



✘ ESPECIAL: QUEM SERÁ O NOVO CLIENTE DAS ACADEMIAS? ✘

✘ ENTREVISTAS COM GUSTAVO ALMEIDA E FABIO SABA DA FITNESS BRASIL ✘

✘ 37º ENCONTRO DA UNEN TEM GESTÃO E LIDERANÇA COMO TEMAS DE DESTAQUE ✘

✘ ACADEMIAS PODEM SER RESPONSABILIZADAS POR ACIDENTES COM EQUIPAMENTOS? ✘

TOTALPASS

DESTAQUE-SE ENTRE A CONCORRÊNCIA E AUMENTE OS ALUNOS DA SUA ACADEMIA COM A TOTALPASS!

O mercado fitness está a todo vapor e vem crescendo dia após dia... Para se destacar em relação às demais academias, aumentar o lucro e ter mais alunos, **conte com a TotalPass.**

Somos um benefício corporativo voltado à **saúde e ao bem-estar** por meio da mudança de hábitos com a prática da atividade física. Atualmente, atendemos mais de **3.000 empresas** e **2,5 milhões** de colaboradores em todo o país.

Olha só as vantagens para o seu negócio:



Nova base de alunos;



Renda extra para o seu negócio;



Maior visibilidade para a sua academia;



Sem tempo de permanência mínima ou exclusividade.

E melhor de tudo: o seu espaço fitness recebe um **valor fixo por aluno** desde a primeira utilização.

Gostou? Seja um parceiro da TotalPass!



Quero virar parceiro

Entre os dias 17 e 19, a TotalPass marcou presença na **24ª edição da IHRSA Fitness Brasil 2023**. Confira os principais registros do evento:





SEU SORRISO É O COMBUSTÍVEL DA NOSSA INOVAÇÃO

LANÇAMENTOS



evo
tracker

Gestão integrada de Marketing Digital e Redes Sociais



evo
insights

O melhor BI do mundo disponível no EVO

- + Novo módulo gestão de personal
- + Novas regras na agenda e turmas
- + MGM 2.0 (Programa de Indicação)
- + Nova periodização de aulas coletivas
- + Novo PAR-Q, digital e personalizado
- + Integração com WhatsApp*
- + Novo recurso de ocupação e otimização da musculação
- + Nova interface do totem
- + Novas regras de alteração em massa


- + Spot Booking: Layout customizado das salas
- + Gestão de equipamentos
- + Novas telas *Financeiro / Notas fiscais*
- + Restrição de compra e uso para clientes com pendências

“Inovação distingue um líder de um seguidor”

VENHA PARA ABC EVO!

www.evo.w12.com.br





INFORMAÇÃO :: NOVIDADES :: BENEFÍCIOS
ACAD BRASIL TEM

SIGA-NOS NAS REDES SOCIAIS:



@acadbrasil



acadbrasil.com.br/



21 2493-0101 / 21 96445-5939

EXPEDIENTE

DIRETORIA

PRESIDENTE: Ailton Mendes (AMS Xperience)

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

DIRETORES:

Monica Marques (Cia Athletica)

Gustavo Borges (Academia Gustavo Borges)

Fernando Sassen (Ipanema Sports)

Fernando Menezes (Selfit)

Gustavo Madeira (Blue Fit Academia)

CONSELHO FISCAL:

Richard Bilton (Cia Athletica)

Marcelo Ferreira (Personal Acqua Center)

Almir Mendes (AMS Xperience)

GESTÃO EXECUTIVA: Andrea Rodrigues

REDAÇÃO: Lilia Giannotti

EDIÇÃO E DESIGN: Eva Valentim

PALAVRA DO PRESIDENTE



AILTON MENDES

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

ailton.mendes@acadbrasil.com.br

Em meio aos esforços para defender as pautas do setor no Congresso Nacional e garantir que as academias saiam com saldo positivo na Reforma Tributária, há poucos dias, estávamos reunidos na 24ª edição da IHRSA Fitness Brasil, aproveitando a oportunidade para fazer negócios, *networking*, conversar com especialistas e abraçar os amigos, em mais um encontro especial. O evento, que tradicionalmente reúne empresários, gestores e profissionais do fitness, esporte, saúde e bem-estar, é o tema da Matéria de Capa desta edição.

Nossa equipe acompanhou presencialmente palestras, workshops, a exposição de grandes marcas e diversas programações paralelas, tudo para apurar e registrar nessas páginas as últimas tendências em gestão, marketing, novidades técnicas e outros aspectos relevantes para o bom funcionamento do nosso mercado.

Também nesta edição, o Especial fala sobre o que fazer para garantir um futuro mais ativo e quem será o novo cliente das academias. Nas Páginas Azuis, as entrevistas com Gustavo Almeida e Fabio Saba contam sobre os bastidores de um evento com as proporções da IHRSA Fitness Brasil. Diretamente de Minas Gerais, as temáticas do 37º encontro da UNEN – União Nacional das Escolas de Natação são o destaque da coluna Águas do Fitness.

Com o fôlego recuperado, mas sem pausa nos esforços, continuamos nossa luta em mostrar para autoridades governamentais, classe médica e toda a população, que somos essenciais atuando principalmente na atenção primária da saúde, pois o condicionamento físico é saúde.

Não deixe de fazer parte da ACAD Brasil que luta diariamente pelo setor e em prol dos negócios das academias. Não deixe de ler esse conteúdo especialmente elaborado para todos nós, que compartilhamos o sonho de atuar na prevenção e manutenção da saúde da população.

Um abraço!

ÍNDICE

MATÉRIA DE CAPA

Somos Essenciais: ACAD lança movimento nacional do setor na IHRSA Fitness Brasil

08



ACADEMIA LEGAL

Academias podem ser responsabilizadas por acidentes com equipamentos?

22

CONTEÚDO DE MARCA

O voo da Fênix

25

PÁGINAS AZUIS

Entrevistas com Gustavo Almeida e Fabio Saba da Fitness Brasil

32

ESPECIAL

Quem será o novo cliente das academias?

38

ÁGUAS DO FITNESS

37º encontro da UNEN tem gestão e liderança como temas de destaque

42

ROTINAS DE ACADEMIAS

LGPD: obrigatoriedade do DPO e escolha do profissional

46

Modernizando
seu negócio
você vende
e fideliza
muito mais

O sistema que mais cresce
no segmento fitness.
+ 5.000 clientes em apenas 4 anos
Venha crescer com a gente!

SEM GESTÃO

SEM GANHO!

O que é o Next fit?

O Next Fit é o sistema de gestão e apoio que mais cresce no Brasil, com mais de **5.000 clientes** em apenas 4 anos.

Venha crescer com a gente e se juntar aos gestores que faturam 43% a mais que a média do mercado utilizando nossa tecnologia.



O sistema mais prático, completo e com o melhor preço!



Caminhe com a inovação e se diferenciar da concorrência!



CLIQUE AQUI E FAÇA UMA DEMONSTRAÇÃO GRATUITA!



ACAD LANÇA MOVIMENTO NACIONAL DO SETOR DE FITNESS, SAÚDE E BEM-ESTAR NA 24ª EDIÇÃO DA IHRSA FITNESS BRASIL

“Somos essenciais para a saúde do Brasil!”

A frase estampada na camisa de centenas de pessoas que circulavam nos corredores da 24ª edição do maior evento da América Latina é a afirmação definitiva do setor de fitness, saúde e bem-estar! O **Movimento Somos Essenciais**, lançado oficialmente pela ACAD Brasil na IHRSA Fitness Brasil, tem por objetivo chamar a atenção para o fato de que academias e profissionais de Educação Física são promotores de saúde e essenciais para que a população possa se prevenir de doenças e viver de forma cada vez mais saudável.



Desde os primeiros dias de *lockdown*, em março de 2020, diretores, lideranças e empresários associados da ACAD criaram uma força-tarefa para buscar soluções de enfrentamento da crise. Outros parceiros, como representantes do Sistema CONFEEF-CREF, foram se juntando ao time e esse bloco de defesa do setor não parou mais de atuar. De lá para cá, foram mais de três anos de incontáveis reuniões com autoridades de todas as instâncias; encontros com vereadores, deputados, senadores, secretários e ministros; um trabalho sem fim de compilação de estudos e pesquisas científicas sobre a relação da atividade física com a prevenção de doenças e aumento de imunidade; a construção de dossiês, com números e argumentos que colocam o setor de fitness na posição de promotor da saúde.

Nos últimos meses, esta atuação do setor teve como foco central a questão da Reforma Tributária, já com algumas primeiras vitórias. O **Movimento Somos Essenciais** é a tradução de todos esses esforços, de mais de 30 meses, em uma campanha nacional de comunicação, junto à toda a população brasileira.



“Mais do que fazer com que autoridades governamentais, classe médica e toda a sociedade perceba o nosso setor como aliado na promoção da saúde, o Movimento é um caminho para que juntos possamos vencer o sedentarismo que tanto nos afeta. Vista essa camisa você também.”

AILTON MENDES, presidente da ACAD Brasil

“É uma honra estar engajado em mais um movimento da ACAD, que tem uma representatividade cada vez mais forte em todo o país. Graças aos esforços da Associação, com o nosso apoio, fomos o primeiro município do país a aprovar a lei da essencialidade, o que desencadeou um efeito dominó em centenas de cidades de todas as regiões brasileiras e muitas cidades do exterior. Mais uma vez, em nome do prefeito Ricardo Nunes, reafirmo o nosso compromisso com o setor.”

RODRIGO GOULART, vereador do município de São Paulo

Ailton Mendes e Rodrigo Goulart Vereador-SP





“A ACAD tem feito um trabalho estratégico e há a possibilidade de o setor ficar entre os que terão melhor tratamento na Reforma Tributária. Conseguimos colocar ‘o esporte para a vida’, o que as academias entregam, como serviço de saúde. O Ministério da Saúde reconhece as atividades do setor como essenciais por desonerar o sistema público e recomenda que sejam adotadas políticas para favorecer a prática de atividade física. ‘Somos essenciais’ é uma mensagem muito forte.”

EMERSON CASALI, consultor da ACAD Brasil para políticas públicas



“A importância do nosso setor é muito maior do que o reconhecimento que ele tem. Estamos trabalhando para mudar isso. E esse movimento nacional, além de ser uma iniciativa para combater o sedentarismo, é uma forma de chamar a atenção para a nossa importância como promotores da saúde.”

RICHARD BILTON, CEO da Cia Athletica



“Em meio à maior crise de saúde do mundo, os profissionais de Educação Física ficaram impedidos de trabalhar. Levantamos dados, pesquisas e números para mostrar de uma forma impossível de ser questionada que somos essenciais para a saúde da população. Saímos daquela fase difícil com uma vitória: todos os estados e centenas de municípios brasileiros têm um documento, com valor de lei, que garante a essencialidade das academias e dos profissionais de Educação Física. E o melhor ainda está por vir.”

PATRICK AGUIAR, líder da ACAD Brasil em Brasília



“Esse movimento é fundamental, considerando que 60% da população é sedentária e 14% é insuficientemente ativa. Então, 74% da população precisa do nosso apoio para adotar um estilo de vida mais saudável. As academias têm um papel relevante no Congresso Nacional, pautando debates sobre políticas públicas, estimulando que as escolas adotem já para a infância a prática da atividade física e crie o hábito para que gerações futuras não sejam sedentárias.”

LUIZ URQUIZA, CEO da Bodytech Company e conselheiro da ACAD Brasil



“Sempre cuidamos da saúde das pessoas, mas o mercado de academias mostrava especialmente dois nichos: emagrecimento e hipertrofia. Na pandemia, ficou evidente que a prática da atividade física está relacionada com a prevenção da saúde e não apenas com a estética. Pesquisas científicas endossam: quem faz exercício tem mais chances de não ter doenças. Somos essenciais para a vida das pessoas.”

CARLOS EDUARDO MOURA, CEO na GO30, rede de estúdios microgym



PRESIDENTE DA ACAD FALA NA ABERTURA OFICIAL DA 24ª EDIÇÃO DO EVENTO

Em mais um reconhecimento da força do associativismo da ACAD Brasil, com seus mais de 30 líderes em todo o país e uma diretoria assertiva na representatividade do setor, o presidente Ailton Mendes foi convidado para falar na abertura oficial da 24ª edição da IHRSA Fitness Brasil.



