88

ACAD BRASIL

Revista

ACAD BRASIL É ASSOCIAÇÃO PARCEIRA IHRSA

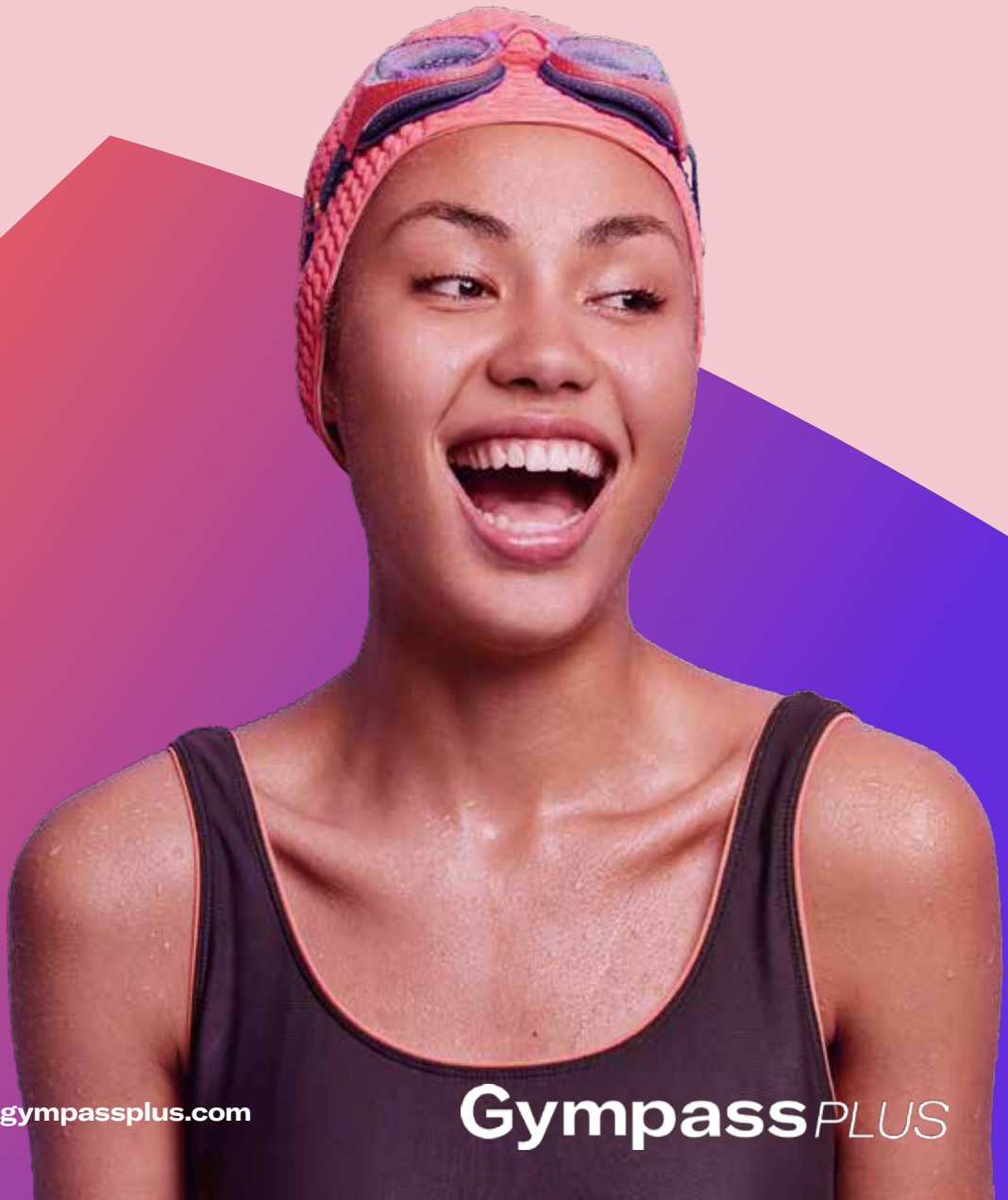
Ano 22 - 1ª edição - março 2020 - Nº 88

ATIVIDADE FÍSICA NÃO É PERIGOSA!

- GERAÇÕES Y E Z DOMINAM AS ACADEMIAS
- RETENÇÃO: FANTASMA OU OPORTUNIDADE?
- COMO PREPARAR SUA ACADEMIA PARA LIDAR COM ACIDENTES
- PARTICIPE DO MOVIMENTO BRASIL + ATIVO

Você sabia que existe um marketplace exclusivo para parceiros Gympass?

No Gympass Plus você encontra condições especiais para comprar equipamentos, acessórios e software de grandes fornecedores do mercado fitness.



Acesse **https://br.gympassplus.com** e saiba mais!

Gympass PLUS

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*) **GESTORA:** Andrea Rodrigues - **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

Palavra do Presidente

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.

Vinte e vinte já está a pleno vapor! Junto com todos os planos, a esperança e a sensação de dias melhores, essa época do ano traz também muito trabalho, que é o que verdadeiramente nos move e faz os sonhos virarem realidade. Neste cenário, nós da Associação, largamos na frente e organizamos o já tradicional ACAD Conference, marcado para 20 de maio, onde o mercado do fitness se encontra para trocar experiências e se fortalecer como rede de negócios. Você não pode ficar de fora!

As ações do nosso programa de responsabilidade social, Brasil + Ativo, também já estão em ritmo acelerado. Novos parceiros aderiram à campanha e muitas academias estão envolvidas nas dezenas de tarefas para que o Brasil + Ativo cumpra seu maior objetivo: combater o sedentarismo e contribuir para que nossa sociedade seja cada vez mais ativa.

Mais uma vez, voltamos a atenção para o incansável acompanhamento de projetos de leis que incidem sobre as atividades das academias, também marcamos novos eventos regionais, em diversas cidades pelo Brasil. Em maio, serão realizadas as Eleições ACAD para o biênio 2020-2022. Eu vou me despedir do cargo de presidente, mas certamente não me afastarei desta Associação que, há mais de vinte anos, tanto tem feito em prol do fitness nacional. Não deixe de escolher os seus representantes para que o setor seja defendido e as academias se desenvolvam economicamente, em um cenário de livre mercado e muita representatividade.

A ACAD Brasil conta com você, empresário do fitness, para fazer sempre mais por este setor.

Um abraço,

Gustavo **Borges**
gborges@acadbrasil.com.br

MATRIX

A PARCERIA
QUE TE LEVA AO SUCESSO

ALÉM DE EXCELÊNCIA EM EQUIPAMENTOS, A MATRIX VAI TE ACOMPANHAR DURANTE TODO O PROCESSO PARA AJUDÁ-LO A TORNAR SUA ACADEMIA REFERÊNCIA:

- **DESDE A FASE DE PLANEJAMENTO**
  Layouts 3d personalizados para maximizar seu espaço
- **A COMPRA**
  Um consultor dedicado para guiá-lo através de todo o processo
- **ENTREGA E INSTALAÇÃO**
  Técnicos de instalação treinados e certificados pela Matrix
- **SUPORTE PÓS VENDA**
  Nos dedicamos em fornecer o melhor serviço de pós atendimento e garantia padrão da indústria

---

11. 3071.4277 | 19. 2107.5300
@matrixfitnessbr
Avenida Cidade Jardim, 983
Itaim Bibi - SP
contato@jhtb.com.br
br.matrixfitness.com

ÍNDICE

Destaques

Capa

Atividade física não é perigosa!

08

Especial

A vez das gerações Y e Z.

22

Academia Legal

Acidentes acontecem: a sua academia está preparada?

36

Páginas Azuis 19

Entrevista com autores do American College of Sports Medicine

IHRSA 30

A maravilha dos *wearables*

Mercado & Tendências 40

Seu cliente está amando ou deixando sua academia?

Brasil + Ativo 45

Por uma sociedade menos sedentária

Circuito ACAD 46

ACAD Conference, Eleições 2020 e eventos regionais

ACAD Brasil & GETNET

Sua melhor opção de vendas

Confira nossas taxas:

Débito	**0,89%**
Crédito à vista	**1,53%**
Parcelado até 12x	**1,78%**
Pagamento Recorrente*	**1,53%**
100% de desconto nas máquinas	

*Visa e Master

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

Retenção de clientes : : Baixa inadimplência : : Gestão de Recebíveis

Informações:

(21) 2493.0101 (21) 96445.5939

atendimento@acadbrasil.com.br

ACAD BRASIL

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

ATIVIDADE FÍSICA NÃO É PERIGOSA!

Novas diretrizes do American College of Sports Medicine derrubam mito sobre riscos da prática de exercícios

De uma vez por todas! O que é mais perigoso: ficar deitado no sofá assistindo tv, levando uma vida sedentária, ou praticar esporte, caminhar na praia e frequentar uma academia? Escrito por 45 colaboradores – todos mestres e doutores dos Estados Unidos e de países da Europa – e baseado em 145 estudos científicos, o livro "Diretrizes do American College of Sports Medicine", já na versão em português, foi amplamente revisado e publicado em sua décima edição. Mas o que há de novo? As dezenas de estudos comprovam: atividade física não é perigosa, não oferece risco à saúde.

Com a chancela do ACSM, entidade que mais publica estudos sobre exercícios no mundo, mover o corpo, seja de que forma for, está liberado e esse cenário pode ser de muitas oportunidades para o universo do fitness.

"As diretrizes para os testes de esforço e prescrição do ACSM são respeitadas e seguidas mundialmente. E as novas recomendações abrem um caminho para que possamos quebrar antigas barreiras, crenças, falsos motivos para a inatividade e atrair cada vez mais pessoas à vida saudável. Para tirar do sofá vamos precisar de toda a sociedade engajada e as academias poderão contribuir imensamente com esse movimento. O papel da ACAD, por exemplo, engloba ações para sensibilizar e orientar legisladores quanto à criação de políticas públicas que incentivem e proporcionem mais acesso à prática de atividades físicas, que derrubem barreiras e regulamentação exagerada, facilitando ainda mais este acesso", diz **Monica Marques**, representante nacional da ACAD e diretora da Cia Athletica.

Monica é responsável por se debruçar sobre a publicação e fichar os pontos mais impactantes para o setor de academias, apontando caminhos para gestores e profissionais da área, e sugerindo boas saídas para legisladores que queiram se apropriar da temática. Em defesa da saúde da sociedade, a bandeira da atividade física pode ser uma boa aposta. "Apontamos as principais colocações dos capítulos 1 e 2 do livro, que falam sobre os reais riscos da atividade física e sobre o novo modelo de triagem pré-participação. A ideia é a de que mais pessoas possam ter melhor compreensão destas diretrizes".

"Seja ativo: a qualquer hora, em qualquer lugar e por qualquer meio que você possa se movimentar". Segundo **Dudu Netto**, diretor técnico da Bodytech, essa é uma das mais importantes mensagens das novas diretrizes do American College of Sports Medicine. Com base em evidências científicas, o ACSM afirma que todos podem melhorar drasticamente sua saúde apenas se movimentando.

"É por isso que precisamos de menos barreiras e mais políticas públicas que favoreçam e incentivem a população a se mover mais, abandonando o sedentarismo. Somente assim vamos adquirir melhor saúde cardiovascular, aumentar os níveis de força e melhorar nossa qualidade de vida. Quando somos ativos, estamos menos suscetíveis a doenças, alcançando uma saúde mais integral. As diretrizes atualizadas incluem estratégias baseadas em evidências de que os profissionais de Educação Física podem ajudar as pessoas a encaixar mais atividade física em suas vidas, diariamente, em suas rotinas, e dessa forma melhorar os níveis de saúde", garante Netto.

"As academias estão buscando os que já têm a inserção da prática. Precisamos buscar o sedentário, motivar aquelas pessoas que não estão dentro de nenhuma academia."

Dra. Eliane Gonçalves

Para a doutora em Ciência da Motricidade Humana, **Eliane Cunha Gonçalves**, uma das mais significativas mudanças, em termos práticos, deste novo olhar do ACSM é a inserção de crianças e adolescentes nas diretrizes. “Elas são a semente na prática do futuro. O estímulo precoce à atividade física diminuiria o índice de sedentarismo existente no mundo. Também pode-se destacar que o ACSM fala sobre a variabilidade da atividade, sendo assim não tem essa ou aquela que seja melhor. Quanto maior a variação dos exercícios, melhor o resultado para a saúde. Com as novas diretrizes, a probabilidade é termos mais praticantes de atividade física, pois há exercícios para todos os gostos”.

Entre as dezenas de recomendações propostas pelo ACSM, Dra. Eliane destaca as mais impactantes e que, segundo a especialista, podem contribuir para mudar o quadro de inatividade do Brasil: quinto país mais sedentário do mundo.

Confira o que a Dra. Eliane considera destaque nas novas diretrizes.

1. **Crianças e adolescentes foram incluídos nas novas diretrizes;**
2. **Para crianças, seriam necessários 60 minutos diários de atividade física;**
3. **Aumentou 10 minutos na quantidade diária da prática da atividade física, para adultos;**
4. **Pontuou estratégias para a prática da atividade física;**
5. **Incluiu mais benefícios para a prática regular da atividade física;**
6. **Para adultos, 150 minutos por semana de atividade moderada ou 75 minutos de atividade vigorosa. O melhor seriam 300 minutos de atividade por semana.**

“Neste cenário, as academias podem contribuir no combate à inatividade, por meio de ações para a população, e não só para os clientes, tais como aulões públicos, trabalhos de conscientização sobre a importância do exercício físico, incentivar a busca da saúde como bônus à estética, criação de programas de melhoria de saúde. As academias estão buscando os que já têm a inserção da prática. Mas, como sociedade, precisamos buscar o sedentário, motivar aquelas pessoas que não estão dentro de nenhuma academia”, completa Dra. Eliane Gonçalves.

