

✦ MULHERES PREFEREM TREINAR EM ACADEMIAS ✦ GUSTAVO BORGES LANÇA LIVRO COM DICAS DE CAMPEÃO ✦ ACADEMIA LEGAL: PROMOÇÕES PARA NOVOS CLIENTES E OS ANTIGOS? ✦ NATAÇÃO INFANTIL: OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS ✦

TOTALPASS

# AGORA TUDO PODE, AGORA É TOTALPASS!

Já pensou em ampliar o seu negócio e trazer **mais alunos para sua academia?** Você pode ter quantos benefícios corporativos quiser no seu portfólio, pois o **CADE** (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) suspendeu contratos de exclusividade de somente um benefício corporativo.

Assim, a sua academia tem **maior liberdade de escolha**, podendo optar por quantos benefícios corporativos quiser, **aumentando a renda e trazendo mais alunos** para dentro do estabelecimento.

Com a **TotalPass**, você tem uma ótima oportunidade de alcançar colaboradores das principais empresas, como **Nubank, Azul, Uber, Itaú, Santander, Gerdau, Gol** e muito mais!

E a sua academia só tem a ganhar! Veja as vantagens:

**RECEITA EXTRA SEM PAGAR NADA POR ISSO**

**NOVO FLUXO DE ALUNOS**

**DIVULGAÇÃO E RECONHECIMENTO**

**GERENTES DE CONTAS EXCLUSIVOS**

**SEJA UM  
PARCEIRO  
TOTALPASS**



CONHEÇA AS MARCAS  
QUE TRABALHAMOS

**Octane**  
FITNESS

*LifeFitness*

MATRIX™

**SCHWINN**  
FITNESS

+ DE 17 ANOS NO MERCADO



**NewFitness**

Tel: 11 4051-1080 | vendas@newfitness.com |  newfitnessbr

# 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.



## DIRETORIA

**PRESIDENTE:** Ailton Mendes (*AMS Xperience*)

**VICE-PRESIDENTE:** Edgard Corona (*Bio Ritmo/Smart Fit*)

**DIRETORES:** Monica Marques (*Cia Athletica*)

Gustavo Borges (*Academia Gustavo Borges*)

Flávia Fonseca (*Grupo Bodytech*)

Filippe Savoia (*Grupo Bluefit*)

Fernando Sassen (*Ipanema Sports*)

**CONSELHO FISCAL:** Richard Bilton (*Cia Athletica*)

Marcelo Ferreira (*Personal Acqua Center*)

Felipe Malburg (*Academia Gustavo Borges*)

**GESTORA:** Andrea Rodrigues

**REDAÇÃO:** Lilia Giannotti

**EDIÇÃO:** Eva Valentim

*Atenção: os anúncios desta edição são interativos. Basta clicar sobre eles e visitar as páginas dos parceiros.*

## ACAD BRASIL

Comercial:

Tel/Fax: (21) 2493-0101 // (21) 96445-5939

E-mail: [acad@acadbrasil.com.br](mailto:acad@acadbrasil.com.br)

Site: [www.acadbrasil.com.br](http://www.acadbrasil.com.br)



/acadbrasil



acadbrasil

## Palavra do Presidente



### AILTON MENDES

Profissional de Educação Física;  
CEO das Academias AMS Xperience, em São Paulo;  
Conselheiro do CREF-4.

Um ano de mais desafios! Assim começou 2022, num clima pós-pandêmico, com muito a ser retomado e reconstruído. A economia começa a dar sinais de respiro e pouco a pouco os setores vão voltando à normalidade. Em um ano de eleições presidenciais, há ainda muito a ser feito, mas o momento é de trabalho árduo e esperança.

As pautas do fitness nacional são muitas: a luta para que as academias e os profissionais de Educação Física sejam reconhecidos e enquadrados como atividade do setor de Saúde; a construção de um projeto de lei que prevê dedução da atividade física do imposto de renda; a mobilização das entidades do setor para aprovar nova lei que regulamenta a profissão de Educação Física (já aprovada no Senado Federal, sem emendas).

A diretoria da ACAD Brasil, seus líderes regionais, em todo o país, empresários do fitness e representantes de entidades do setor não medem esforços para alcançar todas estas metas e contribuir para o desenvolvimento dos negócios das academias brasileiras.

Esta edição traz dicas valorosas de oportunidades de mercado, como apostar nos públicos infantil e da terceira idade; fala da relação entre atividade física e saúde mental; da procura pelas academias para socialização, depois de quase dois anos de isolamento. Ainda nestas páginas, uma entrevista exclusiva com o campeão Gustavo Borges, que está lançando mais um livro; dicas jurídicas e um giro pelo Brasil e pelo mundo para contar as novidades sobre o setor.

Junte-se a nós nos esforços em defesa do fitness nacional e aproveite as dicas preparadas por nossa equipe da Revista ACAD Brasil.

Um abraço!

Ailton Mendes

**Gympass**

**Há 10 anos o Gympass acredita e investe na força das parcerias.**



Assista o novo vídeo manifesto do Gympass feito para você, parceiro.



Escaneie o QR code ou clique no link abaixo.

[Assistir o vídeo manifesto](#)



Mais de 5000 empresas confiam no Gympass e investem na saúde dos seus colaboradores.



Uma plataforma neutra que não opera direta ou indiretamente redes de academia ou studio.



Dez anos construindo relações rentáveis e duradouras com nossos parceiros.

**Com o Gympass, todos crescemos juntos!**

[www.gympass.com](http://www.gympass.com)

# GLUTE TRAINING ▶

CONFORTO, SEGURANÇA  
E RESULTADOS VISÍVEIS  
AOS SEUS ALUNOS!



## PRODUTO EXCLUSIVO **MATRIX**

# LANÇAMENTO **CLIMBMILL**

COM DIFERENCIAIS QUE INCLUEM:

PAINEL LATERAL  
REMOVÍVEL

36 CM DA ALTURA  
DO DEGRAU

DISPLAY COM  
NÚMEROS MAIORES



ESPAÇO PARA  
LIVROS OU CELULAR

TENHA UMA **EXPERIÊNCIA MATRIX**, CONHECENDO NOSSA **LOJA FÍSICA**.



AV. CIDADE JARDIM, 983 – ITAIM BIBI – SP



MATRIXFITNESSBR



WWW.MATRIXFITNESS.COM



(11) 9 7633-5175

# ÍNDICE

## Destaques

### Matéria de Capa

Pesquisa aponta tendências do fitness no pós-pandemia

### Especial

Mulheres preferem treinar em academias

### Páginas Azuis

Entrevista com o medalhista olímpico Gustavo Borges

09



16



22



### Academia Legal

Promoções para novos clientes devem ser estendidas aos antigos?

24

### Atividades Aquáticas

Natação para bebês e crianças: oportunidade de negócios

28

### Rotinas das Academias

O que é responsabilidade civil da empresa em caso de acidentes

34

### Giro ACAD Brasil e Mundo

Notícias nacionais e internacionais sobre o setor de fitness

38



**AULAS PRESENCIAIS**

**SAÚDE MENTAL**

**HUMOR DAS CRIANÇAS**

**PÚBLICO + 55**

## **PESQUISA APONTA TENDÊNCIAS NO PÓS-PANDEMIA**

**01**

**TREINO EM CASA  
X EFEITOS DE  
SOCIALIZAÇÃO  
DAS ACADEMIAS**



**02**

**EXISTE FORTE  
RELAÇÃO ENTRE  
ATIVIDADE FÍSICA  
E SAÚDE MENTAL**



**03**

**CRIANÇAS:  
EXERCÍCIOS  
PARA MELHORAR  
HUMOR**



**04**

**PARA +55 ANOS:  
MERCADO TEM  
POTENCIAL DE  
CRESCIMENTO**



Essas são as quatro principais tendências para o fitness na chamada fase da pós-pandemia, apontadas pela pesquisa *Exercise Trends US 2021* recém-publicada nos EUA. Um dos pontos mais significativos para o mercado, que aparece neste estudo, é o fato de que a grande maioria dos consumidores acredita que as academias não podem ser substituídas por exercícios feitos em casa, principalmente pela falta de conexão pessoal. A necessidade de sociabilização é, neste momento, uma das mais evidentes oportunidades que os empresários do fitness têm para recuperar e conquistar clientes.

