do tratamento da obesidade. E em relação aos benefícios do exercício físico alguns detalhes podem fazer toda a diferença.

1. A importância da duração do exercício físico

Está bem estabelecido que o exercício físico aeróbico (corrida, ciclismo, natação, caminhadas rápidas), com uma duração entre 150 a 250 minutos por semana, é suficiente para prevenir o ganho de peso em adultos. Já em relação a perda de peso, ela ficou entre 2 e 3 kg naqueles indivíduos que praticaram 150 a 250 minutos por semana de exercício, e de 5,0 a 7,5 kg para aqueles que praticaram 225 a 420 minutos. Os indivíduos que praticaram menos de 150 minutos por semana apresentaram perda de peso mínima, não significativa, quando comparados aos indivíduos sedentários sob dieta hipocalórica. A quantidade “ideal” de exercício físico adequada para prevenção de reganho de peso após a perda inicial não está estabelecida, utiliza-se a regra prática “mais é melhor”.

2. A importância da intensidade do exercício físico

Estudos recentes com o “exercício intervalado de alta intensidade” têm apresentado excelentes resultados, com melhora no condicionamento físico e maior perda de gordura corporal em relação ao modo convencional. Por exemplo, correr rápido por 1 minuto e, em seguida, andar por 1 minuto, repetindo esses ciclos várias vezes. A premissa de usar esse modo de prática de exercícios é que, embora os episódios de atividade vigorosa exijam maiores adaptações do organismo, devido à sua curta duração e aos intervalos de recuperação que se seguem, mesmo os indivíduos não treinados consigam realizá-lo.

3. Os melhores resultados geralmente são obtidos com a combinação entre exercício aeróbico e resistido.

Embora no curto prazo os exercícios aeróbicos estejam mais associados com a diminuição do peso corporal, nos médio e longo prazos os exercícios resistidos (como a musculação) são imprescindíveis para a perda de peso, pois contribuem para a preservação da massa muscular, o que aumenta o metabolismo basal, ou seja o gasto de energia pelo corpo.

Pequenos detalhes podem fazer grandes diferenças em relação aos resultados obtidos com a prática de exercício físico no tratamento da obesidade. Portanto, ao praticar exercícios valorize a duração, a intensidade e a prática de exercícios resistidos.

Para a médica Maria Edna de Melo, presidente da ABESO, a atividade física deve ser prescrita como um dos pilares da prevenção e do tratamento. “A obesidade é uma doença extremamente complexa e individualmente, cada um tem suas características e suas complexidades. Por isso, é praticamente impossível escolher apenas um tratamento como ideal, que vá beneficiar a todos os pacientes. Neste sentido, é muito importante que a pessoa obesa procure profissionais que possam orientá-lo, sob respaldo científico, para que a escolha da dieta, da medicação (quando necessária) e da prática de atividade seja feita da forma mais adequada. Ainda que não haja uma fórmula mágica, sabemos que a melhor forma de acelerar o metabolismo é fazer exercício físico, e que essa prática reduz a ansiedade – o que ajuda a pessoa a comer menos e a ficar mais equilibrada”.

No ano passado, a Agência Nacional de Saúde Suplementar lançou um manual de diretrizes para o enfrentamento da obesidade, com um capítulo dedicado à importância da prática de atividade física, como um hábito a ser adotado por toda a sociedade.

MAIS SOBRE A PESQUISA DA OMS

Algumas outras informações reveladas pela OMS mostram um quadro ruim em diversas regiões. Segundo a pesquisa, a América Latina é a região do mundo com o

maior índice de pessoas que não praticam atividade física suficiente para se manter saudável, superando o conjunto de países ocidentais de receitas altas, onde em geral se faz menos atividade física que nos de rendas baixas.

“É o momento de o setor de academias identificar o potencial que ainda existe para criação de modelos disruptivos que possam diminuir estes índices de obesidade”

Luiz Urquiza

A Oceania, onde apenas 16,3% da população se exercita pouco, foi a região mais bem colocada. Só foi registrada melhora, contudo, no leste e sudeste da Ásia, onde a proporção de pessoas inativas caiu de 26% em 2001

para 17%, quinze anos depois. A boa notícia se deve principalmente à popularização do hábito de se exercitar entre os chineses.

Os países ocidentais ricos, de maneira geral, apresentaram piora nos níveis de





sedentarismo, que passou de 30,9% em 2001 para 36,8% em 2016.

A OMS tem uma recomendação geral sobre níveis de atividade física por semana: a pessoa deve praticar, no mínimo, 150 minutos em grau moderado a intenso, ou 75 minu-

tos de esforço físico forte. A Organização também aponta que, no mundo todo, uma em cada três mulheres e um em cada quatro homens não praticam atividade física suficiente para manter a saúde, o que representa um quarto da população mundial (ou 1,4 bilhão de pessoas). Esse quadro aumenta o risco de doenças cardiovasculares, diabetes do tipo 2, demência e certos tipos de câncer. A atividade física já é reconhecida como um importante fator promotor de saúde em todas as idades. Indivíduos ativos têm menor incidência de muitas doenças crônicas. Um dos fatores importantes no combate ao sedentarismo é o apoio da classe médica à causa. Para a OMS, uma das ações nessa luta consiste na recomendação da atividade física prescrita, em receita médica.



MONTE A SUA **ACADEMIA**
COM EQUIPAMENTOS PROFISSIONAIS



FINANCIAMENTO PRÓPRIO EM ATÉ **48X**



solicite seu orçamento

Tel: 11 3796-9534
e-m@il- corporativo@kikos.com.br

FOQUE NOS SEUS ALUNOS E DEIXE O TRABALHO PESADO DA COBRANÇA COM A GENTE

ACAD E GETNET, OS PARCEIROS
QUE VÃO DEIXAR SUA ACADEMIA
MUITO MAIS FORTE

A Getnet é o parceiro ideal para a sua academia: são várias opções de máquinas, 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.