Na prática, o que muda com as novas Diretrizes do ACSM?

Historicamente, o processo de triagem para pré-participação em exercícios físicos – ou seja, o que o indivíduo precisa fazer para começar a se exercitar – era baseado em uma classificação de risco (baixo, moderado ou alto), o que dava margem à interpretação de que praticar atividade física podia trazer risco para a saúde. Até então, a triagem levava em conta, para todo e qualquer indivíduo, possíveis fatores de risco de doenças cardiovasculares, metabólicas e pulmonares.

Esta edição das Diretrizes simplifica a triagem de pré-participação para indivíduos interessados em começar ou avançar em programas de exercícios ou de outras atividades físicas! Desta forma, ajuda a remover barreiras desnecessárias à adoção de um estilo de vida fisicamente ativo.

Por que o processo de pré-participação foi alterado?

Os especialistas concordaram por unanimidade que o risco relativo de um evento cardiovascular aumenta temporariamente durante exercícios de intensidade vigorosa em comparação a outros, mas que, em indivíduos saudáveis e que não apresentam sintomas, o risco de um evento cardíaco agudo relacionado com o exercício é baixo.

Não há evidências suficientes para sugerir que a presença de fatores de risco de doenças cardiovasculares traga risco substancial de eventos adversos relacionados ao exercício. Assim, a triagem de pré-participação em exercícios baseada em fator de risco de doenças é considerada, hoje, bastante conservadora, podendo gerar encaminhamentos médicos excessivos.

Existe consenso sobre a necessidade de exame médico para procedimento pré-participação?

Médicos não devem superestimar os riscos do exercício, porque os benefícios da atividade física os superam substancialmente.

"Esta citação acima pode ser considerada uma das mais impactantes recomendações do ACSM, uma vez que atesta que fazer exercício físico é sempre melhor, mais saudável, do que não fazer", diz Monica Marques.

De acordo com os mais recentes estudos, não há consenso sobre a necessidade da avaliação médica ou teste de esforço, para todo indivíduo, como parte do processo de triagem de pré-participação. Nem mesmo quando se trata de um programa de intensidade vigorosa.

Algumas recomendações de entidades médicas para pré-participação

American College of Cardiology	Recomenda o teste de esforço antes dos programas de exercício de intensidade moderada a vigorosa. Mas reconhece que essa orientação tem como base evidências conflitantes e opiniões divergentes.
U.S. Preventive Services Task Force	Não recomenda o uso de testes de rotina ou eletrocardiograma como ferramenta de triagem em indivíduos que não apresentam sintomas de doenças cardiovasculares. Concluiu que não há evidência suficiente para avaliar os benefícios e os danos do teste de exercício antes de se iniciar um programa de atividade física.
Comitê Diretrizes de Atividade Física da Secretaria de Saúde dos EUA	Não há exigência de autorização médica para pessoas sintomáticas ou com doença cardiovascular, diabetes ou outras condições crônicas ativas que queiram iniciar uma atividade física de intensidade vigorosa. Mas é recomendável.

De acordo com as principais entidades de pesquisas de saúde e medicina, não há dados de estudos sobre o valor clínico do teste de esforço para propósitos de triagem, portanto, não se sabe se o teste de esforço reduz o risco de mortalidade prematura ou maior morbilidade cardíaca, quando um indivíduo pratica atividade física.

Mas então, o que o ACSM propõe para pré-participação?

Uma das mais antigas barreiras, a de que há risco na prática de exercício físico, foi derrubada. O novo método não inclui mais o perfil do fator de risco de doenças cardiovasculares como parte da tomada de decisão para encaminhamento médico, antes do início de um programa de exercício físico de intensidade moderada à vigorosa. Também não recomenda mais um esquema de classificação de risco baixo, moderado ou alto, e ainda, faz recomendações gerais para autorização médica versus recomendações específicas para exames médicos ou testes de esforço, deixando o tipo de autorização a critério do profissional da saúde.

Isso também muda o conceito da obrigatoriedade do exame médico para que se inicie a prática de atividades físicas. No Brasil, essa nova diretriz pode ser de grande contribui-

ção para o setor de academias. Também poderá fazer com que mais legisladores percebam que exigir, em lei, a apresentação de atestado médico no ingresso à academia é apenas criar uma barreira de acesso à prática da atividade física, o que pode contribuir para o negativo quadro de inatividade do país.

Em muitos estados brasileiros a legislação já derrubou a obrigatoriedade de atestado médico para ingressar em academias, indicando como requisito à pré-participação o uso do PAR-Q e de um termo de responsabilidade, preenchidos e assinados pelo novo praticante de atividade física.

O PAR-Q, ou Questionário de Prontidão para Atividade Física, é um antigo conhecido dos profissionais do fitness. Trata-se de um modelo de triagem, desenvolvido, em parte, para reduzir as barreiras contra exercícios e as triagens falso-positivas. A ferramenta utiliza perguntas de acompanhamento para adaptar melhor as recomendações pré-exercício, amparadas em histórico médico relevante e na apresentação de sintomas.

Este questionário tem por objetivo identificar a necessidade de avaliação por um médico antes do início ou do aumento de nível da atividade física. E a primeira pergunta feita à pessoa que vai respondê-lo é: "Algum médico já disse que você possui algum problema de coração ou pressão arterial, e que somente deveria realizar atividade física supervisionado por profissionais de saúde?".

Normalmente, o questionário se concentra em verificar se a pessoa tem algum problema cardiovascular ou histórico familiar de doenças do coração. Assim, com um detalhamento do histórico de saúde da pessoa, esta passa a estar apta a praticar as atividades físicas adequadas para a sua condição. O PAR-Q também pode servir de referência para que os profissionais de Educação Física tracem um modelo de treino personalizado para cada pessoa.

As perguntas do PAR-Q podem variar de acordo com a sua aplicação, porém a essência do questionário se resume ao mesmo conteúdo, como mostrado no quadro abaixo.

"Seu médico já disse que você possui um problema cardíaco e recomendou atividades físicas apenas sob supervisão médica?"

"Você tem dor no peito provocada por atividades físicas?"

"Você sentiu dor no peito no último mês?"

"Você já perdeu a consciência em alguma ocasião ou sofreu alguma queda em virtude de tontura?"

"Você tem algum problema ósseo ou articular que poderia agravar-se com a prática de atividades físicas?"

"Algum médico já lhe prescreveu medicamentos para pressão arterial ou para o coração?"

"Você tem conhecimento, por informação médica ou por experiência própria, de algum motivo que poderia impedi-lo de participar de atividades físicas sem supervisão médica?"

Caso a resposta seja "sim" para ao menos uma destas perguntas, o aconselhável é procurar um médico para um exame completo antes de começar a fazer exercício físicos.

Para Dudu Netto, essa mudança na percepção do ACSM deixa claro que o mais importante é evitar o sedentarismo: "este sim representa o maior risco à sociedade. A atual diretriz solicita que todos realizem o PAR-Q e iniciem atividades leves a moderadas imediatamente. Somente quando houver doenças, sinais ou sintomas cardíacos, renais ou metabólicos a liberação médica é necessária. Nestes casos, o profissional de saúde determinará se é necessário exame médico, testes físicos ou médico presente durante o exercício".

QUEM DEVE FAZER EXAMES MÉDICOS PARA PRATICAR EXERCÍCIOS?

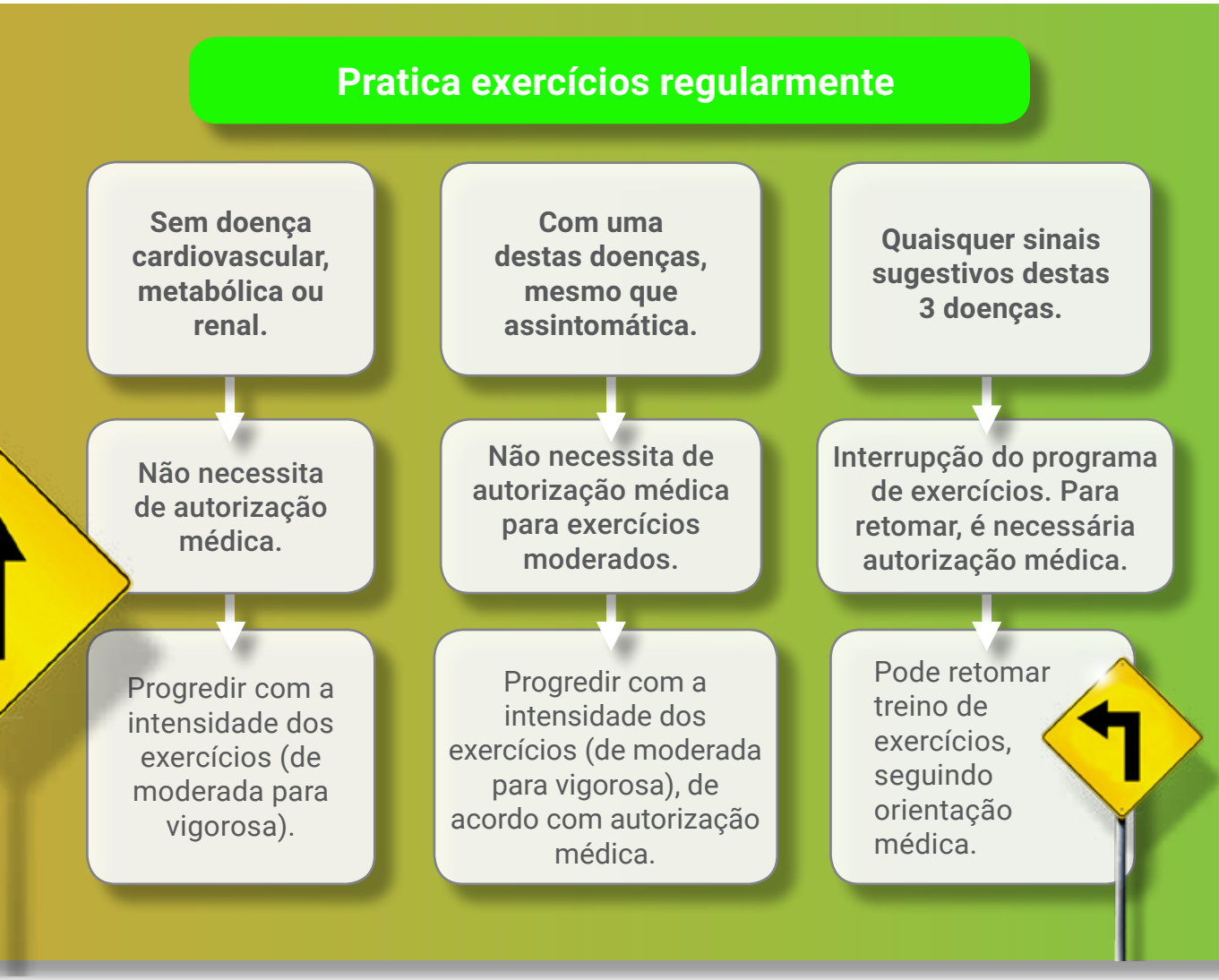
A orientação da ACAD para todas as academias do Brasil é a de que seja adotado o PAR-Q somado ao termo de responsabilidade. Ambos devem ser preenchidos e assinados pelo cliente, no ato do ingresso dele à academia.

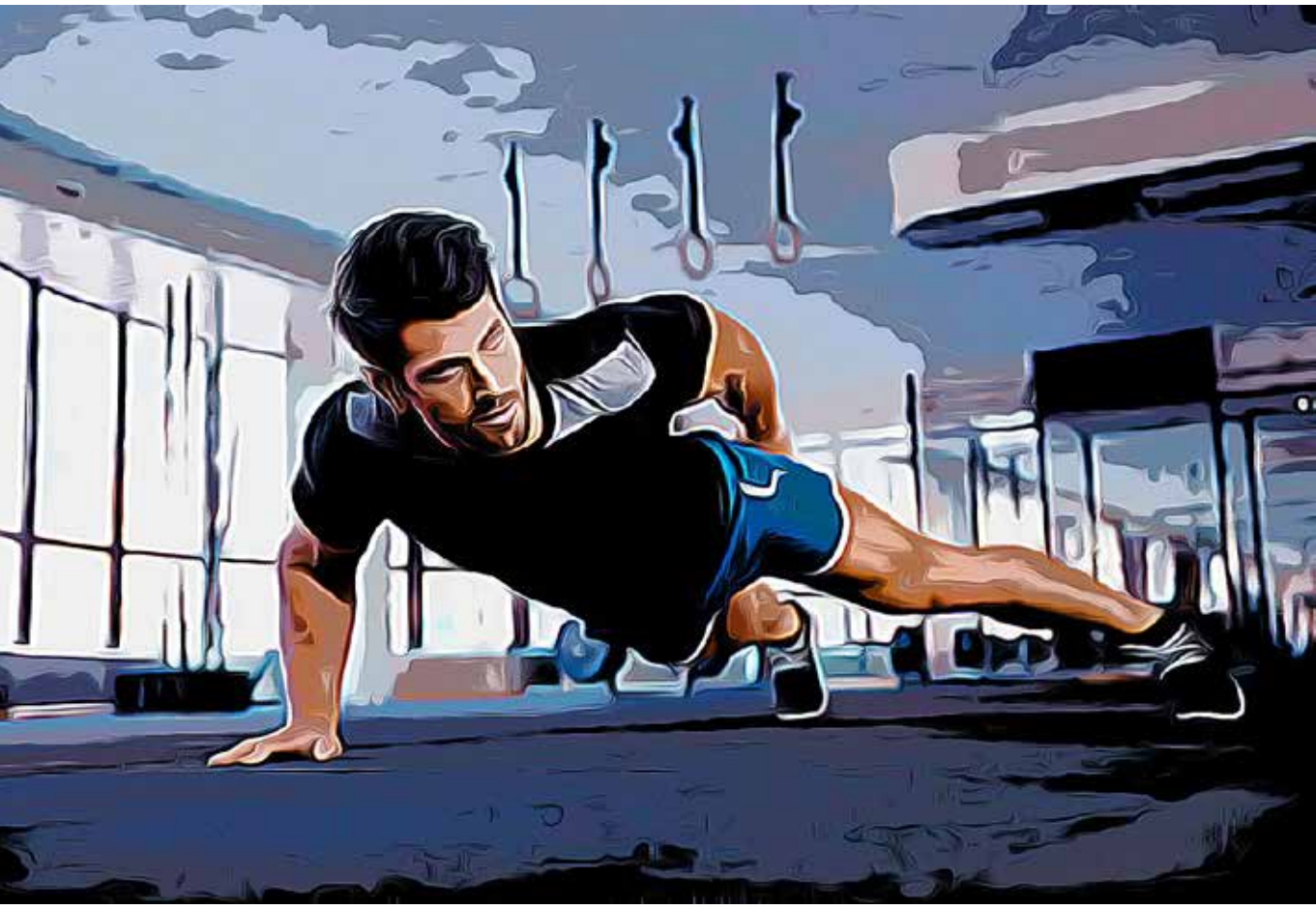
Qual é a incidência de eventos cardíacos relacionados com exercícios?