O levantamento feito pela Mintel, especializada em pesquisas de consumidores, também trouxe dados sobre duas outras fortes oportunidades para as academias: enquanto por um lado o mercado de mais de 55 anos tem potencial de crescimento, valendo a pena apostar em exercícios de equilíbrio, resistência, flexibilidade e força de baixa intensidade para este público. De outro, aumentou o número de pais de crianças pequenas que usam exercícios para melhorar o humor e romper com agendas agitadas, impostas à infância do mundo moderno. Fechando os destaques, a pesquisa também mostra a relação entre atividade física e saúde mental, cada vez mais evidenciada em estudos científicos realizados mundo afora.

# TENDÊNCIAS

**APENAS 15%** dos praticantes sentem que as **PLATAFORMAS DIGITAIS** eliminaram a necessidade de academias.

- Mais de 1/3 está se exercitando mais do que antes da pandemia.
- Benefícios como motivação, inspiração e amizades são as principais razões pelas quais os frequentadores estão voltando às academias.

**80%** das pessoas se exercitam para melhorar a **SAÚDE MENTAL**. Consumidores procuram uma abordagem mais holística abrangendo fitness, saúde e bem-estar mental.

Aumentou o número de **PAIS DE CRIANÇAS** pequenas que usam exercícios para melhorar o humor e romper com agendas agitadas.

O mercado de mais de **55 ANOS** tem potencial de crescimento: exercícios de equilíbrio, resistência, flexibilidade e força de baixa intensidade.

Fonte: Mintel, EUA, Exercise Trends US 2021

“O papel das academias na vida dos consumidores vai muito além da prática do exercício físico. Aqueles gestores que não abordarem esses novos motivadores vão perder mercado. Existe uma oportunidade significativa para atender às necessidades dos consumidores mais velhos, uma vez que o Covid-19 destacou a conexão entre idade e diminuição da imunidade a doenças. Mas as crianças também devem ser percebidas e precisam ganhar serviços direcionados a elas”, disse Rebecca Watters, diretora associada da Mintel.

O objetivo da Mintel com a pesquisa foi a de entender as atitudes dos consumidores em relação à atividade física. E as evidências da pesquisa poderão auxiliar os gestores de academias na tomada de decisões para seus negócios.

Para contribuir ainda mais no desenvolvimento e na gestão das academias, a Revista ACAD ouviu **ESPECIALISTAS DO MERCADO NACIONAL** sobre os resultados da pesquisa e quis saber se eles se aplicam à realidade brasileira.



**RICHARD BILTON**  
Presidente da  
Companhia Athletica

**EDUARDO NETTO**  
Diretor técnico da  
Bodytech Company

**ALESSANDRO MENDES**  
Consultor e fundador  
da empresa Arqueiros

## AULAS PRESENCIAIS

# 01

### TREINO EM CASA X NAS ACADEMIAS



Cerca de um terço dos consumidores está se exercitando mais do que antes da pandemia, mas sente falta da conexão pessoal que a academia oferece. A grande maioria dos consumidores acredita que as academias não podem ser substituídas por exercícios feitos em casa: apenas 15% dos praticantes de exercícios nos EUA sentem que as plataformas digitais eliminaram a necessidade de treino presencial. Quais os motivos? Motivação, inspiração e as amizades são as principais razões pelas quais os frequentadores de academias dizem que estão voltando.

“A população teve a oportunidade de treinar de forma remota, por diversos canais e modelos de treinamento. Mas as pessoas têm necessidade de ter acesso aos equipamentos, ninguém aguenta mais fazer flexão de braço e agachamento em casa. Sem falar na motivação de estar em um ambiente social, com outras pessoas, e acima de tudo, ter uma orientação profissional com cuidados e adequação à prescrição de exercícios, que no modelo presencial é sem dúvida mais eficaz. O modelo digital chegou para ficar, mas será sempre complementar às experiências presenciais”, **NETTO**.

“Há alguns dias, a Apple fez um comunicado solicitando que seus colaboradores voltassem ao presencial, o que gerou uma manifestação da maioria deles, que querem permanecer em *home-office*. Há uma tendência para que o mundo se reestabeleça em um ambiente híbrido, porque a inteligência digital se mostrou uma forte aliada em diversas áreas. No mercado de fitness não é diferente. As academias que quiserem ser competitivas deverão ter em sua estratégia o conceito híbrido e oferecer atividades digitais, conexões tecnológicas e imersivas, metaverso, inteligência artificial para seus clientes que também frequentam seus espaços físicos. Isso é um grande desafio”, diz **MENDES**.

“O treino on-line foi muito valioso em um período no qual estávamos todos impedidos de ir à academia e por isso experimentamos uma explosão de exemplos de aplicativos e recursos para treinos digitais. Com a retomada das atividades presenciais, foram registradas quedas nos índices destes serviços. Hoje, as pessoas querem se encontrar, querem sociabilizar e treinar nas academias faz toda a diferença. No Brasil e no mundo, o setor de serviços com ofertas presenciais é o que está crescendo na economia”, diz **BILTON**.



02

EXISTE UMA FORTE  
RELAÇÃO ENTRE  
ATIVIDADE FÍSICA E  
SAÚDE MENTAL



## SAÚDE MENTAL

Não apenas a aptidão física ou a perda de peso, mas nesta fase de pós-pandemia, o principal motivador para a prática do exercício, é mesmo a relação da atividade física com a saúde mental: 80% dos consumidores dos EUA dizem que se exercitam para seu bem-estar mental e emocional.

“São inúmeras matérias na imprensa tratando deste assunto. Neste momento que estamos chamando de pós-pandemia, pode-se constatar que a nova crise de saúde está justamente na área mental, com aumento de casos de depressão, ansiedade e outros transtornos. Muitos gatilhos afetaram boa parte da sociedade nestes últimos dois anos. A atividade física é fundamental para reverter esse quadro e manter o equilíbrio”, diz **BILTON**.

“Hoje, a saúde é uma prioridade para grande parte da população. As pessoas estão se exercitando mais. Segundo a pesquisa *Covid Era Fitness Consumer*, 77% das pessoas têm interesse em começar a se exercitar. O negócio das academias são pessoas cuidando de pessoas e sem dúvida a preocupação com a saúde mental passa a ser prioridade também”, diz **NETTO**.

“A grande catástrofe que o mundo viveu ressignificou nossos laços, com familiares, amigos, colegas de trabalho e, também, com as empresas cujos produtos e serviços nós consumimos. Essa ressignificação de mercado e de relacionamentos automaticamente mudou as formas de se consumir. Isso tudo veio amadurecendo o conceito de qualidade de vida, principalmente no que tange às relações humanas. Hoje, o que todos buscam é a conexão! Neste sentido, as academias são um ambiente de entretenimento que estão prontas a entregar saúde e têm uma nova função: a de ressocialização”, diz **MENDES**.



03

**EXERCÍCIOS  
PARA MELHORAR  
HUMOR E  
AGENDAS CHEIAS**



## HUMOR DAS CRIANÇAS

É uma realidade! As pessoas estão se concentrando em reservar um tempo para si mesmas e isso também inclui pais e responsáveis de crianças pequenas, que estão procurando as academias, usando a prática de exercícios como forma de melhorar o humor e diminuir o efeito das agendas agitadas dos pequenos.

“Provavelmente não há um pai ou mãe que não tenha ficado preocupado com esses dois últimos anos, quando as crianças ficaram entediadas, desmotivadas, usando computador o dia todo ou na frente da TV. Com o retorno presencial, não só a sociabilização está em jogo, mas o desenvolvimento motor e da saúde integral das crianças. Há uma corrida para compensar o tempo perdido”, diz **BILTON**.

“As crianças sofreram muito com o isolamento imposto pela pandemia. A falta do convívio social gerou estresse e as afetou bastante. Há uma legítima preocupação dos pais, que estão retornando às academias para cuidar de si e de seus filhos”, diz **NETTO**.

“Essa parte infantil é mesmo incrível. Eu vivo intensamente isso agora, porque estou com duas meninas pequenas em casa – uma de seis meses e outra com pouco mais de dois anos. A mais velha é um estopim, corre de um lado para o outro, sobe em coisas e nós procuramos atividades que possam ajudar no desenvolvimento dela. Essa necessidade da criança de gastar energia, de ser feliz, de brincar pode sim ser ‘produtificada’ e transformada em negócio, um espaço especialmente pensado para crianças, com um olhar para a psicomotricidade, com serviços lúdicos e interativos, bolas, cordas, barras e muitas atividades infantis”, diz **MENDES**.



