



NICHO

Oportunidades para Academias



✘ HÁ NEGÓCIOS DE FITNESS COM INVESTIMENTO ENXUTO? ✘ PÁGINAS AZUIS: ENTREVISTA EXCLUSIVA COM O NEUROCIENTISTA DR. JÔ FURLAN ✘ ACADEMIA LEGAL: TUDO SOBRE LEI DO ESTÁGIO ✘ ÁGUAS DO FITNESS: ACADEMIAS SÃO FORTES ALIADAS PARA REDUZIR AFOGAMENTOS. ✘

Imagine um mundo onde a gestão do seu negócio fitness é simples, eficiente e altamente lucrativa.

VOCÊ ESTÁ PENSANDO NA ABC EVO!

Tenha em suas mãos **todas as ferramentas necessárias para impulsionar seu negócio**: desde o gerenciamento de membros e planos de treino até a análise detalhada de resultados.

Leve seu negócio para o próximo nível





INFORMAÇÃO :: NOVIDADES :: BENEFÍCIOS
ACAD BRASIL TEM

SIGA-NOS NAS REDES SOCIAIS:



@acadbrasil



acadbrasil.com.br/



21 2493-0101 / 21 96445-5939

EXPEDIENTE

DIRETORIA

PRESIDENTE LICENCIADO: 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



EDITORIAL

Este mês de agosto de 2024 será marcado pelo início das comemorações dos 25 anos da Associação Brasileira de Academias – ACAD Brasil, um sonho sonhado por um grupo inicial de 14 empresários, um deles médico e proprietário de uma das primeiras academias essencialmente voltadas à saúde.

Durante a IHRSA Fitness Brasil, em São Paulo, será o lançamento do livro comemorativo de 25 anos da ACAD Brasil. Poucos dias depois, um novo dia de celebração: o livro será lançado no Rio de Janeiro, cidade na qual toda essa forte história de associativismo começou.

Como a missão da Associação é trazer conhecimento e reunir informações para ajudar os gestores, esta edição da Revista ACAD Brasil, nº 106, traz como tema de capa uma nova onda de oportunidades com as apostas de nicho, tanto para academias que já estão consolidadas e podem trazer novas ofertas para seus negócios, quanto para empresas entrantes no mercado.

A coluna *Águas do Fitness* fala de um tema seríssimo: afogamentos. E mostra que as academias podem ser fortes aliadas no combate à insegurança nas piscinas. As *Páginas Azuis* trazem entrevista com o Dr. Jô Furlan, médico que é categórico em dizer que as academias devem apostar no público de mais de 50 anos. Na coluna *Academia Legal*, tudo sobre a Lei do Estágio e como cumpri-la. A coluna *Profissional de Educação Física* traz um olhar sobre a retenção e na *Rotinas de Academias*, aspectos legais sobre dano, assédio moral e sexual.

Mais uma vez, a ACAD Brasil convida você, empresário e gestor de academias, para fazer parte destes esforços em prol do setor e se juntar a este time de defensores do fitness nacional. Não perca os eventos de lançamento do livro que conta a história dos intermináveis esforços deste time. 25 anos de amor e luta!

Boa leitura!





ÍNDICE

MATÉRIA DE CAPA

Nicho: oportunidades para academias novas e consolidadas

10



PÁGINAS AZUIS

Entrevista exclusiva com o médico neurocientista Dr. Jô Furlan

24



ACADEMIA LEGAL

Lei do Estágio: o que é e como cumprir

28



ÁGUAS DO FITNESS

Academias são fortes aliadas para reduzir mortes por afogamento

34

COLUNA EDUCAÇÃO FÍSICA - O OLHAR DO PROFISSIONAL

Retenção: o elefante na sala - por Cleverson Costa

38

ROTINAS DE ACADEMIAS

Dano, assédio moral e sexual nas academias

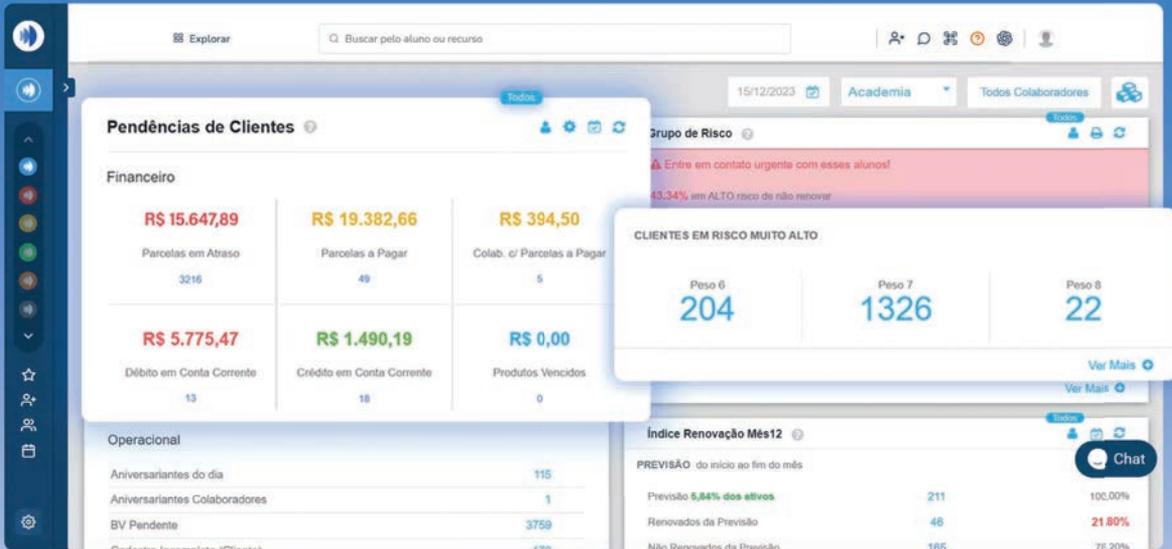
44



Nós levamos **segurança** a sério



securityMETRICS



#GestãoDeVerdade

#SistemaParaAcademia

Gestão descomplicada gera negócios lucrativos

Simplificamos processos garantindo a **alta performance** de resultados para os seus objetivos. Conte com um **ecossistema de soluções** para conquistar o bem-estar do seu negócio e dos seus alunos.