“É motivo de orgulho que a nossa ACAD Brasil tenha sido convidada para fazer parte da abertura oficial deste evento. Isso mostra a relevância do grande legado que a Associação vem construindo para o setor. Essa edição teve um sabor especial de reconhecimento e consagração. Sabemos que os desafios ainda são muitos, mas temos a certeza de que estamos no caminho certo”, disse

AILTON MENDES



Mais de 21,5 mil visitantes, 115 expositores, 150 palestras e workshops, com um total estimado de R\$200 milhões em negócios. Esses são alguns dos números da 24ª edição da IHRSA Fitness Brasil, realizada entre os dias 16 e 19 de agosto, em São Paulo. “A nossa responsabilidade com esse mercado é conectar negócios, é fazer as pessoas se relacionem, é levar educação e capacitação, é contribuir para que lá na ponta aumente o número de pessoas praticando atividade física, reduzindo os custos de saúde pública, aumentando a qualidade de vida das pessoas”, disse

FABIO SABA, sócio e diretor educacional da Fitness Brasil.

MESA REDONDA

"INDÚSTRIA DO FITNESS NO BRASIL E NO MUNDO: PANORAMA E ANÁLISE"



MESA-REDONDA DA ACAD TEM DEBATE DE PRIMEIRA

Sob o tema "Indústria do fitness no Brasil e no mundo: panorama e análise", Ailton Mendes, Edgard Corona, Monica Marques, Luiz Urquiza e Richard Bilton foram os debatedores de mais um Encontro Nacional ACAD Brasil, realizado no dia 17 de agosto, dentro da IHRSA FitBr 2023. Entre os principais temas abordados estão: movimentos de combate ao sedentarismo em todo o mundo; custos da inatividade para a saúde e a economia dos países; mercado financeiro de olho no setor brasileiro de fitness; conquistas da Associação e seus parceiros junto ao governo federal; inovações tecnológicas e seu impacto nos negócios de academias e muito mais.



Escaneie o QR code para ler a matéria na íntegra ou acesse:

acadbrasil.com.br/blog/noticias/encontro-nacional-acad-brasil-2023/



“Segundo a OMS, para cada 1 dólar investido em atividade física, o setor público tem um retorno de 2,8 dólares. Um mapeamento com mais de 150 países, incluindo o Brasil, avaliou o impacto da atividade física no setor da saúde e a OMS passou a recomendar que os governos tenham práticas e políticas públicas específicas para incentivar a atividade física. Aqui no Brasil, a CNAE das academias ainda é a de entretenimento e lazer. Mas, há poucos meses, a Lei Geral do Esporte foi reformulada e incluiu o termo “esporte para toda a vida”, que não é o de formação ou de alta performance, mas sim aquela prática feita nas academias, especialmente voltada à saúde da população. Isso é uma vitória do nosso setor.”

MONICA MARQUES, diretora da ACAD Brasil e representante da Associação na World Active



“A conquista do reconhecimento pelo Ministério da Saúde é fruto de nossas reuniões com a ministra e de todo o trabalho que a ACAD vem construindo para alertar que somos um setor essencial para a saúde da população brasileira e para a economia do país. Temos participado de rodadas de reuniões com representantes do mercado financeiro, interessados em saber mais sobre o setor nacional de fitness. Eles nos enxergam como um setor de oportunidades e aqueles gestores de academias que estiverem mais bem preparados poderão se beneficiar do que está por vir.”

AILTON MENDES, presidente da ACAD Brasil



“As inovações tecnológicas devem moldar as próximas gerações de experiências e já provocam impactos nas estratégias das empresas e no engajamento dos clientes. O digital está presente no comportamento do consumidor, seja num aplicativo para agendar aulas até a inteligência artificial e o ChatGPT. A gamificação e tecnologias vestíveis já estão disseminadas nas academias e a WEB 3.0 é outra revolução. O setor deve estar atento em como usar esses recursos a favor dos negócios. A tecnologia não como substituto do fator humano, mas sim como ferramenta de competitividade.”

LUIZ URQUIZA, CEO da Bodytech Company e conselheiro da ACAD Brasil



“Não existe um levantamento que comprove que o mercado brasileiro tem uma penetração de apenas 5%. Não corresponde à realidade. Nos Estados Unidos, onde a taxa é de 22%, a proporção é de 10 dólares sobre a renda do americano, um custo irrisório. No Brasil, para quem ganha salário-mínimo, R\$100,00 é muito dinheiro. Mas, eu sou esperançoso e acredito que o comportamento social, com influencers postando seus treinos e os mais jovens querendo treinar, esse mercado vai crescer, não para 22%, porque não somos a Suíça, mas vai crescer.”

EDGARD CORONA, vice-presidente da ACAD e CEO do grupo Bioritmo/SmartiFit



“Se não fosse a ACAD, as conquistas no Congresso Nacional e no Ministério da Saúde não seriam uma realidade. Seja sua academia low cost, full service, boutique, de nicho, high end, middle market, estamos todos no mesmo barco. Se cada empresário agir individualmente, o setor não vai avançar. É preciso ter espírito coletivo! A única forma de ganharmos representatividade e vencer batalhas, como a que estamos lutando na Reforma Tributária, é com todo mundo junto. Por isso, é tão importante se associar.”

RICHARD BILTON, presidente da Cia Athletica e conselheiro da ACAD Brasil

SOMOS
ESSENCIAIS
para a saúde do Brasil

ESTANDE ACAD BRASIL É PONTO DE ENCONTRO NA FEIRA

Este ano, o estande da ACAD Brasil ficou em um local privilegiado, dentro da área de maior movimentação da feira de expositores. Mais uma vez, o espaço foi ponto de encontro de profissionais de Educação Física, de empresários e gestores do setor, além de ter recebido antigos e novos associados. A Associação sorteou quatro assistentes de voz Alexa e uma *air bike*. Além destas estratégias, a equipe de marketing adotou uma abordagem de defesa do setor para conscientizar gestores e empresários sobre a importância de se associar.



“Tivemos uma movimentação recorde no estande, com recorde também de novos associados. Nunca tantas pessoas procuraram a ACAD e atribuo este aumento à percepção sobre todo o trabalho que a Associação vem fazendo para defender as atividades do setor. Essa procura está relacionada à confiabilidade conquistada, especialmente depois da força-tarefa realizada na pandemia, e das conquistas sobre reconhecimento da essencialidade do setor. Os gestores de academias estão começando a entender a importância do associativismo e percebendo que quanto mais associados tivermos, mais força e representatividade teremos como setor”, disse

ANDREA RODRIGUES, gestora executiva da ACAD Brasil.

NOVOS ASSOCIADOS

Dezenas de academias passaram a fazer parte do quadro de Associados, a partir da visita ao estande. Entre os empresários que se associaram para começar a usufruir do Clube de Benefícios ACAD, está um casal de Porto Seguro, que há sete anos mantém uma academia para baiano nenhum botar defeito.



“Estamos nos associando à ACAD porque queremos estar perto de quem vai nos ajudar no dia a dia, trazendo novas visões para o nosso empreendimento. Encontramos muitas novidades na feira este ano, especialmente em tecnologias, o que é fundamental para que possamos dar um salto em termos de prestação de serviços para nossos clientes. Nossa busca é por melhorar sempre mais para transformar vidas”, disse

CARLOS VIEIRA SANTOS, CEO da academia Olimpia Fit, de Porto Seguro, Bahia.



“Esta foi minha quinta vez na IHRSA. Já participei em todas as etapas, como professor de Educação Física, como coordenador, como alguém que sonhava em montar uma academia e agora como dono de uma academia. Essa foi uma das melhores oportunidades que eu tive de ver por um outro ângulo, com uma nova visão do evento. Procurei também fazer novas parcerias e uma delas foi com a ACAD, porque eu queria estar conectado com o resto do Brasil. Como eu sou da região Norte e pra cá é tudo mais difícil, acho que estar na ACAD vai me colocar conectado com as demais regiões”, disse

HADRO PEDREIRA, proprietário da academia HP Studio Personal, de Belém do Pará





ENCONTRO DE LÍDERES REÚNE A FORÇA DOS REPRESENTANTES DE TODO O PAÍS

Em um almoço que contou também com a presença de Liz Clark, CEO da IHRSA, e o diretor Luke Ablondi, além de parceiros comerciais, presidentes e diretores dos CREFs, presidentes de sindicatos e autoridades governamentais. Cerca de 30 líderes da ACAD Brasil, de todas as regiões do país, se encontraram para confraternizar e trocar experiências do mercado de fitness.



Presidentes de CREFs



“Desde 1997 temos essa rubrica de essenciais. Então, o que falta? Que o profissional de Educação Física incorpore essa essencialidade e mostre para a sociedade do que ele é capaz. Esse movimento contribui para que cada um de nós do setor se comprometa com a profissão e passe a se comportar para que ela de fato seja essencial.”

NELSON, presidente do CREF4 São Paulo



“Eu vejo que o pós-pandemia uniu muito o setor, sob esta bandeira do ‘Somos Essenciais’ e todos os esforços da ACAD para mostrar que somos da área da Saúde têm conquistado mais adeptos à essa ideia e assim vamos sendo cada vez mais reconhecidos, aumentando nossa representatividade e evidenciando nossa vocação que é cuidar da saúde das pessoas.”

FERNANDO SASSEN, líder da ACAD Brasil no Rio Grande do Sul



“Somos Essenciais é um movimento de reconhecimento das nossas atividades para a área da saúde. Ainda que a Receita Federal não nos enquadre assim, o Ministério da Saúde já reconheceu em Nota Técnica publicada em Diário Oficial, a essencialidade do setor. Estamos em um movimento muito importante de mostrar às autoridades que atuamos diretamente na saúde primária do país.”

TANER VERÇOSA, empresário há 45 anos no mercado e líder da ACAD Brasil no Amazonas



“Eu tenho muito orgulho dessa Associação e sou grato por tudo o que ela faz por mim e pelo setor. Já está muito claro que o setor é essencial para a vida de todas as pessoas, mas essa mensagem precisa chegar a todo o país, em cada canto, e para isso, precisamos de mais e mais associados. Então, se você ainda não faz parte da ACAD, não perca tempo e se associe agora mesmo.”

WESCLEY GARCIA, líder da ACAD Brasil no Rio Grande do Norte



“Nós estamos ajudando as pessoas a se colocarem como prioridade em suas próprias agendas. É isso que fazemos quando praticamos atividade física regularmente. O profissional de Educação Física precisa entender seu papel de embaixador da saúde e de bem-estar. O 3º objetivo do milênio proposto pela ONU é saúde e bem-estar para todos! E é isso que nosso setor vem garantindo, por isso somos essenciais.”

CARLOS EDUARDO FONTES, líder da ACAD Brasil em Campinas



“A realização da IHRSA no Brasil teve um papel disruptivo para o setor, há mais de 20 anos. Foi o primeiro evento a olhar para o processo de gestão e a trazer conteúdo para o nosso mercado. O Movimento Somos Essenciais é outro marco disruptivo, pois coloca todo o setor como protagonista da promoção da saúde de toda a população e a ACAD Brasil é protagonista dessa ação coletiva.”

CARLOS SANTOS, CEO da Califórnia Fitness



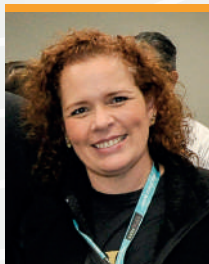
“Hoje o Sebrae Nacional está adotando uma estratégia específica para o setor de Saúde e Bem-estar e, neste sentido, a parceria com entidades representativas como a ACAD é essencial para que possamos apoiar as microempresas e pequenos negócios, dar suporte e levar até eles as melhores práticas de gestão, inovações digitais e tecnológicas. Temos interesse em estar cada vez mais próximos da Associação.”