04

**MERCADO PARA  
PESSOAS COM  
MAIS DE 55 ANOS  
TEM POTENCIAL  
DE CRESCIMENTO**



## PÚBLICO +55

A pesquisa mostra que o mercado para o público de mais de 55 anos tem potencial de crescimento, assim existe uma oportunidade significativa para o fitness, em atender às necessidades dos consumidores mais velhos que têm um interesse renovado em saúde. Uma dica é apostar na oferta de exercícios de equilíbrio, resistência, flexibilidade e força de baixa intensidade.

Os consumidores idosos representam uma grande parte da população, trata-se de um forte grupo demográfico, e a pandemia de Covid-19 evidenciou a relação entre idade e diminuição da imunidade a doenças, motivando assim um número significativo de consumidores maduros a renovar seu foco na saúde física.

“Aqui na nossa empresa, o público com mais idade é justamente o público mais fiel e que treina com mais constância. Também observamos que, proporcionalmente, este é justamente o público que mais tem crescido. Isso é extremamente saudável para o mercado de fitness, porque essas pessoas não estão na academia por modismo ou por qualquer outro motivo que não pela preocupação e o cuidado com a saúde. Estão aqui para garantir qualidade de vida, sociabilização e longevidade”, diz **BILTON**.

“Uma preocupação que está clara é que, hoje em dia, muitas pessoas buscam o ‘atleticismo’, uma palavra que não é muito usada no português, mas que engloba força, resistência, flexibilidade e, mesmo que não estejam preocupadas com hipertrofia, querem estar bem athleticamente, capazes de jogar futebol no fim de semana e cumprir as tarefas diárias. Esse público é imenso, mas as academias precisam adequar a prescrição”, diz **NETTO**.

“Quanto mais competitividade, maior a necessidade de termos um negócio posicionado para uma fatia de mercado seja ela de idosos, cardiopatas ou diabéticos, da tribo do surfe ou do skate. O que temos observado é uma retração no tamanho das academias e uma forte aposta em negócios mais posicionados, criando mais conexão com o cliente, atendendo diretamente uma necessidade do consumidor, o que gera mais valor. No caso específico do público idoso, a perspectiva é que, no Brasil, já em 2040 haja uma inversão de curva demográfica: mais pessoas com mais de 50 anos do que crianças e adolescentes. Assim, vale a pena apostar nesse público”, diz **MENDES**.



Em tempos de economia desacelerada, os desafios para o setor nacional de fitness ainda são muitos, mas tudo indica que as oportunidades já começam a se apresentar. É preciso ficar de olho em pesquisas de mercado, na previsão de especialistas e em tendências que podem contribuir para que os negócios de academias se desenvolvam cada vez mais plenamente!

Uma boa dica é acompanhar os canais de comunicação da ACAD Brasil, que constantemente trazem mapeados estudos de mercados internacionais, pesquisas científicas e muitas novidades que podem impactar o setor nacional de fitness.

**FIQUE POR DENTRO  
DAS NOVIDADES**  
CLIQUE E ACESSSE OS CANAIS



 **INFORMATIVO**

 **BLOG ACAD**

 **FACEBOOK**

 **INSTAGRAM**

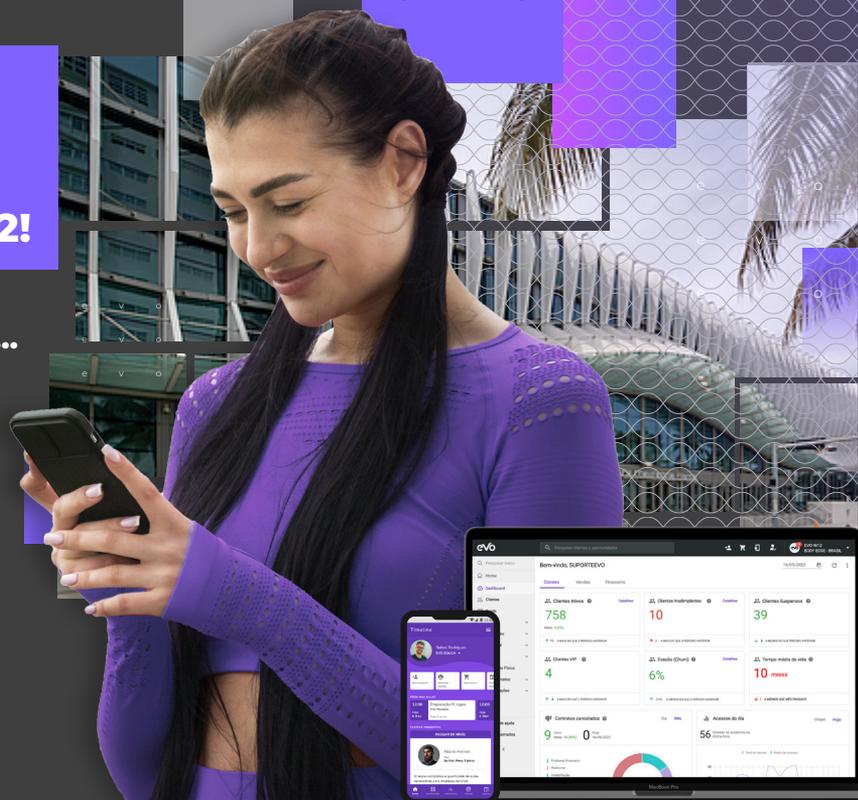
**evo**

**IHRSA 2022**  
JUNE 22-24 • MIAMI BEACH, FLORIDA

**Seremos o único sistema de gestão brasileiro presente na IHRSA Miami 2022!**

**E não poderia ser diferente...**

Esse é mais um passo para o EVO, que se orgulha de representar o mercado de tecnologia e todos os seus clientes, em solo norte-americano.





## Mulheres preferem treinar em academias

Este é um grande mercado a ser conquistado!

A maioria da população adulta e não sedentária do mundo — que não treina algum esporte de quadra ou competitivo — pratica atividade física nas academias e, nestes espaços, o público predominante são as mulheres, justamente aquelas que têm menos participação nos esportes.

“Este é um fato que deveria ser reconhecido: no Brasil e na maioria dos países do mundo, as mulheres escolhem as academias como lugar preferido para treinar”, afirma Monica Marques, diretora da ACAD Brasil e membro do Conselho da IHRSA.

Mesmo entre as mulheres que praticam esporte competitivo, muitas delas interrompem a carreira porque se casam, os filhos nascem, a vida muda... É muito difícil que onze mulheres de um mesmo time de futebol consigam se manter competindo, pois nem sempre é fácil conciliar a vida com os filhos, com os treinos e as viagens profissionais. Assim, qual é o lugar seguro, acolhedor e com mais possibilidades de conciliar agendas para a mulher se exercitar? As academias.





“Paradoxalmente, as academias ainda não são reconhecidas como a atividade mundialmente mais procurada pelo público feminino. Governos e principais entidades nacionais e internacionais da área da Saúde sequer as mencionam como espaços que as mulheres escolhem para treinar. Mas o fato é que quem quer praticar atividade física sem o objetivo de competição, procura uma academia”, diz Monica Marques.

## Papel das academias no combate à obesidade feminina

Segundo dados da Organização Mundial da Saúde – OMS, 53% das mulheres brasileiras são sedentárias, contra 40% dos homens. Um levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE revela que falta de tempo e de interesse (nesta ordem) são os principais motivos pelos quais mulheres não praticam esporte. Essa conta não fecha!

Neste cenário, o papel das academias no combate ao sedentarismo feminino é incontestavelmente fundamental. Levando em conta que há mais de 109 milhões de mulheres no país e que 53% delas são sedentárias, o Brasil tem uma população feminina de pelo menos 61 milhões que pode ser encarada pelo mercado do fitness como público a ser conquistado.

“Se queremos ter um país mais ativo, ter menos gasto público com Saúde, com uma população que saia das estatísticas alarmantes de sedentarismo e obesidade, um dos caminhos é oferecer serviços voltados especialmente para as mulheres. Há uma demanda gigante e essa é uma oportunidade para o setor de fitness”, diz Monica Marques.