+4000 grandes negócios utilizam Pacto na América Latina e EUA!

LESCINO

CIAFIT

SCARON
CORPO E SAÚDE

CRIBUS
EXPERIENCE

JK
FUNCIONAL

Korpus

premiere

DEW
GYM

NOVA
BODYFIT

PREMIUM

PD

PRÁTIQUE

SWIM

Sigmaclub

#

UPPER

UNIC



Descubra porquê milhares de negócios fitness escolhem a Pacto:
sistemapacto.com.br
[@sistemapacto](https://twitter.com/sistemapacto)



*Imagens ilustrativas. Nov/2023.

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



Locação de ar condicionado para academias

Com uma mensalidade fixa, você tem acesso aos melhores equipamentos, **instalação, manutenção preventiva e corretiva, incluindo toda e qualquer peça de reposição, sem custos extras.** Além disso, oferecemos **assistência técnica 7 dias por semana,** com profissionais especializados.

Chega de dor de cabeça com prestadores de serviços descomprometidos. **Venha com quem está sempre ao seu lado!**

Faça uma cotação agora.
0800 025 2872





NICHO: OPORTUNIDADES PARA NOVAS E CONSOLIDADAS ACADEMIAS

É POSSÍVEL TER UM NEGÓCIO COM INVESTIMENTO MAIS ENXUTO?

Um dos setores mais afetados por ter sido obrigado a fechar as suas portas durante a pandemia foi o de negócios de academias. Na época, foram enquadradas como entretenimento e colocadas no mesmo balaio de bares, restaurantes e casas de show. Hoje, graças a todos os esforços de entidades do setor, existem leis que reconhecem a essencialidade das academias como polos de saúde e muito provavelmente, em uma crise pandêmica, ao invés destes espaços serem fechados atuarão como provedores de cuidados, bem-estar e saúde para a população.

A crise econômica que se seguiu à pandemia sacudiu o mercado mundial de fitness. No Brasil, muitas academias não conseguiram mais abrir suas portas. Outros grupos começaram a

apostar em espaços de nicho, com investimento enxuto e atendimento exclusivo. A maioria dos negócios precisou se reinventar ou melhorar serviços e tudo o que pudesse trazer as pessoas de volta. O fato é que para o senso comum da sociedade ficou ainda mais evidente que praticar atividade física é indispensável para aumentar a imunidade, diminuir riscos de doenças, prevenir diversos males e tratar de tantos outros. Assim, muitas pessoas retornaram aos treinos — e há um novo público chegando às academias pela primeira vez, motivado pela certeza de que o sedentarismo é um dos piores males para a saúde.

Nesta esteira, há que se aproveitar um setor aquecido e a maioria dos especialistas da área são taxativos em afirmar: existe de fato uma nova

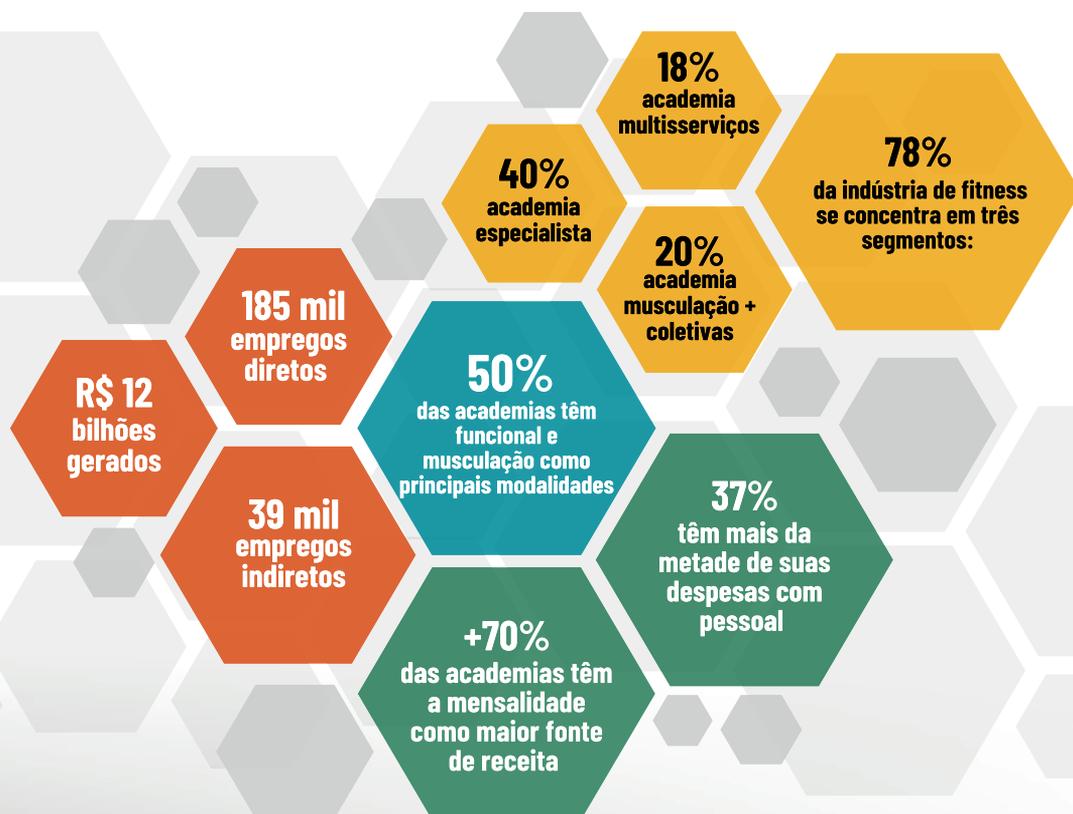
onda de oportunidades para quem deseja apostar no mercado de fitness. Os modelos de negócios já conhecidos — *full service*, *low cost* e *butique*, por exemplo — permanecem bem colocados neste mercado tão pulverizado. A novidade é o crescimento das chamadas academias de nicho ou especialista, que parecem mesmo estar em alta.

E as oportunidades não são apenas para quem quer abrir um novo negócio, mas também para aquelas academias que têm espaços ociosos e podem apostar em um atendimento nichado, especialmente voltado para um público ou uma única modalidade!