Estudos recentes concluíram que, em geral, o exercício não provoca eventos cardiovasculares em indivíduos saudáveis com sistemas cardiovasculares normais.

O risco de morte súbita cardíaca ou de infarto agudo do miocárdio é muito baixo em indivíduos saudáveis que praticam atividade física de intensidade moderada. Os riscos relativos e absolutos de um evento cardiovascular adverso são extremamente baixos, mesmo durante exercícios de intensidade vigorosa em indivíduos que não apresentam sintomas.

Estima-se que a morte súbita cardíaca ocorre a cada 1,5 milhão de episódios de esforço vigoroso em homens e a cada 36,5 milhões de horas de esforço moderado a vigoroso em mulheres.



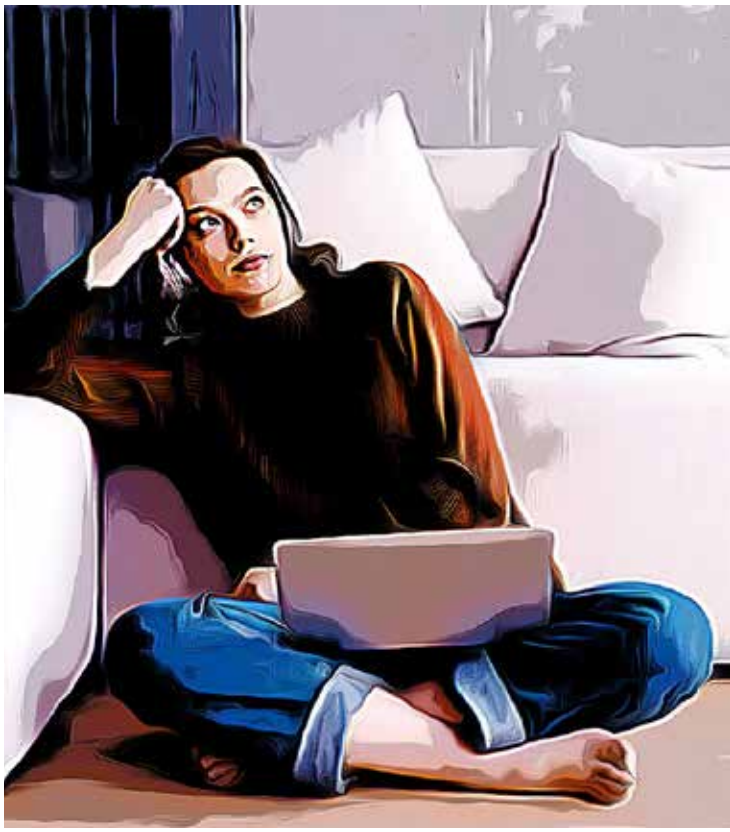


Uma análise de eventos cardiovasculares relacionados com exercícios entre participantes dos centros esportivos da Associação Cristã de Moços (ACM) chegou ao resultado de 1 morte por 2.897.057 horas/indivíduo, embora a intensidade do exercício não tenha sido documentada. Um outro estudo, feito com mais de 10 milhões de maratonistas identificou uma taxa de incidência de parada cardíaca de 1 por 184 mil corredores e uma taxa de morte súbita cardíaca de 1 por 256 mil corredores. "É mais fácil ganhar na loteria do que morrer praticando exercício", diz Monica Marques.

Novas diretrizes podem contribuir para combater sedentarismo mundial

O atual estilo de vida sedentário se contrapõe aos avanços tecnológicos que trazem melhorias no tratamento de doenças. Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), o sedentarismo – traduzido pela falta de atividade física – é o quarto principal fator de risco de morte no mundo, levando ao acometimento dos mais diversos tipos de doenças, como a hipertensão, o diabetes e a obesidade. E os custos da inatividade? Para cada R$ 1,00 gasto com prevenção de doenças, R$ 3,00 são gastos com o tratamento delas. Em outras palavras, é muito mais barato prevenir doenças do que remediá-las.

“Nós, gestores à frente de academias, estamos diante de uma enorme oportunidade, pois estas diretrizes representam menos barreiras. Neste sentido, as academias deviam ser encaradas e percebidas como parceiros, uma vez que têm um papel ímpar na missão de tornar o Brasil cada vez mais produtivo, sustentável e saudável. Do que o mercado precisa? De menos intervenção, menos barreiras, mais integração e mais participação nas políticas públicas, que ainda são ineficientes no combate ao sedentarismo: quase 50% da população brasileira é sedentária”, finaliza Dudu Netto.



ACAD BRASIL

Associado ACAD Brasil é membro IHRSA

IHRSA

E conta com todos esses benefícios:

- Desconto no evento nos EUA
- Newsletter e Blog em português
- Acesso exclusivo ao site e app da IHRSA
- PDF de diversas publicações

Ainda não faz parte?

Informações:
21-2493.0101 21-96445.5939
atendimento@acadbrasil.com.br

www.acadbrasil.com.br

ACAD BRASIL

Dra. Deborah Riebe é Ph.D. em Fisiologia do Exercício, mestre em Ciência do Exercício e bacharel em Educação Física. Atualmente, é professora da Universidade de Rhode Island.

Dr. Meir Magal é Ph.D. e mestre em Fisiologia do Exercício e bacharel em Cinesiologia e Ciência do Exercício. É professor na Universidade de Rocky Mount, na Carolina do Norte.

Ambos são membros do American College of Sports Medicine e editores da 10ª edição da publicação Diretrizes do ACSM para os testes de esforço e sua prescrição. A equipe da Revista ACAD conversou com os dois especialistas sobre os riscos da prática da atividade física.

1. Qual a maior contribuição da nova versão do "Diretrizes ACSM"?

As mudanças nos procedimentos de triagem de pré-participação do exercício são significativas, pois diminuem drasticamente o número de indivíduos que precisam buscar autorização médica antes de iniciar um programa de exercícios. Buscar autorização médica pode ser uma barreira para se tornar fisicamente ativo, portanto, as mudanças facilitam a adoção de um estilo de vida mais ativo para os indivíduos. As mudanças foram propostas após a realização de uma mesa-redonda científica, que reuniu especialistas em avaliação de riscos, cardiologia preventiva, saúde pública, fisiologia do exercício e geriatria. Também participaram representantes das áreas de medicina, fisiologia do exercício clínico, fitness e prevenção em saúde. O processo de triagem atualizado se baseia em: (1) o nível atual de atividade física praticada pelo indivíduo; (2) a presença de sinais ou sintomas sugestivos de doenças cardiovasculares, metabólicas ou renais; e (3) a intensidade desejada do exercício.

2. Quais são os riscos reais da atividade física?

É importante lembrar que os benefícios da atividade física regular superam em muito os riscos. Reconhecemos que praticar exercício pode levar a um aumento do risco de lesão musculoesquelética e, em casos muito raros, complicações cardiovasculares. No entanto, em nossa opinião, o risco real é a inatividade. Embora existam muitos benefícios de saúde bem conhecidos para a atividade física regular, a inatividade continua sendo uma questão importante que afeta cerca de um terço da população, em todo o mundo. As Diretrizes da ACSM proporcionam uma discussão mais aprofundada sobre lesões musculoesqueléticas e, também, colocam em perspectiva os riscos absolutos e relativos de eventos cardiovasculares adversos.

3. Essa nova abordagem sobre a prática da atividade física ser algo "sem risco ou com risco muito baixo" poderia contribuir para que mais pessoas deixassem de ser sedentárias?

Sim. Evidências baseadas em pesquisas demonstraram que as diretrizes anteriores eram muito conservadoras: indivíduos que poderiam se exercitar com segurança, eram obrigados a obter autorização médica. Um amplo levantamento revelou que 95% dos indivíduos com mais de 40 anos seriam aconselhados a consultar um médico antes da participação no exercício usando o processo anterior de triagem de pré-participação. Um estudo de acompanhamento usando os mesmos dados reduziu esse número em quase 50%. Exigir que indivíduos que possam se exercitar com segurança obtenham autorização médica pode ser uma barreira para a realização da atividade física. Exigir que as pessoas vejam seu médico antes de se tornarem ativas também pode erroneamente levá-las a acreditar que o exercício é perigoso.

4. Qual a real incidência de eventos cardíacos e lesões musculares ligadas ao exercício físico?

Eventos cardíacos são muito menos comuns do que lesões musculoesqueléticas. Em contrapartida, são muito mais graves. Está bem estabelecido que há um risco transitório de eventos cardíacos adversos durante esforço físico vigoroso, em comparação com o descanso. As taxas de eventos adversos são desproporcionalmente mais altas nas pessoas mais sedentárias que realizam exercício de intensidade vigorosa, sem estarem acostumadas. Embora o risco relativo de eventos adversos seja maior durante o exercício de intensidade vigorosa em comparação com o descanso, é importante lembrar que o risco absoluto desses eventos é muito baixo. Por exemplo, evidências reveladas em dois estudos mostram que a morte cardíaca súbita ocorre a cada 1,5 milhão de episódios de esforço físico vigoroso em homens e 36,5 milhões de horas de esforço moderado a vigoroso nas mulheres.

Lesão musculoesquelética é a complicação mais comum relacionada ao exercício. Enquanto a atividade física de intensidade moderada está associada a um risco muito baixo de lesão musculoesquelética, o risco aumenta com a intensidade do exercício e a natureza da atividade. Esse risco aumenta ainda mais quando a atividade inclui contato entre os participantes ou com o solo. Nos EUA, a taxa de lesões relacionadas ao esporte em adolescentes é de 83,41 episódios de lesão por 1.000 habitantes e em adultos é de 21,94 episódios de lesão por 1.000 habitantes.

5. Qual é a recomendação médica para pré-participação para quem quer entrar em uma vida mais saudável, adotando exercícios físicos?

O primeiro e mais crítico passo é escolher um profissional de Educação Física, qualificado para orientar os exercícios. O próximo passo para o participante é concluir o processo de triagem de pré-participação da ACSM ou o Questionário de Prontidão da Atividade Física (PARQ+). Se o participante quiser se exercitar sem um profissional deve, no mínimo, completar o PARQ+, que é um questionário para ser respondido pela própria pessoa que vai começar a se exercitar.

Maioria do público das academias do mundo têm entre 14 e 39 anos

A VEZ DAS GERAÇÕES Y E Z

Duas pesquisas publicadas em 2019 revelaram que são os mais jovens, abaixo dos 40 anos, que dominam o consumo no universo fitness. Segundo o Health Club Consumer Report, relatório anual elaborado pela IHRSA, pessoas das gerações Y e Z são 38% dos frequentadores de academias, e esta porcentagem deverá aumentar em até 50% nos próximos anos. Mas, de acordo com a Pesquisa Global de Fitness do Consumidor, publicada pela LesMills e que abordou 12 mil pessoas em 22 países, a tal projeção já é uma realidade: 80% dos frequentadores de academia são Geração Z ou Millennials. Apesar da diferença de percentuais das duas pesquisas, o fato é que este público não pode ser ignorado.

"As gerações Y e Z representam um tremendo potencial de crescimento, mas vêm com desafios únicos. Para alcançá-los de maneira que agrade este consumidor, você precisa estar *online* para entender o comportamento deles como consumidores, suas prioridades e preferências. Porque, 80% dos Millennials pesquisam *online* antes de fazer uma compra, portanto têm mais chances de compartilhar interações positivas com os clientes do que experiências negativas", garante **Jacqueline Antunes**, diretora da IHRSA para a América Latina, que comandará o Fórum Latino-americano, em San Diego, Califórnia, sobre, justamente, esta temática.

A Geração Y, também chamada de Millennials, se refere aos nascidos após o início da década de 1980 e até 1995, e foi sucedida pela Geração Z, aquela das pessoas nascidas entre 1996 e 2010. Portanto, as duas gerações compreendem os públicos com mais de nove anos e menos de 40. Este recorte por faixa etária é um conceito da Sociologia, mas que há um bom tempo tem balizado o mundo corporativo. A maioria das empresas, tanto as que vendem produtos como as que oferecem serviços, presta muita atenção nas tais gerações, para definir estratégias de negócio. No mercado fitness, essas gerações precisam de uma abordagem muito diferente das anteriores.