BRUNO LOPES, do Sebrae Nacional



“Organizamos uma missão empresarial que levou empresários de 50 academias de Pernambuco para São Paulo. Nossa parceria com a ACAD é muito importante, porque nos aproxima do setor de fitness, saúde e bem-estar. A Associação nos aproximou de gestores paulistas, que tiveram boa vontade em compartilhar ideias, dicas e até números de suas empresas. Foi uma verdadeira imersão em conhecimento.”

LAUDEIRO FERREIRA JUNIOR, analista do Sebrae Pernambuco



“O ECAD esteve presente pela primeira vez na IHRSA e foi uma ótima oportunidade para conversar com diversos proprietários de academias e nos aproximar ainda mais desse importante segmento. A música é um ativo importante: contribui para melhorar o ambiente das academias e para implementar a saúde de todos os praticantes de atividades físicas. Durante o evento, nós falamos bastante sobre música, direitos autorais e sobre nossa parceria com a ACAD, um parceiro importante na conscientização sobre a importância da música nestes estabelecimentos.”

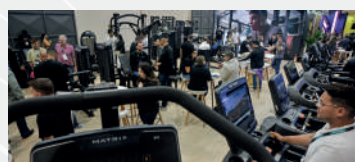
ISABELA GUIMARÃES, gerente de Inteligência e Negócios, Arrecadação do ECAD

EXPOSITORES DÃO SHOW NA FEIRA

PAULO AKIAU, CEO do ABC EVO, falou sobre as inovações. “É até difícil escolher os highlights! O EVO Insights trará à América Latina a maior plataforma de BI no mundo, com inteligência artificial, já usada pelos gigantes do setor como a Planet Fitness. Novas parcerias com Les Mills, My Nutri e Interlaken fizeram sucesso na feira. O EVO Data Success, em parceria com Luis Amoroso, deve fazer a diferença no uso de dados e relatórios para tomada de decisões consistentes e seguras.” Sobre o Movimento Somos Essenciais, Akiau afirmou: “Estamos apoiando 100% esse movimento nacional do setor. É hora do país e do mundo entenderem a extrema importância do nosso setor nos avanços da sociedade moderna, no que diz respeito à saúde e ao bem-estar. Não podemos mais permitir que algo tão fundamental como a atividade física orientada seja tratado como acessório ou luxo. A ACAD assumiu o protagonismo e juntos, vamos mudar essa realidade.”



Este ano, a **Matrix Fitness Brasil** levou esteiras com tecnologia touch, com acesso a Netflix, YouTube e muita interatividade; equipamentos para musculação, bikes indoors com opção de competição entre os praticantes e aparelhos para condomínios. **DEBORAH GOMES**, supervisora de Marketing da empresa, achou o evento mais aquecido. “O público estava mais interessado em fechar negócios lá na feira mesmo. Antes do evento, houve uma procura por venda de ingressos e como seria o funcionamento do nosso estande, uma interação pré evento bem bacana.” Sobre o Somos Essenciais, Deborah disse: “Somos um dos patrocinadores desse movimento, porque ele está alinhado com a nossa proposta. Além de vender equipamentos, temos como propósito vender saúde e bem-estar. Devemos incentivar o país todo a sair do sedentarismo, se movimentar e os equipamentos fazem parte disso, as academias fazem parte disso. Atividade física é essencial!”



Para **WESKLEY MENDONÇA**, supervisor comercial na Movement, o Movimento Somos Essenciais é muito importante, especialmente para aumentar a comunicação sobre o que o setor faz: “realizamos um alto investimento para garantir mais saúde na vida da população. A ACAD movimenta e luta a favor do setor de fitness, saúde e bem-estar.” Sobre o estande e as novidades, Weskley complementou: “a Movement levou para a feira a nova Linha Next com equipamentos de musculação: bancos de elevação pélvica, squat machine, panturrilha, bíceps e leg press 45°, também estações como Cross 45° e uma Multi Station, com quatro baterias de peso, sendo um pulley, remada e duas polias que podem virar um crossover 45°. Para estúdios, hotéis e condomínios com pouco espaço, levamos uma inovação tecnológica, o Bionic, que é utilizado para treinos individuais e se conecta com o aplicativo de treino OmniFit, para acompanhamento em tempo real. Os resultados não poderiam ter sido melhores: vendemos cinco vezes mais do que no ano passado.”



EXPOSITORES DÃO SHOW NA FEIRA



A 24ª edição marcou a estreia da **Next Fit** na IHRSA Fitness Brasil. A empresa especializada em sistemas de gestão para academias também se associou à ACAD Brasil, por ter visto de perto o trabalho que a Associação faz pelo setor. **DOUGLAS WALTRICKE**, CEO na Next Fit, foi palestrante de um dos cursos de gestão e ministrou a palestra Quatro etapas para fidelizar seu aluno na prática. Ele aposta no associativismo para defender o setor. *“Fomos para a feira com cerca de 25 pessoas da equipe e recebemos mais de 500 clientes em nosso estande. Foi incrível receber esse carinho e ver o impacto que provocamos. É um sentimento maravilhoso ouvir presencialmente dos gestores que eles têm melhores resultados, conseguem otimizar o tempo e faturar mais usando nossa tecnologia. Escolhemos fazer parte dessa Associação para unir forças, lutar por objetivos comuns e contribuir para o forte trabalho de defesa do setor que vem sendo feito.”*



A equipe da **TotalPass** marcou presença na 24ª IHRSA FitBr promovendo atividades dinâmicas entre as quais aula de Fit Dance e de alongamento. Dentro do estande, os visitantes puderam participar de um desafio e testar a própria força, com uma atividade de exercícios em uma barra. As abordagens de ativação envolveram atividades dinâmicas e participativas, com o objetivo de envolver os participantes.



O **Gympass** apresentou novidades do programa de benefícios para academias e estúdios, com soluções como maquininhas de cartão gratuitas com taxas atrativas, acesso a linhas de crédito, desconto em softwares de gestão de academias e solução para rádio interna. Os visitantes também puderam assistir às palestras “Transformando vidas – O impacto do ecossistema Gympass” e “Identificando novas oportunidades e públicos no meio fitness”.



Metodologia Gustavo Borges



Casa do Fitness



Wellness



ListenX

LÍDER DO RJ MARCELO FERREIRA É REPÓRTER POR UM DIA



Mais uma vez, o líder da ACAD Brasil no Rio de Janeiro, Marcelo Ferreira, cumpriu com eficiência o papel de “Repórter por um dia”. Tradicionalmente, ele enfrenta uma verdadeira maratona para contar tudo sobre os destaques da Feira e do Congresso. Na pauta da programação, marketing digital, inteligência artificial, personalização, engajamento, cultura e copywriting. O conteúdo abordado foi de liderança à expansão de redes, passando por programas aquáticos e motivação profissional. Ufa! Haja fôlego para cumprir essa maratona.



“A economista **Camila Abdelmalack** abriu a Conferência falando de macroeconomia. Ela deu um overview do cenário econômico e apontou que a preocupação é que os juros caíam, para permitir a aceleração econômica.

*Falou ainda que há uma desaceleração econômica mundial, que afeta também o Brasil.” Logo depois, **Paulo Akiaw**, presidente da ABC EVO, contou sobre sua trajetória de décadas no mercado. “Ele fala sempre com muita paixão e já é uma lenda do mercado nacional. A mensagem dele foi: ‘você não pode menosprezar a sua cultura, seu conjunto de valores e de atitudes, porque se você quer ter resultados, precisa ter uma estratégia e essa sua cultura precisa estar disseminada entre os seus colaboradores. Há uma preocupação legítima do Akiaw em cuidar do seu time, ter boas atitudes e isso torna a estratégia muito sólida.”*

Em meio a tantas abordagens sobre inovações tecnológicas, o argentino **Guille Velez**, diretor da Mercado Fitness, pareceu estar na contramão. “Valez chamou a atenção para a importância das relações interpessoais e dos encontros presenciais, porque os negócios de academias são baseados em pessoas, feitos essencialmente para cuidar das pessoas. Ele acredita que um mundo no qual todos estão o tempo todo no celular, são criadas barreiras e deu dicas de como as academias podem se conectar com seus clientes, conquistar mais pessoas, e como isso pode ajudar nos negócios.”

Fernando Recco, diretor na Corporate Wellness Brasil, uma empresa de bem-estar corporativo apresentou uma perspectiva interessante. “A ideia é educar as pessoas para o hábito de fazer atividade física, para que elas se tornem ativas. Ele associa a Síndrome de Burnout (esgotamento profissional) e a queda de produtividade nas empresas à inatividade física. Assim, ele entra no mercado corporativo não para entregar exercícios, mas com plataformas educativas que ‘convencem’ as pessoas, com muito suporte, de que elas precisam procurar uma academia.”

Sobre a feira e os expositores, Marcelo foi contundente: “ficou claro que a musculação é a grande protagonista. Os recursos para treinos individualizados de força estiveram em alta, com muitos stands apostando nesse segmento. Outra área consolidada é a de softwares de gestão, com altos investimentos em tecnologias, entre as quais a inteligência artificial, com modelos de gestão com muitas integrações. Hoje, é impossível uma academia gerir com produtividade, sem que tenha um excelente software de gestão como ferramenta.”

Um outro produto que chamou a atenção do líder carioca foi a oferta de franquias de academias. “Esse movimento de expansão de redes, de transformação de algumas marcas

em franquias tem ganhado força no mercado. Pude observar novas empresas de franquia se apresentando na feira. Acredito que buscar franquear e escalar seja uma tendência para academias, assim como vemos em outros segmentos, como o de restaurantes.”

Em meio a tantas palestras, Marcelo reservou tempo para participar do **Encontro Nacional ACAD Brasil** e falou da importância da Associação. *“Para que o nosso setor tenha um crescimento exponencial, o associativismo se torna cada vez mais essencial. A ACAD Brasil assumiu um verdadeiro protagonismo, sendo reconhecida por outras instituições como aquela que representa o mercado nacional. Já tendo vivido inúmeros altos e baixos, ao longo de mais de duas décadas na ACAD, entendo que se faz necessário falar como cada um de nós, empresários e gestores de academias em todo o país, somos responsáveis por manter esse protagonismo. Nossa Associação precisa crescer ainda mais e se consolidar, para que assim possa ter ainda mais representatividade levando ao reconhecimento máximo do setor, como promotor de saúde”, finalizou Marcelo Ferreira.*

Em 2024, certamente o setor estará ainda mais forte, com mais representatividade e reconhecimento no setor de Saúde! É trabalhar para ver esses resultados!



Escaneie o QR code para ler a matéria na íntegra ou acesse:

acadbrazil.com.br/blog/noticias/lider-do-rj-marcelo-ferreira-e-reporter-por-um-dia

LE FORZZ

Conheça a linha Verse.

A linha de equipamentos premium da Casa do Fitness.

Apresentamos a linha Verse da Le Forzz, marca exclusiva da Casa do Fitness, uma coleção exclusiva de equipamentos de fitness que redefine o conceito de excelência.

A linha Verse veio para se juntar à Runverse, a esteira tecnológica da Le Forzz e que já está presente nos centros de treinamento high end mais sofisticados e exclusivos do país.

A esteira Runverse, que pode ser encontrada em quase todas as filias da Cia Athletica, deu início à revolução tecnológica no fitness, que gerou essa nova linha.

Conhecer mais sobre a linha Verse



Runverse

Uma experiência que vai além do treino.

B-VERSE
Bicicleta Vertical



R-VERSE
Bicicleta Horizontal



E-VERSE
Elíptico



CLIMBVERSE
Escada



MARCA EXCLUSIVA

CASA DO FITNESS IMPORTADORA DE ARTIGOS ESPORTIVOS LTDA
CNPJ 08.743.146/0001-39

ENCONTRE ESSES PRODUTOS EM:

LEFORZZ.COM.BR
CASADOFITNESS.COM.BR
LOJAS FÍSICAS CASA DO FITNESS

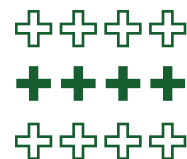
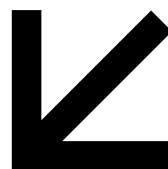


A HORA MAIS ESCURA



• •
• •
• •

POR DR. MARIO DUARTE 
ADVOGADO DA ACAD BRASIL



O título do filme sobre a caçada a Osama Bin Laden traduz uma expressão usada pelos militares americanos para uma hora não específica da madrugada, em que o céu estaria todo escuro. Infelizmente, o assunto desta coluna será outro. Há alguns dias, uma academia cearense viveu sua hora mais escura em plena luz do dia, no já célebre acidente que pode deixar um cliente paraplégico.