Box cross, escolas de lutas, academias para 50+, estúdios de *personal trainer*, escolas de dança, espaços de Pilates, *box* de treino funcional são algumas das modalidades mais procuradas pelo público e que não param de surgir, em todo o

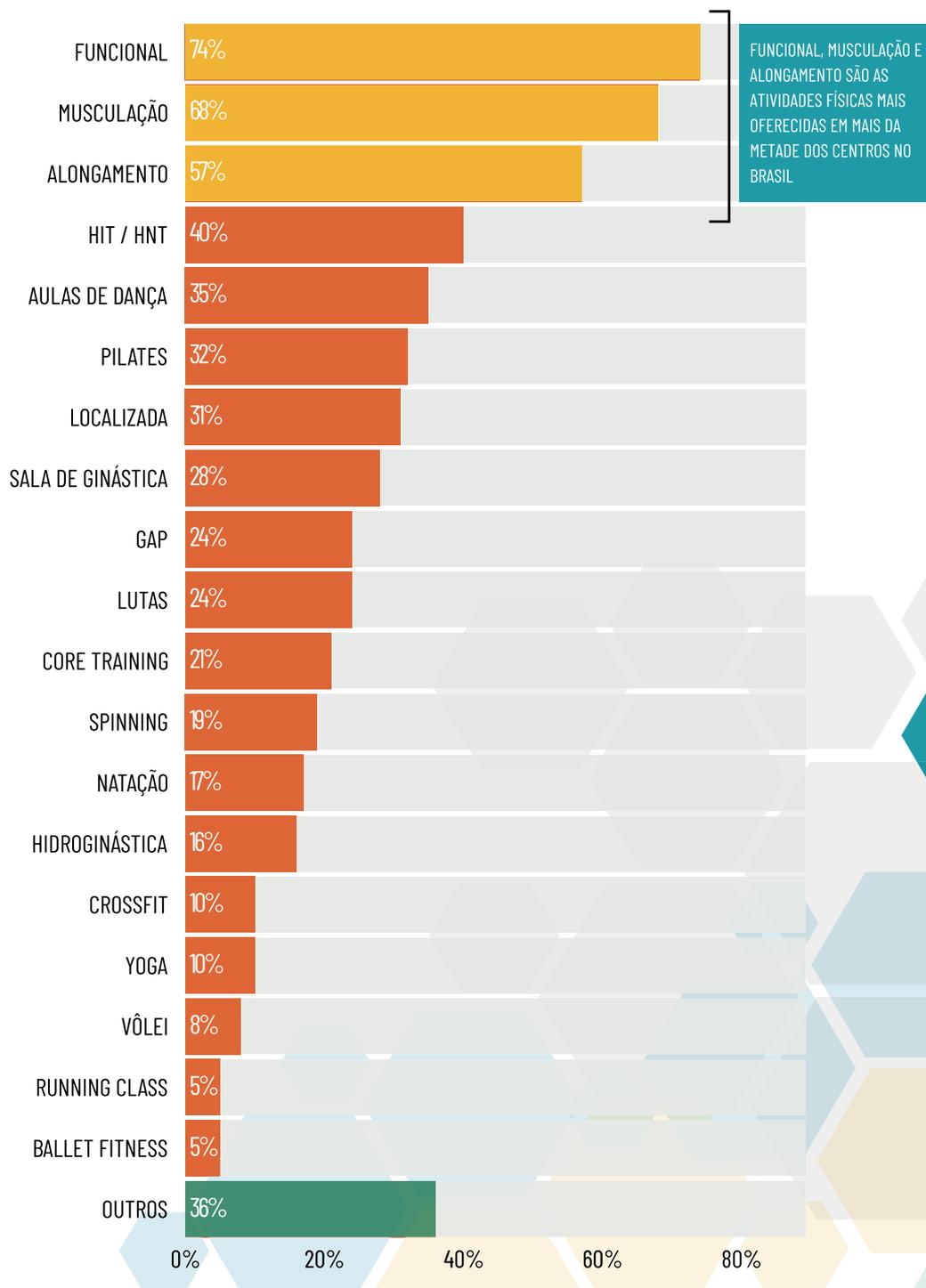
país. Saber segmentar bem é um dos segredos para ter uma boa academia de nicho. Essa categoria tem como foco um público ou uma modalidade específica.

Geralmente, esses modelos exigem investimento menor, em termos de espaço e equipamentos, mas requerem um bom investimento na prestação dos serviços, sendo preciso, também, trabalhar em estratégias para conquistar e reter alunos. Além destas características, uma vantagem é a possibilidade de se ter um ticket mais alto, porque a especialização permite essa cobrança. Há academias que já oferecem serviços, treinos e outros produtos com hora marcada e limite de uso de espaço e de profissional. Também há modelos de cobrança interessantes nos quais o cliente contrata um plano pelo número de acessos semanais.

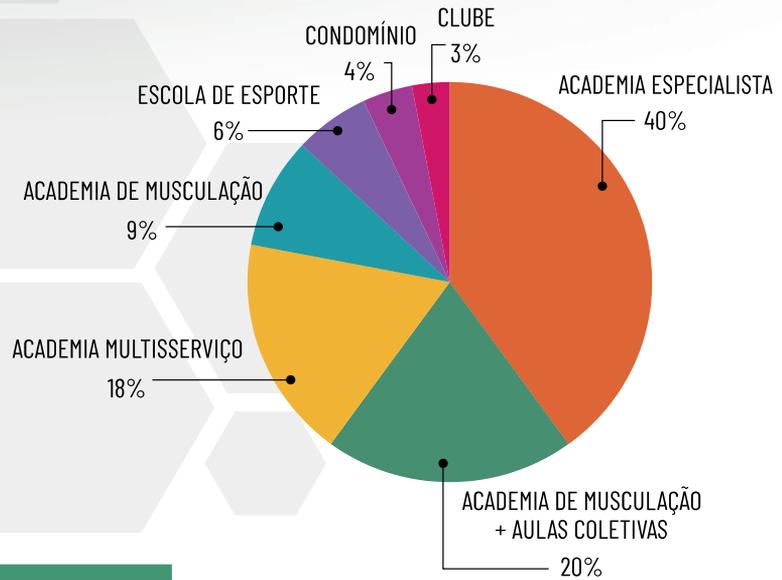


QUAIS AS PRINCIPAIS MODALIDADES QUE SÃO OFERECIDAS NOS CENTROS DE ATIVIDADES FÍSICAS?