Geração Y

Nascidos entre 1985 e 1995

Os primeiros a chegar à idade adulta nos anos 2000.

Otimistas, engajados em questões políticas.

Extremamente informais, agitados e imediatistas.

Usam a maioria dos recursos do celular.

Geração Z

Nascidos entre 1996 e 2010

Comprometida com questões ecológicas.

Nativos digitais. Não conhecem um mundo onde a tecnologia não exista.

Preferem tablet à bicicleta.

Dá suma importância para a sinceridade, a transparência, a ética.

Mas por que essa informação é importante para as academias?

Esses dois grupos, Y e Z, compõem 63% da população global, portanto, fazer um negócio crescer, depende de se investir nesse público. Para o gestor à frente de uma academia, é determinante saber quem frequenta seu espaço. Isso abre oportunidades de crescimento, pois permite que se faça a abordagem certa para atraí-lo e, também, mantê-lo. Conhecendo mais profundamente os ípsilones e zês, é possível aprimorar estratégias de marketing, a fim de tomar decisões certeiras para atingir os mais jovens, construindo um relacionamento de longo prazo e gerando benefícios de retenção.

Segundo Vini Dias, diretor de Customer Experience da LesMills, o Brasil também participou dessa pesquisa e os resultados refletem a realidade do fitness no país. “Os alunos estão envelhecendo em academias tradicionais, mas os ‘joiners’, termo que usamos para categorizar quem busca se matricular em uma academia, são das gerações Y e Z. Aqui, as academias *low cost* estão ampliando ainda mais a entrada dessas gerações, pois possuem uma mensalidade mais acessível, aulas coletivas, grande capilaridade de unidades, além da facilidade de se matricular e cancelar um plano. Isso tem feito com que mais pessoas tenham acesso à atividade física orientada, aumentando assim o percentual de praticantes”.

Mais de **50%** dos novos clientes nas academias têm menos de **30 ANOS**.

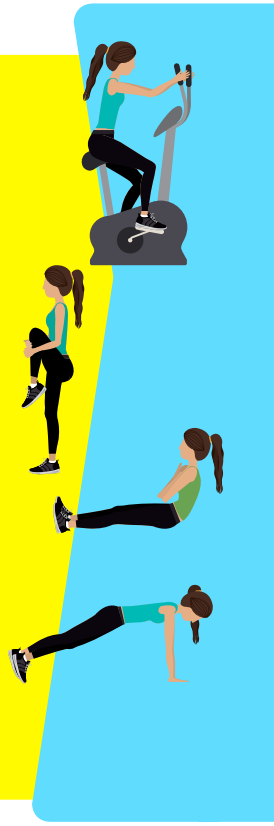
32% do total da população adulta frequenta uma empresa fitness (academias, estúdios, clubes)

80% de todos os que frequentam uma academia fazem parte da **GERAÇÃO Y** ou da **GERAÇÃO Z**.

Cerca de **80%** dos clientes que praticam atividades coletivas são das **GERAÇÕES Y** e **Z**.

Quase **80%** dos clientes que fazem musculação são das **GERAÇÕES Y** e **Z**.

Quase **90%** das pessoas que fazem exercícios on-line ou usam aplicativos são das **GERAÇÕES Y** e **Z**.



Fonte: pesquisa LesMills 2019

Segundo **Luiz Urquiza,** CEO da Bodytech Company, há diferentes fatores para que o público com menos de 40 anos seja maioria nas academias e alguns deles podem ser destacados. “Sem dúvida, as iniciativas de baixo preço contribuíram para este cenário. Mas a ampliação das formas de entrega dos serviços de fitness tem forte participação na atração desse público, como os inúmeros aplicativos já criados, que possibilitam uma capilaridade incrível de acesso à atividade física. Também é um fator, a inovação tecnológica, com os *wearables*, extremamente atrativos para os jovens, uma vez que eles podem acompanhar sua performance nos treinos. Um outro aspecto seria uma maior consciência, por parte das gerações mais novas, quanto à busca pela saúde, equilibrando melhor trabalho e vida pessoal”.

Trata-se de uma boa notícia? “Sim e de oportunidades para todos do setor. O mercado deve reagir a estes dados de forma extremamente positiva, na medida em que esse é um cliente que terá um ciclo de vida ainda muito longo, oferecendo boas perspectivas de se estabelecer um relacionamento duradouro com as academias”, complementa Urquiza.

O que esses jovens buscam?

“Esse público exige atividades que tragam resultados e que ao mesmo tempo possam interagir com mais pessoas, pois isso faz com que eles se motivem a treinarem com mais frequência e eles sabem que se treinarem mais, terão mais resultados. Para reter essa geração é preciso fazer com que saiam da rotina constantemente, por isso, os eventos e aulas especiais são muito importantes. Os treinos virtuais já fazem parte da rotina de treinos seja, por uma aula virtual na academia ou acompanhamento por algum aplicativo”, garante Vini Dias.

Ainda de acordo com a pesquisa Les Mills, os motivos que levam esses jovens às academias são variados:

54%
buscam manter a forma, perder peso ou tonificar

50%
querem se sentir melhor ou melhorar a aparência

37%
querem ficar mais forte

27%
buscam diversão

26%
querem se sentir empoderados

O levantamento também aponta que para a Geração Z e os Millennials, aulas em grupo são tendência: 76% dizem que interação social é um fator importante. Eles também são mais propensos a novos treinos, a pesquisar dicas nutricionais e a buscar planos alimentares para ter um estilo de vida mais saudável. Essa nova geração de clientes adora experimentar coisas novas e 80% participam tanto das aulas de musculação, quanto das aulas coletivas. A Geração Z é a categoria mais ativa: 87% se exercitam três ou mais vezes por semana.

Essa geração batizada de “Ativa” representa 89% do total de usuários de treinos *online* ou baseados em aplicativos e isso não pode ser ignorado. Para cada geração, há movimentos sociais como músicas icônicas e comportamentos diferenciados que ajudam a definir um legado cultural. À medida que o fitness avançou, cada geração teve exercícios ou práticas físicas que ajudaram a definir sua era: Jazzercise, da californiana Judi Sheppard Missett, os treinos de Jane Fonda ou a proposta inovadora de Johnny G. Spinning são bons exemplos. Quais treinos virão para definir a Geração do milênio e a Z?

O que a indústria do fitness oferece aos jovens de hoje?

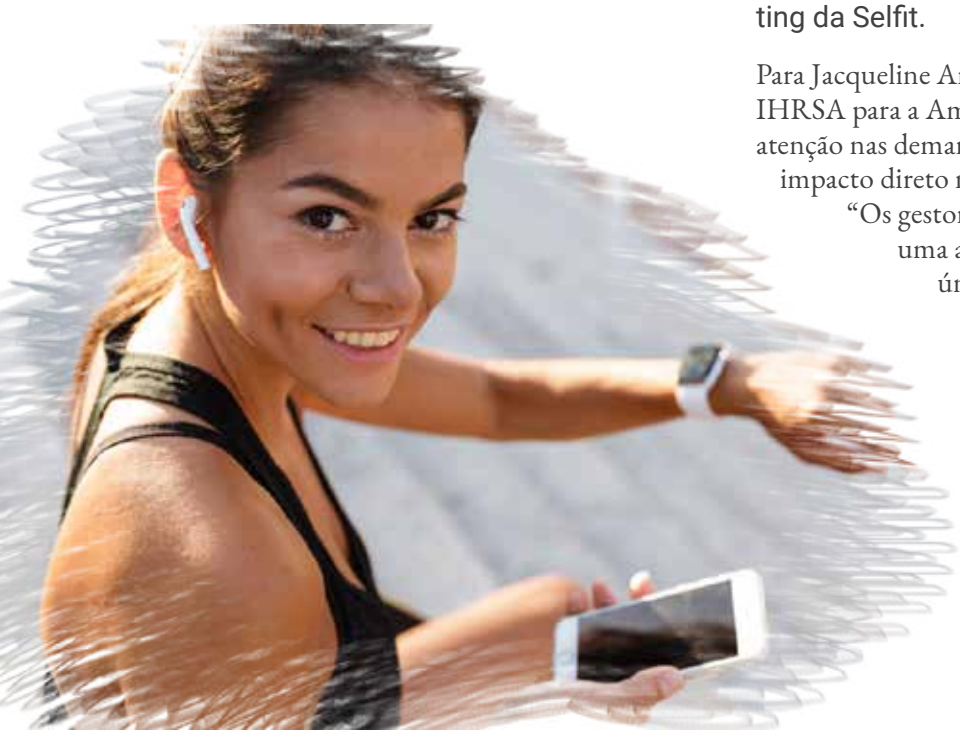
As academias já vêm experimentando novos modelos de negócios projetados para atender às necessidades dos mais jovens e tudo indica que continuará a evoluir para acompanhar as crescentes expectativas do consumidor atual e daquele que virá.

Na Bodytech, o percentual de clientes Y e Z é em torno de 65%, nas unidades físicas, e, segundo Urquiza, isso é resultado de várias iniciativas adotadas nos últimos anos justamente para atrair este público. "Criamos o plano estudante, para o público de 12 a 25 anos, com preço e horário diferenciado; o app BTFit que já atraiu dezenas de milhares de jovens (cujo usuários Y e Z representam mais de 95%); uso de tecnologias que permitem interação e gamificação; investimentos em eventos para transformar a atividade física em algo divertido e animado. E esses são apenas alguns exemplos do que pode ser feito. Há um mundo a ser explorado".

Muitas academias têm excelentes propostas para esse público: a Bio Ritmo colocou dentro de suas unidades espaços dedicados para treinos coletivos específicos. A SmartFit desenvolveu um aplicativo para os alunos treinarem em casa. Já a Selfit coloca bastante energia nos treinos em grupo como proposta para entregar resultados junto aos jovens.

"Nosso modelo *low cost high value* está conectado às principais tendências mundiais e às demandas atuais dos consumidores. Para isso, disponibilizamos mais de 300 aulas mensais, reserva e venda de aulas avulsas de forma digitalizada, através de totens em nossas unidades, soluções *mobile* com aplicativos para orientação nutricional e treinos, além de Wi-Fi de alta performance. Os bons resultados destas estratégias nos mantêm inspirados a inovar cada vez mais, com serviços de ponta, modernos e competitivos", diz **Leonardo Farra**, diretor de Marketing da Selfit.

Para Jacqueline Antunes, diretora da IHRSA para a América Latina, prestar atenção nas demandas deste público terá impacto direto na operação das academias. "Os gestores não podem mais adotar uma abordagem de tamanho único. Fazer negócios nas próximas décadas exigirá um incrível grau de desempenho operacional e de marketing centrado nos interesses das gerações Y e Z".



Dicas: prepare sua academia para a Geração Ativa!

1. TECNOLOGIA A SERVIÇO DA EXPERIÊNCIA

A Geração Ativa espera a tecnologia como padrão para melhorar a experiência de treino, exige uma experiência de fitness conectada, que se adapte ao seu estilo de vida e permita que treinem em seus próprios termos.

2. CONTEÚDO DE PRIMEIRA

Com o aumento de mais de 330% do número de aplicativos de fitness, as oportunidades são inquestionáveis. Mas é preciso que a qualidade do conteúdo corresponda às exigentes expectativas dos consumidores atuais. Bons conteúdos digitais podem atrair novos clientes e manter os antigos.

3. VIDA SAUDÁVEL E MUITO MAIS

Academias que apostam em uma visão holística de vida saudável, proporcionam experiências de alta qualidade e ainda estão atentas à disposição da Geração Ativa por treinar três vezes por semana, estão no caminho certo para conquistar esse público.

4. INTERAÇÃO SOCIAL

Como vimos na ascensão meteórica das boutiques – as visitas a estúdios de luxo cresceram 121% nos últimos cinco anos apenas nos EUA – os jovens de hoje valorizam significativamente os aspectos sociais do exercício físico. A Geração Ativa compõe 81% de todos os participantes da aula de condicionamento físico – e os números mostram que os alunos mais jovens (Geração Z) valorizam a interação social em uma experiência de treinamento ainda maior do que a geração dos Millennials.

5. PROFESSORES ROCKSTARS

Tecnologia é bom, mas não se deve perder de vista o ativo mais antigo de uma academia: as pessoas. A qualidade do profissional de Educação Física pode ser determinante sobre como a Geração Ativa escolhe onde fazer exercícios em grupo: 37% apontam este como o principal motivo para participar de uma aula.