“Há uma demanda gigante e essa é uma oportunidade para o setor de fitness” Monica Marques

## Só para mulheres

Atualmente, há academias que possuem estruturas de verdadeiros spas e que, além dos treinos de fitness, oferecem cuidados para a mulher como orientação nutricional, aulas para gestantes, drenagem linfática, massagens redutoras e relaxantes, shiatsu, acupuntura, depilação, bronzamento a jato, entre outros serviços.

Outros espaços vão além e são exclusivos para mulheres. O conceito das academias femininas surgiu nos Estados Unidos, nos anos 1990, e se popularizou pelo mundo inteiro. Desenvolvido pelo americano Gary Heavin, especializado em nutrição e saúde, um dos métodos pioneiros é o circuito da Curves, com aparelhos hidráulicos dispostos em círculo. A atividade intercala 30 segundos de exercícios aeróbicos — como pular corda, fazer polichinelo ou fazer atividades com um bambolê — com 30 segundos de musculação.

Atualmente, há franquias, redes e academias pequenas sob este conceito do “só para mulheres”, que apostam em algumas diferenças para se destacarem no mercado, como as listadas a seguir.



### 1

#### Todas as profissionais são mulheres

O atendimento é realizado por mulheres, da recepção às instruções dos exercícios, passando pelas avaliações físicas e fisioterápicas.

### 2

#### Exercícios pensados para elas

As séries de exercícios são desenvolvidas especificamente para o corpo feminino e suas necessidades. As mulheres têm objetivos diferentes dos homens e, normalmente, desejam exercitar mais os membros inferiores, logo, elas focam nos exercícios para glúteos, posterior de coxas e pernas.

### 3

#### Equipamentos diferenciados

Há aparelhos desenhados para o corpo feminino: além de serem menores, não usam sistema de levantamento de pesos de ferro, mas sim sistema de resistência hidráulica, o que reduz os impactos, preservando ligamentos e tendões.

Mulheres preocupadas com a saúde, mas que querem ficar à vontade na hora de fazer ginástica, formam a clientela desse tipo de negócio. Verdadeiros “clubes das Luluzinhas”, com a entrada totalmente proibida para homens, as academias só para mulheres têm espaço no mercado.

Com paredes roxas, vermelhas ou rosas e o secador de cabelos como equipamento indispensável nos banheiros, sejam franquias americanas ou pequenas academias de bairro, há muitos espaços pensados para oferecer serviços que estimulem a manutenção da saúde feminina em todas as fases da vida: da infância até a idade mais avançada, passando pelos períodos gestacional e de menopausa.

Ambientes pensados para que as mulheres se sintam totalmente à vontade, aparelhos com ergonomia adequada à fisiologia feminina e que contam com profissionais especializadas na saúde da mulher são alguns dos benefícios. Serviços de estética, nutrição e até espaço para acolher os filhos enquanto as mães treinam e cuidam de si são cada vez mais comuns.

O ambiente leve e convidativo das academias femininas é ideal para socializar. É comum que nas turmas de aulas coletivas surjam amizades, o que também estimula a permanência e a frequência da prática de exercícios físicos. Mais do que um momento de se exercitar, ir à academia é um momento de se divertir.



## Marcas que apostam exclusivamente no público feminino



**Curves** — Franquia presente em mais de 70 países. Foi uma das primeiras a trazer o conceito para o Brasil. Oferece programas para emagrecimento e para melhorar a qualidade de vida, aliando exercícios aeróbicos com musculação para otimizar a perda de peso e tonificar os músculos.



**Viva Fitness** — Blumenau, SC. Atua desde 2010 em dois endereços na cidade. Oferece dez diferentes modalidades de atividade físicas, além de serviços de estética, nutrição e programas exclusivos de emagrecimento para mulheres de todas as idades.



**Feminina Fitness e Estética** – Belo Horizonte, MG. Além do espaço para treinos, com aparelhos para musculação, aulas coletivas e treinos funcionais, a academia oferece tratamentos de estética e salão de beleza.



**Academia Top Fit** — Vila Valqueire, RJ. Circuitos de 45 minutos, intercalando treino de força e exercícios aeróbicos. Prometem resultados visíveis em três semanas de aulas. O destaque das atividades vai para as aulas de zumba, que mistura ritmos latinos e dança do ventre.



**Mundo Rosa Fitness** — Sumaré, SP. É uma academia de musculação, treinos de força e de intensidade, com aparelhos tradicionais, mas com uma abordagem especialmente voltada para as necessidades e desejos da mulher, e de como ela trata seu corpo e sua saúde.



**Contours Express** — Franquia com mais de 1 mil unidades, em diversos países. Circuito funcional, zumba, pilates, estética, nutrição, vestiário com secador e prancha de cabelo, espaço kids para que as mães possam treinar enquanto seus filhos se divertem e se movimentam.



**Muliere Fitness** — São José do Rio Preto, SP. Treinamento funcional, *muai thai*, pilates, musculação, *bike* e *kangoo jumps*. Fortalecimento muscular dos glúteos, pernas e abdômen: partes que a maioria das mulheres prefere malhar.



**IHRSA  
FITNESS  
BRASIL 2022**

Transamérica Expo Center | 17 - 20 agosto/2022

4

dias de  
evento

3

dias de  
feira

+14  
de

programas  
educacionais

+15

mil  
visitantes

+120

palestrantes

+130

marcas

+70

atrações inclusas  
no ingresso da feira

Garanta sua inscrição:

+55 11 99298-8673  
www.fitnessbrasil.com.br

**SAIBA MAIS**

Realização:

**FITNESS  
BRASIL**

**IHRSA**  
The Global Health  
& Fitness Association

# Entrevista Gustavo Borges

*Quatro vezes medalhista olímpico, Gustavo Borges é o nadador brasileiro com maior número de medalhas conquistadas em campeonatos internacionais. É formado em Economia, empresário do fitness, foi técnico e desenvolveu uma metodologia própria para o ensino de natação. Hoje é consultor e mentor, levando sua experiência com alta performance para o business. Este campeão, que já presidiu a ACAD Brasil e ainda faz parte da diretoria, está lançando o livro "1 Centésimo – O que o esporte entrega e ensina para você ser uma pessoa de sucesso".*



## Para que público você escreveu "1 Centésimo"?

Esse é um livro que escrevi com foco no desenvolvimento pessoal e profissional, fruto do trabalho que venho fazendo de alta performance e autodesenvolvimento das pessoas, dentro de empresas, na jornada profissional e, também, para empreendedores. O livro traz um método, uma forma de trabalho e traz também histórias do esporte, passagens olímpicas que podem servir de inspiração, apontando ações para o dia a dia, profissional e pessoal. Tem sido uma ferramenta importante para os treinamentos, palestras e *workshops* que venho realizando, nesta abordagem de mentoria à qual me dedico.

## Pode nos contar os destaques da sua trajetória de campeão no esporte para uma referência no mundo do business?

Uma das melhores formas de interpretar o aprendizado do esporte para o empreendedorismo, que é o que faço hoje, é lembrar que na alta performance esportiva você precisa ter objetivos, metas, superar seu índice, ter conquistas, ganhar medalhas, trabalhar com excelência e sempre acima do seu limite. Tudo isso se aplica ao empreendedorismo. É claro que há outras habilidades que devem ser desenvolvidas, em termos de negócios, mas em termos de direcionamento, metas e atitude é muito similar. O sentimento de superar um índice, quebrar um recorde ou ganhar uma medalha olímpica é o mesmo de alcançar resultados na empresa e no mundo dos negócios.

**“O sentimento de superar um índice, quebrar um recorde ou ganhar uma medalha olímpica é o mesmo de alcançar resultados na empresa e no mundo dos negócios”**



Em sua palestra “Atitude de Campeão” você aborda temas relacionados à alta performance, com foco em produtividade, resultados e clareza. Como empresários e seus times podem adotá-los no dia a dia das academias?

Quando falo de alta performance, há uma série de elementos do treinamento do esporte, mas também reúno muito aprendizado nessa jornada como empreendedor, muito conhecimento de mentores nos quais me inspirei para me desenvolver ao longo da minha trajetória. Entre estes mentores está o coach Brendon Burchard, que criou o conceito dos cinco pilares de performance — clareza, produtividade, energia, coragem e influência. A palestra “Atitude de Campeão” aborda tudo isso e mais: comportamento, como ser um campeão e traz dicas de como agir no trabalho para se ter sucesso nos negócios.