ATIVIDADES MAIS PRATICADAS EM CENTROS DE ATIVIDADES FÍSICAS



CLASSIFICAÇÃO DOS CENTROS DE ATIVIDADES FÍSICAS



O QUE DIZEM OS ESPECIALISTAS

Além dos novos negócios nichados, academias *full service* também aproveitam a oportunidade e criam espaços e serviços para atender um determinado público. Segundo **Marcelo Vianna**, diretor de operações na Bodytech, essa estratégia tem funcionado para que redes ganhem novos públicos segmentados e rentáveis.



“Acreditamos na diversificação de ofertas, espaços e atividades. Esse é o caminho para atrairmos nichos estratégicos e aumentarmos a retenção dos atuais clientes. Mesmo dentro do conceito de academia *full service*, o desafio é oferecer experiências únicas e personalizadas para os clientes. Entendemos que a busca pelo cliente

fiel passa por atender interesses e necessidades específicas. Engaja-lo em uma comunidade. Por essa razão, estamos sempre avaliando a maximização dos espaços disponíveis, transformando áreas dedicadas para atividades de nichos relevantes. Essa estratégia fortalece a imagem da marca Bodytech como inovadora e capaz de entregar soluções completas. Essa é a nossa obsessão.”

Vianna também acredita que a estratégia de nichos, bem executada e com diferenciais de serviços relevantes para os clientes, pode impactar o mercado de várias maneiras significativas. O aumento da competição é uma das resultantes.

“Essas operações segmentadas oferecem, na percepção do consumidor final, uma entrega de serviços mais personalizada e maior expertise da

experiência. Como consequência, colocam em alerta as academias tradicionais. Os movimentos de inovações e diversificação de ofertas se fazem necessários para se manterem competitivas. Uma realidade positiva da operação de nicho é a retenção de clientes. Ao entregar experiências mais personalizadas, essas unidades aumentam a lealdade de seus clientes. Afinal, percebem mais valor em serviços que atendem suas necessidades e preferências específicas. A boa notícia é a expansão do mercado. A atração de novos segmentos de clientes, os quais antes não eram atendidos pelas academias tradicionais, expandir o mercado fitness, trazendo mais pessoas para um estilo de vida ativo e saudável”, concluiu Marcelo Vianna.

Especialista em gestão de academias e estrategista em fidelização fitness e *wellness*, com mais de vinte anos de atuação no mercado, **Pierre Barbosa** diz que o nicho sempre vai ser bom, desde que não seja entendido apenas como uma questão de estrutura física. “Nicho está associado a um serviço específico, exclusivo e à qualidade de entrega. A estrutura física não gera recompra, não fideliza, o que vai fazer o cliente continuar consumindo é aquilo que ele recebe como entrega. E dentro do processo de nicho, um dos pontos mais importantes é o senso de exclusividade.”

Para Pierre, todo o negócio é bom desde que seja pensado para as necessidades das pessoas. “A base da fidelização é resolver problemas. Se eu tenho uma operação que não resolve os problemas de quem compra meu serviço, seja nicho ou *full service*, ele está fadado ao fracasso. Fidelização

é um modelo de Gestão, não é um indicador, nem de vendas e nem de NPS. Esses indicadores combinados com outros são termômetros de um serviço com percepção de valor, ou seja, com fidelização. Analisar que modelo de gestão você tem é importante para entender que estratégia de venda e de entrega você precisa estabelecer, assim não prometendo nem mais nem menos do que é possível entregar.”

O especialista diz ainda que a sensação de comunidade e pertencimento gera relacionamento, que gera hábito, que gera resultado, que gera fidelização. “Uma das questões que precisam ser notadas é o comportamento do profissional de Educação Física, porque há muitos que prescrevem exercício para o músculo e não para o dono do músculo, desprezando completamente o ser humano, ignorando a necessidade e a vontade do cliente. E essa prática ajuda a firmar o conceito de que ‘academia não é pra mim’, muito comum. A base do nicho que funciona é aquela que tem metodologia clara, com a qual o cliente sabe que há um roteiro a ser seguido, determinado pela marca, como é o caso do crossfit.”





Com 40 anos de experiência no mercado de academias, **Marcos Tadeu** à frente da consultoria Alliance Fitness, é categórico em dizer que um posicionamento definido é sempre muito importante, mas, antes é preciso fazer um bom planejamento. “Alguns empresários estão apostando em nichos que ainda não têm desenvolvimento suficiente, são muito pequenos e não estão respondendo da forma esperada. Neste mercado, é preciso inovar e buscar novos caminhos, mas não sem antes avaliar muito criteriosamente se realmente há uma demanda por aquele tipo de serviço, naquela categoria, para aquele público a fim de manter o negócio rentável, mesmo com todas as despesas necessárias. Ainda assim, não há dúvidas de que a especialização é um caminho. Aqui em Brasília, a SlimFit, uma academia só para mulheres, já tem dezoito unidades, um modelo de sucesso.”

Para Marcos Tadeu, o “efeito comunidade” é um dos pontos mais importantes para a fidelização dos clientes. Os modelos *low cost* não têm isso como

parte do negócio e o pertencimento é prejudicado pelo volume de pessoas e pela compra on-line feita por impulso, que geralmente faz com que as pessoas frequentem menos, gerando menos retenção. Nesse modelo, as pessoas não formam comunidades. Já nos modelos com aulas coletivas, como nas academias para mulheres e nas de crossfit, o “efeito comunidade” e o senso de pertencimento são muito fortes e são diferenciais competitivos de negócios.

“Nos Estados Unidos há uma prática batizada de *gym in gym* — academia dentro da academia, com espaços para pilates e yoga, por exemplo. Como o espaço e outras despesas de estrutura já estão contemplados naqueles *businesses plan*, é possível gerar uma nova receita. Ainda é um movimento tímido, que eu encorajo essa prática sim, porque as academias precisam inovar, até para competir com os modelos *low cost*. Em nosso evento de gestão, convidamos a Sara Kooperman, CEO da SCW Fitness Education, que falou das academias nos Estados Unidos que estão fazendo testes oferecendo serviços de saúde preventiva e *wellness*. O empresário de academia deve ter um orçamento previsto para testes de novos serviços, com intenção de gerar um novo público e uma nova receita. As grandes redes estão sempre fazendo esses testes e aqueles que dão certo irão conduzir o mercado futuramente”, disse Marcos Tadeu.