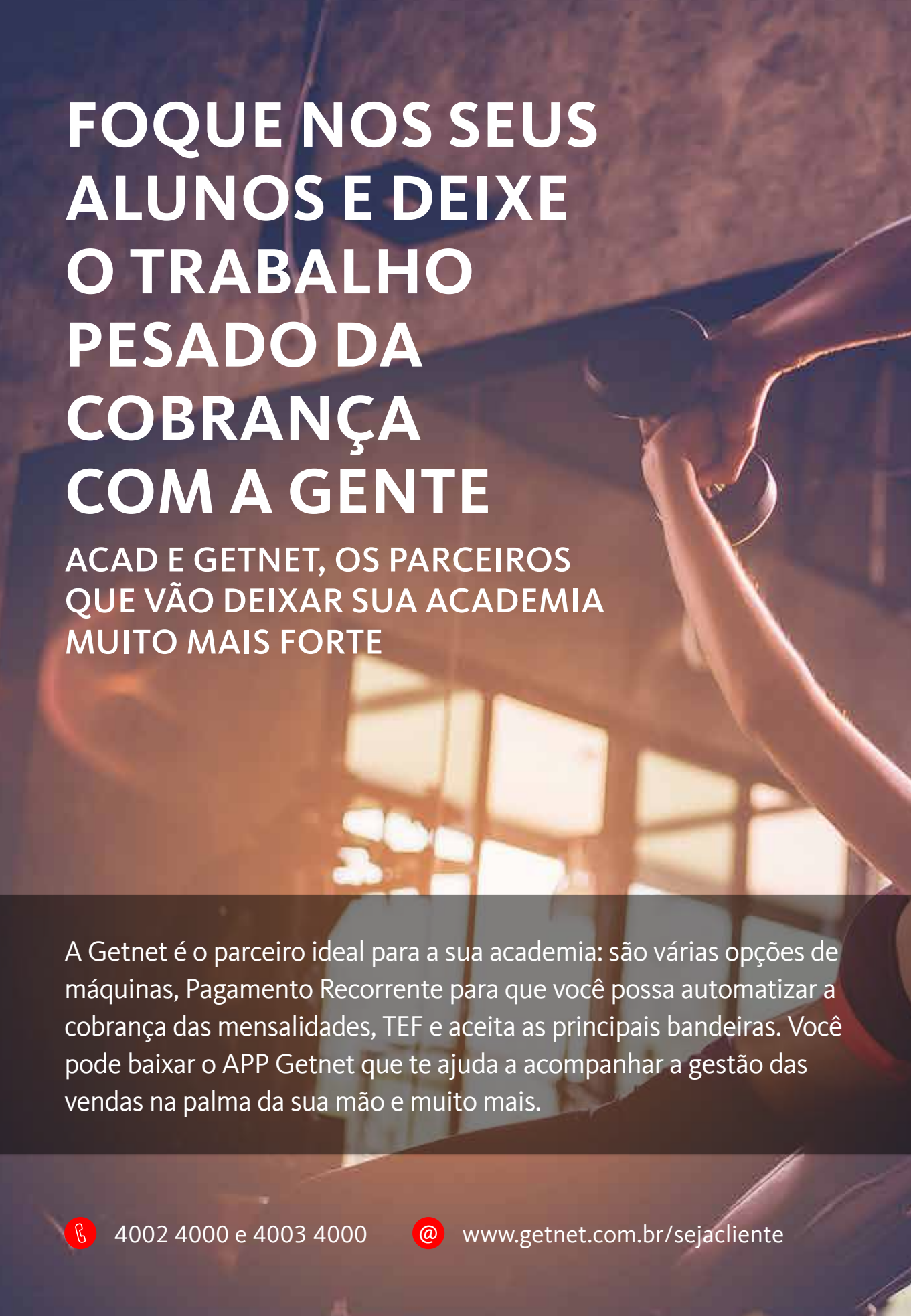
6. QUANDO STAFF E CLIENTES FAZEM O MARKETING POR VOCÊ

Um espaço criativo, com design diferenciado pode ser um atrativo para que seus alunos façam *selfies* em sua academia, para divulgar nas próprias redes sociais. Clientes e professores podem trazer autenticidade ao seu conteúdo e servir como influenciadores. Histórias pessoais podem gerar confiança entre a Geração Ativa.

Conheça esse público e aprenda a lucrar com ele

Com muito mais acesso a informações, os jovens conhecem produtos e serviços assim que são lançados, e sabem onde estão disponíveis. O consumo fica ainda mais ágil pela possibilidade de comprar por meio de lojas virtuais, ambiente mais do que confortável para esse público. Assim como a geração X aprendeu a receber informações pela televisão, os "zês" usam as redes sociais para se comunicar, uma vez que esta Geração e as redes sociais nasceram praticamente juntas. Portanto, é no ambiente virtual que as empresas devem estar. Mais do que consumir, essa geração quer vivenciar e compartilhar experiências positivas. Uma marca que não se preocupar com esse novo comportamento pode ser facilmente esquecida por esse público.

Depois da Y e da Z, será a vez da geração Alfa, ou aqueles que nasceram a partir de 2011, ditar as regras de consumo. Que tal já começar a pensar em como atender esse novo consumidor que nunca experimentou a vida fora das redes sociais?



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

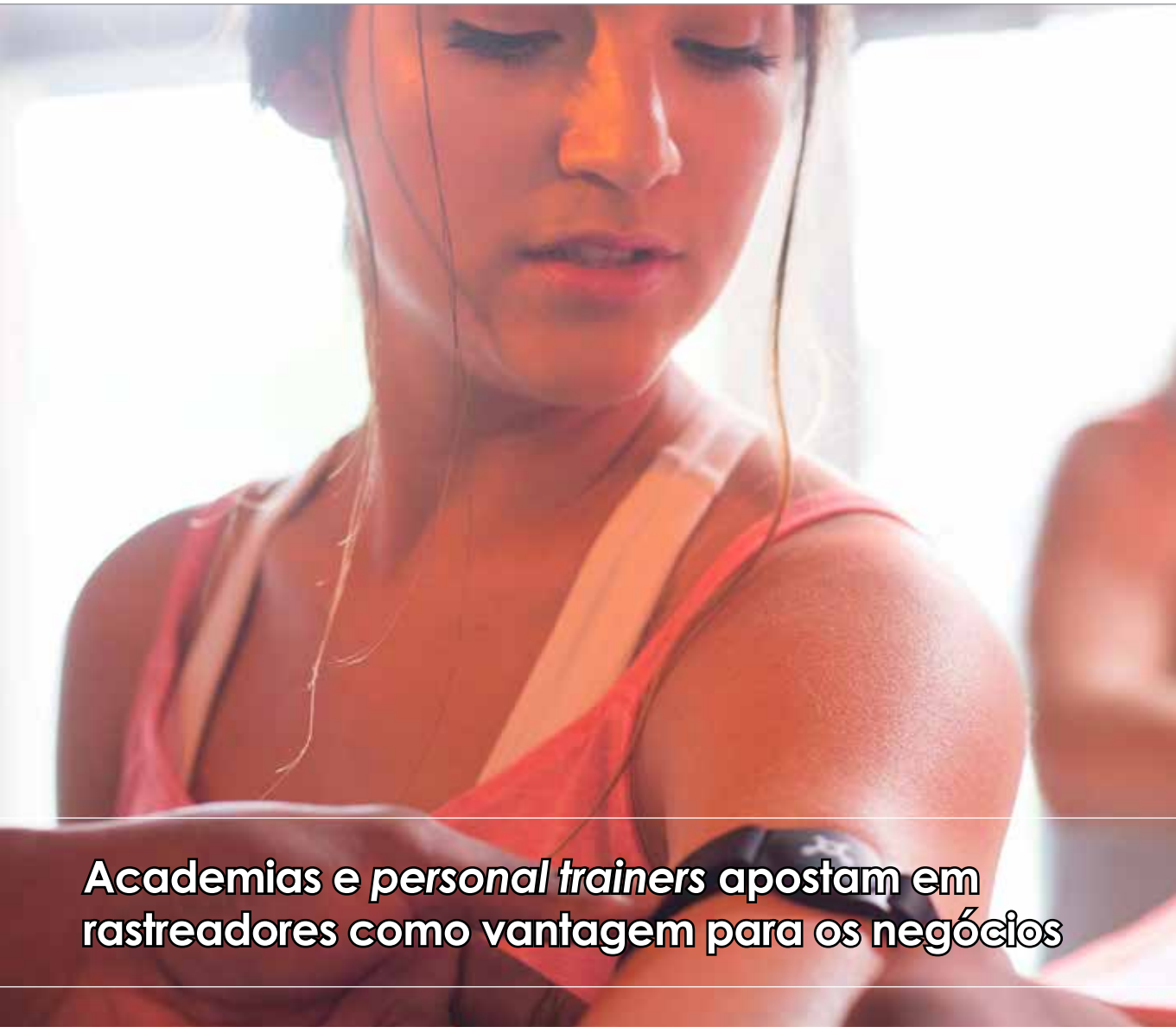
A Getnet é o parceiro ideal para a sua academia: são várias opções de máquinas, Pagamento Recorrente para que você possa automatizar a cobrança das mensalidades, TEF e aceita as principais bandeiras. Você pode baixar o APP Getnet que te ajuda a acompanhar a gestão das vendas na palma da sua mão e muito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

4002 4000 e 4003 4000

www.getnet.com.br/sejacliente

getnet
Peça já a sua
3G + Wi Fi
getnet
Uma empresa Santander

A maravilha



Academias e *personal trainers* apostam em rastreadores como vantagem para os negócios

Os *wearables* são tecnologias ou dispositivos iguais ou similares a equipamentos vestíveis, tais como relógios, pulseiras ou óculos de realidade virtual.

dos *wearables*

A tecnologia voltada para o fitness – aplicativos, relógios inteligentes, monitores de frequência cardíaca, dispositivos GPS *traking* e rastreadores de atividade *wearable* – está transformando esta indústria em uma velocidade sem precedentes.

Os dispositivos, em evolução ao longo de mais de uma década, agora se tornaram sinônimo de 'ferramentas de saúde', assim como esteiras e pesos. Eles estão sendo usados não apenas para acompanhar o desempenho e o progresso dos clientes das academias, mas, com a mesma importância, também para atrair e envolver clientes e aumentar a retenção.

O Fitbit, um rastreador que funcionava como um contador de passos, foi introduzido em 2009 e, desde então, os números associados a *wearables* – que envolvem aplicativos disponíveis, total de usuários e investimentos dos gigantes da tecnologia – multiplicaram-se rapidamente. De acordo com a Statista.com, uma plataforma de dados de negócios, em 2019, cerca de 222 milhões de unidades foram negociadas, em todo o mundo. E até 2023, deve atingir 302,3 milhões.

Em novembro, o Google, o gigante da tecnologia, fez uma oferta para comprar o Fitbit por US$ 2,1 bilhões, um endosso do potencial dos *wearables*, em uma série de mercados, incluindo fitness, bem-estar, medicina e saúde.

Com relação aos aplicativos, o novo Apple Watch, da série 5, anuncia o que já está disponível. Ele rastreia etapas do treino, frequência cardíaca, calorias queimadas, tempo gasto sentado, e duração e qualidade do sono. Também tem a função 'eletrocardiograma', que pode indicar se se há um ritmo cardíaco grave ou irregular.

Empregar rastreadores no ambiente da academia pode não ser uma novidade – quem não se lembra do HRMS Polares (monitores de frequência cardíaca) e do Nike+ Fuelband (aplicativo, em formato de pulseira, que monitora atividades físicas)? Mas, hoje, eles alcançaram um status especial. A Pesquisa Mundial de Tendências de Fitness para 2019, publicada pelo American College of Sports Medicine, concedeu aos *wearables* o primeiro lugar no *ranking*.

Dados: a nova moeda

O coração e a alma, a base e a superestrutura dos *wearables* são os dados. Converse com provedores de tecnologia e gestores de academias e você notará que dois comentários aparecem regularmente: "você não pode monitorar o que você não mede", e "os dados são a nova moeda".

A maioria dos especialistas consultados para esta matéria informou que os dados coletados – como passos, calorias gastas, frequência cardíaca e duração dos treinos – fornecem um valor real, tanto para os clientes quanto para seus treinadores.

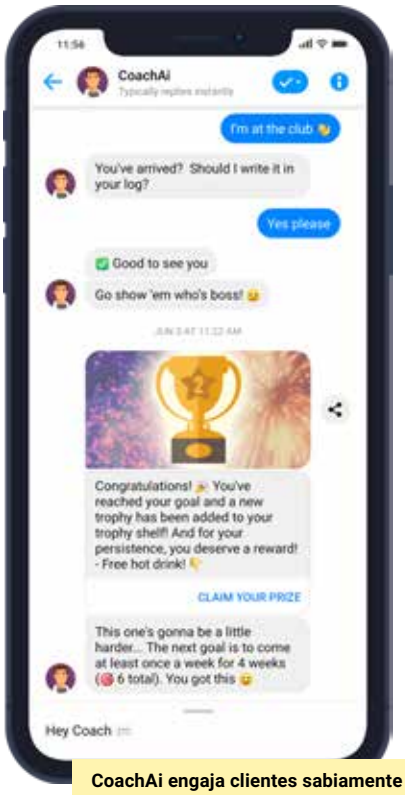
"Adoramos ter acesso a esses dados, que podemos usar de maneiras diferentes, dependendo do indivíduo com quem estamos trabalhando", diz Robin Cortez, diretor de treinamento e equipe da Chuze Fitness, uma rede de academias de San Diego, com 31 unidades.

As academias usam os resultados para motivar os clientes, monitorar o progresso, celebrar realizações pessoais e, às vezes, como base para competições ou eventos especiais.

Os dados quantificam o estado atual das coisas e as mudanças, à medida que ocorrem, e embora a tecnologia colete uma grande quantidade de informações, ela não as usa para sugerir como os usuários poderiam fazer melhor. Essa tarefa, agora, está ao alcance dos treinadores.

No entanto, graças aos avanços na personalização e na inteligência artificial, os *wearables* vão começar a oferecer conselhos sobre como melhorar tudo, desde o desempenho atlético até os hábitos de sono.

Hoje, em Tel Aviv, Israel, Shai Neiger, CEO da CoachAi, desenvolveu e introduziu uma solução de *software* automatizada, orientada pela IA (inteligência artificial), projetada para melhorar o envolvimento dos clientes com o uso de um 'companheiro virtual'. No entanto, ele adverte, não importa o quão sofisticadas sejam as possibilidades, as informações que as academias decidem rastrear devem depender do nível de conhecimento e experiência do cliente. "Os dados precisam ser simples e binários – o que as pessoas podem realmente entender – não números complicados".