4002 4000 e 4003 4000



www.getnet.com.br/sejacliente

Peça já a sua



3G + Wi Fi

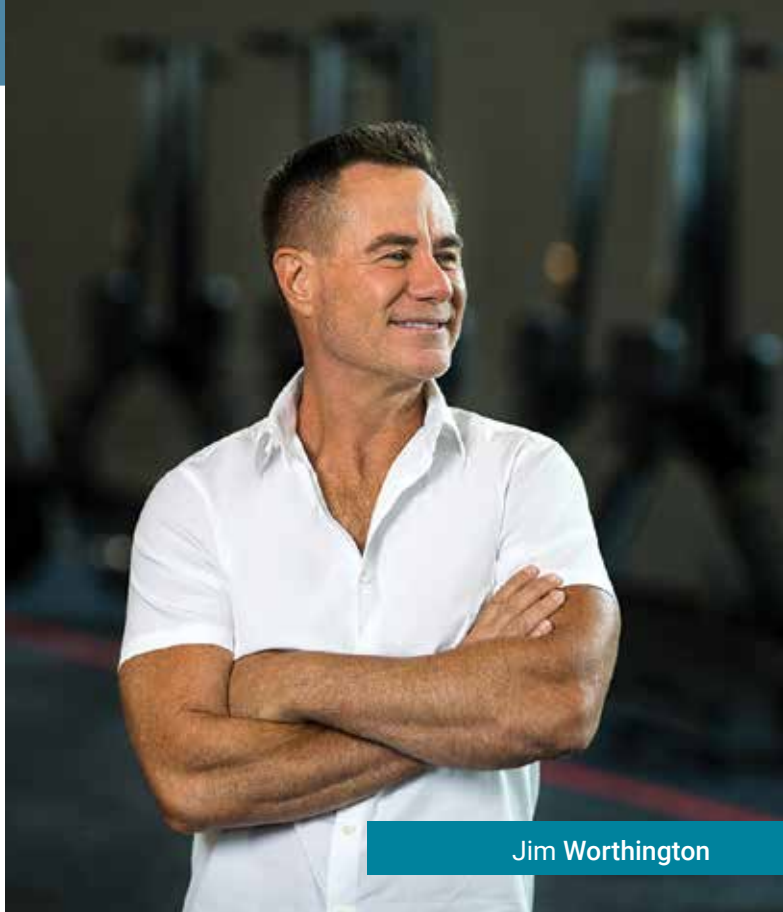


getnet

Uma empresa Santander

Jim Worthington

Presidente do Conselho da IHRSA e empresário à frente da academia Newton Athletic, Jim Worthington é um dos representantes da indústria do *fitness* que lutou arduamente pelo PHIT, uma das mais importantes vitórias do setor, nos últimos anos. O PHIT, sigla em inglês para *The Personal Health Investment Today* (o investimento de saúde pessoal hoje, em tradução livre) é um projeto de lei que acaba de ser aprovado na Câmara dos Estados Unidos e que – se passar no Senado – permitirá que os americanos tenham isenção de impostos para pagar despesas com *fitness*, incluindo mensalidades em academias e equipamentos desportivos. Na versão atual do projeto de lei, os indivíduos poderiam usar até US\$500 para cobrir essas despesas pessoais e as famílias até US\$1000.



Jim Worthington

No final de julho, a Câmara dos deputados dos EUA aprovou o PHIT, numa votação de 277 a favor e 142 contra. Qual foi sua reação?

J.W.: Minha reação foi... isso é realmente uma incrível vitória! Quando o projeto de lei PHIT for finalmente aprovado em todas as instâncias será a maior vitória legislativa da história da indústria do *fitness*. Doze anos de trabalho árduo finalmente culminaram em uma grande conquista, que representa o primeiro passo para a aprovação final dessa lei.

O que a indústria precisa fazer para o PHIT avançar?

J.W.: O projeto de lei irá para o Senado em novembro de 2018 em busca de um

voto majoritário. Por isso, é fundamental que todos nós possamos esclarecer nossos senadores – imediatamente – sobre o valor deste projeto de lei, e para convencê-los a trabalhar pela aprovação. É muito importante para a saúde e o bem-estar dos americanos que não sejamos prejudicados por políticas. Convoco cada proprietário de academia, cada associado e gestor da IHRSA, assim como suas equipes e seus clientes, e toda a indústria de *fitness* que usem todos os meios disponíveis para ganhar o apoio de seus senadores.

Ao longo dos anos, mesmo antes de liderar esse time, você esteve sempre envolvido com a IHRSA e as atividades da associação. Por que, exatamente?

J.W.: Eu assisti a segunda Convenção IHRSA em 1982, que foi uma virada para

mim. Eu acredito verdadeiramente que a IHRSA é a principal razão para minha academia existir em sua forma atual e bem-sucedida. Eu também estou certo de que, se a IHRSA tivesse deixado de existir, nossa indústria não teria progredido tão rapidamente, impressionantemente, e dramaticamente como tem feito. Desde o início, eu sirvo à IHRSA, mesmo fora do quadro oficial ou só como associado. Hoje, na cadeira desta casa me sinto ainda mais impactado e sei que minha dívida com a IHRSA nunca será totalmente paga.

Você já declarou que seu grande objetivo é incentivar todos os participantes da indústria a se tornarem

“mais conscientes, engajados e envolvidos”. Como pretende fazê-lo?

J.W.: Como presidente, pedirei aos integrantes do Conselho (e isso inclui a brasileira Monica Marques) que sejam, primeiro e acima de tudo, embaixadores internacionais da IHRSA, espalhando as ideias, e trabalhando arduamente para engajar, e envolver, tanto os atuais quanto os potenciais associados, em todo o mundo. Uma maneira que eu pessoalmente pretendo fazê-lo é através da proposição de uma agenda doméstica e internacional de frequentar eventos da indústria e de visitas pessoais às academias.

Uma enorme mensagem que eu gostaria de compartilhar tem a ver com o caso PHIT. Quando o governo federal de um país incentiva a prática da atividade física, com desconto no imposto de renda, isso afirmará categoricamente que exercício

físico é medicina preventiva e deve ser encarado como tal. Essa conquista representará a validação definitiva de todo nosso trabalho – estamos fazendo a diferença na vida dos americanos.

Uma vez você disse: “chega um momento na vida de cada homem que sua ação é impulsionada mais por legado do que por ambição”. Qual o legado que você quer deixar?