ANTES DE ABRIR UMA ACADEMIA, É IMPORTANTE QUE O GESTOR FAÇA ALGUMAS PERGUNTAS, COMO:

Qual é o orçamento e investimento inicial que posso fazer?

Que público-alvo eu desejo atingir?

Quanto estou disposto a pagar por manutenção e mão de obra da academia?

Qual o retorno esperado e em quanto tempo?

O modelo que escolhi depende de muito espaço ou muito equipamento?

TREINO FUNCIONAL: AULA COLETIVA DOS NOVOS TEMPOS?

Durante décadas, as aulas coletivas ditaram as regras das academias no Brasil. Uma legião de fãs seguiam professores de aeróbica, de aulas de ritmos, que misturavam música, dança e muito exercício físico, usando o próprio corpo. E as academias faziam sucesso de acordo com aqueles mestres, que acumulavam seguidores — não nas redes sociais virtuais (que nem existiam), mas em salas de aula lotadas.

A chegada no mercado do modelo *low cost* fez com que muitas academias apostassem em espaços de musculação, com poucos profissionais apoiando os treinos individuais. Assim, o show das aulas de aeróbica deixou de ser atração no fitness nacional e os treinos individuais passaram a fazer muito mais sucesso do que as coletivas.

Parece que este cenário está sendo modificado novamente. Apesar de ter chegado ao Brasil no final da década de 1990, somente anos depois o Treino Funcional virou a febre que é hoje. Um dos empurrões que a modalidade recebeu para ser promovida como “queridinha” em todo o

mundo foi a divulgação dos resultados positivos, feita por médicos, educadores físicos e entidades de renome entre as quais o American College of Sports Medicine, que há pelo menos cinco anos traz o treino muito bem colocado no ranking das atividades que são tendência mundial.

Fato é que o Treino Funcional é uma aula coletiva, que depende muito da instrução e da motivação que o profissional de Educação Física imprime à turma. Como envolve treinar o corpo para desenvolver capacidades funcionais necessárias às atividades da vida diária, como saltar, agachar, empurrar, puxar, correr, levantar e arremessar, exige menos espaço e equipamentos e mais atendimento em sala de aula.

Uma das fortes características que aumentaram a demanda por treinos funcionais é que a modalidade promove uma sensação de comunidade, permitindo que os participantes compartilhem interesses comuns. Muitas pessoas sentiram falta do ambiente de comunidade, de pertencer a um grupo, de fazer atividade física coletivamente, em especial depois da pandemia. Os desafios e treinos intensos também estimulam a competição, muito usada entre praticantes de crossfit, por exemplo.

BRASIL É O SEGUNDO PAÍS COM MAIS PRATICANTES DE CROSSFIT

No cenário mundial, o Brasil é o segundo país que mais possui locais dedicados ao crossfit, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. O crossfit é um tipo de treino funcional de alta intensidade, com ritmo elevado, perda de calorias mais rápida e com atividades realizadas em equipe. Já se pode dizer que é mais do que uma tendência, é uma realidade experimentada pelo mercado.

“O brasileiro gosta da atividade física coletiva, de treinar em grupo, um estimulando o outro, com desafios e superações, isso faz parte da cultura do país. O crossfit é um ambiente que propicia a interação com as pessoas, é uma atividade que estimula a sociabilidade. Os alunos se cobram mutuamente para não faltar aos treinos. Outra característica que chama a atenção é por ser um treino que mistura muitas modalidades, com uma ativação muito alta de metabolismo, com forte queima calórica, e as pessoas logo percebem os resultados. Acho que, por isso, faz tanto sucesso”, disse **Rafael Coelho**, diretor regional da ACAD Brasil na Bahia e CEO da rede Go CrossFit.



O empresário acredita que o clima de comunidade e pertencimento pode ajudar a fidelizar clientes. “O aluno poderia usar o investimento que ele faz ao longo do ano para treinar em um box de crossfit para montar um espaço próprio de treino, só que é muito mais prazeroso treinar em comunidade, com todo mundo junto, e tendo o outro como referência de como fazer o exercício, de superação, entendendo que é possível alcançar aquilo também. A comunidade de crossfit se retroalimenta e isso sim ajuda a manter o aluno na atividade.”

Para Rafael, quem procura uma academia de nicho está mais atrás de uma metodologia do que de uma estrutura ou de equipamentos. “O que vai fazer a diferença na oferta de serviços nichados é a metodologia, especialmente que dê resultados, e um atendimento mais próximo do aluno, para que seja muito bem assistida.”



DICAS PARA QUEM QUER MONTAR UM BOX DE CROSSFIT

1

CroosFit é uma marca registrada e para usá-la é preciso solicitar autorização e pagar anuidade pelo uso de nome e marca.

Também é possível montar um espaço, com equipamentos e estrutura de treino, independente da marca.

2

3

Bons equipamentos são importantes.

O principal é alimentar a comunidade! Criar o clima de interação entre as pessoas.

4

5

Cuidar muito bem dos alunos, especialmente nos 90 primeiros dias de treino, tempo em que os resultados começam a aparecer.

COPACABANA TEM A PRIMEIRA ACADEMIA PARA IDOSOS NO MÉTODO DO DR. SANTAREM

Médico ortopedista, praticante da musculação desde os 14 anos, **Rafael Espindola** inaugurou, em maio de 2024, uma academia para pessoas com mais idade: a Aksel de Musculação Especializada. Espindola foi inspirado pelo trabalho do também médico José Maria Santarem, pioneiro na utilização terapêutica dos exercícios resistidos, que desenvolveu dentro da geriatria da USP um curso de atividade física para a terceira idade, e em 1991 criou a empresa Biodelta e projetou uma linha de aparelhos para musculação com sistema de alavancas, para todos os objetivos do treinamento com pesos.