CoachAi engaja clientes sabiamente

"As pessoas já estão sobrecarregadas com suas vidas, mas frequentar uma academia e trabalhar com um instrutor pode ser demais", observa Cortez. "Nós fornecemos um espaço seguro para nossos clientes e as ferramentas certas para o sucesso. Nossos monitores de frequência cardíaca são fáceis de usar e os clientes sentem que vale a pena introduzir um elemento de diversão".

Exercício em grupo

Por um bom tempo, a tecnologia para fitness tem desempenhado um papel fundamental nas aulas coletivas e nos treinos de pequenos grupos em muitas academias, incluindo a Chuze e a Orangetheory Fitness. Ambas fazem uso de rastreadores de desempenho, de tarefas básicas, e de monitores de frequência cardíaca, essenciais para estabelecer metas e monitorar o progresso dos clientes. "Eles permitem que nossos membros vejam suas frequências cardíacas em zonas de treinamento específicas", observa Matthew Taub, treinador da Orangetheory, em Toronto. "Isso permite que eles trabalhem dentro de seus limites e treinem em conformidade".

Na Chuze, os clientes usam os dispositivos durante o segmento cardiovascular do treino HIIT, que acontece em bicicletas, remadores ou equipamentos de inclinação. Seus batimentos cardíacos são exibidos em uma tela em tempo real; e os treinadores trabalham com eles para mantê-los em sua zona de treinamento ideal, maximizando os benefícios.

Na Chuze Fitness: trilhas com o app AccuroFit

"Os monitores de frequência cardíaca fornecem aos clientes uma ferramenta fácil e codificada por cores, para avaliar se estão ou não trabalhando em níveis ideais de intensidade, ao longo do treino", explica Cortez.

Cortez

Neiger

Taub

Instrutores para potencializar *wearables*

Embora os indivíduos frequentemente utilizem *wearables* por conta própria, há um consenso: os resultados com o uso dos monitores são sempre melhores quando o cliente é ajudado, de perto, por um profissional de Educação Física. "Acredito que a melhor maneira de os rastreadores ajudarem os clientes a atingir seus objetivos é se eles forem combinados com um profissional, um ser humano", observa Dennis Mathias, gerente geral do Healthplex Sports Club, na Pensilvânia.

Mathias

Mathias, que tem trabalhado com rastreadores nos últimos seis anos e testado a maioria dos que estão no mercado, desenvolveu um programa de treinamento cárdio que os incorpora. No entanto, ele atribui grande parte do sucesso do programa à intervenção humana. "Minha experiência sugere que, se você educar o cliente, orientá-lo através de um plano progressivo, estrategicamente pensado para que se possa entender o que os dados significam, os clientes não vão parar, porque veem resultados positivos".

"Os monitores de frequência cardíaca são incrivelmente valiosos em nossos treinos, e, também, para os clientes", acrescenta Cortez. "Mas os usuários não têm a mesma experiência que a nossa equipe de professores. Isso ajuda estes profissionais, fornecendo-lhes um *feedback* importante sobre seus clientes".

"Em Orangetheory, nossos profissionais são orientados para acompanhar durante todo o treino. Eles fazem parte de todo o processo", diz Taub. "O OT Beat Performance Tracker é uma ferramenta que eles usam para ajudar os clientes a alcançarem seus objetivos".

O método Mathias: para o planejamento

... e o treino

... e verificando o progresso

Ganhar o jogo

A razão de ser dos *wearables* é fornecer dados para avaliações iniciais e monitoramento do progresso físico do cliente, mas eles também podem ter impacto na condição econômica de uma academia.

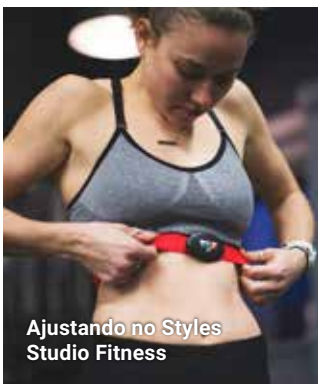
Em mercados altamente competitivos, com infinitas opções, os gestores de academias estão sempre procurando maneiras de diferenciar sua oferta e manter seus clientes engajados e voltando.

Verificando métricas do sitema Myzone na academia Westpark Fitness

Usada de forma adequada e criativa, a tecnologia para o fitness está provando ser, entre outras coisas, importante, e até possivelmente essencial, ferramenta de retenção.

Kevin Doyle, gerente geral da Westpark Fitness, em Dublin, Irlanda, acredita fortemente na capacidade dos rastreadores em conquistar e manter clientes. "Em setembro de 2019, vimos um aumento de 16% na retenção em relação ao mesmo mês do ano anterior", relata. "Registramos maior frequência de visita, e identificamos que as pessoas que participam das aulas coletivas tendem a ficar mais tempo".

Doyle credita tais melhorias aos aspectos competitivos e aos jogos dos programas. "Os clientes adoram o desafio de atingir a sua meta mensal de MEP (ponto de energia de movimento, traduzindo)", explica.


Ajustando no Styles Studio Fitness

"Companheiro" virtual do CoachAi

"O sistema Myzone, que concede um novo status em diferentes estágios de sua formação, ajuda-os a se concentrar em avançar para o próximo nível. Aqueles que atingem seu alvo recebem uma camiseta proclamando seu status".

"Eu não acho que você possa ganhar o jogo se você não sabe a pontuação", reflete Carrie Kepple, co-proprietária da Styles Studio Fitness, em Peoria, Illinois, e membro do conselho da IHRSA. "Os rastreadores são ótimos em marcar o jogo que o cliente acaba de jogar. Isso provoca uma sensação de satisfação – um sentimento que se torna a recompensa e que ajuda as pessoas a permanecerem engajadas".

Neiger observa que a gamificação definitivamente entra em jogo quando os clientes recebem recompensas digitais – ou reais – em diferentes níveis de participação. "Pequenas vitórias são recompensadas – por exemplo, funcionam por duas semanas e você ganha o primeiro prêmio", diz. "Algumas academias também adicionam prêmios físicos, como cartões de presente ou descontos em produtos".

Kepple também usa rastreadores para prospecção. "Para atrair novos clientes, usamos brindes promocionais e incluímos alguns exemplos de marketing da empresa em nossos anúncios".

Acompanhando o futuro

"Levar as pessoas para a academia", lembra Neiger, é o objetivo do jogo. "A ciência comportamental mostra que o aumento da prestação de contas incentiva a adesão", ressalta. "Não é sobre os pesos, conjuntos e repetições. O principal objetivo é simplesmente fazer com que as pessoas usem as suas instalações".

Seu sistema voltado para a inteligência artificial se concentra em grande parte nos iniciantes e nos clientes que, por exemplo, não vêm por um tempo ou podem estar de férias. Sincronizado com um aplicativo de mensagens – como Messenger ou WhatsApp –, o sistema dispara mensagens de texto personalizadas que incentivam o cliente a visitar a academia para um treino. A conversa é um reforço positivo, que pode levar à maior frequência.

Neiger relata que seus clientes apresentam resultados promissores. "Publicamos recentemente um estudo realizado em uma academia no Reino Unido", diz ele. "Depois de 12 semanas utilizando o Coach.Ai, houve um aumento de 21% na frequência de visitas, os cancelamentos diminuíram em um terço e o débito direto mensal aumentou 35%".

Com todo o desenvolvimento de tecnologias para o fitness, que surgem constantemente, os números gerados por *wearables* devem melhorar ainda mais no futuro.

Reprodução da matéria publicada na Revista CBI - Club Business International - janeiro 2020.
Colaboração: Jacqueline Antunes (IHRSA EUA).
As informações referem-se ao mercado norte-americano.

Seus
ESTAGIÁRIOS e
FUNCIONÁRIOS estão
PROTEGIDOS?

SEGURO ESTAGIÁRIO
É OBRIGATÓRIO

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

Exclusivo para associados ACAD Brasil

PORTO SEGURO

Ainda não faz parte?

Informações:
21-2493.0101 21-96445.5939
atendimento@acadbrasil.com.br

ACAD BRASIL

www.acadbrasil.com.br

Mario Duarte

Advogado. Graduado em Direito pela USP. Especializado em Direito das Relações de Consumo pela PUC-SP. Formado em Mediação pela FGV-SP. Sócio do escritório Paradeda, Castro, Duarte e Mantesso Advogados. Coordena a atuação jurídica da ACAD em políticas públicas e ações estratégicas.

ACIDENTES ACONTECEM!

Sua academia está preparada para lidar com eles?

"Se é agora, não vai ser depois. Se não for depois, será agora. Se não for agora, será a qualquer hora. Estar preparado é tudo". Se existissem academias na Inglaterra do século XVII, os acidentes com clientes poderiam ter inspirado esta passagem de Hamlet, personagem de William Shakespeare.

Por melhor que seja a operação, não há como evitar, por completo, os acidentes. Nos casos mais graves, as indenizações podem chegar a centenas de milhares de Reais e a processos criminais, movidos contra sócios e funcionários. Isso é suficiente para tirar o seu sono? Então saiba que, com a adoção de precauções relativamente simples, é possível reduzir esse risco. O primeiro passo é entender que a obrigação de produzir provas sobre um acidente será sempre da academia. Para se defender com sucesso, é preciso provar que o serviço foi prestado de forma correta e segura, e que tomou as providências de socorro adequadas. Todos os demais passos, descritos a seguir, servirão para facilitar a produção de provas e reduzir o risco do seu negócio.

1. **Revise contrato e regulamento** – devem conter cláusulas que protejam a academia, como: obrigatoriedade de uso de calçados adequados; o cliente deverá se comprometer a utilizar os equipamentos de forma cuidadosa, correta e de acordo com sua capacidade física, solicitando auxílio de instrutor quando não tiver certeza de que poderá se exercitar sozinho de forma segura. É preciso manter em arquivo, as vias desses documentos assinadas pelo cliente. Também é importante ter uma cláusula de esclarecimento de que academia não é responsável pelos serviços prestados por um *personal trainer* externo.

2. **Fique atento a PAR-Q e atestado médico** – verifique se existe lei local que exija a apresentação destes requisitos e não permita que clientes façam uso da academia sem que os tenham apresentado. Observe se há outras obrigações previstas na lei, como faixas etárias. Não aceite atestados sem carimbo do médico. Arquive os documentos cuidadosamente, pois eles serão fundamentais em caso de acidente. Faça controle rigoroso das datas de renovação, se a lei estabelecer prazos.

3. **Verifique se sua academia precisa ter desfibrilador** – existem dezenas de leis municipais e estaduais prevendo essa obrigatoriedade. Os critérios são variáveis, conforme o tipo de estabelecimento e o número de frequentadores. Para ter certeza da obrigatoriedade, é preciso consultar a lei aplicável ao local em que sua academia funciona, já que não existe uma lei federal aplicável a todo o país. Em caso positivo, certifique-se de manter o equipamento em bom estado. Estabeleça um protocolo de testes, faça um registro e mantenha em arquivo. Fique atento a outras obrigações que podem constar da lei, tal como a de manter profissional capacitado para o uso do aparelho.

4. **Onde o risco é maior, coloque avisos** – além do piso molhado, que deve ser informado por aviso no local, pelo menos duas outras situações geram acidentes com frequência. Uma delas é o acesso a uma esteira que outro cliente se esqueceu de desligar. O potencial de gravidade dessa espécie de acidente justifica a colocação de avisos alertando os clientes para que verifiquem se o equipamento está desligado. Uma segunda situação é dos acidentes durante o manuseio de pesos livres. Alertas colocados em locais visíveis, orientando o cliente a pedir auxílio de instrutor caso não se sinta apto a mover pesos com segurança, poderão afastar o argumento de uma suposta falta de supervisão.

5. **Vai promover competição? Faça um termo específico** – atividades que não se encaixem entre as que são ordinariamente oferecidas pela academia devem ser objeto de termo específico, com cláusula prevendo que o participante assuma a responsabilidade por eventuais riscos que fujam ao controle da academia, tais como os decorrentes das cargas por ele escolhidas em competições de levantamento de peso ou da capacidade para participar de provas de corrida. A mesma recomendação vale para qualquer outra atividade extraordinária, mesmo que não competitiva.

6. **Tenha um registro de manutenção** – com ele, você poderá provar que executou as manutenções preventivas e corretivas nos equipamentos e instalações. Mantenha em arquivo as ordens de serviço e notas fiscais. Lembre-se de que: é a academia quem tem que provar que o equipamento estava em bom estado.

7. **Formalize a relação com *personal trainers* externos** – faça contratos escritos, prevendo os direitos e obrigações, em especial a de que tais profissionais se responsabilizem por acidentes decorrentes da prestação de seus serviços de orientação e a de que devam estar sempre devidamente identificados, para que os clientes possam distingui-los dos funcionários da academia.

8. **Socorra a vítima** – omissão de socorro é crime. Quando o acidente acontecer, é preciso que os funcionários da academia tomem as providências essenciais imediatamente: prestar primeiros socorros, se a situação da vítima e a capacidade do profissional assim recomendarem, chamar serviço de resgate e isolar a área.

9. **Faça relatório do ocorrido e colha depoimentos** – entre a data de um acidente e a audiência de um processo judicial podem transcorrer meses e até anos. Os funcionários que presenciaram o acidente talvez já não se lembrem dos detalhes ou não trabalhem mais na academia. Por isso, faça um relatório por escrito e, também, peça que os funcionários escrevam de próprio punho seus depoimentos, datando e assinando. De preferência, reconheça as firmas. Esses documentos poderão ser juntados ao processo, caso alguma testemunha não possa ser localizada. Embora não substituam o depoimento presencial, serão provas válidas e o juiz deverá levá-los em consideração.