O que você chama de 1 centésimo de segundo, que todo mundo tem? Na prática, como se aplica esta metáfora?

A referência ao 1 centésimo de segundo é justamente a diferença entre você ficar em casa ou ir às Olimpíadas; ir para uma final de um campeonato ou ficar na semifinal; vencer ou ficar em segundo lugar; com ou sem recorde mundial. Um centésimo de segundo é o menor indicador possível que se consegue mensurar, uma métrica, uma meta que te deixa mais perto do resultado que você quer alcançar. No empreendedorismo, reflete a importância de dar um passo de cada vez na direção de seus objetivos, desde que você esteja no caminho correto e focado no seu resultado. Isso se faz com uma visão de longo prazo, mas com o foco na ação do hoje, no dia a dia, em cada centésimo de segundo.

Em 2022, você completa 50 anos. Qual é o balanço que você faz desta etapa da vida e o que espera para os próximos anos?

Essa é uma lembrança, né? É meio século... a minha reflexão aqui é que eu estou chegando na metade da vida, chego com bastante energia e com uma evolução de conhecimento, de abertura de olhar e de construção. Chego feliz com o que tenho construído com as pessoas e com as minhas conexões. E olhando para frente, tenho bons anos produtivos e vejo uma vida próspera, a prosperidade nos negócios, a atividade física muito presente, vejo uma presença forte e firme com a minha família e os amigos ao redor e... muito vinho!



## PROMOÇÕES

para novos  
clientes deveriam  
ser estendidas  
aos antigos?

**Até alguns anos atrás, a resposta dos advogados e dos tribunais estaduais à pergunta acima sempre foi um consistente “não”.**

Além de inexistir lei que a tanto obrigasse, o princípio constitucional da livre iniciativa deveria garantir ao empresário o direito de formar seu preço e decidir sobre quando conceder descontos, ou outras vantagens, para ampliar sua base de clientes. Obrigá-lo a estendê-las aos consumidores que já contrataram violaria esse direito e equivaleria a sentenciar à morte as promoções, prejudicando não somente as empresas, mas também os próprios consumidores.

O advento de duas leis estaduais deu contornos diferentes à matéria, em 2015 e 2019. Em São Paulo, a Lei 15.854/2015 impôs aos fornecedores de serviços prestados de forma contínua a obrigação de “conceder a seus clientes preexistentes os mesmos benefícios de promoções posteriormente realizadas”, e determinou que a extensão desses benefícios deveria ocorrer de forma “automática”. Em Pernambuco, a Lei 16.569/2019 determinou obrigação semelhante.

Naqueles dois estados, o que antes era afastado pelo Poder Judiciário passava, então, a ser obrigação legal. Embora os serviços de telefonia fossem os mais obviamente atingidos, as leis se aplicavam a qualquer serviço continuado e abrangiam, portanto, academias de ginástica. A lei pernambucana, inclusive, chegava a mencioná-las expressamente em seu rol exemplificativo de “serviços prestados de forma contínua”.

## Estados podem legislar sobre obrigações contratuais?

---

As leis foram questionadas por Ações Diretas de Inconstitucionalidade (ADIs), movidas junto ao Supremo Tribunal Federal (STF). Além da livre iniciativa, as ADIs 5399 (SP), 6191 (SP) e 6333 (PE) discutiam sobretudo a falta de competência legislativa dos estados para tratar da matéria, porque a extensão obrigatória e automática das promoções interferia no conteúdo dos contratos já firmados e invadia a competência da União Federal para legislar sobre direito civil. Em casos semelhantes, decisões anteriores do STF já haviam decidido que a competência concorrente dos estados para legislar sobre consumo não lhes permitia atingir obrigações contratuais.

A concessão de liminares pelo STF nas ADIs contra a lei paulista, reconhecendo essa aparente violação de competência e suspendendo a eficácia de alguns de seus dispositivos, levou à expectativa de que tal inconstitucionalidade acabaria por prevalecer no julgamento final. Era o que se esperava quando a ADI 6333, que atacava a lei pernambucana, entrou em pauta para julgamento em abril do ano passado, antes das demais. Mas não foi o que aconteceu.

## Supremo não acata inconstitucionalidade

---

Por maioria, vencidos quatro ministros que reconheciam o vício de iniciativa da lei, o STF decidiu pela sua constitucionalidade. Ressalvou, no entanto, que a ela se deve “conferir interpretação conforme à Constituição, de maneira a acentuar que a concessão dos benefícios de novas promoções seja entendida apenas como caráter informativo e facultativo, competindo ao consumidor preexistente verificar se o serviço lhe será mais vantajoso ou não”. A decisão ainda pende de recurso.

Trocando em miúdos, o que o Supremo decidiu é que a lei, desde que interpretada apenas como impondo obrigação de informar e facultar adesão às promoções, não altera contratos. Isso somente ocorreria se o “consumidor preexistente” aderisse. Por esse raciocínio, a expressão “automática” constante da lei diria respeito apenas à oferta da promoção a esses consumidores, e não à sua aplicação obrigatória aos contratos já existentes. Isso, porém, é interpretação. A decisão não o disse claramente, nem disse exatamente o que deveria acontecer com a relação contratual, se quem já é cliente aderir.

Uma interpretação lógica da decisão somente poderia conduzir a uma conclusão: se desejar aderir, o “consumidor preexistente” deverá recontratar — isto é, rescindir seu contrato e celebrar um novo, nas condições promocionais. Se o STF afirma que a obrigação legal deve ser entendida como meramente informativa, e que não interfere nos contratos, não há como pretender que a promoção deva ser aplicada aos contratos em vigor. Pelo mesmo raciocínio seria, inclusive, possível cobrar multa rescisória, sob pena de nova interferência em matéria contratual.

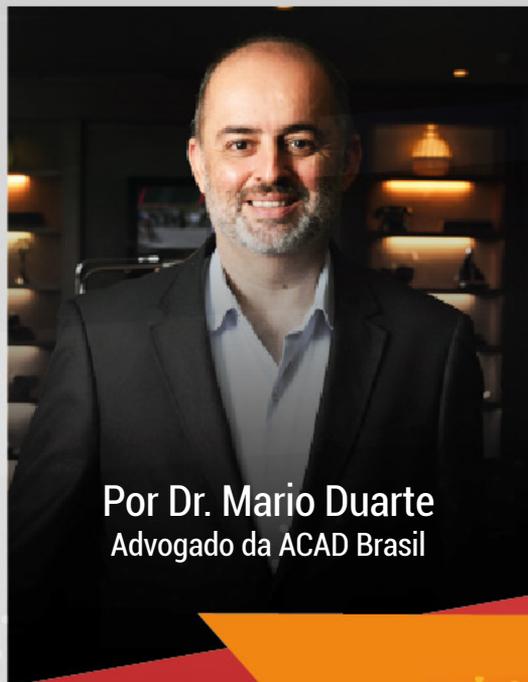
**“Se o STF afirma que a obrigação legal deve ser entendida como meramente informativa, e que não interfere nos contratos, não há como pretender que a promoção deva ser aplicada aos contratos em vigor.”**

## Por que voltar a este tema?

Não é por acaso que tratamos do assunto neste momento. Desde 12/5/2022, o julgamento conjunto das ADIs sobre a lei paulista e do recurso de embargos declaratórios na ADI sobre a lei pernambucana vem sendo semanalmente pautado e adiado no STF. Aproxima-se a decisão final. Pelo menos em tese, os termos em que apresentado o recurso na ADI 6333 ainda permitem a reversão do primeiro julgamento e uma decisão diferente nas outras duas ações. Esse seria o desfecho que melhor preservaria a livre iniciativa e a liberdade econômica, garantindo ao empresário o direito de direcionar promoções apenas a novos clientes.

Existe, todavia, considerável possibilidade de que venha a ser mantida a decisão sobre a lei pernambucana e solução idêntica seja dada às ADIs sobre a lei paulista. Em tal caso, ainda que nos pareça plenamente defensável a interpretação de que deveria haver recontratação, academias e outros fornecedores de serviços contínuos nos estados de São Paulo e Pernambuco estariam obrigados a comunicar quaisquer promoções a todos os clientes que já integrem sua base. Resta saber se mesmo isso não desestimulará sua prática e acabará por prejudicar o consumidor.