“Fiz o curso com o Dr. Santarem e depois conquistei o licenciamento, com exclusividade, para abrir a primeira academia do Rio de Janeiro sob a metodologia Biodelta. Eu sempre tive uma

visão da atividade física como algo complementar ao tratamento médico e à prevenção da saúde, tanto com o objetivo curativo como de promoção de saúde, nesse entendimento de que a Medicina não é só cuidar de pessoas doentes, mas sim promover a saúde. E em especial a musculação, que até bem pouco tempo sofria com preconceito inclusive da classe médica, sempre me motivou”, disse Rafael Espindola.



O ortopedista diz que o público dele são os órfãos de academias. “Eu sou frequentador de academia há muitos anos e sei que muitas pessoas são alijadas destes espaços. Muitas vezes, as academias não estão preparadas para receber um público

que tem mobilidade comprometida ou alguma doença crônica. Esse não é o foco dos empresários do fitness. Quem quer um idosos com artrose no joelho ocupando espaço na cadeira extensora e que precisa de orientação e acompanhamento o tempo todo? E nem todo educador físico está preparado para atender esse público, porque na formação acadêmica desse profissional o foco principal era na performance.”

Um dos fatores que pode ter contribuído para este cenário, segundo o Dr. Espíndola, é que o Brasil até bem pouco tempo era um país jovem. “Nós estamos envelhecendo agora. A nossa pirâmide populacional começou uma transição e o brasileiro está envelhecendo. Mas, o idoso que frequenta uma academia é aquele que praticou atividade física ao longo da vida, que envelheceu de forma saudável, com mobilidade e saúde. É o idoso sarado.”

Ainda segundo ele, o preconceito dos médicos em relação à musculação tem diminuído, graças aos estudos que comprovam os inúmeros benefícios da modalidade, praticada em qualquer idade. “Havia resistência da classe médica à musculação

em função de mitos como ‘a criança vai ficar atrofiada e não vai crescer’, ‘quem é hipertenso não pode levantar peso’, ‘quem fizer vai perder a elasticidade’. Todos esses mitos caíram por terra e já está comprovado que a musculação melhora a flexibilidade, abaixa a pressão arterial... temos pacientes aqui portadores de Alzheimer, que vieram para a academia por orientação médica.”

Geralmente, o licenciamento da metodologia do Dr. Santarem é solicitado por casas geriátricas ou clínicas de fisioterapia. Na contramão deste cenário, o Dr. Espíndola optou por abrir uma academia e promover um espaço de saúde e não de doença. “Esse público estava nas clínicas de fisioterapia, mas eu fiz questão de abrir uma academia porque eu acredito que o espaço para receber os idosos e pessoas com limitações precisa ser um espaço saudável, bonito, moderno, agradável, com música tocando. Eu quero colocar essas pessoas dentro da normalidade. Eu quero que o fisioterapeuta, depois de reabilitar uma pessoa, nos veja como o próximo passo, porque vamos cuidar do condicionamento físico, da saúde, porque a enfermidade já foi.”



A academia já tem mais de 70 alunos. “A maioria com mais de 70 anos e mulheres, algumas com doenças crônicas, questões de mobilidade, queixas ortopédicas. Mas também temos idosos saudáveis e alguns mais jovens, que não se adaptam às academias tradicionais. Temos um aluno de 13 anos de idade, com algumas sequelas por baixa oxigenação no parto, com enfraquecimento do lado direito do corpo. Ele faz musculação e vem melhorando muito. A gente garante a musculação para pessoas mais frágeis, mas a academia recebe qualquer pessoa.”

NEGÓCIO DE ALTO TICKET SÓ PARA MULHERES

Uma das apostas do mercado de fitness para as chamadas academias especializadas é o público feminino. Não é exatamente uma novidade oferecer serviços só para mulheres, mas assim como o setor tem evoluído em termos de tecnologias e modalidades, a oferta para o “clube da Luluzinha” também tem se modernizado.

De personal trainer à franqueadora da sua própria metodologia, a empresária Débora Flores apostou tudo em uma academia para o público feminino e promete “mudar a relação das mulheres com a atividade física”.

Inaugurada em 2015, a SlimFit é uma academia em formato de estúdio, com atividades voltadas para mulheres e com uma metodologia própria, criada a partir de pesquisas dentro e fora de sala de aula, para identificar desejos e necessidades do público feminino, que incluem tempo de treino, rapidez de resultados, senso de comunidade, dinamismo nas aulas e muito mais.

A marca conta com 17 franquias e mais de mil alunas e é um serviço premium, com atendimento personalizado, realizado em formato de *SmallGroup* e voltado principalmente para clientes classe A. Um negócio de alto ticket.

BODYBUILDERS GANHAM ESPAÇOS DE LUXO E ATENDIMENTO CLASSE A

Até pouco tempo atrás, quando se falava em treinos de fisiculturismo era quase impossível não os associar a espaços pequenos, não climatizados, com pesos para todos os lados e muito barulho, repletos de marombeiros. Um dos nichos que vem crescendo são as academias voltada para atletas e entusiastas do fisiculturismo, os bodybuilders. A oferta agora tem uma forte característica: alta performance, alto luxo, equipamentos exclusivos, espaços climatizados e com muita infraestrutura, além de atendimento personalizado. É a “gourmetização” da musculação!



Um das primeiras marcas a apostar nesse nicho foi o Ironberg – Centro de Treinamento Bodybuilder. A gigante SmartFit também investiu na especialização e criou a rede Nation, só com aparelhos importados e alguns exclusivos. Também neste formato, recentemente a BHouse Bodybuilding abriu suas portas, em um espaço de 2 mil m², sala de musculação equipada com mais de 120 máquinas, além de oito *racks* com barras femininas e masculinas, banco reclinável, *airbike*, anilhas e *dumbbells*, estação completa para que o cliente não precise revezar equipamentos. E um professor dedicado para no máximo quatro alunos.

Segundo a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), entre 2013 e 2019, a

porcentagem de pessoas que praticam atividades físicas passou de 22,7% para 30,1%. Esses dados são motivadores e mostram que há oportunidades para o mercado de fitness, diante da maior preocupação das pessoas com a saúde e o bem-estar.