J.W.: Se as pessoas forem se lembrar de algo sobre mim, eu espero que seja o fato de eu ter muita paixão e por me esforçar para fazer o meu melhor, e, esperançosamente, que deixei o mundo um lugar melhor. Até agora, tem sido um grande passeio, mas eu ainda acordo todas as manhãs sabendo que há mais a ser feito, e que cada dia é um presente que me dá outra oportunidade para conquistar algo.

Curiosamente, o que me motivou foi uma citação que ouvi, aos 21 anos – e eu a vivi por toda a minha vida. “As pessoas bem-sucedidas fazem o que os malsucedidos poderiam fazer, mas escolhem não fazer”. Eu acredito verdadeiramente que qualquer um que acredita e faz alcançará seus objetivos.

Nota da redação:

1. A ACAD Brasil já começou os esforços para que essa vitória também seja uma realidade no mercado brasileiro de *fitness*.

2. Esta é parte da entrevista que Jim Worthington concedeu à revista norte-americana CBI. 

Força, paz e empoderamento

As salas de musculação estão fornecendo às mulheres a força que elas precisam para prosperar em um mundo de tentativas.

Será o treinamento de força uma “pílula mágica”, o anestésico, desejado por muitos para combater todo o estresse com o qual as mulheres lidam hoje?



Não é nenhuma surpresa que todos nós – homens e mulheres – somos obrigados a lidar com muitas demandas e uma tempestade de acontecimentos inesperados. Há a rápida mudança tecnológica; conflitos geopolíticos contínuos e intensificados; confrontos políticos e culturais; e a influência generalizada, e muitas vezes desconcertante, da mídia social. E para as mulheres, em particular, soma-se a expectativa interminável de que elas terão que gerenciar uma carreira, uma família, uma casa, sendo ainda graciosas e eficientes.

Em um esforço para lidar com isso – e prosperar apesar dessa pressão implacável –, as mulheres estão buscando mais controle e conforto, e estão descobrindo, em números crescentes, que o treinamento de força pode fornecer uma medida saudável para essas necessidades.

Musculação ajuda as mulheres a se sentirem mais confiantes, fortalecidas e confortáveis em sua própria pele, e em um mundo de tentativas. Além de melhorar o bem-estar físico, também aumenta a saúde mental, enriquecendo a qualidade de vida.



Malaythong



Genova



Miller

“O desafio dos exercícios de força capacita as mulheres a acreditar em si mesmas, tanto dentro como fora das academias”, sugere Annie Malaythong, instrutora mestre na Academia Nacional de Medicina do Esporte (NASM), baseado em Chandler, Arizona, e proprietária do Estúdio de Fitness 108, em Johns Creek, Georgia. “Eu vejo isso como uma abordagem para inspirar confiança e ensinar perseverança”.

“Hoje, as mulheres querem se sentir confiantes e capacitadas, para serem fortes tanto física como mentalmente”, acrescenta Nastasia Genova, vice-presidente de fitness na Steve Nash Fitness World & Sports Clubes, uma rede com 23 unidades, com sede em Vancouver, Canadá. A maioria dos clientes da academia é mulher de meia-idade.

Enquanto a pesquisa continua a documentar os benefícios aparentemente infinitos do treinamento de força, as mulheres estão aderindo à sala de musculação. Moldar o corpo ainda importa, mas não é necessariamente o principal motivador. Agora, é muito mais do que ter um abdome tanquinho.

“As mulheres não estão simplesmente de olho em perder peso através do exercício. Elas também querem desenvolver força”, aponta Angie Miller, mestre instrutora na NASM, que oferece certificação de especialização em *fitness* para mulheres. “Elas estão mudando e explorando novas experiências de fitness”.

Compreensão aprimorada

Tudo isso, é claro, levanta a questão: “por que agora?”.

Felizmente, a ideia antiga e equivocada de que as mulheres se tornam menos femininas ou de que há um limite para exercitar o músculo está sendo suplantada por uma informação mais exata. “Os



Força sênior



Força do grupo:
Academia Fit Briarcliff



Treino de força com bootcamp para mulheres



Webster



Caron



Cuatt



medos de que mulher ficaria ‘marombada’ estão finalmente sendo extintos”, observa Sandy Todd Webster, editor-chefe de publicações na Associação da Saúde e da Aptidão, baseada em San Diego, Califórnia. “As mulheres de todas as idades estão começando a reconhecer e apreciar os múltiplos benefícios de saúde, fornecidos pelo treinamento de força”.

Os estudos sobre ciência do exercício conduziram a uma compreensão maior de como os exercícios com peso afetam a saúde total. E, dada a crescente igualdade de gênero, e da mídia apresentando fotos de fortes físicos femininos, hoje, as meninas e as mulheres são menos



Wall



Atkinson



Day

intimidadas por salas de musculação, geralmente dominadas por homens. Na verdade, elas se tornaram uma presença padrão nesses ambientes.

“Nós certamente vimos um aumento na participação das mulheres no treinamento de força”, observa Wes Caron, diretor executivo de *fitness* na Academia Weymouth, em Massachusetts. “Nossas clientes querem ser fortes – mentalmente e no físico. E os homens estão tentando alcançar isso também”.

Muitos exercícios têm no cardio e nos tradicionais aeróbicos seu maior foco, mas há algo de novo nos grupos que utilizam pesos – como os de *crossfit*, *bodypump*, e *boot camps*. A formação de pequenos grupos cresceu em popularidade, atraindo dezenas de mulheres, em parte por causa da camaradagem que oferecem.

“Muitas academias têm excelente treinos em grupo e programas de treinos de força que fazem com que seja fácil e divertido malhar com peso”, diz Genova. “Como os resultados de seus esforços começam a aparecer, as mulheres percebem que a experiência traz muitos benefícios”.

A academia Fit Briarcliff, em Nova York, respondeu a esta mudança de paradigma, agendando mais treinos HIIT em grupo. “Nós adicionamos uma área gramada, onde conduzimos as aulas, durante todo o dia, convocando as mulheres de todas as idades”, explica Mark Cuatt, gerente geral.

Instalações melhoradas

Clientes de academias preferem mais privacidade, para utilizar a sua seção de treino só para mulheres. “É muito mais silencioso e menos intimidante do que nossa grande sala de *fitness*, que pode ser esmagadora”, diz Cuatt.