10. **Instale câmeras em toda a área de exercícios** – as imagens de um acidente são fundamentais para a defesa da academia. Sem as imagens, a versão do cliente tenderá a prevalecer. Indenizações já tiveram que ser pagas porque as câmeras do estabelecimento não cobriam o local onde ocorreu o acidente. Certifique-se de que os equipamentos cubram todas as áreas e tenham capacidade de gravação das imagens. Caso você ainda não tenha feito este investimento, faça um esforço, pois ele poderá evitar que você gaste bem mais em um possível processo.

11. **Preserve as imagens do acidente** – elas poderão ser requisitadas pela polícia ou ainda juntadas a processos judiciais. Faça isso o mais rápido possível, pois em geral os sistemas não mantêm as imagens gravadas disponíveis por muito tempo. Mantenha sempre disponível uma cópia, caso tenha que entregar a gravação a autoridades.

12. **Faça uma gestão da crise** – tão logo tenha conhecimento do acidente, envolva seu advogado e, se possível, um assessor de imprensa. Esses profissionais precisam atuar desde o início, para evitar a perda de provas e a divulgação dos fatos em termos prejudiciais à academia. Eles também definirão a estratégia de ação da academia. Caso não seja possível, estabeleça um funcionário para acompanhar o caso.

13. **Mantenha contato com a vítima** – um dos aspectos que podem prejudicar a imagem da academia, tanto em processos judiciais como em mídia, é a falta de acompanhamento da situação da vítima. Destaque um funcionário para acompanhá-la ao hospital e para manter contato telefônico periódico. Faça registro escrito dessas atividades. Essa atenção pode reduzir o risco de processos e de exposição negativa em mídia, bem como transmitir uma imagem positiva durante processos judiciais.

Além dos passos acima relacionados à otimização da defesa da academia em caso de acidente, uma última providência essencial para a redução do risco de pagamento de indenizações deve ser lembrada: **o seguro de responsabilidade civil**. Essa cobertura deveria ser contratada, no mínimo, na casa de algumas centenas de milhares de reais, para que possa fazer frente a situações graves, como sequelas ou óbitos.

Como dissemos, acidentes acontecem. Executando os passos acima, sua academia estará mais bem preparada para lidar com as consequências deles. E estar preparado, como diz Hamlet, é tudo.

evo summit

VOCÊ NO EVENTO QUE VAI DEFINIR O FUTURO DO FITNESS!

26 DE JUNHO
AMCHAM | SP

Pela primeira vez no nosso mercado, um evento com conteúdo que foge de tudo o que os donos de academia, gestores, coordenadores, professores e recepcionistas ouvem há anos

GARANTA SEU INGRESSO: www.evosummit.com.br

SEU CLIENTE ESTÁ AMANDO OU DEIXANDO SUA ACADEMIA?

O fantasma da retenção ainda afeta em cheio o setor de fitness. Mas como usá-la a favor do seu negócio?

"Muito provavelmente, a única fonte possível de vantagem competitiva sustentável na nova economia serão os laços de lealdade que uma empresa for capaz de gerar com seus clientes". A afirmação de Frederick Reichheld, autor *best-seller* do New York Times e estrategista de negócios, cai como uma luva sobre uma das questões mais sensíveis ao mercado mundial do fitness: a fidelização. Reichheld também afirma que um acréscimo de 5% na taxa de retenção pode aumentar os lucros entre 25% e 90%. Mas qual será a grande sacada para se criar relacionamentos duradouros com os clientes?

A equipe da Revista ACAD ouviu profissionais que, diariamente, enfrentam o desafio de atrair e manter clientes para academias brasileiras, atuando como gestores ou consultores para o mercado de fitness. Não há uma fórmula mágica, tampouco é uma tarefa fácil, mas o cenário apresentado e as dicas sugeridas por estes especialistas podem contribuir para que a tal da retenção não seja só uma dor de cabeça.

Quem não conhece a mais comum promessa de ano novo? “Este ano, vou ser fitness”. Nesta época do ano, a média de novos entrantes nas academias é de 30%. Mas qual o percentual de clientes retidos? Segundo estimativa do mercado global, na média, as academias *fitness only* – que oferecem ginástica e musculação – têm retenção entre 40 e 60%. Já aquelas com atividades com hora marcada e as especializadas (natação infantil, estúdios de personal training etc.) conseguem taxas melhores: em torno de 70%.

O QUE OS CLIENTES ALEGAM PARA DESISTIR?

Empresários à frente de academias já devem ter ouvido falar em falta de tempo, mudança de endereço, perda de motivação com a ausência de percepção de resultados, a competição local com muitas academias no mesmo bairro, insatisfação com os serviços e momento financeiro não favorável. As verdadeiras razões para que um cliente desista de frequentar a academia podem ser muitas, mas segundo uma pesquisa de 2019, realizada pela MXM/Medallia, com mais de 550 academias, os motivos alegados (o que nem sempre são os reais motivos) estão assim ranqueados:

“Acredito que o dado mais importante desta pesquisa seja o índice do cliente que afirma ‘usando muito pouco’. Se a pessoa se dá o trabalho de ir até à academia e faz um investimento pagando um plano de seis meses ou um ano, e depois não usa, de quem é a culpa? É da academia, mas a maioria dos clientes atribui essa culpa a si mesmo. ‘Eu não sou disciplinado, não tenho capacidade’. Talvez esse seja o único serviço/produto que o cliente não recebe o que foi prometido e acha que a culpa é dele mesmo. Se a academia não cria condições e não tem um sistema eficaz para fazer os clientes quererem ficar, é ela que está falhando”, **Marcos Tadeu**, diretor da Alliance Fitness.

Erika Issa, gestora de Performance e Vendas da Smart Fit, acredita que a maioria dos clientes alega falta de tempo ou mudança de endereço como principais motivos para desistência. “Mas percebemos que falta de atendimento também pode ser causa de evasão. Neste sentido, é preciso estabelecer um bom relacionamento, interação, proximidade com o cliente, para que ele se sinta verdadeiramente cuidado e não só mais um. Boa parte dos clientes fica na academia por causa do vínculo criado e pelo atendimento que recebe – que envolve desde benefícios oferecidos nos planos até inciativas por parte do profissional de Educação Física (apoio, correção, abordagem eficaz)”.

O QUE FAZER PARA MANTER O CLIENTE?

De acordo com a pesquisa da MXM/Medallia, clientes que estão satisfeitos com 'a simpatia do staff' têm um índice médio de recomendação da academia de 78. Entre aqueles que não estão satisfeitos com este item, este índice é de -38 (isso mesmo, negativo). "A simpatia é o primeiro passo para se criar relacionamento. Entender claramente como os clientes percebem os serviços da academia é um caminho para manter a fidelização. Métricas como o NPS – Net Promoter Score, que medem a lealdade dos clientes, ficaram famosas nos últimos anos. Mas não são tudo. É preciso ir além e conhecer o que os clientes pensam sobre toda a jornada, os vários itens que compõem o serviço que lhes é prestado. Tenha dados estruturados, facilmente analisáveis, em tempo real, e, a partir daí, será mais fácil se comunicar com o cliente, e agir para resolver os problemas e melhorar a experiência dele em sua academia", afirma Marcos Tadeu.

Para **Marcelo Vianna**, diretor de Operações da Bodytech, o que faz um cliente ficar na academia é ter uma experiência superior à expectativa. "Estamos falando de entrega de resultados, da percepção de que aquele serviço vai além do que ele espera. O desafio da retenção do cliente tem tudo a ver com relacionamento, porque é preciso construir uma experiência extremamente positiva, tem que gerar emoção para que ajude na decisão dele de ficar, e, claro, entregar resultados acima do esperado".

Mas como deixar o cliente feliz, sempre entregando mais? Segundo Vianna, cinco dicas podem contribuir com os esforços de manter o cliente na academia.

01 Construir estratégias que façam aumentar a frequência dele, porque estatisticamente, quanto mais o cliente frequenta, mais chance ele tem de renovar.

02 Fazer com que o cliente experimente novos treinos, novas aulas e conheça o maior número de atividades, para ajudá-lo a encontrar aquilo de que ele realmente gosta.

03 Encontrar uma determinada comunidade com a qual seu cliente se identifique. Pode ser *crossfit*, *spinning*, piscina, dança, o que importa é que ele se reconheça e passe a fazer parte dela, o que trará maior motivação.

04 Mostrar a evolução do progresso do cliente, através de comunicação customizada, direcionada a ele, com seus próprios índices de percentual de gordura, quilômetros percorridos na esteira, massa muscular.

05 Criar muita motivação para melhorar cada vez mais a experiência do cliente, por meio de participação em eventos, de desafios, para que ele possa continuamente perceber resultados.

Reter clientes significa construir com eles um relacionamento forte, positivo e benéfico, para que continuem retornando e fazendo do local uma parte importante da rotina. Para isso, o mais importante é criar uma experiência positiva, o que pode ser feito tanto pelo estímulo à interação social ou pelo oferecimento de vantagens, como através da comunicação com o cliente.

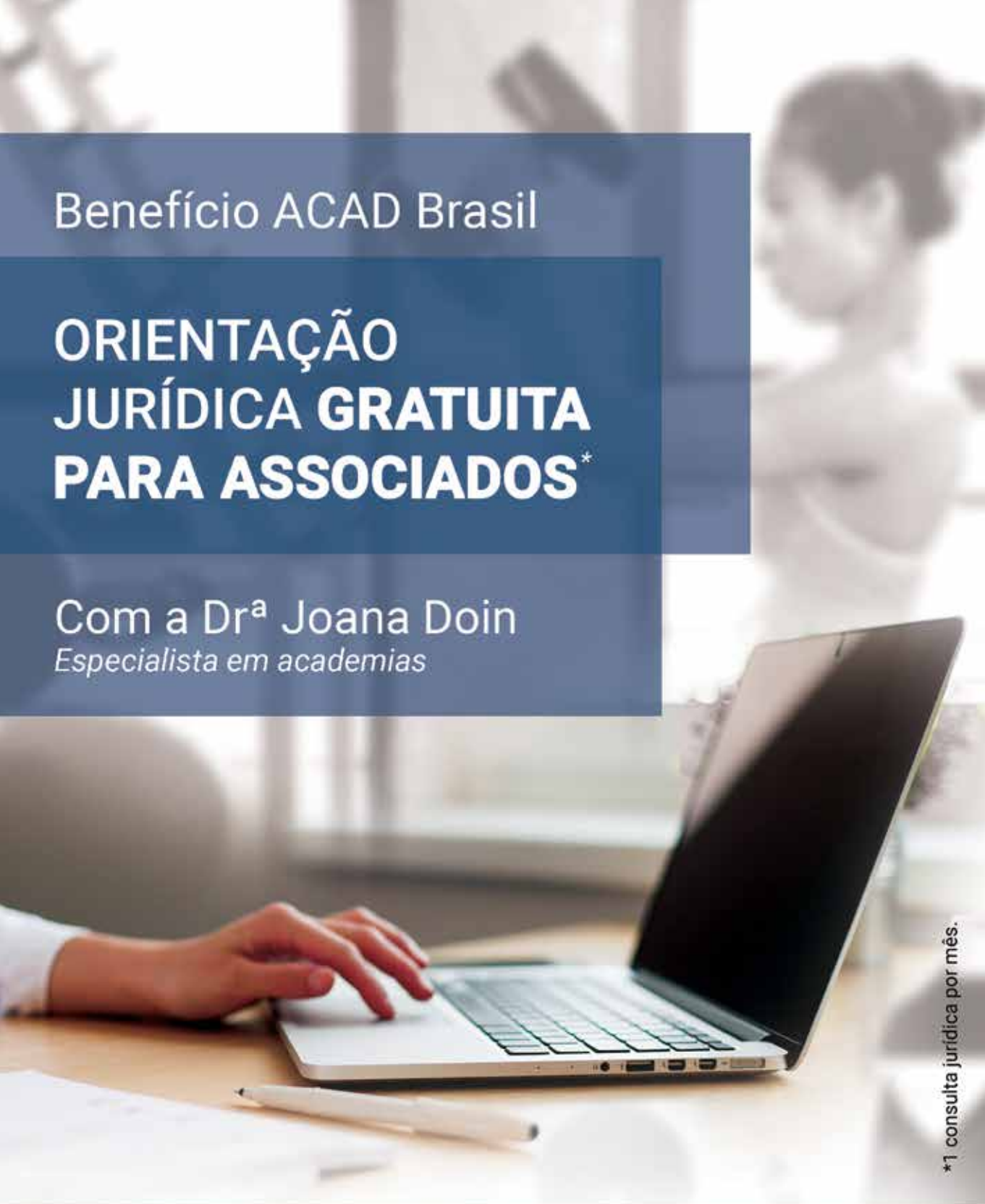
A ACAD sugere algumas estratégias que poderão contribuir para atrair e manter o seu público-alvo. Que tal colocá-las em prática?