Este mercado sempre foi extremamente dependente de inovações, tendências e novas ofertas. Assim, para os empresários e gestores que querem investir em espaços e serviços nichados, esta pode ser uma oportunidade de abrir um novo negócio ou até mesmo incrementar a receita do que já está em funcionamento. Como mostra esta matéria, boas ideias não faltam.



wellness 
30
ANOS

EQUIPAMENTOS DE MUSCULAÇÃO

ALTA QUALIDADE E NOVAS LINHAS INOVADORAS PARA SUA ACADEMIA

Conheça o portfólio:





wellhub

PREFERENCIAL

Partner
Club

NOVAS MANEIRAS DE AUMENTAR SUA RECEITA COM O WELLHUB

Conheça o Clube de Parceiros Preferenciais



Um novo modelo de parceria que...

- Garante aumento de receita
- Aumenta sua exposição aos clientes Wellhub
- Fornece um novo canal de suporte exclusivo
- Proporciona maior apoio financeiro
- Permite o acesso a soluções com condições especiais

Junte-se ao Clube de Parceiros Preferenciais hoje mesmo e comemore conosco no nosso estande da IHRSA Fitness Brasil.





XTREME

OS MELHORES EQUIPAMENTOS PARA VOCÊ MONTAR SUA ACADEMIA

LINHA XTREME

- 1 - MELHOR DESEMPENHO
- 2 - CONFORTO TOTAL
- 3 - DURABILIDADE GARANTIDA
- 4 - INOVAÇÃO E CONFIANÇA

 A PRONTA
ENTREGA



DUAL PULLEY



ESTAÇÃO DE
MUSCULAÇÃO X-FIT3



ELEVAÇÃO PÉLVICA





Entrevista

Dr.
João Furlan

Médico, nutrólogo e neurocientista, criador da metodologia “Inteligência Comportamental”, autor de dez livros. Morador de Arraial D’Ajuda, distrito do município de Porto Seguro, no litoral paradisíaco do estado da Bahia, com menos de 30 mil moradores. Durante muitos anos, Dr. João Furlan foi o único médico num raio de mais de 10 horas de barco, na Amazônia – região na qual existem 10 casos de obesidade para 1 de desnutrição, especialmente em função do baixo índice de atividade física. Integrou o comitê que suspendeu e proibiu o uso de testosterona para fins estéticos; é um entusiasta do setor de fitness e diz que o bem-estar mudou sua vida!

A visão sobre atividade física, saúde e bem-estar tem mudado?

Sim, só que mais lentamente do que a sociedade precisaria. Hoje, os planos de saúde já discutem a possibilidade de conceder descontos àquelas pessoas que praticam atividade física regularmente. Especialmente as pessoas que atuam na área de saúde precisam olhar para o bem-estar e para a importância do efeito terapêutico da atividade física, tanto para o benefício da prevenção, como para o tratamento. O movimento é terapêutico para o corpo e para a mente. Tenho pacientes que apresentam melhora no quadro de pré-diabetes em poucos meses, corrigindo a alimentação, sem nada radical, e com atividade física moderada. Biologicamente o nosso corpo precisa do movimento, não somos seres sedentários por natureza, isso é algo recente e o sedentarismo gerou a obesidade.

Como médico e ser humano, tenho muita esperança na humanidade e acredito verdadeiramente que precisamos ajudar as pessoas a colocar o bem-

estar como prioridade de suas vidas. Eu cheguei à obesidade mórbida, com 147 quilos, pago um preço alto por isso, porque o impacto dos anos que eu não me cuidei cobra um preço. Hoje, peso 92 porque escolhi o caminho do bem-estar.

Por que a classe médica, ainda que ciente de que a atividade física é um dos caminhos da prevenção, não prescreve exercícios para seus pacientes?

Eu me formei em Medicina há 31 anos e até hoje, no curso de formação, não há uma cadeira de nutrologia, de bem-estar ou qualquer uma que valorize a importância da atividade física. Como é possível educar um médico assim? Arraial d'Ajuda tem 32 mil habitantes, três faculdades de Medicina e nenhum dos cursos olha para a atividade física e a nutrição como ferramentas terapêuticas. Não há uma formação médica com esse viés. É assustador, por que como falar de prevenção? O médico precisa entender a importância do movimento para a saúde. Movimento é vida!

A Medicina não valoriza a atividade física e a nutrição como ferramentas terapêuticas. A formação médica não é voltada para o bem-estar, mas sim para o tratamento de doenças. Virar essa chave mudaria tudo e teríamos uma sociedade mais saudável, uma sociedade preventiva. O paciente vai ao ginecologista ou ao cardiologista, diz que está ansioso e o médico prescreve um antidepressivo, sem antes recomendar atividade física e psicoterapia. Ele não recomenda uma estratégia para uma gestão de vida. Só prescreve remédio, não olha para um tratamento mais integral. O médico, o educador físico, o nutricionista, todos os profissionais envolvidos com saúde precisam ser ferramentas do bem-estar.

A expectativa de vida aumentou, especialmente a do brasileiro. O país está preparado para cuidar da longevidade para ter pessoas ativas após os 60 anos?

Em 1900, a expectativa de vida no Brasil era de 29 anos, nos Estados Unidos de 49 anos. Em 2023, esses números saltaram para 77 e 79 anos, respectivamente. Há 120 anos, a diferença entre os dois países era de duas décadas... hoje é de dois anos. Então, o cenário mudou e nós precisamos acompanhá-lo.

Eu defendo a “Teoria dos 3 As”, que foi tema da minha palestra no Arnold Sports, em abril deste ano, e nada mais é do que Atividade Mental-Cerebral, Atividade Física e Atividade Nutricional. Essas três atividades são determinantes para a longevidade — há quem diga que falta a espiritualidade, mas sim, está considerada dentro de mental-cerebral. O homem é o que ele pensa, com o que ele se alimenta e o que ele faz. O bem-estar é o topo da pirâmide.

Os profissionais da Saúde têm olhado para a questão da longevidade?

Se tem um cliente para o qual nem toda a academia tem olhado é justamente o de 55+. É aquele que não gosta de música eletrônica, que se incomoda com os corpos sarados e não se sente à vontade para treinar, que precisa de atenção e orientação, e pode até dar mais trabalho, mas em compensação tem mais renda, não troca um serviço pelo preço, mas sim pela qualidade e a satisfação que ele terá. Se for bem cuidado, vai ser cliente da academia por 15 anos e até mais.