As áreas exclusivas de exercício para mulheres, os estúdios tipo boutique, e as academias estão proliferando em resposta à demanda de crescimento e às preferências originais da sua clientela.

Em algumas academias de Steve Nash, as salas de peso feminino tendem a acomodar os clientes com fortes preconceitos. “isso nos permite envolver uma população que, caso contrário, nós per-

deríamos. É uma parte importante do nosso negócio”, afirma Genova.

O Healthworks, centro de *fitness* para a mulher, com quatro espaços na área de Boston, oferece aos seus 16 mil clientes uma extensa lista de aulas que enfatizam a força.

“O crescimento de estúdios e academias que atendem às mulheres criou mais ambientes onde as mulheres se sentem mais aceitas, o que tem contribuído para o seu maior interesse e envolvimento no treinamento de força”, observa Anthony Wall, diretor de estratégia do Conselho Americano de Exercício, sediado em San Diego, Califórnia.

A academia Alaska, com sede em Anchorage, que tem 18 unidades, abriu um espaço especializado, a Alaska para Mulheres, para fornecer equipamentos específicos que atendem as necessidades do público feminino. Esta facilidade recebe regularmente uma maior pontuação de Net Promoter Score (NPS) – índice ou métrica que mede satisfação dos clientes – do que qualquer uma das outras unidades da rede.

“Hoje, a maioria das mulheres sabe que deve levantar pesos, e percebe que vai se sentir melhor quando o fizer”, diz Debra Atkinson, fundadora da Inversão 50, em Boulder, Colorado, especialista em trabalhar com mulheres acima dos 50 anos. “Uma vez que elas começam, ficam viciadas. Porque muda seu corpo e sua mente de uma forma que o cardio simplesmente não muda”.

“Treinamento de força é uma parte valiosa do antienvelhecimento, e contribui para que mulher aparente ser mais jovem e mais tonificada”, explica Malaythong. Suas clientes femininas adotam rotinas de resistência para aumentar a energia, sentir-se melhor sobre si mesmas, controlar os desequilíbrios hormonais e prevenir lesões.

Os benefícios do treino de força: funcional

A pesquisa tem demonstrado repetidamente que o treino de força oferece uma série de benefícios que ajudam a enriquecer a vida cotidiana, entre os quais:

- **Aparência e força** – aumento da força muscular e resistência promovem um físico tonificado, contribui à perda de gordura, e aumenta o metabolismo, tornam mais fácil a realização de tarefas funcionais da vida diária.

É isso que é verdade em quase qualquer idade, observa Atkinson. “Emagrecer não é mais o objetivo. Ser forte é aceitável e, além disso, incentivado. É bom para as mulheres acima dos 60 anos aprender a levantar pesos pela primeira vez”.

Na academia Alaska, as mulheres empregam levantamento de peso para melhorar o seu desempenho em eventos competitivos, aponta Tina Day, diretora de marketing e relações públicas. “A maioria das nossas clientes mulheres faz atividades externas, participam, por exemplo de grupos de corrida e de ciclismo, e treinam em nossa academia para melhorarem seus tempos nos treinos de tri-átlon e em outras provas”, diz ela.

- **Mais energia, melhor sono** – musculação aumenta os níveis de endorfina, proporcionando às mulheres mais energia para lidar com as muitas responsabilidades que elas carregam. Também aumenta a qualidade do sono, deixando-as sentir-se mais relaxadas e descansadas.

- **Menos dor** – o treinamento consistente rende melhor equilíbrio muscular, e maior mobilidade, estabilidade e coordenação, melhorando a postura e a mecânica corporal. Isso, por sua vez, pode reduzir a incidência de dor, ajudar a artrite. “Aqui na academia Weymouth, as mulheres estão abraçando o trabalho de força porque reduz o risco de lesões, e, ao fazê-lo, tornam-se mais saudáveis”, informa Caron.

Os benefícios do treino de força: físico e mental

O treino de força também ajuda a salvar a saúde mental e física de várias maneiras, algumas

das quais são específicas para as mulheres, incluindo o seguinte:

- **Prevenção de doenças** – o treino de força melhora a função imunológica e aumenta os níveis hormonais para combater doenças. Também aumenta a densidade mineral óssea e a força óssea, o que ajuda a prevenir ou administrar a osteoporose. Treino de força reduz o risco de doença cardíaca, pressão arterial elevada e colesterol alto. Também melhora a capacidade muscular de utilizar o açúcar no sangue, redefinindo a sensibilidade à insulina, reduzindo assim a incidência de diabetes tipo 2.

- **Saúde mental** – o sentimento de progresso e realização produzido por trabalhar com pesos aumenta a confiança das mulheres, contribuindo para um melhor humor, e uma imagem corporal mais saudável. Além disso, ele ajuda a gerenciar o estresse, reduzindo os níveis de cortisol e incremental a liberação dos hormônios que combatem o estresse.

Estudos mostram que o treino funcional pode melhorar a memória e função cognitiva, estimulando a circulação e o crescimento de novas células cerebrais. Além disso, ele pode ajudar a controlar e tratar a depressão e ansiedade, que afeta mais mulheres do que os homens. Até foi usada para tratar mulheres com transtorno obsessivo-compulsivo.

- **Melhora no processo de envelhecimento e longevidade** – os múltiplos benefícios do treinamento de força – tanto na saúde mental como na física – resultam em um processo de envelhecimento mais lento e, potencialmente, uma vida mais longa.