Para os outros, a hora escura é a das perguntas. Se for provado defeito de fabricação do aparelho, a responsabilidade é da academia ou do fabricante? Em quanto será indenizado o cliente? E se acontecer na minha academia? Tenho um seguro adequado de responsabilidade civil? Perguntas parecidas com as de poucos anos atrás, quando um funcionário de outra academia misturou o que não devia e produziu gás de cloro, o mesmo usado na Primeira Guerra Mundial.



Vamos por partes: mesmo que provado defeito de fabricação, a chance de que a academia seja responsabilizada num processo judicial, em casos como esse, é de 99%. Em tese, não deveria ser assim, pois o Código de Defesa do Consumidor imputa a responsabilidade pelos danos causados por defeito de fabricação de produto ao fabricante ou importador (art. 12). Mas, na prática, é o fornecedor do serviço quem acaba indenizando, porque a disponibilização do produto se mistura com a prestação de serviço (art.14) e os tribunais não fazem a devida distinção.

Isso não quer dizer, porém, que o advogado de academia em situação parecida não deva defender a tese. Mesmo fadado a um provável insucesso, é preciso fazê-lo para construir as bases de outro direito: o de ser, depois, ressarcido pelo fabricante. A prova do defeito tem de ser produzida na ação movida pelo cliente, ou em ação de produção antecipada se houver acordo. O Judiciário deverá se pronunciar sobre o tema, mesmo que decida que a academia responde pelo defeito. A coisa julgada não atingirá o fabricante, mas será excelente arma de negociação e, se preciso, de convencimento processual.

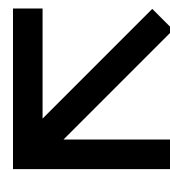
E sim, uma indenização em casos análogos pode chegar a várias centenas de milhares de reais. Se você acha que tem uma boa cobertura de seguro para fazer frente a uma hora mais escura, peça ao seu advogado para conferir se ela abrange danos morais. “Spoiler”: boa parte

delas não abrange, algumas vezes em razão do custo, muitas outras por falta de atenção às letras miúdas, e o grosso das indenizações é pago a esse título.

A verdade é que esse é um risco grande demais para ser tratado superficialmente, mas frequentemente o é. Há quem simplesmente acredite que ele está sendo adequadamente gerido por seus processos, equipamentos, apólices e recursos humanos, sem auditá-los periodicamente e em profundidade. Outros optam por economizar dinheiro nisso tudo e se fiar na fé de que o pior não virá. O problema central, como quase sempre, é falta de suficiente informação sobre o risco e as formas de preveni-lo.

Recente matéria no UOL lembrou o caso de um assaltante americano de bancos que passava limão no rosto, acreditando no boato de que tornaria sua face invisível às câmeras de segurança. Identificado e preso, revelou ser pessoa de inteligência normal, mas que avaliava muito mal a própria capacidade. Inspirados neste caso, dois psicólogos definiram o “efeito Dunning-Krieger”: tendência das pessoas de superestimar o próprio conhecimento. Eu mesmo não entendo nada de medicina, mas sempre acho que não preciso de médicos e que sei como me curar sozinho. Meu último resultado é uma lesão no tendão de Aquiles que já fez meio aniversário.





“Se você acha que tem uma boa cobertura de seguro para fazer frente a uma hora mais escura, peça ao seu advogado para conferir se ela abrange danos morais. “Spoiler”: boa parte delas não abrange, algumas vezes em razão do custo, muitas outras por falta de atenção às letras miúdas, e o grosso das indenizações é pago a esse título.”

Estar preparado, neste caso, passa por manter registro de compra e manutenção de cada equipamento, utilizar aparelhos de boa qualidade, manter registro das orientações de uso, requalificar profissionais em primeiros socorros e uso de desfibrilador, exigir cumprimento de normas internas e fazer um excelente seguro, com cobertura de pelo menos meio milhão de reais, danos morais incluídos.

Por último e sem qualquer espírito corporativista: se mesmo assim a hora mais escura chegar, você não vai precisar de advogado bom. Esse é para o seu dia a dia. Precisar de um excelente. Ele poderá ser a diferença entre um número de cinco ou de seis dígitos, um bom ou mau acordo. Esse é o maior risco do seu negócio. Precisa ser tratado como tal.



EIN ENCONTRO INTERNACIONAL DE NATAÇÃO

26, 27 E 28 DE OUTUBRO • SÃO PAULO

evo

TOTALPASS

Poker

ESCANEE O QR CODE
E SAIBA MAIS



CONTEÚDO DE MARCA

O VOO DA FÊNIX

Empresa 100% brasileira: das cinzas aos 5 mil m2 de showroom e oficina técnica, com vendas de manufaturados para todo o país.



Segundo a mitologia, a fênix é um pássaro que, quando morre, entra em autocombustão e, passado algum tempo, ressurge das próprias cinzas. A crença na ave lendária existiu na antiguidade entre gregos, egípcios e chineses, e em todas as mitologias, o significado é preservado: ressurreição, perpetuação e esperança, que nunca têm fim. Por esta razão, é um símbolo usado ainda em tempos atuais.

Sócios-fundadores na empresa Fênix — especializada em equipamentos remanufaturados — Leda Oliveira, diretora administrativo-financeiro, e Marcelo Guedes, diretor comercial, contam que este nome representa o início de tudo: “nossa Fênix ressurgiu das cinzas, foi de fato um negócio que renasceu”, disse Leda, que antes de entrar no mercado de fitness, atuou como especialista em comércio internacional e foi autora do projeto Consórcio Exportação, criado para o governo federal na década de 1990. “Sempre acreditei que juntos somos mais fortes e isso ainda permeia a minha atuação, hoje no mercado de fitness.”



COMO TUDO COMEÇOU

Em 1999, Marcelo abriu uma academia em São Paulo que por 16 anos se manteve em pleno funcionamento. Na época, marcas como Runner e Cia Athletica – inauguradas em 1983 e 1985, respectivamente – já tinham quase 20 anos de mercado e as chamadas “academias de bairro” não paravam de surgir, em meio a um cenário de busca por profissionalização.

Por volta de 2010, o setor de academias foi sacudido por um *boom* de investimentos e foram criadas as grandes redes, academias *premium*, que apostaram em equipamentos importados, atendimento de primeira e um cardápio extenso de atividades coletivas. “Há menos de um quilômetro de distância da nossa, abriram três academias de redes diferentes. Muitas academias de bairro foram afetadas. Buscamos um sócio investidor, mas recebemos uma proposta de compra. Não foi nada fácil renunciar àquele sonho. Sentimos muito a venda e aquela dor nos aproximou dos nossos clientes, pois entendemos a dor deles”, disse Leda.

Para Leda, foi uma fase de aprendizagem e recomeço. “Muitos dos que precisaram fechar suas academias, nos entregaram seus equipamentos com lágrimas nos olhos, mas depois de um tempo nos procuraram para dizer que aquele havia sido o melhor caminho e que outras portas se abriram. Por compartilharmos daquela dor, nosso compromisso com aqueles clientes era maior. Mais do que só clientes, nós fizemos amigos.”

O RENASCIMENTO DA FÊNIX

“Com a venda da academia, o baque foi emocional, mas também financeiro, porque ao longo daqueles anos, fizemos investimentos de cerca de R\$4 milhões e, como tínhamos quase 50 funcionários, para honrar todos os compromissos saímos da venda com apenas

R\$45 mil para investir em um outro negócio”, disse Marcelo.

E o tal “outro negócio” não demorou a ficar evidente para mãe e filho. “Assim que fizemos o movimento de vender nossa empresa, em 2015, muitos proprietários de academias nos procuraram pedindo orientação para que eles pudessem também vender as suas. Foi assim que começamos, em menos de um mês, a trabalhar com consultoria e, logo depois, a intermediar compra e venda de equipamentos seminovos”, disse Leda.

Entre vender a academia própria, atuar como consultores e como intermediadores de compra/venda de equipamentos até finalmente inaugurar a Fênix, foram menos de dez meses. Não havia muito capital para investir nos negócios, em contrapartida, o *know how* da dupla, que havia aprendido com a gestão da academia própria, foi o que permitiu a atuação assertiva, que em tão pouco tempo ganhou a confiança dos clientes.

Em um espaço de apenas 15 m², a Fênix começou, em 2015, atendendo estúdios e academias de bairro, de menor porte. Os primeiros anúncios foram feitos em plataformas de vendas e, em pouco tempo, o “boca a boca” passou a ser a mais eficaz ferramenta de comunicação da empresa. Com uma relação de atendimento muito próxima ao cliente, mãe e filho foram sendo indicados para cada vez mais pessoas, ampliando o perfil de compradores. Hoje, a Fênix está sob a consultoria de uma empresa de marketing, para profissionalizar também a comunicação. A marca ainda é muito conhecida pelo “nome” do site – www.shoppingdasacademias.com.br

“Passamos a atender, também, academias de maior porte, grandes redes, clientes mais exigentes e isso nos obriga a entender melhor as necessidades dos nossos diferentes públicos. Temos contrato com diversas transportadoras, pois hoje atendemos pedidos do país todo: desde as capitais, os grandes

centros urbanos até cidades do interior, de norte a sul, leste a oeste, em todo Brasil, inclusive em locais que demandam uma logística especial, como o Amapá”, disse Marcelo.

Leda afirma que, mesmo com a expansão da empresa, o trabalho de vendas continua muito delicado e cuidadoso. “Buscamos saber sobre perfil, público-alvo e até orientar sobre os riscos de se abrir uma academia. Muitas vezes, um cliente chega com a ideia de comprar um número X de esteiras e, conversando sobre o negócio dele, nós o orientamos para que ele compre menos equipamentos. Pode parecer que perdemos na venda, mas a verdade é que muito possivelmente ganhamos um cliente para sempre e que ainda vai nos indicar para outras pessoas.”

MERCADO MAIS PROFISSIONALIZADO

Nas últimas três décadas, o mercado nacional de fitness experimentou diversos movimentos: a exigência da formação do profissional de Educação Física, os equipamentos cada vez mais *high tech*, a entrada das grandes redes, um setor mais profissionalizado. Empresas *premium* como Cia Athletica, BioRitmo e Bodytech experimentaram um *boom*, porque entregavam exatamente o que as pessoas esperavam. Depois, o modelo *low-cost*, com a forte chegada da SmartFit, novamente sacudiu o mercado. Para Marcelo, esses movimentos podem trazer rupturas, mas também são oportunidades. “Concorrência faz parte de qualquer mercado e sabemos que tem espaço para todos.”

O setor cresceu, o número de fornecedores de máquinas aumentou e o público foi ficando mais exigente. Assim, as vendas também mudaram, exigindo maior valor agregado, linhas *premium* e equipamentos mais modernos. Tudo isso entrou no portfólio da Fênix. “Criamos duas marcas próprias para atender novos públicos. Testamos diversos fabricantes nacionais, verificando a biomecânica e esse processo demorou quase dois anos, entre testar, fazer ajustes, entender o pós-venda, até chegar à uma empresa que atendesse nossos pedidos. Essa é uma das linhas. A marca própria AllFit é só de produtos importados, que patenteamos”, disse Marcelo.

No ano passado, a Fênix montou uma academia só com equipamentos próprios, dentro do evento do Arnold Sports South America. Ali foi a prova de fogo da linha própria. “Ficamos surpresos com a repercussão, especialmente entre os atletas que usaram as máquinas. Não esperávamos fechar negócios durante o evento, seria mais uma vitrine para a nova linha. Isso também nos surpreendeu. A partir dali, tivemos um número ainda maior de pedidos”, disse Marcelo.

Um dos diferenciais da Fênix, que passa a ser uma vantagem que reflete especialmente no pós-venda, é a assistência técnica própria, uma estrutura montada para que as máquinas, especialmente as importadas, não dependam somente do exportador, que pode levar semanas, até 120 dias, para repor uma peça.