Até onde sabemos, não há outras leis estaduais semelhantes em vigor e os municípios, via de regra, não podem legislar sobre consumo. A curto prazo, portanto, o resultado dessas ADIs não terá impacto noutras unidades da federação. O precedente, entretanto, poderá influenciar outras assembleias legislativas. Todos os olhos, então, no STF durante as próximas sessões. Mais uma intervenção desnecessária — e talvez contraproducente — do Estado na atividade econômica está no horizonte.



Por Dr. Mario Duarte  
Advogado da ACAD Brasil



## OS MELHORES EQUIPAMENTOS

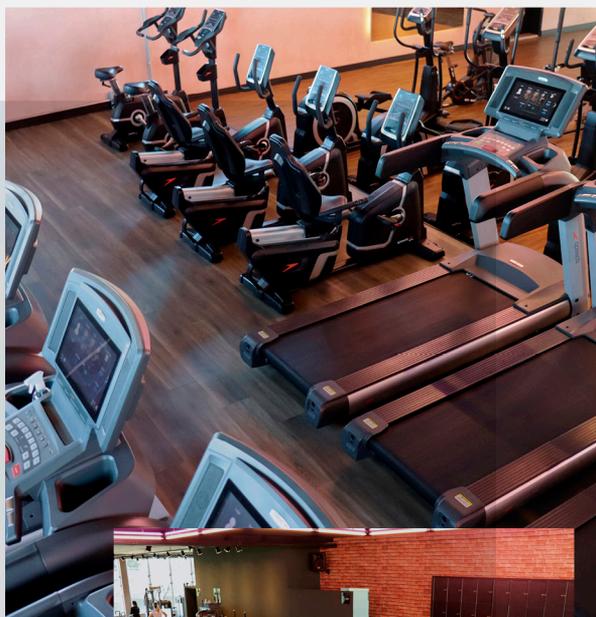
*Fitness*

**Casa do Fitness**, há mais de 15 anos no mercado fitness, com uma rede de 12 lojas em 8 estados, e em breve mais uma nova unidade no Distrito Federal.

Investindo sempre em **tecnologia**, **conforto** e **design** para os melhores resultados.

Entre em contato e conheça os **novos financiamentos em até 60x!!**

**CLIQUE E SAIBA MAIS!**





## Natação para bebês e crianças

Oportunidade de negócios em mercado mais próximo do modelo internacional.

Quando se fala em natação infantil, o Brasil tem uma característica diferente de boa parte do mercado internacional: é comum que as atividades aquáticas sejam mais uma atividade oferecida pelas academias. Em mercados como Estados Unidos, Austrália e Canadá, a maioria das escolas de natação atende crianças e não está inserida numa estrutura voltada para adultos, como as academias, já que é entendida como uma atividade à parte, necessidades específicas desde o tipo de piscina até os vestiários.

Segundo Rafael Madormo, diretor executivo do INATI – Instituto de Natação Infantil e Conselheiro da International Swim Schools Association – ISSA, existe uma oportunidade de negócios para quem quer apostar nas atividades aquáticas, especialmente para este público.

“Acredito que o Brasil esteja em um momento de especialização, caminhando para, num futuro não tão distante, estar mais próximo do modelo internacional. E as atividades aquáticas, em especial o segmento natação infantil, vão se consolidar como atividade independente. Se alguém deseja entrar nesse mercado, este é um bom momento e vale a pena avaliar as oportunidades para públicos específicos.”





**Rafaele Madormo**  
Diretor executivo do INATI – Instituto  
de Natação Infantil e Conselheiro da  
International Swim Schools Association – ISSA

Madormo aconselha o empresário que já tenha uma estrutura e queira investir mais fortemente nesse mercado a adequar as instalações para atender as necessidades do público de bebês e crianças. “Devemos deixar de lado as improvisações, comuns para o público infantil. Hoje em dia, os pais têm muita informação sobre essa atividade e começam a saber como avaliar uma boa escola de natação para seu filho.”

O especialista também chama a atenção para a importância de se investir no método de trabalho, seja próprio ou franqueado, e nos profissionais especializados para oferecer muito mais do que ‘apenas’ ensinar a nadar.

## Formação de profissionais que atuam com bebês e crianças

Segundo Rafael Madormo, geralmente, os cursos universitários não preparam para atuar com bebês e crianças na água, por isso, devido a especificidade desta área da Educação Física, o profissional precisa buscar conhecimentos que vão do desenvolvimento infantil a questões de saúde e de relacionamento, entre outros, o que obriga a busca por formação complementar.

Para atender essa necessidade, desde 2008, é realizado o Congresso Brasileiro de Natação Infantil que reúne cerca de 800 profissionais de todo Brasil e do exterior, apenas para falar sobre natação infantil. Nos últimos anos, a demanda por cursos fez com que aparecessem outros eventos com foco na área aquática.

Na próxima página, está descrita a Roda da Evolução Profissional, uma proposta de áreas de estudos para o professor de natação atuar no setor, feito pela equipe do INATI, com base em uma visão contemporânea da Natação Infantil.



## Evolução profissional

### Aspectos do desenvolvimento infantil através da natação



#### Desenvolvimento global

- a. Motor:** saber o que a criança é capaz de fazer em cada faixa etária.
- b. Cognitivo:** saber o que a criança é capaz de compreender em cada faixa etária.
- c. Emocional:** conhecer, analisar e respeitar as características de cada criança.
- d. Fisiológico:** dosar intensidade e volume dos exercícios para cada nível e faixa etária.



#### Aspectos de Saúde

- a.** Ter o conhecimento multidisciplinar básico necessário para atuar em aula.  
Saber informar sobre: nascimento de dentes, febre, otite, sinusite, asma, desvios de pés, pernas, posturais, fala, visão, entre outros.
- b.** Atualização em primeiros socorros.



#### Aspectos Técnicos

- a.** Domínio das habilidades: respiração e flutuação (dorsal, ventral, grupada e vertical).
- b.** Domínio da técnica dos 4 nados, saídas e viradas.
- c.** Conhecer as recomendações básicas de segurança em piscinas (ABPNI).
- d.** Conhecer o básico sobre as propriedades e os tipos de tratamentos da água.



#### Aspectos de Relacionamentos

- a.** Orientar os pais e ou acompanhantes, sobre qual postura devem ter na piscina, no visor (local de observação) da aula e em casa.
- b.** Ter flexibilidade para as diferentes situações do dia a dia.
- c.** Trocar informações com outros profissionais, inclusive de outras áreas, e ou pais em benefício da criança.
- d.** Utilizar vocabulário adequado para cada público.

Fonte: INATI



## Entrevista com Sandra Madormo

Profissional de Educação Física, pós-graduada em Psicomotricidade, com certificação em Psicomotricidade pela Université D'Éte Paris, Sandra é palestrante nacional e internacional em natação para bebês e crianças e diretora técnica do INATI – Instituto de Natação Infantil.

### A partir de quantos meses um bebê pode frequentar a natação?

Os bebês podem ir para a água logo após a queda do coto umbilical, desde que o tratamento da água, a temperatura e o ambiente sejam adequados, e que haja um profissional capacitado. No mercado brasileiro o início das aulas de natação, normalmente, se dá a partir do sexto mês. Há mais de 40 anos, eu trabalho com bebês a partir do terceiro mês, na piscina. É nesta idade que o bebê fortalece a região cervical, e é o momento em que mãe e bebê já estão familiarizados com as mudanças e a nova rotina pós-parto.

### Quais são os principais benefícios da natação para bebês?

Só o fato de o bebê estar dentro da água já promove maior irrigação sanguínea, umidificação das vias aéreas e gasto energético. Isso tem um papel importante para uma melhor respiração, qualidade do sono e alimentação do bebê. As atividades realizadas em aula estimulam a movimentação corporal do bebê, proporcionando um fortalecimento muscular e de equilíbrio, que contribui muito nas fases do sentar-se, engatinhar e andar, além do fortalecimento da musculatura respiratória e da formação de sinapses.

### E para as crianças maiores?

Para as crianças na faixa de 3 a 12 anos, a vivência corporal proporciona maior consciência de equilíbrio, lateralização, noção espacial e temporal, melhor coordenação motora, entre outros benefícios que influenciam até no processo de alfabetização. As aulas preparam a criança psicológica e neurologicamente para o autossalvamento. A natação é a única atividade que oferece a possibilidade de sobreviver em um meio não natural para o ser humano.