O treino de força pode ajudar a fornecer às mulheres um sentido do domínio e do controle sobre sua saúde, seu bem-estar, e suas vidas – um recurso precioso no mundo agitado e desafiante de hoje, que parece girar fora do controle. ■

ACAD age junto à ANVISA e em defesa do setor

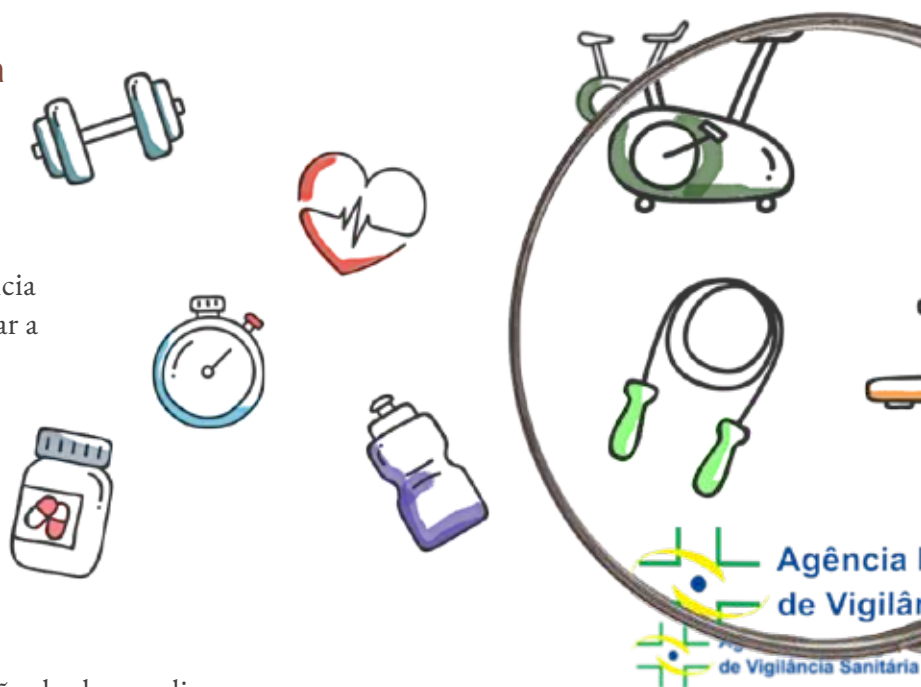
Qual empresário brasileiro do setor de *fitness* nunca recebeu um fiscal da Vigilância Sanitária, pronto para multar a academia? O problema é que, desde 2009, muitas dessas fiscalizações passaram a ser realizadas com base num manual elaborado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA.

Neste manual, regras que vão desde a avaliação física “obrigatória” a todo cliente egresso à academia, até a distância entre equipamentos da sala de musculação são impostas – passíveis de cobrança de multa e proibição de funcionamento –, sem nem mesmo os profissionais da área terem como argumentar sobre os absurdos das tais regras.

“Muitas dessas regras não têm fundamento em qualquer lei, nem na garantia da saúde do cliente ou do funcionário das academias. São normas exageradas, sem eficácia caso aplicadas, e que muitas vezes impedem o pleno funcionamento das academias”, diz o advogado Mario Duarte, à frente do jurídico da ACAD Brasil.

Além disso, o manual também era usado como base para a elaboração de normas pelas Vigilâncias Sanitárias estaduais e municipais. Até mesmo projetos de lei estavam sendo propostos, utilizando aquele documento em suas justificativas.

Depois de um árduo trabalho da ACAD de análise minuciosa do manual, e de encontros



com representantes da ANVISA, graças a uma ação certa da Associação, a Agência determinou a suspensão do uso do manual, até que o mesmo seja refeito.

“Essa é uma vitória muito importante para o setor na medida em que a suspensão do uso do manual evita a regulamentação excessiva. A ACAD preza e defende a livre iniciativa e, com conquistas como esta, está contribuindo para que os empresários à frente de academias possam efetivamente tocar os seus negócios”, diz o advogado Ricardo Abreu, à frente do jurídico da Associação.

Segundo ofício e nota técnica publicados pela ANVISA, em resposta à solicitação da ACAD Brasil, “o Manual de Orientações para Fiscalização Sanitária em estabelecimentos prestadores de atividades físicas e afins não deve ser utilizado como ferramenta de fiscalização”. Essa nota foi divulgada no site da Agência e foi feita uma orientação específica para todos os agentes e fiscais regionais, como nova norma a ser seguida.



“Muitas academias vinham sendo autuadas, mesmo que o manual não tivesse força de lei, por desconhecimento por parte do proprietário. Há normas extremas neste documento e por isso mesmo essa é uma grande vitória da diretoria e do corpo jurídico da Associação. Trabalhamos duro para que o setor fosse ouvido, respeitado e pudesse finalmente defender suas atividades econômicas”, diz Gustavo Borges, presidente da ACAD Brasil.

Além de a ACAD conseguir suspender o uso do manual, sua publicação nos meios oficiais da Agência e ter uma orientação para os agentes de não mais fazer uso do documento, a diretoria da Associação também obteve da ANVISA a promessa de que, por ocasião da confecção de um novo manual, serão incluídos no grupo de trabalho, representantes do setor de *fitness*, empresários à frente de academias e profissionais do segmento.

“Tem um ditado que diz que ‘se você não está sentado à mesa, você pode ser o cardápio’. Nesse sentido, as academias estavam mesmo sendo devoradas por normas que não condizem com a realidade das atividades deste mercado. É por isso que se faz tão importante sentarmos à mesa com representantes da

ANVISA e assim garantir que as normas sejam justas e cabíveis”, diz Borges.

Algumas das arbitrariedades do manual

- Art. 23º - É obrigatória a permanência de guarda de piscinas, nas localizadas nos prédios residenciais, em hotéis, clubes sociais e esportivos, e nas academias de esportes e ginástica, que possuam piscinas com dimensões superiores a 6 x 6m.
- Art. 28º, § 2º - Os aparelhos ergométricos (esteiras, bicicletas, elípticos e etc.)

deverão estar localizados de maneira que possam permitir livre circulação nas suas laterais e na parte de trás, de, no mínimo, 0,80cm de distância, como área de escape, garantindo uma possível fuga dos usuários em caso de acidentes. Os aparelhos de musculação deverão apresentar entre eles a distância mínima de 0,80cm de forma a permitir uma segura e livre circulação dos usuários;

• Art. 28º, § 6º - Os espaços destinados a Avaliação Física, deverão apresentar lavatório exclusivo, provido de sistema de abertura sem contato manual e água corrente para a higiene das mãos, sabonete líquido, toalha descartável e lixeira também provida de sistema de abertura sem contato manual.