COMUNICAÇÃO EFETIVA	Use a linguagem certa e que transmita um ambiente positivo na academia e que torne o fluxo de informação mais natural e mais assertivo, criando uma experiência que faz sentido para o seu cliente.
MARKETING DE RELACIONAMENTO	Invista em campanhas que estimulem o marketing de relacionamento, criando vínculo com seu cliente. Com o marketing digital, isso é possível sem necessitar de um investimento muito alto.
EVENTOS E ATIVIDADES DIFERENCIADAS	A academia não precisa ser um lugar apenas para treinar, mas sim para que pessoas se encontrem e compartilhem suas preferências. Crie atividades que estimulem a interação social, experiências marcantes, assim a academia começa a fazer parte da rotina do aluno.
VANTAGENS ESPECIAIS	Ao receber um benefício, o cliente se sente na "obrigação" de retribuir e a resposta vem em forma de retenção. Para os clientes mais antigos, ofereça vantagens como descontos e aulas diferenciadas e gratuitas.
OUÇA O QUE SEU CLIENTE TEM A DIZER	Faça pesquisas de opinião, peça *feedback* e sugestões para os clientes. Assim, eles se sentirão valorizados e você poderá agir de forma assertiva, já que as ações são voltadas para as necessidades e desejos de quem frequenta a academia.

A lealdade dos clientes deve ser encarada como uma vantagem sustentável e indispensável à sobrevivência de uma organização de serviços. Por isso, tente promover experiências agradáveis e divertidas. Até que as pessoas se sintam confortáveis com o novo hábito, elimine barreiras que possam trazer algum *feedback* negativo. É possível trazer as pessoas para fazer, dentro da academia, aquilo que elas fazem quando não estão na academia? Fomente o desejo nas pessoas de estar dentro do seu espaço. Assim, será mais provável que elas se exercitem.

Tornar a jornada dos clientes dentro da sua academia mais humana e empática pode ser um excelente caminho para se construir um relacionamento duradouro. É permitido – e desejado – que o cliente vá à academia diariamente, ainda que ele não faça atividade física todos os dias, que em alguns ele apenas queira encontrar os amigos, tomar um suco, bater um papo. Academia não precisa ser só para malhar e pode oferecer atividades "extras", como *happy hours* na sala de ginástica, uma tarde com um chefe de cozinha, ensinando receitas saudáveis, um clube de leitura, sessões de relaxamento e treinamento mental, exibição de filmes e muito mais.

A maioria dos estudos sobre custos de clientes aponta que conquistar um novo cliente custa de 5 a 7 vezes mais que manter um atual. Assim, na indústria de hoje, com a imensa concorrência e tantas opções de fitness disponíveis para os consumidores, essa máxima se faz ainda mais contundente: manter os clientes existentes é tão importante, se não mais, do que conquistar novos.



Benefício ACAD Brasil

ORIENTAÇÃO JURÍDICA **GRATUITA PARA ASSOCIADOS***

Com a Drª Joana Doin
Especialista em academias

*1 consulta jurídica por mês.

Junte-se a nós!

Informações:
21-2493.0101 21-96445.5939
atendimento@acadbrasil.com.br

ACAD BRASIL

BRASIL + ATIVO: POR UMA SOCIEDADE MENOS SEDENTÁRIA

CONFIRA A AGENDA DE ATIVIDADES E OS NOVOS PARCEIROS DA ACAD NESTE DESAFIO NACIONAL

O ano de 2020 mal começou e a equipe à frente do Brasil + Ativo, programa de responsabilidade social da ACAD, já tem prevista uma verdadeira maratona de atividades para tirar crianças e adultos do sofá.

"Vamos assinar parcerias com entidades e projetos afinados com a nossa proposta em contribuir com uma sociedade mais ativa. Capacitar professores da rede pública e estimular a adoção da prática de atividade física por parte de crianças e jovens são focos desse desafio inicial do nosso programa", diz Gustavo Borges, presidente da ACAD Brasil.

Até o final de março, a ACAD já terá assinado os acordos de parceria com pelo menos cinco entidades: a Organização Atletas pelo Brasil, o Instituto Crescer, a Organização Social DNA Educação Física, o Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável - CIEDS e o British Council, para desenvolver as ações descritas abaixo.

Rede de Monitoramento Brasil + Ativo

Será criada uma Rede de Monitoramento com três frentes de atuação:

1. *Think tank*: geração de conhecimento, produção de relatórios e estudos, realização de pesquisas, compilação de dados e análise de políticas públicas.
2. Mobilização e comunicação: campanhas, mídias sociais, imprensa, prêmios, realização de eventos.
3. Influência política: *lobby*, coalizões e trabalho em rede.

Escolas Ativas

Este projeto tem por objetivo contribuir para a melhoria da qualidade de vida de alunos da Educação Básica de escolas públicas municipais e estaduais, no estado de Rio de Janeiro. Como a escola é o espaço fundamental para romper com a inatividade física e o professor de Educação Física é o agente de transformação, este projeto vai capacitar professores, a fim de fortalecer a prática pedagógica por meio de metodologias ativas e do aprimoramento das técnicas de combate ao sedentarismo. Estão previstas 32 oficinas, em oito municípios. Cada oficina poderá capacitar até 40 educadores. Essa etapa prevê a capacitação de cerca de 1.200 profissionais.

Comunidades Ativas

Será lançado um edital de fomento à prática de atividades físicas realizadas em comunidades do Rio de Janeiro. A meta é reconhecer e apoiar 40 experiências práticas, com foco na promoção da atividade física e no combate ao sedentarismo. Serão aceitas inscrições de organizações da sociedade civil, coletivos e pessoas físicas. As 40 melhores práticas receberão o aporte de R$ 2.500,00 e participarão de processo formativo. Ao final do processo, espera-se consolidar uma Rede de Comunidades Ativas, propiciando trocas e aprendizado entre as organizações e coletivos participantes do processo.

Todas estas ações têm por objetivo contribuir para garantir que mais pessoas tenham acesso a oportunidades e ambientes seguros para a prática de atividade física e esportiva regular, de forma a possibilitar o desenvolvimento integral do indivíduo, sua qualidade de vida e bem-estar, contribuindo para um país socialmente, culturalmente e economicamente mais desenvolvido.

ACAD BRASIL CONFERENCE

ONDE **CONHECIMENTO** E **NEGÓCIOS** SE ENCONTRAM

Bernardinho, Dudu Netto e Waldez Ludwig vão bater um bolão

Palestras com craques inspiradores, mesa-redonda, novos conteúdos e novos saberes, lideranças e especialistas do fitness, empresários e gestores de academias, representantes de diversos estados e muita troca de experiência. Tudo isso reunido no já tradicional ACAD Conference, evento marcado para o dia 20 de maio, no Windsor Barra Hotel, Rio de Janeiro.

O técnico da Seleção Brasileira de Vôlei, **Bernardinho**, conhecido por suas falas e vivências contundentes nas quadras e no mundo dos negócios, fará uma das mais esperadas palestras do evento: ***Em busca da excelência***. O tema? Liderança, motivação, definição de metas, excelência na equipe e tudo aquilo que o esportista ainda faz para inspirar desde seus atletas até profissionais de grandes corporações.

Encontrando o Oceano Azul: diferencie seu negócio de todos os outros é o nome da palestra do especialista **Dudu Netto**. O mercado de fitness no Brasil nunca alcançou um nível de competição tão acirrada. Em um negócio em que os níveis de retenção em média alcançam a 50% ao ano e está cada vez mais difícil conquistar um novo cliente, se torna imperativo adotar novas estratégias. "Um oceano de possibilidades surge a partir do momento em que seu negócio foca na experiência dos clientes", garante Netto. Aprenda como criar o ambiente adequado e acima de tudo eficiente.

Após o almoço de confraternização e *network*, em restaurante cinco estrelas com bufê completo, será realizada uma mesa-redonda, com lideranças do setor nacional do fitness. **Gustavo Borges**, presidente da ACAD Brasil, **Edgard Corona**, CEO da Smart Fit e BioRitmo, **Richard Bilton**, CEO da Cia Athletica, **Leonardo Pereira**, CEO da Selfit, **Luiz Urquiza**, CEO da Bodytech e Fórmula Academia vão compor a mesa e compartilhar tudo sobre inovação, gestão de pessoas, tendências do mercado fitness e experiências vencedoras neste setor.

O professor, palestrante e consultor, **Waldez Ludwig**, fará a palestra ***Competitividade: estratégia, competência, inovação e talento***. O especialista em cenários e tendências da gestão das organizações, trará dicas e experiências sobre temas como: estratégias competitivas, melhoria da qualidade e da produtividade, mercado de trabalho, perfil profissional, criatividade e inovação e desenvolvimento do capital intelectual. Nos últimos vinte anos, mais de 950 mil pessoas já o assistiram ao vivo em cerca de 2.300 eventos.

Não fique de fora!
Faça já a sua inscrição
e aproveite os preços
com desconto.

www.acadbrasil.com.br

ACAD presente em diversos estados

Uma das estratégias da ACAD para atuar nacionalmente em defesa das academias de todo o país é a realização de encontros regionais. No ano passado, foram organizados nove encontros, que reuniram empresários e gestores à frente de academias. O resultado foi a troca de experiências, vivências por meio de palestras e debates, novos associados em cada região, fortalecendo a atuação dos estados. Conheça alguns depoimentos e fotos das edições passadas, sobre a importância destes encontros, e não deixe de conferir a agenda de 2020.

Pernambuco

Minas Gerais

Mato Grosso

"É muito importante que representantes das academias do Nordeste sejam ouvidos e que possam participar ativamente do desenvolvimento do fitness nacional, não só pela força da região, mas porque precisamos de mais representatividade e de uma Associação que nos defenda", diz Leonardo Pereira, representante da ACAD em Pernambuco.

"Somente a união faz a força. Convocamos todos os empresários mineiros que atuam em academias e que querem ver o setor de fitness crescer e se desenvolver. Venha fazer parte da ACAD e participar dos encontros em sua região", diz Marcus Hofman, representante ACAD em Minas Gerais.

"No ano passado, reunimos dezenas de gestores do setor de fitness na Câmara de Dirigentes Lojistas, em Cuiabá. No próximo encontro, marcado para 6 de maio, contaremos com a presença do presidente Gustavo Borges", diz Celso Mitsunari, representante ACAD no Mato Grosso.

"A troca de experiências é o ponto alto destes encontros porque, nós gestores de academias temos as mesmas dores e desejos comuns: desenvolver nosso negócio e fortalecer nosso setor. Venha fazer parte da nossa Associação e não perca o próximo encontroo", diz Ailton Mendes, diretor da ACAD.

ANOTE NA AGENDA E FAÇA SUA INSCRIÇÃO!

27 de março

Encontro ACAD Bahia. Estão convidados proprietários e gestores de academias, estudantes do curso de Educação Física, futuros profissionais e empreendedores do fitness. Palestras com Monica Marques e Ailton Mendes. Na pauta: associativismo, mercado e movimento Brasil + Ativo.

01 de abril

Encontro ACAD São Paulo. São mais de 400 empresários paulistas convidados. Além de palestra com especialista do fitness, será realizada uma Assembleia Geral extraordinária para alteração do estatuto da Associação. Não fique de fora!

17 de abril

Encontro ACAD Minas Gerais. Endereço: Rua Paraíba, 330, Bairro Funcionários, Belo Horizonte. Serão seis mini palestras, sobre os mais variados temas do segmento do fitness.

06 de maio

Encontro ACAD Mato Grosso. Com a participação do presidente Gustavo Borges. Endereço: Avenida Getúlio Vargas, n° 750, Centro, Cuiabá.

3 de junho

Encontro ACAD Rio Grande do Sul. Em breve, agenda completa.

17 de junho

Encontro ACAD Campinas. Em breve, agenda completa.

Eleições ACAD para nova diretoria

Venha escolher seus representantes

No dia 19 de maio de 2020, a ACAD, seguindo as regras do estatuto da Associação, abrirá oficialmente o processo de Eleições para a nova diretoria, biênio 2020-2022. Os empresários à frente de academias associadas à ACAD terão a oportunidade de formar chapa e apresentar sua candidatura. A campanha deverá ser feita ao longo de dois meses, uma vez que a data para as Eleições ACAD Biênio 2020-2022 está marcada para o dia 19 de maio.

O evento, exclusivo para Associados da ACAD, será aberto pelo atual presidente Gustavo Borges, contará com o momento Fala Associado, uma oportunidade para que cada empresário e gestor presente possa dizer o que espera da Associação, o que tem ajudado e prejudicado o setor e contribuir com sugestões. Logo após, será realizada a votação para eleger a nova diretoria da ACAD e em seguida, um jantar de confraternização para fechar o encontro.

Programação:

18:00 – Abertura e apresentação sobre a ACAD - Gustavo Borges

18:30 – Eleições para nova diretoria e Fala Associado

21:00 – Jantar de confraternização com os associados e a diretoria da ACAD

Serviço

Data: 19 de maio, terça-feira

Horário: 18 horas

Local: Windsor Barra Hotel

Endereço: Av. Lúcio Costa, 2630, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro.

PATROCÍNIO MASTER

br.matrix*fitness*.com

gympass.com

movement.com.br

Patrocinadores

new*fitness*.com.br

Apoiadores

*fitness*brasil.com.br

w12.com.br

life*fitness*.com.br

casadofitness.com.br

Membros

shoppingdasacademias.com.br

metodologiagb.com.br

listenx.com.br

ppa.com.br

kpaloa.com

floty.com

www.pactosolucoes.com.br

www.naradio.com.br

marketingdeacademia.com.br

CARDIO

ACESSÓRIOS

MUSCULAÇÃO

REMANUFATURADA 100% Garantida COMO NOVA

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

HARDER BETTER FASTER STRONGER

AIR**RUNNER**

AIR**BIKE** CLASSIC

UMA EXPERIÊNCIA DE TREINO INTENSA,
COM OS EQUIPAMENTOS OFICIAIS DO CROSSFIT.

ASSAULT FITNESS
DESIGNED IN THE U.S.A.
AUTHORIZED DISTRIBUTOR

movement
MOVEMENT.COM.BR