## Academias devem se preparar para receber o público infantil

**Equipe** — ter pessoas treinadas adequadamente para fazer atendimento e vendas, e assim dar as informações adequadas aos clientes, que são cada vez mais exigentes no processo de seleção do local que colocam seus filhos.

**Professor** — o profissional de Educação Física deve ter formação complementar em natação infantil, conceitos pedagógicos, psicomotricidade e disciplinas afins, para saber lidar da forma adequada com crianças na água.

**Estrutura** — é fundamental que seja pensada especialmente para o público infantil e não apenas com adaptações. Vestiário e a piscina preparados para recebê-los, com piso adequado, aquecimento etc. Uma dica é ter trocadores nos vestiários e no próprio ambiente da piscina, otimizando o uso do vestiário.

**Ambiente** — especificamente na piscina, ter tratamento adequado da água com ambiente ventilado, mas sem corrente de ar.



**wellness**   
bem-estar em movimento

**LANÇAMENTOS  
EM PRÉ VENDA**

Sempre em busca de qualidade, tecnologia, design e versatilidade, há 25 anos, a Wellness pensa, cria, desenvolve e entrega o melhor e mais completo mix de produtos para:

- Redes e academias premium
- Academias e estúdios de médio e pequeno porte
- Hotéis e clubes
- Condomínios
- Corporativo
- Residencial

**Oferecemos entrega,  
montagem, pós-venda,  
garantia e assistência  
técnica em todo  
território nacional.**



Esteira TR8900  
7,0HP - Wellness  
SKU: GY055



Simulador profissional  
de escada - Wellness  
SKU: GY076



Bike Spinning profissional  
Super M Plus - Wellness  
SKU: GY074

**Acesse  
nossos  
catálogos** 

Benefício ACAD Brasil

# ORIENTAÇÃO JURÍDICA GRATUITA PARA ASSOCIADOS\*

Com a Dr<sup>a</sup> 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





## Acidentes: o que é responsabilidade civil das academias



Por Joana Doin

do escritório Doin Mancuso Advogados,  
parceiro da ACAD Brasil

A população mundial tem se preocupado cada vez mais com o bem-estar, criando hábitos mais saudáveis, fazendo atividades físicas, se alimentando melhor e procurando por locais que prestam serviço de condicionamento físico com a promessa de uma vida mais saudável.

Aumentando o número de pessoas que querem se tornar ativas, assim como a quantidade de empresários interessados em abrir um espaço para prestar serviços de atividades físicas, é de suma importância tratar sobre a responsabilidade civil das academias decorrente de acidentes que ocorrem dentro do estabelecimento.

Antes de iniciar o tema de fato, para melhor elucidar as questões que serão tratadas, é importante esclarecer o conceito da Responsabilidade Civil. Pode-se dizer que consiste em toda ação ou omissão que cause algum dano a alguém, e se divide em duas vertentes: (1) responsabilidade civil subjetiva, aquela em que a pessoa lesada precisa comprovar a culpa daquele que provocou a lesão; (2) responsabilidade civil objetiva, aquela em que a pessoa lesada não precisa comprovar a culpa daquele que provocou a lesão.

A academia — sendo prestadora de serviço, sujeita às normas consumeristas — é detentora da responsabilidade civil objetiva. Como consequência, os empresários precisam se valer de várias condutas para minimizar o risco de acidentes dentro do estabelecimento, considerando que poucas são as formas de não ser responsável por eventuais danos físicos e morais à pessoa lesada, são elas:



- **Comprovando a culpa exclusiva da vítima** — significa dizer que a academia não contribuiu em nada para que ocorresse um acidente, por exemplo.



- **Fato de terceiro** — ocorre quando nem o lesionado nem a empresa deram causa ao dano, e sim um terceiro.



- **Caso fortuito e força maior** — consistem em eventos alheios à vontade das partes e são imprevisíveis, por exemplo, guerras e enchentes.

Neste sentido, as empresas que fornecem serviço de condicionamento físico precisam procurar minimizar ao máximo o risco de ocorrência de acidentes dentro dos estabelecimentos, principalmente porque se acontecerem, não será necessário comprovar a culpa da academia para que esta seja responsabilizada civilmente e tenha de arcar com indenização por danos físicos e até morais.

À título de exemplificação, em questões práticas as empresas devem sempre verificar as condições dos equipamentos, existência de piso antiderrapante, da qualidade dos profissionais e metodologia utilizada, entre outros.

Dois instrumentos de muita valia e que podem reduzir as chances de ocorrências de acidente dos estabelecimentos é a formalização de um Regimento Interno de Clientes e um Regimento Interno de Colaboradores, com regras específicas para o seguimento e que verse sobre condutas e práticas dentro dos ambientes da empresa tanto por parte do cliente quanto dos empregados. Tais documentos trarão segurança jurídica para academia no que tange vários aspectos legais.

Outro ponto que merece atenção é a solicitação de atestado médico em situações em que o documento não é substituído pelo Questionário de Prontidão para Atividades Físicas (Termo Par-Q). Ressalta-se que para utilização do Par-Q é necessário verificar legislação estadual e/ou municipal, pois a substituição do atestado pelo termo somente é possível quando previsto em lei.

**“Existem inúmeras condutas que as empresas podem realizar e que reduzirá eventuais riscos, como por exemplo, formalização de um bom regimento interno para clientes e manutenção das boas condições da aparelhagem”.**



# MONTE SEU BOX

condomínios • academias • estúdios

MELHORES PREÇOS

QUALIDADE

CUSTO-BENEFÍCIO

SOMOS A MARCA ESCOLHIDA PELAS MAIORES ACADEMIAS NO PAÍS •  
PRESENTE EM MAIS DE 500 UNIDADES

[materiais.equipaacademia.com.br/monteseubox](https://materiais.equipaacademia.com.br/monteseubox)

# ACAD & Getnet

Sua melhor opção de vendas!  
É mais que benefício, é vantagem  
de mercado!



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

## Taxas incríveis!

**0,85%** - Débito

**1,50%** - Crédito à vista

**1,75%** - Parcelado 2-6x

**1,78%** - Parcelado 7-12x

**1,50%** - Pagamento recorrente

**Aluguel de máquinas 100% off**



**getnet**

*Simule as taxas!*

O pagamento recorrente via e-commerce terá uma mensalidade na Getnet, no pacote básico de R\$100,00 para habilitação. ATENTE-SE A RENOVAÇÃO DO SEU TERMO COM GETNET, para não perder o benefício.

**Ainda não utiliza os Benefícios?**  
**Entre em contato e informe-se:**

✉ [atendimento@acadbrasil.com.br](mailto:atendimento@acadbrasil.com.br)

☎ (21) 2493-0101 / (21) 96445-5939

**ACAD**  
BRASIL



# Giro ACAD: Brasil e mundo

## Ministério da Saúde lança programa Incentivo de Atividade Física



No Brasil, 15% do total de internações pelo SUS é atribuído à falta de exercícios físicos. Na tentativa de mudar este cenário, o Ministério da Saúde lançou em maio o programa Incentivo de Atividade Física para a Atenção Primária, como forma de prevenção a doenças, entre as quais diabetes, cardiopatia e acidente vascular cerebral.

Até o fim do ano serão investidos 100 milhões de reais no programa, que chegará a 7 mil e quinhentas unidades básicas de saúde de 5 mil municípios. Os recursos serão usados para incentivar a contratação de profissionais de Educação Física, readequação de espaços para a prática de exercícios e compra de materiais.

## IHRSA Fitness Brasil: Conferência de Gestão e Negócios é destaque

Um dos pontos altos do maior evento do fitness na América Latina é a Conferência de Gestão e Negócios para Academias, que reúne especialistas de mercado para tratar de temas sensíveis, com dicas práticas e consultoria de alta qualidade. No dia 18/08, às 10:30, será realizada a já tradicional mesa-redonda sobre o mercado fitness com membros da diretoria da ACAD Brasil.

**INSCRIÇÕES ABERTAS!**

**IHRSA  
FITNESS  
BRASIL 2022**

A IHRSA Fitness Brasil será realizada entre os dias 17 e 20 de agosto, no Transamerica Expo Center, em São Paulo.