• Art. 34º - É obrigatória a apresentação de atestado médico de aptidão física, no ato da matrícula nas academias e ginásios de artes marciais, musculação e ginástica de qualquer tipo, que deverá ser renovado a cada 12 (doze) meses, arquivado e anotado na ficha do aluno ou usuário.

A seguir, a íntegra da Nota Técnica da ANVISA.

NOTA TÉCNICA Nº 6/2018/SEI/CSIPS/GGTES/DSNVS/ANVISA

Esclarece sobre o uso do documento Manual de Orientações para Fiscalização Sanitária em estabelecimentos Prestadores de Atividade Física e afins pelas vigilâncias sanitárias locais.

1. Relatório

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa - tem recebido questionamentos sobre o documento “Manual de Orientações para Fiscalização Sanitária em Estabelecimentos Prestadores de Atividade Física e afins”, elaborado em 2009. Quanto ao referido Manual, a agência esclarece que:

2. Análise

À época de sua elaboração, o documento possuía o objetivo de fornecer às vigilâncias sanitárias estaduais e municipais orientações de caráter geral que, adequadas à realidade local, poderiam nortear as ações sobre os serviços de interesse para a saúde. O referido Manual foi elaborado com o apoio de grupos de trabalho formados por diversos profissionais do país, em um contexto diferente da atualidade. Destaca-se, portanto, que o documento é um instrumento regulatório não normativo de caráter recomendatório, dessa maneira, não deve ser utilizado como ferramenta de fiscalização pelas vigilâncias sanitárias locais, pois, pode apresentar informações desatualizadas e em alguns casos, corre-se o risco de inviabilizar o funcionamento dos serviços.

Atualmente, a Gerência Geral de Tecnologia em Serviços de Saúde (GGTES) da Anvisa, é a área responsável por executar ações e elaborar medidas regulatórias relativas aos Serviços de Interesse para a Saúde (SIPS) sujeitos à vigilância sanitária. Incluem-se nesse setor, numa abordagem inicial, todas as atividades que, mesmo não sendo serviços de saúde, podem interferir no estado de saúde do indivíduo,

tais como massagem, colocação de piercing, tatuagem, creches, salões de beleza, academias, dentre outras que exigem grande parte das ações realizadas pelos órgãos locais de vigilância sanitária.

Desta forma, oportunamente, seguindo a previsão da Agenda Regulatória da Agência, a GGTES irá revisar o “Manual de Orientações para Fiscalização Sanitária em Estabelecimentos Prestadores de Atividade Física e afins”. Informamos, ainda, que no momento da referida revisão todos os segmentos interessados no tema serão convidados a participar da discussão, como já faz parte da rotina da GGTES.

3. Conclusão

Para evitar problemas futuros, o referido documento foi retirado do Portal da Anvisa até que o tema seja revisado e ressaltamos a importância de não utilizar o Manual nas fiscalizações desses estabelecimentos, já que não pode ser usado como base legal para lavrar autos de infração. ■

Nota da redação:

*Essa coluna foi escrita com a colaboração do corpo jurídico da ACAD Brasil, sob a coordenação dos advogados **Dr. Ricardo Abreu**, do escritório Ricardo Abreu & Advogados Associados, e **Dr. Mario Duarte**, do Paradedo Castro Duarte e Mantesso Advogado.*

The logo for 'eVo' is displayed in a white, sans-serif font. The background of the advertisement features a woman in athletic wear looking down at a pair of sneakers, with a computer monitor and laptop in the foreground showing software interfaces. The entire scene is overlaid with a purple tint and decorative orange wavy lines on the left side.

O SOFTWARE PARA
ACADEMIAS, ESTÚDIOS
E BOXES COM
OS MELHORES
RECURSOS DE
GESTÃO, VENDAS
E PAGAMENTOS!

BOAS FORMAS DE MENSURAR RESULTADOS

ACADEMIAS APOSTAM EM INDICADORES PARA MEDIR GRAU DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Já se sabe que vivemos na era da experiência, onde apenas vender um produto ou serviço não mais fará o cliente feliz. É preciso superar expectativas, envolvê-lo com o que de melhor traduza os desejos dele e, ainda assim, os esforços para fidelizá-lo podem não ser suficientes.

Para ajudar nesse desafio de manter clientes, uma medida que vem sendo adotada por um número cada vez maior de academias é o uso de indicadores de desempenho, de satisfação e de resultados, ferramentas que auxiliam na fotografia da empresa e na percepção do que está ou não funcionando.

Indicadores como o NPS (Net Promoter Score), métrica desenvolvida para medir o grau de satisfação e lealdade de clientes com a empresa, até então, utilizado apenas pelas maiores companhias do mundo, já estão sendo adotados por empresas brasileiras do *fitness*, apontando caminhos a serem seguidos.

Os gestores à frente das academias já perceberam que é importante fazer uso dessas métricas, que podem ajudar nos negócios, no intuito de medir a satisfação do cliente e conferir se ele está obtendo os resultados que ele veio buscar em sua academia. Essa inovação na gestão reflete, acima de tudo, a mudança no comportamento do consumidor que valoriza – e muito – as empresas que oferecem a tal experiência. Neste cenário, não apenas os conceitos mudaram, mas os indicadores também se transformaram pois, ao mesmo tempo em que as mudanças no comportamento levam a uma avaliação mais pragmática, este novo consumidor busca experiências autênticas por meio da clareza na relação.

Indicadores comumente usados pelas academias – como conversão, renovação de matrícula – continuam importantes, mas não mais serão suficientes

para entender esse “novo” cliente. O compromisso com o “resultado” e a busca da “melhor experiência” trouxeram para o centro das atenções a tecnologia que permite acompanhar a performance de forma precisa e realmente individualizada.

O uso dessa tecnologia otimiza a operação e permite inovar no desenvolvimento de produtos baseados no perfil dos usuários. Os novos monitoramentos, mais que medir a performance, asseguram a eficácia nos processos de conquista e retenção do cliente.

Calcular o Net Promoter Score permanentemente e acompanhar a evolução do mesmo, sem dúvidas, só traz benefícios a qualquer tipo de empresa em qualquer ramo de atividade. É uma forma de acompanhar o crescimento empresarial com base nos *feedbacks* dos clientes, sejam eles clientes promotores, clientes neutros ou clientes detratores, já que atender a demanda dos clientes com qualidade deve ser o foco de todo o negócio. O cultivo de clientes promotores torna qualquer empresa mais sólida a longo prazo, uma vez que a propagação dos valores do negócio é feita de forma espontânea através destes consumidores satisfeitos.