MOVIMENTO SOMOS ESSENCIAIS

“Quando eu era estudante, a academia tinha uma recepcionista que fumava e um professor que não era formado. Isso logo se tornou inadmissível. Já como dono de academia, falávamos para os clientes em qualidade para o futuro. ‘Você quer ser uma pessoa de 60, 70 anos andando de bengala, ou quer ter mobilidade e saúde para se manter ativo e bem?’ Com a pandemia, essa relação da atividade física com a saúde ficou mais evidente, mas muitas pessoas ainda precisam se conscientizar. Um movimento como ‘Somos essenciais’ é fundamental para que o setor assuma definitivamente o papel de manter as pessoas ativas e saudáveis”, disse Marcelo.

“Quando dizemos que ‘Somos Essenciais’, precisamos olhar também para aqueles que se sentem excluídos do ambiente das academias: a pessoa com deficiência, o jovem acima do peso, a mulher na menopausa, o idoso que não se sente seguro. Estamos trabalhando com o desenvolvimento de três equipamentos para atender esses públicos especiais. Muitas academias não podem receber PCD, porque a cadeira de rodas não passa na catraca, que é presa no piso. Não há banheiros adaptados e nem equipamentos pensados para idosos. Essa é uma oportunidade para o setor, porque o público que precisa treinar é muito grande. Como setor, precisamos olhar para essa questão e nos tornar cada vez mais essenciais para todos”, disse Leda.

A Fênix é um exemplo de que é possível se reinventar neste setor: de 15 m², hoje a empresa tem quase 5 mil m² e mais de vinte funcionários. Ainda não tem como competir com algumas de suas concorrentes, em termos de volume de equipamentos vendidos. Em compensação, a aposta nas linhas *premium* e no forte suporte no pós-venda têm mostrado resultados positivos e é mais uma prova de que, de fato, tem espaço para todos. Para os sócios, muitos movimentos ainda devem vir por aí, e eles estarão prontos para atender as necessidades do mercado. “Estamos nos reinventando, mais uma vez. Contratamos uma empresa de consultoria e estamos investindo pesado em nossa reestruturação. Ainda temos muito que avançar, afinal apenas 5% da população brasileira frequenta uma academia. Esse é um mercado que não para”, garante Marcelo.



CONHEÇA NOSSA NOVA LINHA IMPORTADA

ALL FIT PRO®



Remada Articulada Linha AllFit Pro



Cadeira Extensora Linha AllFit Pro

Com 4.700m² repletos de equipamentos novos nacionais e importados, além de remanufaturados das mais diversas marcas.

Um verdadeiro shopping com preços e formas de pagamento muito acessíveis.



Agende sua visita

Clube de Benefícios Acad Brasil

Garanta benefícios exclusivos para seu negócio

E fortaleça as atividades do setor com a ACAD Brasil

Com apenas **R\$ 100,00**

Economize e aproveite as vantagens do Clube de Benefícios exclusivo aos associados ACAD Brasil

Economize até R\$ 8K*



*Simulação com academia faturando R\$50 mil/mês, e usando todos os benefícios do Clube.

Getnet[®]

Getnet

ECONOMIA

* R\$ **915,00**

Sua melhor opção de vendas! É mais que benefício, é vantagem para seu negócio! Taxas a partir de 0,85%.

*Cálculo do crédito à vista - bandeira visa - em comparação com aquisição concorrente. Taxa ACAD: 1,50% - Taxa concorrente: 3,33%.

ECAD

Redução no ECAD

ECONOMIA

* R\$ **200,00**

Aperte o play na regularização! Redução de 40% para academias individuais**. **Condição de redução diferenciada para redes.

*Simulação de economia para uma academia com área de até 100m².

capitalbr
SOLUÇÕES EM ENERGIA

Desconto na Energia Elétrica - Capitalbr

ECONOMIA

* R\$ **500,00**

Tenha bioenergia com desconto de 10% sobre a tarifa de energia da concessionária, exceto para o estado de MG, pois o desconto é de 20%.

*Simulação de economia para uma conta de Luz de R\$ 5.000,00.

ABevo

Desconto no sistema EVO

ECONOMIA

* R\$ **1144,00**

Implantação grátis + 40% OFF nos 3 primeiros meses da mensalidade.

*Simulação de economia do valor da implantação do sistema EVO premium + 40% OFF nas 3 primeiras mensalidades na faixa de 0-250 alunos.

urocket

uRocket - Máquina de vendas no WhatsApp

ECONOMIA

* R\$ **1.049,70**

Pare de ficar horas por dia no WhatsApp para ativar e vender para seus clientes. Desconto de 100% na adesão e 10% na mensalidade.

*Simulação de economia do valor do setup + 10% OFF na mensalidade do plano M (popular) mensal.

listenx

Rádio Academia da Listenx

ECONOMIA

* R\$ **438,00**

Elimine as reclamações sobre músicas na sua academia de forma profissional com 2 meses grátis de Rádio Academia da Listenx.

*Simulação de economia dos 2 primeiros meses grátis do Plano Intermediário da Listenx.

CASADO FITNESS

Colchonete Casa do Fitness

ECONOMIA

* R\$ **799,68**

Colchonete Emborrachado Casa do Fitness de R\$ 133,34/un por R\$ 80,04/un. Na compra de 10 unidades você GANHA + 2 colchonetes.

*Simulação de economia na aquisição de 12 colchões.



Suporte Jurídico

ECONOMIA

* R\$ **200,00**

Orientação jurídica nos âmbitos trabalhista e cível, com a Dr^a Joana Doin e sua equipe.

*Simulação de economia de uma consulta jurídica em escritórios de advocacia.



Seguro Estagiário

ECONOMIA

* R\$ **32,50**

Garanta segurança da Porto Seguro aos seus estagiários por apenas R\$ 2,50/vida/mês.

*Simulação de custo para seguro estagiário de R\$35/vida/mês.



Starbem Telemedicina

ECONOMIA

* R\$ **50,00**

Cuide do seu time de colaboradores e/ou alunos com Starbem Telemedicina por apenas R\$ 24,90/vida/mês.

*Simulação de economia com desconto Starbem Telemedicina de R\$ 29,90/vida/mês por R\$ 24,90/vida/mês, para no mínimo 10 vidas.



Humana Academy - Certificação Personal Lifer

ECONOMIA

* R\$ **570,00**

Certificação para profissionais que buscam expandir seu conhecimento de R\$ 1270,00 por R\$ 700,00.

*Simulação de economia para certificação com preço cheio.



DiviBank Financiamento

CASHBACK DE **2%**

Linha de crédito para campanhas de marketing digital e antecipação das compras de estoque + cashback de 2% .



Vantagem Ton

ECONOMIA

5% off

Escolha a maquininha Ton que mais combina com o seu negócio e garanta 5% de desconto na sua compra!

*5% off na compra da maquina escolhida.



Fenix Company

ECONOMIA

* R\$ **300,00**

Compre com a Fênix Company e garanta 3 meses de assistência técnica gratuita**.

**Oferta para a região de São Paulo.

*Valor médio para assistência técnica mensal.



Pós Graduação FPCS & CETE

ECONOMIA

* R\$ **316,00**

Desconto de 40% na Pós Graduação: "Educação Física e Saúde: Da promoção de Saúde à Internação."

*Desconto mensal de R\$ 316/mês no valor da mensalidade, durante todo o curso. De R\$ 790,00 por R\$ 474,00.



Desconto no sistema e aplicativo Next Fit

ECONOMIA

* R\$ **1.190,00**

Isenção na taxa de implantação e treinamento + R\$ 833 em cursos do Next Fit Academy.



Sistema Pacto

ECONOMIA

* R\$ **1.900,00**

Risco Zero: 90 dias de satisfação total ou seu investimento de volta + 100% de desconto na adesão



Confira todas as vantagens:

Escaneie o QR Code ou acesse:

acadbrasil.com.br/clube-de-beneficios/

*Benefícios sujeitos à alterações, sem aviso prévio.



FITNESS BRASIL

Gustavo Almeida
e Fabio Saba

Sócios da Fitness Brasil



Gustavo

Fabio

Ailton Mendes
Presidente ACAD Brasil

Como todos do planeta, Gustavo e Fabio experimentaram dias terríveis em meio à pandemia mundial do Coronavírus, mas não deixaram de realizar encontros virtuais, para que as pessoas do setor pudessem estar conectadas. Um dos eventos daquela fase foi batizado de “Saindo do caos da sobrevivência retomada”. O caos parece mesmo ter ficado para trás. A edição presencial da IHRSA Fitness Brasil, em 2022, foi um momento único de reencontro das pessoas e também impulsionou a edição deste ano, que apresentou números absurdos como nada mais, nada menos do que 150 palestrantes!

Gustavo Almeida, diretor executivo, e Fabio Saba, diretor educacional, contaram à equipe da Revista ACAD Brasil detalhes sobre esse evento de milhões e tudo o que eles realizam nos demais meses do ano.

1. Qual é a trajetória de vocês no setor de fitness, saúde e bem-estar?

Fabio Eu nasci dentro do ambiente esportivo, porque meu pai teve negócios nessa área, e como fui atleta, o caminho natural foi a formação em Educação Física, depois ser professor universitário. Trabalhei como executivo em grandes redes de academias e, sob uma vocação empreendedora, montei o meu negócio de consultoria. Estive presente na Fitness Brasil desde o primeiro evento. Comecei como palestrante, depois prestei consultoria, e me chamaram para assumir a área de Educação e, em 2014, fui convidado para entrar como sócio da empresa. Bem na virada da pandemia, em 2020, eu e o Gustavo compramos a parte dos outros sócios e assumimos toda a gestão da empresa.

Gustavo Na escola, eu era chamado para todos os times, da natação ao futebol. Tive a oportunidade de fazer intercâmbio nos Estados Unidos, onde cursei uma disciplina de marketing e foi lá que despertei para algo que eu realmente queria fazer: marketing esportivo. Cursei Comunicação, estagiei em multinacionais, montei uma empresa de marketing esportivo e, em 2007, fui convidado para trabalhar na Fitness Brasil, da qual me tornei sócio em 2012. Os desafios no pós-pandemia foram muitos, mas nós nos mantivemos ativos e retomamos nosso canal de notícias, criamos o Panorama Setorial Fitness Brasil e desenvolvemos outros projetos que contribuem com a profissionalização do setor, para que possamos entregar, o ano inteiro, aquilo de que o mercado precisa.

2. O que as pesquisas “Panorama Setorial Fitness Brasil” trouxeram como ensinamento?

Fabio Essa é uma ferramenta para melhorar a clareza de onde estamos e para onde vamos. Todo setor produtivo deveria ter um panorama setorial, um mapeamento de cenário, com números, gráficos, dados etc. Há dois anos, entendemos a necessidade desse diagnóstico para o nosso mercado e começamos a produzi-lo. Já estamos realizando uma série de reuniões, escutando as pessoas, para construir a terceira edição. Este documento é feito a muitas mãos, a gente faz a coordenação e temos um ponto de equilíbrio de relacionamento com toda a cadeia. A gente é

muito cuidadoso com isso de escutar o mercado, de ouvir o que as pessoas precisam.

Gustavo O grande objetivo é dar informações que melhorem as diretrizes para novos investimentos ou investimentos mais acertados e para uma gestão mais profissional. Alguém quer entrar nesse mercado, por exemplo, vai poder olhar para o mapeamento das cidades que precisam de academias, o Panorama aponta para um volume de oportunidade de negócios em diversas cidades. Quando a gente fala em profissionalização de gestão da operação, a maior dor apontada pelo mercado é a carência em formar gestores e líderes. Neste cenário, a Fitness Brasil também tem muito a contribuir, porque um dos nossos pilares é a Educação.

3. Como vocês atuam neste pilar e quais são as principais demandas?

Fabio O Brasil é o maior celeiro do mundo de profissionais de Educação Física e exporta tecnologia e conhecimento científico na área de Ciências do Esporte e de Preparação Física. Mas existe um buraco tático, uma super carência por profissionais que atuem na gestão e na liderança das academias. Neste sentido, a Fitness Brasil tem muito a contribuir, porque nasceu como uma empresa de Educação e o peso dessa área no evento deste ano pode ser traduzido por um número apenas: 150 palestrantes! A gente ofereceu cursos técnicos — personal trainer, musculação, fisiologia

do exercício, emagrecimento, biomecânica — e dezenas de cursos de gestão. Uma programação que é a própria Disneylândia.