[Clique aqui, saiba mais! >>>](#)



## Pesquisa: exercício pode combater os danos do diabetes



Uma pesquisa realizada por cientistas do Medical College of Georgia apontou novas evidências de como o exercício pode combater os danos do diabetes, que não apenas danifica os vasos sanguíneos existentes, mas também dificulta a capacidade inata de desenvolver novos vasos. A pesquisa mostra que a prática da atividade física, apenas 45 minutos por dia, pode ajudar na angiogênese — a formação de novos vasos sanguíneos — que por sua vez reverte os danos causados pelo diabetes.

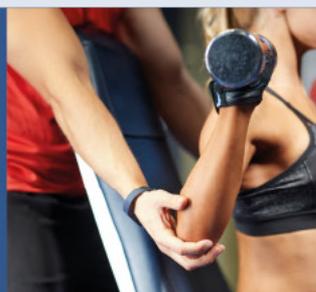
[Clique aqui para ler o relatório completo](#)

## EUA: pesquisa desvenda chave para a adesão ao exercício



Um estudo do Les Mills Research Lab descobriu que a automaticidade é o principal diferencial entre pessoas ativas e inativas. As pessoas que tornam o exercício um hábito desfrutam de uma ampla gama de benefícios para a saúde emocional e física. Automaticidade significa que comportamentos se tornam hábitos, como escovar os dentes. A pesquisa identificou alguns passos para incorporar o exercício regular como um hábito: focar em atividades que a pessoa acha agradável, gerenciar os níveis de intensidade nos estágios iniciais e adicionar elementos sociais à rotina.

## Pesquisa: fique forte, viva muito



Dedicar apenas entre 30 minutos por semana em exercícios de fortalecimento muscular pode reduzir significativamente o risco de morrer prematuramente por todas as causas, de acordo com uma equipe de pesquisadores do Japão. Os resultados publicados no British Journal of Sports Medicine sugerem que levantar pesos e fazer flexões pode ajudar a reduzir o risco de morte prematura em até 20%.

[Clique aqui para acessar a pesquisa completa](#)

## Dia da Natação Infantil: 28 de abril



*Clique aqui e assista o vídeo*

O Instituto de Natação Infantil – INATI propôs que 28 de abril seja reconhecido oficialmente como Dia da Natação Infantil. A data é uma homenagem a José Antonio de Maria Fontanelli, que nasceu neste dia, precursor da natação de bebês, reconhecido pelo International Swimming Hall of Fame e a WABC pela sua contribuição à natação mundial.

## Mercado em alta: W12 e Bodytech fecham parceria de negócios



A W12 assinou contrato com a Bodytech Company e até agosto deste ano, as 72 lojas Bodytech e as 25 lojas da Formula vão operar com o sistema EVO. Depois de mais de 10 anos utilizando tecnologia própria, a rede optou por terceirizar o software de gestão.

“Estamos muito confiantes em relação a 2022. A expectativa é que o EVO seja implantado em 120 a 130 novas lojas por mês até dezembro”, sustenta Paulo Akiau, presidente da W12.



**a rádio completa para sua academia**

- ✓ Playlists criadas por especialistas que entendem tudo sobre músicas para academias
- ✓ Playlists diferentes para cada período do dia e categorizadas por nível de energia
- ✓ Anúncios personalizados para promover os eventos e promoções da sua academia

**é música e comunicação em um único serviço**

**experimente por 10 dias grátis**

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

**Ainda não  
faz parte?**

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



## PATROCINADOR GOLD



br.matrixfitness.com

movement.com.br



totalpass.com.br



gympass.com

## PATROCINADOR SILVER



## PATROCINADOR BRONZE



casadofitness.com.br



w12.com.br



www.equipaacademia.com.br



www.naradio.com.br/site



fitnessbrasil.com.br



www.wellness.com.br

## MEMBROS



Uma nova forma de  
aumentar o faturamento  
da sua academia!



Atração e Fidelização  
de novos clientes



Comissões que resultam em  
maior lucro por hora/aula.

Visite-nos na 23ª IHRSA Fitness Brasil 2022,  
Stand SS11 Smart Space, Transamerica Expo Center - SP.

De 17 a 20 de agosto de 2022.



www.uorkout.com.br

Uorkout

**EIN** ENCONTRO  
INTERNACIONAL  
DE NATAÇÃO

O MAIOR EVENTO DE NATAÇÃO E GESTÃO AQUÁTICA DO MUNDO

- ✓ 20 cursos
- ✓ 40 palestrantes e professores
- ✓ Congresso de Gestão
- ✓ Congresso de Professores
- ✓ Workout de Hidroginástica
- ✓ MGB XPerience
- ✓ Feira de Negócios
- ✓ Hall Científica (e mentoria)
- ✓ Mostra de Fotografia
- ✓ Certificado oficial de participação

20, 21 E 22 DE OUTUBRO  
SAO PAULO

INSCRIÇÕES ABERTAS



GUSTAVO BORGES

SOLICITE DISPLAYS PERSONALIZADOS  
PARA EXIBIR OS PRODUTOS EM SUA  
ACADEMIA!

NOSSOS ÓCULOS CAMPEÕES  
DE VENDAS NAS ACADEMIAS



FAST TRAINING



- LENTES ANTI-EMBACANTE ANTI-FOG
- SEM VAZAMENTO LEAK-FREE
- FILTRO UV | TRAPA AJUSTÁVEIS

Faltas para o excelente desempenho ao mais confortável e seguro. Círculos  
estabilizados, um excelente campo de visão e suas lentes com proteção UV  
garantem a segurança e proteção dos olhos.

ZION



- LENTES ANTI-EMBACANTE ANTI-FOG
- SEM VAZAMENTO LEAK-FREE
- FILTRO UV | TRAPA AJUSTÁVEIS

Para tempo mais fresco e melhor resultado em competições.  
Oferecem estabilidade e conforto ao atleta, além de um excelente  
campo de visão.

VISION JUNIOR



- LENTES ANTI-EMBACANTE ANTI-FOG
- SEM VAZAMENTO LEAK-FREE | FILTRO UV
- TRAPA AJUSTÁVEIS | MACIO E CONFORTÁVEL

Desenvolvido para o público infantil, pensando no conforto  
e segurança das crianças, na hora de entrar na água.

LUCRE COM A REVENDA DE  
PRODUTOS FLOTY:



FALE COM NOSSO  
ATENDIMENTO



SÓ CLICAR AQUI!



WWW.FLOTY.COM

TEMOS TUDO QUE VOCÊ PRECISA PARA  
SUA ACADEMIA

SHOPPINGDASACADEMIAS.COM.BR



(11) 4702-0823 | (11) 99320-0379 | (11) 97361-2175

**GESTÃO SIMPLES  
E FOCADA NA  
LUCRATIVIDADE:  
CONHEÇA O  
SISTEMA PACTO.**

**pacto** | [sistemapacto.com.br](http://sistemapacto.com.br)



A ESCOLHA DOS CAMPEÕES

**Krôla**  
DESDE 1983

Nadar rápido é com a gente!

**CESAR CIELO**  
CAMPEÃO OLÍMPICO

## Ortho LEG *fit*

A academia portátil que vai revolucionar sua rotina de musculação e fortalecimento. Inovação, liberdade e eficiência nos seus treinos.



[ppacare.com.br](http://ppacare.com.br)

## Torne-se Parceiro ACAD

Coloque a sua marca no topo do mercado fitness!

Entre em contato

☎ 21 2493-0101

✉ [atendimento@acadbrasil.com.br](mailto:atendimento@acadbrasil.com.br)

🌐 [www.acadbrasil.com.br](http://www.acadbrasil.com.br)



## Garanta benefícios para a sua Academia!

Conheça todos os Benefícios!

Seja um associado por apenas:  
**R\$ 100,00/mês**

- ✓ Parceria GetNet
- ✓ Covênio ECAD
- ✓ Suporte Jurídico

☎ (21) 96445-5939 | ✉ [atendimento@acadbrasil.com.br](mailto:atendimento@acadbrasil.com.br) | 🌐 [www.acadbrasil.com.br](http://www.acadbrasil.com.br)

— • • • LANÇAMENTO

DESCUBRA  
NOVOS  
LIMITES!



NOVA

AIR BIKE



**GOSTA DE INTENSIDADE?**

**A NOVA AIRBIKE** é o que você está procurando!

É a evolução da performance pura para box de cross training, espaços funcionais, estúdios, academias, condomínios, hotéis e até sua casa.

**COMPLETA, HEIN?**

movement 