Como calcular o NPS

O NPS é classificado através de uma pergunta feita ao cliente: “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria nossa empresa para um amigo?” A fórmula é simples:

Net Promoter Score = % Clientes promotores – % Clientes Detratores = %NPS.

Mas quais são os tipos de clientes? Com base nas notas de 0 a 10, os clientes serão classificados em três categorias:

- **Notas de 0 a 06 – Clientes Detratores** – são aqueles que indicam que a suas vidas pioraram depois da compra do produto ou serviço da empresa mencionada. Criticam a empresa em público e jamais voltariam a fazer negócio com a empresa, exceto em situações extremas.
- **Notas de 07 e 08 – Clientes Neutros** – são aqueles que compram somente os produtos e serviços realmente necessários. Não são leais e não são entusiastas da empresa.
- **Notas de 09 a 10 – Clientes Promotores** – passaram a ter uma vida melhor depois do início do relacionamento com a empresa/produto/serviço/marca. São leais, oferecem *feedbacks* e são entusiasmados.

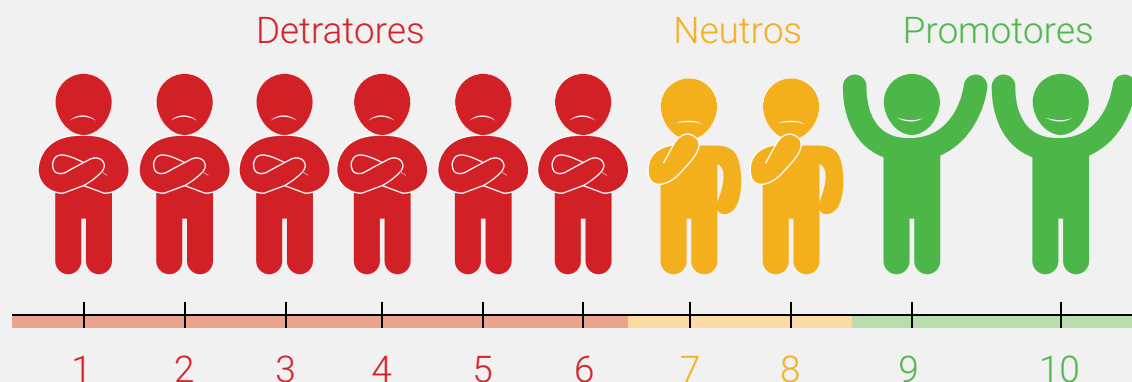
Ao mesmo tempo, cuidar para que o número de clientes detratores não cresça é crucial para manter uma base de clientes satisfeitos e o modelo de negócio sustentável. Se sua empresa gera muitos clientes detratores é porque há algo de errado com seu planejamento e execução.

Para uma operação de sucesso é importante que sejam identificados os padrões de comportamento que geram Clientes Promotores para que eles possam ser replicados para os demais clientes. Se através do acompanhamento dos clientes promotores, sua equipe percebeu que eles fazem mais uso das funções do seu produto ou serviço digital por exemplo, isso pode implicar que os demais clientes não conhecem sua plataforma como deveriam e que um treinamento ou apresentação de todas as funcionalidades pode levar os clientes detratores ou neutros a ter uma melhor experiência, o que consequentemente poderia transformá-los em promotores. Essas associações variam muito de empresa para empresa, porém é de extrema importância que sejam feitas.

Já se sabe que uma pesquisa de satisfação existe para identificar se os objetivos da sua marca estão sendo atingidos. Para saber se os clientes gostam dos serviços da sua academia, se foram bem atendidos e se recomendariam a academia para um amigo é preciso fazer exatamente essas perguntas a eles. Medindo a satisfação é possível entender os pontos de melhoria e dar *feedback* para os clientes insatisfeitos. Assim, você poderá aumentar a fidelização do cliente, encontrar novas oportunidades e entender os desafios que precisam ser encarados. A partir do NPS do seu negócio, é possível tomar decisões melhores e com segurança. Esses *insights* vão servir principalmente para melhorar os serviços, mas ainda dá para fazer mais. Com a informação do seu NPS, você encontra também a possibilidade de fidelizar os clientes.

No quadro da página 43, há dicas de como calcular o NPS de sua academia. Mas depois de calculado, o que fazer?

Uma das vantagens do NPS é que, por ele gerar um indicador, ele é facilmente comparável. Por isso, é importante que a pesquisa seja realizada periodicamente, para que seja possível mensurar se



o seu NPS está melhorando, piorando ou se mantendo estável com o tempo, e identificar quais ações estão impactando em um NPS positivo. Além disso, sempre que possível, é importante medir também o NPS da sua concorrência, de marcas similares ou que atuem na mesma localização geográfica, para que seja possível estabelecer um comparativo.

E lembre-se de que clientes satisfeitos não duram para sempre. Se você já tem um público relativamente fiel, o que vem a seguir? Se os resultados da sua pesquisa de satisfação forem favoráveis, não pense em parar por aí: essa é a sua chance de melhorar cada vez mais, conquistar a fidelidade de quem já gosta de você e tornar essa base de clientes em advogados da sua marca.

Vantagens da metodologia NPS

- **Rápido:** com apenas uma questão você aplica o seu questionário, ampliando a taxa de resposta e facilitando a análise dos dados.
- **Fácil:** A metodologia é bem fácil de ser aplicada e com uma fórmula bem simples você encontra o seu Net Promoter Score.
- **Padronizado:** Por se tratar de um indicador padronizado, é fácil entender os resultados e compará-lo com os de outras empresas. A metodologia é aplicada por marcas do mundo todo, por isso, você pode comparar o seu NPS com o de outras empresas.

Conheça os
cursos da



**EDUCAÇÃO
CONTINUADA
FITNESS BRASIL**

**NOVAS TURMAS
COM INÍCIO EM
MARÇO DE 2019**

gaeto

gestão de
academia:
estratégica
tática e
operacional

Transforma os alunos em gestores ágeis, focados em resultados e com habilidades diversificadas para lidar com as adversidades do mercado.