Gustavo Sim! E além de toda essa programação de cursos, é importante que os profissionais fiquem atentos às novidades de produtos e serviços expostos na feira, o que há de tendências de mercado, as notícias do setor, isso tudo também está no pacote de aprendizagem, porque nosso entendimento é que a Educação, esse nosso pilar estratégico e muito forte, não está só lá nas plenárias onde estão as palestras e cursos. O evento todo é de Educação, porque quando eu visito determinados estandes, eu posso ver o que está acontecendo no mercado mundial, e isso é conhecimento, aprendizagem, formação.

4. Uma das características deste mercado é ser intrinsecamente ligado à tecnologia. O quanto isso se reflete no dia a dia da Fitness Brasil?

Gustavo Cada vez mais a gente amadurece no uso de ferramentas de gestão, *softwares* para solucionar parte das demandas internas, como analisar dados, traduzir informações para decisões mais assertivas e estratégicas. Da porta para fora, lançamos uma plataforma *on-line* de aprendizagem, para que mais pessoas tenham acesso à capacitação e treinamento, mantemos inúmeros cursos

virtuais, em diversas áreas. A feira também nos mostra essa evolução, pois ela já foi um evento predominantemente de equipamentos e este ano, os estandes de *softwares* de gestão ganharam ainda mais destaque, como grandes expositores. Do ponto de vista do consumidor final, os treinos virtuais e individuais mostraram que esse é mais um serviço agregado que as academias podem oferecer. Os gestores devem usar a tecnologia a favor de seus negócios e não enxergar como uma ameaça.

5. As academias devem ser classificadas como setor da Saúde. O quanto isso já avançou?

Fabio Toda a sociedade precisa sair do sedentarismo e se manter ativa. O setor de fitness está fazendo o seu papel, mas é preciso envolver também famílias, escolas, governantes, médicos... Os pais precisam estimular seus filhos a serem pessoas ativas e trazer esse hábito para a rotina da casa. Entendo que é na Educação que temos a maior oportunidade de vencer essa batalha, de ampliar o espectro desta luta, envolvendo toda a sociedade. Esse desafio também depende de abranger políticas públicas mais fortes. As instituições que estão representadas em todos os municípios são escolas públicas. Sendo assim, é por esse caminho que precisamos entrar para disseminar a Educação para uma vida ativa!

6. Em que a IHRSA Fitness Brasil mais evoluiu nessas 24 edições do evento?

Gustavo Uma lição que nós estamos aprendendo com mais profundidade e com mais clareza é a tal da experiência do cliente, olhando para o consumidor final, que é quem determina todo esse movimento. A gente percebe as empresas e os palestrantes falando sobre isso, os equipamentos cada vez mais centrados nessa questão, então a gente percebeu que também precisava trazer a experiência do cliente para a feira. Passamos a pensar essa tal experiência também para os muitos públicos do evento:

visitante, congressista, palestrante, expositor, patrocinador, imprensa... um exemplo dessa nova abordagem, são as iniciativas de entretenimento, porque não pode ser um evento chato, ainda mais levando em conta a natureza do nosso mercado. Experiências como aula de zumba, *fitness dance*, show, *stand-up comedy*, uma cantora, acompanhada de um saxofonista, DJ para o *welcome settings* e iniciativas lúdicas conferem um clima de espetáculo ao evento, uma experiência mais holística, e garantem que mais pessoas permaneçam por mais tempo no evento e voltem no dia seguinte.

Conte com a Wellness para oferecer
a melhor experiência de ciclismo indoor na sua academia!

Inspire-se nos principais estúdios de ciclismo de Londres e Nova Iorque.

Invista na marca de bike preferida e mundialmente conhecida por sua baixa manutenção e ótima tecnologia para pedalar.

Bikes compatíveis com Stages Flight, melhor software de monitoramento e gamificação do mercado.

STAGES
CYCLING

BIKE SPINNING SC3





ACAD & Getnet

Sua melhor opção de vendas!
É mais que benefício, é
vantagem para seu negócio!

PARCERIA ACAD BRASIL

- Taxas a partir de **0,85**
- Aluguel de máquinas 100% off*



Bandeira	Débito	Crédito à Vista	Parcelado 2 a 6	Parcelado 7 a 12	E-commerce (recorrente)
	0,90%	2,02%	1,92%	1,85%	2,02%
	0,85%	1,50%	1,75%	1,78%	1,50%
	0,85%	1,50%	1,75%	1,78%	1,50%
	-	2,00%	2,25%	2,28%	2,00%
	-	2,50%	2,75%	2,78%	2,50%

*Isenção dos aluguéis de máquinas com o faturamento mínimo de R\$10.000,00/Mês.
Recorrente via e-commerce terá uma mensalidade na Getnet, no pacote básico de R\$100,00.
ATENTE-SE A RENOVAÇÃO DO SEU TERMO COM GETNET, para não perder o benefício.

Garante este Benefício!

www.acadbrasil.com.br/clube-de-beneficios

Clube de
Benefícios
Acad Brasil

Escaneie o QRcode



newfitness.com.br

Chegou a hora de Montar a sua Academia!

| As Melhores Condições do Mercado |

NewFitness

FITNESS GROUP

+ de 18 anos no Mercado

Pioneira em Remanufatura no Brasil



XTREME®

CONSOLIDADA NO MERCADO FITNESS ATRAVÉS DO GRUPO NEW FITNESS

Testado e aprovado por Atletas Profissionais

CHEGOU A HORA DE LEVAR SUA ACADEMIA PARA UM OUTRO NÍVEL

Escaneie o QRcode



CATÁLOGO XTREME

- ANILHAS
- BARRAS MONTADAS
- DUMBELL
- KETTLEBELL
- RACK & SUPORTES
- PUXADORES
- BARRAS XTREME
- FUNCIONAL



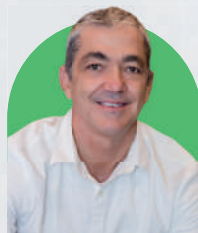


QUEM VAI FREQUENTAR AS ACADEMIAS NA PRÓXIMA DÉCADA?

**CRIANÇAS ATIVAS PODEM SE
TORNAR ADULTOS ATIVOS.
ACADEMIAS PODEM SER
PARTE DA SOLUÇÃO.**

Dois estudos recentes mostram que a inatividade é um problema de saúde pública, vai gerar mais pessoas doentes, pobres têm menos acesso à atividade física e que crianças e jovens precisam ser incentivados a se manter ativos.

A mais recente versão do relatório “Global Status Report on Physical Activity”, publicado no 1º semestre de 2023 pela Organização Mundial da Saúde – OMS, revelou que em função da inatividade física, até 2030, quase 500 milhões de pessoas vão desenvolver uma doença evitável e não transmissível (DNT), a um custo de US\$ 300 bilhões.



EDUARDO NETTO



MONICA MARQUES

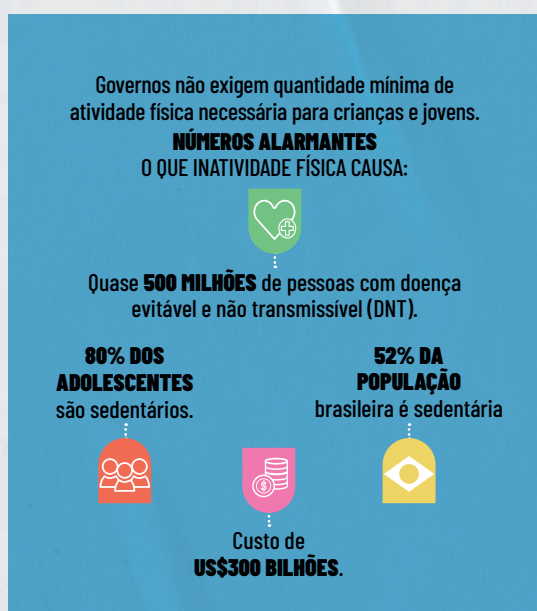


THIAGO SOMERA

“O custo da inatividade física para os sistemas de saúde pública é muito alto. Fazer com que as crianças gostem de ser ativas e criar hábitos diários é fundamental para prevenir futuras doenças não transmissíveis, como as cardíacas, obesidade, hipertensão, diabetes e muitos tipos de câncer. As academias podem ser aliadas nesse processo, assim como escolas e governos”, disse a Dra. Fiona Bull, chefe da Unidade de Atividade Física da OMS.

Um relatório produzido pela BBC, aponta um agravamento das desigualdades em saúde e queda dos níveis de atividade física, na Inglaterra, com dezenas de milhares de jovens deixando de praticá-las, por causa da crise do custo de vida. E os governos não olharam, como deveriam, para o problema. “Incentivar crianças de todas as origens a praticar atividade física abre caminho para uma idade adulta saudável e ‘cria’ novos clientes para o setor de academias. No entanto, esse círculo virtuoso está sendo quebrado pela falta de políticas públicas”, diz um trecho do relatório.

No Brasil, o cenário não é diferente. E para desvendar pistas de quem serão os frequentadores das academias na próxima década e como fazer com que mais pessoas se tornem ativas, a equipe da Revista ACAD Brasil conversou com três especialistas: **Monica Marques**, diretora da Cia Atlético e representante na América Latina da World Active, **Eduardo Netto**, sócio e diretor técnico da Bodytech Company, e **Thiago Somera**, *supply chain* do Grupo Bio Ritmo e Smart Fit.



QUANTO MAIS CEDO COMEÇAR, MAIS CHANCES DE CRIAR HÁBITO

São ínfimos os incentivos para uma vida ativa, por parte dos governos e das escolas, que não exigem uma quantidade mínima de atividade física necessária para que a criança e o jovem se mantenham saudáveis. As chances de uma criança sedentária se tornar um adulto sedentário são muito grandes.

Para **Eduardo Netto**, quanto mais cedo a criança começa a praticar atividade física, mais chances ela tem de criar um hábito e melhor será para a saúde, ao longo da vida. “Pais sedentários criam filhos sedentários. Se o costume da família é ter um lazer ocioso — só vendo séries, deitado no sofá, ou mesmo ir ao cinema e comer pipoca — a tendência é que a criança se eduque usando esse parâmetro. Por outro lado, se a família tem o costume de, nos momentos de lazer, fazer uma caminhada ou andar de bicicleta, isso vai estimular que os filhos sejam mais ativos.”

Thiago Somera diz que é preciso incentivar o movimento: “hoje em dia, o comportamento de crianças e adultos é muito influenciado pelo uso de dispositivos eletrônicos, o que contribuiu para que os níveis de atividade física diminuíssem. Felizmente, parte da população já conseguiu criar consciência da importância da boa alimentação e da prática da atividade física e incorporou isso em suas vidas. Todo movimento conta! O ponto fundamental é continuar incentivando a todos, para que cada vez mais pessoas pratiquem atividade física.”

Monica Marques acrescenta: “segundo a OMS, 80% dos adolescentes são sedentários e esse número é alarmante. O esporte de formação, desenvolvido a partir da educação física escolar, é fundamental para a criação do hábito da prática regular de exercícios. Estes hábitos são facilmente estabelecidos até os 10 anos de idade, depois disso torna-se muito difícil mudá-los.”

CENÁRIO E DÍVIDA HISTÓRICA À SAÚDE

No Brasil, há dois séculos, as atividades físicas foram culturalmente relacionadas a trabalho braçal, forçado e depois a castigos militares. No século passado, isso começou a mudar: os jogos competitivos cresceram e a atividade física começou a ser vista como lazer e entretenimento. O conceito de atividades físicas não

competitivas, com foco em condicionamento físico e voltadas para a saúde, surgiu na década de 1980, com a ginástica aeróbica, a ascensão das academias e a imensa produção de artigos científicos demonstrando inúmeros benefícios cardiológicos, metabólicos, osteomusculares, cerebrais e mentais do exercício regular.

“A nova Lei Geral do Esporte, aprovada em junho de 2023, trouxe um grande avanço ao definir três grandes blocos de atividades físicas: o esporte de formação, o esporte de excelência e o esporte para a vida toda. O esporte foi reconhecido como fator de desenvolvimento humano e a lei visa democratizar o acesso às práticas esportivas. Entretanto, os incentivos à prática do esporte para toda a vida não foram claramente estabelecidos”, disse **Monica Marques**.

Estabelecer incentivos por meio de redução de impostos pode ser uma saída também para o Brasil. Na Europa, os países que determinaram um tratamento tributário especial para o setor de fitness, com alíquotas reduzidas de IVA (Imposto sobre Valor Agregado), perceberam um aumento no número de praticantes e uma diminuição nos seus índices de sedentarismo. “Hoje, o Brasil tem 52% da população sedentária e isso gera despesas imensas em termos de doenças crônicas não transmissíveis. Se queremos sustentabilidade para o setor da saúde, é preciso desenvolver e implantar políticas públicas que

incentivem o esporte de formação e o esporte para toda a vida. E as academias fazem exatamente isso”, garante **Monica Marques**.

Para **Thiago Somera**, garantir um futuro mais ativo para mais pessoas depende de uma combinação de fatores: “populações com renda média mais alta tendem a se exercitar mais, assim como aquelas que têm mais tempo para o lazer. Isso depende de fatores externos e macroeconômicos, mas não podemos simplesmente ignorar que o sedentarismo é uma realidade. A adoção de políticas públicas que permitam crianças e adolescentes praticar mais esportes e atividade física já seria um ótimo caminho. A redução de impostos também seria um facilitador, possibilitando mais investimentos no setor de academias e, conseqüentemente, que mais pessoas tenham acesso à prática de atividade física orientada e de qualidade.”

DEMOCRATIZAR O ACESSO À ATIVIDADE FÍSICA

Não resta mais dúvida de que o acesso à atividade física é fundamental para a saúde e o bem-estar de todos, mas não são todos que têm acesso. Para **Eduardo Netto**, vários caminhos podem provocar a mudança deste cenário (ver quadro a seguir). “Ao criar políticas públicas, o Brasil pode melhorar o acesso à atividade física e promover uma vida mais saudável para todos.”

SUGESTÕES PARA POLÍTICAS PÚBLICAS PARA DEMOCRATIZAR O ACESSO À ATIVIDADE FÍSICA

Por Eduardo Netto



Criar um programa nacional de incentivo à atividade física, com foco em crianças e jovens.



Construir mais parques, centros esportivos e academias públicas, especialmente em áreas de baixa renda.



Oferecer atividades gratuitas ou de baixo custo para pessoas de baixa renda, em parcerias com ONGs.



Criar uma cultura que valorize a atividade física.



Promover a educação sobre os benefícios da atividade física, através de campanhas publicitárias, palestras e workshops.



Criar incentivos fiscais para que as empresas privadas possam oferecer programas de atividade física aos funcionários.



Conscientizar as pessoas sobre os riscos da inatividade, que gera obesidade, diabetes e doenças cardíacas.

CRIANÇAS E JOVENS MAIS ATIVOS

A OMS e a FIFA criaram o aplicativo “Gen Move”, que gamifica a atividade física para motivar crianças e jovens de 8 a 15 anos de idade. O app combina inteligência artificial com rastreamento de movimento e os jogos exigem resposta física dos jogadores. São mais de 50 jogos, que incluem *jump*, *upper body*, *zone runner* e ações como pular e chutar, para aumentar a confiança das crianças e o prazer do movimento.

“A atividade física regular traz grandes benefícios ao longo da vida para a saúde física e mental e é essencial para o desenvolvimento saudável das crianças. Esse tipo de inovação digital pode ser uma ferramenta poderosa para alcançar os jovens e motivá-los, especialmente crianças que podem não praticar esportes regularmente”, disse o Dr. Tedros Ghebreyesus, diretor-geral da OMS.

A recomendação da OMS é que crianças e adolescentes façam cerca de 60 minutos de atividade física moderada por dia, só que mais de 80% não cumprem essas diretrizes. É comum que eles passem mais de

oito horas por dia sendo sedentários, levando a um condicionamento físico ruim, ganho de peso e sono reduzido.

Sobre o tal frequentador das academias na próxima década, **Thiago Somera** acredita que: “esse cliente será cada vez mais engajado com a atividade física, com mais conhecimento de como treinar e se alimentar de forma eficiente. Ele demandará mais tecnologia e mais dados que possam ajudar na qualidade de seu treino. Também exigirá um serviço cada vez melhor, subindo a sua régua de referência e comparação entre os produtos ofertados pelas academias.”

Esta matéria traz uma reflexão sobre a urgência em se buscar políticas públicas que democratizem o acesso à atividade física, mas também sobre a importância de se ter o setor de fitness, saúde e bem-estar olhando para crianças e jovens, entendendo que eles serão os “novos” clientes da próxima década. Se governos, academias, escolas e sociedade civil trabalharem juntos em um movimento de combate ao sedentarismo, as sociedades da próxima década terão uma vida mais saudável e ativa.

The advertisement features two pieces of fitness equipment: a rowing machine on the left and a treadmill on the right. The rowing machine is dark-colored with 'Origym' and 'CLASS' branding. The treadmill is also dark-colored with 'VEGA SR9' branding. The background is a light blue and white geometric pattern. In the top right corner, the Origym logo is displayed. In the center, the text reads 'FAZER BONITO É A NOSSA MARCA®'. At the bottom, there are three icons: a laptop with the website 'WWW.ORIGYM.COM.BR', a location pin for 'RIBEIRÃO PRETO - SÃO PAULO', and a telephone icon with the number '(16)367-8757'. A small award badge is visible near the rowing machine.

Origym[®]
FITNESS

PRÊMIO
KENAL-CD
EXCELLENCE
DESIGN
2018

**FAZER BONITO
É A NOSSA MARCA[®]**

CLASS

VEGA SR9

WWW.ORIGYM.COM.BR

RIBEIRÃO PRETO - SÃO PAULO

(16)367-8757



ENCONTRO DAS ESCOLAS DE NATAÇÃO

Especialistas falam sobre gestão, liderança e academia como saúde

Poucos dias após a realização da IHRSA Fitness Brasil, mais um tradicional evento reuniu empresários, gestores e profissionais de Educação Física de todo o país, reafirmando que o setor está novamente aquecido. A 37ª edição do Encontro da UNEM – União Nacional das Escolas de Nataação, realizada em Minas Gerais, propôs o debate de temas essenciais e contou com especialistas que contribuíram com dicas sobre posicionamento de mercado, gestão e liderança.

Integrante da presidência em 2023 e uma das responsáveis pela organização do evento deste ano, **Moema Mattar**, da Academia Nado Livre, de Sete Lagoas, em Minas Gerais, falou sobre os objetivos do encontro: “queremos sempre promover a troca de experiências, de conhecimentos, mas também permitir que os amigos de longa data se reencontrem, em dias descontraídos, mas de muita aprendizagem para que todos nós possamos aplicar em nossos negócios.”



Diante de uma programação recheada de temas pertinentes, a equipe da Revista ACAD Brasil destacou dois extremamente atuais e sensíveis ao mercado.

Como posicionar sua academia na área de Saúde



Sob o tema “A oportunidade do século: como posicionar, de verdade, sua academia na área de Saúde”, **Cleverson Costa**, doutorando do Lisbon Institute of Economics & Management (ISEG, Lisboa) e coautor do livro “Gestão da Experiência do Cliente em academias de Ginástica” foi um dos palestrantes convidados e trouxe à tona uma importante reflexão.

“O mercado de academias não aprendeu nada com a pandemia, porque continua vendendo boa forma, em

suas redes sociais, nas fotos das fachadas e em mensagens como ‘você precisa ser mais forte do que sua melhor desculpa’. Isso é um desastre. O que as academias devem vender é ‘pessoas fisicamente ativas têm células até 9 anos mais jovens do que as sedentárias’, ou ‘exercício é remédio: quem se exercita 30 minutos por dia apresenta 42% menos chances de ter qualquer tipo de doença’. Esse deve ser o caminho.”

Segundo Cleverson, o mercado enfrenta uma miopia de marketing, porque continua tentando vender para os 5% que já estão nas academias, ao invés dos outros 95%, que também precisam praticar atividade física, e que se sentem excluídos pelo setor. Cada vez mais a classe médica vai prescrever atividade física, para pacientes de todas as especialidades da Medicina. Ainda assim, o especialista acredita que se a mentalidade dos gestores não mudar, as academias poderão perder mais essa oportunidade de expandir vertiginosamente esse mercado.

“Muitos médicos não têm a confiança de recomendar, especialmente àquele público de que mais precisa (obesos, hipertensos, pré-diabéticos, cardiopatas, que sofrem de esteatose) que procure uma academia. O médico não reconhece a academia como um espaço de promoção de saúde e não vê no profissional de Educação Física alguém capacitado tecnicamente para atender esse público que requer cuidados especiais.”



Alguns caminhos para alcançar o público que hoje está fora das academias



Reformular o curso de Educação Física: a maioria sai da faculdade sem ter formação para atuar em academias. Estuda-se psicologia do esporte, mas não psicologia do exercício.



Nova comunicação: mensagens, fotos, propagandas, posts das redes sociais precisam deixar de ser para os 5% que querem mudar o corpo para serem dedicados aos outros 95%. Uma comunicação voltada para a saúde não para o corpo “perfeito”.



Mudar o mindset dos profissionais do setor: o *American Sports of Medicine* publicou recomendações para profissionais que atuam com atividade física, entre as quais: eles devem conhecer protocolos de prescrição de exercícios para saúde e não só para mudar o corpo.



Perceber o público que está fora: tornar o ambiente das academias acolhedor para o público que não a frequenta – o hipertenso, a pessoa obesa, o jovem muito magrinho, o idoso, o cardiopata. Para estas pessoas, os treinos pré-estabelecidos no computador não são atrativos ou adequados.



Criar estratégias de aderência ao exercício: tendo como base a Teoria da Autodeterminação, perceber que as pessoas são guiadas por suas necessidades de autonomia (o cliente decide e não o treinador); buscam maneiras de adquirir competências (comece com exercícios fáceis e leves, para conseguir vencê-los, sem sentir dor); e relações sociais positivas (noção de pertencimento).

Como criar um modelo de negócio que não dependa do dono 24h?



Graduada em Educação Física, pós-graduada em Psicologia Organizacional, Mestre em Ciência da Educação com ênfase em Neurociência aplicada à liderança,

Lidiane Castilho, ministrou uma palestra sobre um tema que aflige muitos empresários à frente de suas academias: “Desenvolvimento de liderança. Como criar um modelo de negócio que não dependa exclusivamente da sua presença para crescer e performar?”

Para Lidiane, o “pai” da administração moderna, o escritor Peter Drucker tinha razão quando dizia que não podemos depender apenas dos líderes natos, porque eles são poucos. Por isso, precisamos formar mais lideranças. “É extremamente necessário desenvolver lideranças específicas para esse setor, porque é muito positivo ter um profissional de Educação Física conduzindo a operação. O conhecimento técnico que ele tem, com biomecânica, treinamento esportivo e cinesiologia, entre outros, aliado ao conhecimento de gestão, com as inúmeras ferramentas que a envolvem são facilitadores para que a liderança seja assertiva.”



A liderança tem alguns pilares, entre os quais:



Diagnóstico – é a precisão com que se analisa uma situação e se extrai, de fato, a necessidade que essa a situação propõe.



Flexibilidade – capacidade do líder adequar o seu estilo de liderança à necessidade de um colaborador ou de uma situação.



Conhecimento técnico – no caso da área do fitness, é a formação em Educação Física somada à experiência e prática atuando como esse profissional.



Conhecimento em gestão – há inúmeras técnicas e ferramentas administrativas e de gestão que devem ser aprendidas, treinadas e aplicadas.



Conhecimento em liderança – não é fruto de uma intuição. A liderança também tem técnicas e ferramentas bem específicas, que podem ser desenvolvidas e aprendidas por gestores.