**134 INSCRITOS
DE 71 CIDADES
E 16 ESTADOS**

Confira preços e
mais informações em:



[fitnessbrasil.com.br/
educacao-continuada](http://fitnessbrasil.com.br/educacao-continuada)

**CAPACITAÇÃO TÉCNICA EM
PERSONAL TRAINING**

Um curso totalmente inovador, de aplicação prática. Conteúdo diversificado com professores e palestrantes consagrados.



**FITNESS
BRASIL**



2º Workshop ACAD: agenda imbatível para lideranças do *fitness*

A data já está marcada e você não pode ficar de fora. A diretoria da Associação convoca lideranças e gestores de academias para participar do 2º Workshop ACAD Brasil, no dia 24 de maio de 2019, em São Paulo. Na pauta, questões fundamentais para o desenvolvimento da indústria, na análise de palestrantes renomados. *Keynotes* e especialistas, dinâmicas em grupo, troca de experiências e muito mais, em uma agenda especialmente pensada para os profissionais do *fitness*.

SAVE THE DATE

2º Workshop ACAD Brasil
Data: 24 de maio de 2019
Local: Renaissance São Paulo Hotel
Endereço: Alameda Santos, 2233 -
Cerqueira César, São Paulo

Novas diretrizes do ACSM

Em 2018, o American College Sports of Medicine lançou sua 10ª edição do manual de Diretrizes para Atividades Físicas, adotado como referência por profissionais da saúde e do *fitness*, em dezenas de países. Esta edição revisada traz estatísticas reais sobre o risco de uma pessoa ter uma ocorrência cardíaca durante a prática de atividade física: considerado mínimo. Segundo o ACSM não existe relação entre a avaliação física feita nas academias e os casos de óbito. A avaliação não garante qualquer segurança e é por isso que a recomendação da entidade é pelo uso do PAR-Q – *Physical Activity Readiness Questionnaire* ou Questionário de Prontidão para Prática de Atividade Física.

Nota da ACAD Brasil: as tentativas, sem fundamento, de alguns legisladores brasileiros em propor projetos de lei que visam a exigência de atestado médico e avaliação física como obrigatórios nas academias acaba por engessar e colocar barreiras nas atividades econômicas do setor.



Novo relatório internacional de tendências do *fitness*

Pelo quarto ano, novamente com participação ativa da ACAD Brasil, o ClubIntel – empresa de pesquisa e de serviços voltados para o mercado de academias – realizou a International Fitness Industry Trend Study, uma pesquisa que aponta características de academias em dezenas de países, sob aspectos como equipamentos, tendências de aulas, atendimento e tecnologia.

Foram 1.374 questionários respondidos. Do total, aproximadamente 10%, ou 127 em números exatos, foram respondidos em português, língua que ficou atrás apenas do inglês, o que mostra a representatividade do mercado brasileiro no estudo.



Segundo Stephen Tharret, um dos fundadores do ClubIntel, mais de 50% das respostas são oriundas de mercados de fora dos Estados Unidos.

“Consequentemente, os resultados representarão um verdadeiro panorama internacional das tendências da indústria. Canadá, Brasil e Rússia responderam acima de nossas expectativas, além de várias nações europeias menores que também participaram do projeto. Podemos afirmar que este foi um esforço internacional colaborativo, com muita participação das associações”.

ACAD voa para San Diego

De 13 a 16 de março de 2019, a IHRSA vai realizar, em San Diego, Estados Unidos, a 38ª edição do maior evento da indústria. Todo associado da ACAD Brasil é automaticamente um associado da IHRSA e, por isso, mais de 1.200 empresários do *fitness* brasileiro já têm descontos para participar deste evento. Como já é uma tradição há mais de vinte anos, muitos associados da ACAD se reúnem para viajar juntos e participar do evento. Segundo os organizadores, estão previstos cerca de 400 expositores, mais de 100 sessões de palestras e *workshops* e são esperados pelo menos 12 mil participantes, representando mais de 80 países.

“Em 2019, esse promete ser o evento mais empolgante do ano para os líderes do setor, com *keynotes* fenomenais, palestras inspiradoras e



provocativas, programação com tradução simultânea em português, muita inovação no *trade show*, inúmeras oportunidades para interagir, além do Fórum Latino Americano”, diz Jacqueline Antunes, Diretora da IHRSA para América Latina.



Destaques para os empresários brasileiros na IHRSA 2019 – o que você não pode perder?

- **Recepção de abertura**
- **Fórum Latino-Americano**
- **Keynotes e programação exclusiva de tradução simultânea para o português**
- **Inúmeras oportunidades de networking**
- **Recepção Planeta IHRSA - exclusiva para participantes internacionais**
- **Trade Show com mais de 400 expositores**

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

PATROCÍNIO MASTER



br.matrixfitness.com



The Wellness Company

technogym.com

Gympass

gympass.com

Patrocinadores



newfitness.com.br

Apoiadores



fitnessbrasil.com.br



w12.com.br



www.kikos.com.br



lifefitness.com.br

Membros



casadofitness.com.br



metodologiagb.com.br



listenx.com.br



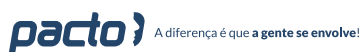
doinadvogados.com.br



ppa.com.br



floty.com



www.pactosolucoes.com.br



www.arquiteturafitness.com.br



vedovatipisos.com.br



www.leveros.com.br



Gympass

Plus



**Produtos e serviços dos
melhores fornecedores
com condições
exclusivas.**

Uma plataforma exclusiva para os parceiros Gympass.



The Wellness Company



Tecnologia para seu bem estar

Conheça as nossas ofertas plus.gympass.com

QUE TAL INCREMENTAR SUA ALA DE CARDIO

COM PRODUTOS
MATRIX?



s>FORCE
PERFORMANCE TRAINER

s>DRIVE
PERFORMANCE TRAINER

★ **ATRAIA NOVOS ALUNOS** ★
EQUIPAMENTOS EM ALTA

preços especiais para os itens anunciados

19 2107 5300
CONTATO@JHTB.COM.BR



BR.MATRIXFITNESS.COM