“São esses pilares que embasam a especificidade de uma liderança eficaz para esse setor. O profissional de Educação Física não deve confiar apenas no conhecimento técnico para conduzir um negócio, como empresário/empreendedor. É preciso ter, também, o conhecimento em gestão e a formação em liderança”, garante Lidiane.

Segundo Lidiane, todo modelo de negócio deve ser aparelhado para que ele não dependa só de uma pessoa. “Há algumas gerações, a gente escutava que ‘é o olho do dono que engorda o boi’, o que não mais se aplica à realidade de nenhum mercado. Hoje, é praticamente impossível que apenas uma pessoa possa gerenciar o volume de informações de que os negócios dependem para performar.”



Dicas de como compartilhar a gestão



Adote processos internos

É o que permite controlar a jornada do cliente, antecipar problemas e definir que não seja apenas o gestor-líder a centralizar tudo. Quando a regra é clara, todos podem cumpri-la. O processo é uma conduta para que não se tome decisões baseadas na urgência e nas emoções.



Descentralizar a autonomia

É necessário que o gestor dê autonomia à equipe e que isso aconteça dentro de uma ordem. A visão da empresa deve ser única, a do dono. E deve estar bem definida e clara, para que possa ser compartilhada com todo o time.



Aposte na formação de lideranças

Além de dados como público, precificação, volume de colaboradores, características do produto/serviço a ser entregue, é fundamental a formação de lideranças específicas para aquele negócio. As academias vão à falência por duas principais razões: falta de fluxo de caixa e falta de lideranças.

“Se a visão de um negócio depende de uma pessoa, a manutenção dessa visão deve estar em um trabalho de várias mãos juntas. Portanto, fazer a escolha de líderes é uma tomada de decisão importante. Não fazer essa escolha também é uma decisão”, concluiu Lidiane.



ERBUS

FITGRASS^{12mm}

GRAMA SINTÉTICA DE ALTO DESEMPENHO E QUALIDADE

- Academias, espaços fitness e boxes de crossfit.
- Produto especialmente reforçado para força e tração.



ROLO 2m x 10m (com raia)

PRONTA ENTREGA

Consulte tamanhos personalizados.

DISPONÍVEL NAS CORES:
VERDE, LARANJA, PRETO E AZUL.



Enviamos para todo Brasil!

55 (11) 94266 9934



LGPD: OBRIGATORIEDADE DO DPO E ESCOLHA DO PROFISSIONAL



POR JOANA DOIN





do escritório
Doin Mancuso Advogados,
parceiro da ACAD Brasil

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é um tema que vem sendo tratado com relevância no mercado, considerando a sua obrigatoriedade e as consequências legais pelo seu descumprimento. O não enquadramento na lei contempla penalidades como multas de 2% do faturamento, limitada a R\$50 milhões, ou até mesmo suspensão do exercício da atividade de tratamento de dados pessoais.

É fato que todas as pessoas naturais, jurídicas de direito público ou privado devem se adequar à legislação, no entanto, a escassez de profissionais capacitados para o desenvolvimento e implementação de um projeto capaz de colocar empresas em compliance com a Lei Geral de Proteção de Dados tem se mostrado um dificultador.

A LGPD traz como agente de seu tratamento a figura do “Encarregado Pelo Tratamento de Proteção de Dados Pessoais” – popularmente conhecido como DPO (*Data Protection Officer*), sendo obrigatória, em regra, a sua existência.

Segundo a Lei nº 13.709/2018 (LGPD), são quatro as responsabilidades do DPO:

1.  Aceitar reclamações e comunicações dos titulares, prestar esclarecimentos e adotar providências;
2.  Receber comunicações da autoridade nacional e adotar providências;
3.  Orientar os funcionários e os contratados da entidade a respeito das práticas a serem tomadas em relação à proteção de dados pessoais;
4.  Executar as demais atribuições determinadas pelo controlador ou estabelecidas em normas complementares.

Quando o legislador concede ao controlador a possibilidade de dar outras atribuições ao DPO distintas das mencionadas pela lei, significa dizer que o Encarregado pela Proteção dos Dados Pessoais pode ser, inclusive, o responsável por toda a adequação da empresa no que se refere à proteção de dados.

Somado aos fatos mencionados acima, é importante ressaltar que a legislação não impõe pré-requisitos para se tornar um DPO (*Data Protection Officer*), circunstância em que há uma flexibilidade concedida aos controladores para escolher um encarregado pela proteção de dados. Em outras palavras, não é obrigatório nenhuma certificação para ser um DPO atuar.

No entanto, considerando que o Encarregado pela Proteção de Dados não é um cargo de pouca importância, de forma que sua atuação pode contribuir para diminuir ou aumentar os riscos da empresa, os controladores dos dados devem se atentar ao escolher e nomear o DPO, devendo observar a existência ou falta de algumas características que são essenciais para o desenvolvimento de um excelente trabalho.

Nesse sentido, passa-se, portanto, a elucidar alguns pontos de extrema valia para os empresários observarem antes de contratar ou nomear o Encarregado pela Proteção de Dados Pessoais.

A comunicação é uma característica essencial para o DPO. No regramento da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, uma das principais qualidades de um bom encarregado é ser um bom comunicador. Observe: três das quatro atribuições previstas na LGPD dizem respeito

à comunicação. Não à toa, a LGPD define o encarregado como canal de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais (ANPD).

A LGPD determina a observância de uma série de direitos dos titulares, e nesse sentido, a maleabilidade do DPO fará diferença no resultado, uma vez que ele deve prestar esclarecimentos ao demandante, seja titular dos dados ou a ANPD. Nesse sentido, ter uma capacidade de adaptar sua linguagem perante os diferentes públicos com os quais precisa se comunicar é relevante no momento de escolha do profissional.

Como já mencionado, o Encarregado pela Proteção de Dados Pessoais é responsável por orientar os colaboradores e os contratados da empresa a respeito das práticas a serem adotadas em relação à proteção de dados pessoais, sendo, nesse trilhar, responsável pela conscientização no que diz respeito à LGPD. Dessa forma, ter didática como característica é recomendado, tendo em vista que sua missão é, também, garantir a cultura de privacidade.

Independentemente de ser um comunicador, ser maleável e ter didática, é evidente que o DPO, embora não necessite obrigatoriamente ter uma certificação específica, precisa ter conhecimentos técnicos para atuar na função.

O desafio, portanto, é escolher alguém capacitado e que possua competência técnica para desempenhar todas essas funções de maneira específica para as empresas, conhecendo os processos internos, objetivos estratégicos e as regulamentações próprias do setor.

Gympass é a ferramenta para maximizar a sua ocupação e seus resultados.

Somos a maior plataforma de bem-estar corporativo, gerando receita complementar para sua academia, viabilizando o acesso de milhões de usuários por meio de clientes corporativos.

Por que ser um parceiro Gympass?

- Receita complementar para sua academia.
- Otimização do seu espaço ocioso com usuários Gympass.
- Novos alunos a custo de aquisição zero.
- Canal de venda exclusivo para empresas, conectando a sua academia com milhares de novos clientes.

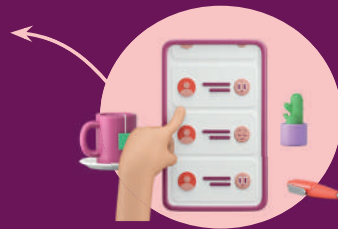


Quais são os nossos diferenciais?

- Gympass NÃO é uma academia e NÃO utiliza seus dados para benefício próprio.
- Melhor ferramenta para ser mais competitivo no mercado.
- Presente em todas as regiões do Brasil.
- Gestão de relatórios de forma simples e rápida.

Por que as empresas contratam o Gympass?

- Líder de mercado com +10 anos focado em programas de bem-estar corporativo.
- Única empresa que apresenta retorno financeiro do benefício.
- Entrega dos melhores resultados do mercado, garantindo o subsídio dos colaboradores junto às empresas.
- Cobertura 360° de todos os pilares de bem-estar.



O Gympass traz benefícios especiais* para os seus parceiros, que os ajudam a crescer, reduzir custos e serem mais competitivos.

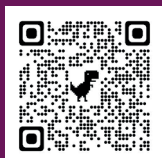
Cursos de Gestão e Marketing

Acesso a produtos para revenda

Crédito pré-aprovado com taxas diferenciadas

Melhores condições para maquininha de cartão

Seja um parceiro Gympass



Saiba mais sobre os benefícios



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



CONDIÇÕES ESPECIAIS PARA ACADEMIAS

Cada tamanho uma cor

FACILITANDO A IDENTIFICAÇÃO E OTIMIZAÇÃO DAS AULAS.



Contato

21 98059-6597

kpaloa

kpaloa.com

Agradecemos a todos que nos visitaram na IHRSA 2023!

Quem não compareceu ao evento e quer se manter atualizado com produtos de ponta para sua piscina, marque uma reunião com nosso time comercial.



AGENDE UMA REUNIÃO ON-LINE!

11 94077-3522

11 99821-7401



WWW.FLOTY.COM

Esse é o melhor momento do ano para **vender planos para academia** usando o WhatsApp!

+55 11 5197-3132



@umode.app @urocket.app umode.com.br



O SISTEMA DE GESTÃO OFICIAL DA IHRSA FITNESS BRASIL 2023!

sistemapacto.com.br

Descubra como **impulsionamos a lucratividade** de milhares de negócios fitness!



PATROCINADOR OFICIAL OURO



@sistemapacto



TORNE-SE PARCEIRO ANUNCIE AQUI



Escaneie o QR code ou acesse a página: acadbrasil.com.br/como-anunciar

Torne-se Parceiro ACAD

Coloque a sua marca no topo do mercado fitness!

Entre em contato

21 2493-0101

atendimento@acadbrasil.com.br

www.acadbrasil.com.br



PATROCINADOR DIAMOND



totalpass.com.br



w12.com.br

PATROCINADOR GOLD

MATRIX

br.matrixfitness.com



movement.com.br

Gympass

gympass.com



nextfit.com.br

PATROCINADOR SILVER



newfitness.com.br



hoppingdasacademias.com.br/

PATROCINADOR BRONZE



casadofitness.com.br



etodologiagb.com.br



ellness.com.br



origym.com.br



erbus.com.br

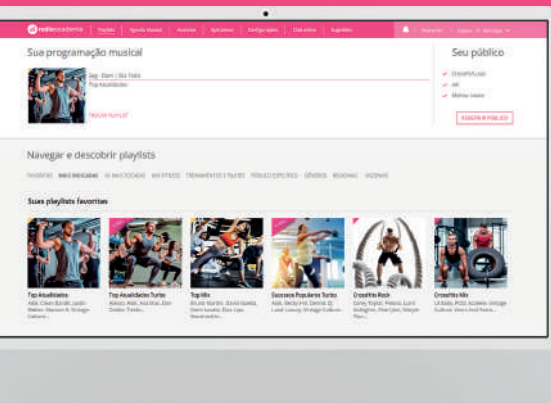
MEMBRO VIP



listenx.com.br



ibeeducacional.com



As **músicas certas**
para motivar os seus
alunos durante o treino

Saiba Mais



CURSO ONLINE

Liberação Miofascial e Ventosaterapia Método Pain Anatomy

Seja um profissional
certificado pela maior
agência de cursos do Brasil!

WWW.VIBEEDUCACIONAL.COM

(43) 9 9970-5856



VibeLab
educacional

MOVEMENT®

Sucesso de vendas na
IHRSA 2023, sua nova
linha de força chegou!

MOVEMENT

LANÇAMENTO

Confira os equipamentos da linha aqui:



JOHNSON
FITNESS & WELLNESS STORE

NOVO SHOWROOM

O novo showroom da Matrix Fitness está de **PORTAS ABERTAS**, localizado na **Av. Rebouças, 2485, em São Paulo**.

Um ambiente especialmente projetado para promover saúde e bem-estar. Um novo espaço de inspiração, motivação e equipamentos inovadores, mantendo a qualidade que você já conhece e confia.

Venha vivenciar essa experiência.

Estamos ansiosos para recebê-los, das 9h às 18h!

 (11) 3071-4277  WWW.MATRIXFITNESS.COM  @MATRIXFITNESSBR

MATRIX