O nosso desafio é ajudar... imagine que hoje são 54 milhões de pessoas acima dos 50 anos e quase 40 milhões acima dos 60 anos. Mais de 70% das classes A e B estão dentro desse público, que tem renda e não cumpre mais o “horário de trabalho”. Por que não aproveitar o horário ocioso que toda academia tem, geralmente no início da tarde, e criar uma ambientação e uma programação especialmente voltadas para esse público? Só que depende de um olhar cuidadoso e de uma ambientação mais acolhedora. O mercado ainda não acordou para essa oportunidade.

O que a sociedade precisa fazer para avançar nessa questão e colocar em prática os pilares do bem-estar e da verdadeira saúde?

A sociedade domina esse conceito. Nós sabemos o que é mais ou menos saudável. O desafio é como ajudar as pessoas a, de fato, escolherem o bem-estar. O quanto, em uma escola ou na universidade, se fala “você pode ser mais saudável”? O quanto as academias recebem seus alunos e dizem: “bem-vindo! Independentemente do seu objetivo, aqui a gente vai ajudar você a ser mais saudável”? Quando é que você foi ao hospital e ao sair o médico lhe recomendou: “procure fazer atividade física”?

“É melhor prevenir do que remediar” só fica no ditado. Nós não somos uma sociedade da prevenção, nem a nossa Medicina é preventiva. Na faculdade, quando se fala em medicina preventiva a discussão é sobre modelo de saúde pública e não sobre como ajudar as pessoas a evitar as doenças. Por que o profissional de Educação Física não pode ter uma interface com o médico para que os dois possam recomendar a prática da atividade física como um dos mais fortes pilares

da saúde? Não vejo que isso o que eu digo tenha eco no Conselho de Medicina ou sequer entre boa parte dos meus colegas médicos. Há cada vez mais cursos de Medicina e cada vez mais médicos formados. Mas que formação é essa que estamos promovendo?

Na última edição do Arnold Sports, você estava acompanhando, como médico, o seu amigo Waldyr Soares...

Sim. Eu havia voltado há dois meses da Amazônia, onde fiquei os últimos sete anos trabalhando como médico na região. Já estava com tudo programado para assistir o evento e, também, palestrar no último dia. Eu acompanhei o Waldyr naqueles dias e acabei assistindo um pedacinho da palestra do Ailton, presidente da ACAD.

A primeira vez que eu ouvi falar em *wellness*, foi com o Waldyr Soares, que era meu grande amigo e que faleceu ao meu lado. Estávamos escrevendo e organizando um livro, criando projetos de bem-estar, com muitos planos... foi ele que me levou como *keynote speaker* para a IHRSA de 2011 e aquilo mudou minha vida, porque eu estava com obesidade mórbida, passei a treinar em uma academia e a fazer da atividade física algo indispensável. Hoje, caminho 10, 15 quilômetros tranquilamente, vou a pé até Trancoso, uma vez por semana, faço flexões. O setor de fitness me é muito caro e a ACAD foi um dos últimos presentes que o Waldyr me deu.

“Um profissional de Educação Física pode transformar a vida de um aluno”

O Waldyr falava muito sobre “Doutores do bem-estar”. Que conceito é este?

Ele tinha uma teoria da qual eu verdadeiramente compartilho. Se tem um profissional que tem uma noção mais completa de bem-estar, nutrição, atividade física e de prevenção é o educador físico. Se ele tiver esse olhar ampliado vai ser o cara da longevidade. Hoje, entendo que o nosso desafio é exatamente criar uma geração que perceba a importância da prevenção e não só do tratamento.

Um profissional de Educação Física pode transformar a vida de um aluno, um paciente e a verdade é que o educador físico tem tudo para ser, de fato, o doutor do bem-estar, sobre o qual o Waldyr falava. Porque a formação médica não foi, não é e eu temo que não será voltada para isso. Acredito muito no que o educador físico pode

fazer e acho que ele ainda não tem ideia do que ele realmente é capaz de provocar no fator saúde de um indivíduo. Esse profissional ainda não tem noção da dimensão que ele pode alcançar.

Daqui a 15 anos, teremos mais pessoas acima dos 50 anos, a academia terá que se adaptar para trazer esse público para dentro. Esse cliente não quer saber de anabolizante, nem de “corpo perfeito”, ele quer saúde, mobilidade, longevidade. Será que hoje a academia tem um produto feito sob medida para esse público? O educador físico precisa ter diálogo com o paciente, entender suas características, conhecer suas comorbidades, orientá-lo para que ele tenha mais vitalidade. E será que a Educação Física está formando o educador das próximas décadas? Fica a reflexão.



IHRSA
**Fitness
Brasil** 2024



GERANDO
CONEXÕES



O MAIOR EVENTO DO FITNESS, SAÚDE E BEM-ESTAR DA AMÉRICA LATINA. 25 ANOS IMPULSIONANDO O CRESCIMENTO DO SETOR.

CONECTE-SE EM NOSSAS REDES SOCIAIS



FITNESSBRASIL_OFICIAL



FITNESSBRASIL



APOIO



A circular inset image showing two men in a gym setting. One man, with short dark hair and a goatee, is holding a laptop. The other man, with dreadlocks, is pointing at the screen. They appear to be discussing something on the laptop. The background is a blurred gym with various pieces of equipment.

LEI DO ESTÁGIO: O QUE É E COMO CUMPRIR

A realização do estágio é de fundamental importância tanto para o estudante de Educação Física como para a academia que o recebe. Uma ganhará inestimável experiência prática e a outra contribuirá para a formação de um profissional que, mais tarde, poderá integrar em definitivo seus quadros. Todos podem e devem sair ganhando.

Muitos não sabem, entretanto, que existem exigências legais para a contratação de estagiários e sua atuação, seja em academias ou qualquer outro estabelecimento. Essas obrigações estão previstas na Lei 11.788/2008, mais conhecida como a “Lei do Estágio”, e se não forem corretamente observadas podem gerar riscos ao empresário e ao próprio estagiário.

A “Lei do Estágio” prevê que ele poderá ser obrigatório ou não-obrigatório, conforme determinação das diretrizes do curso em que o estudante está matriculado. Em ambos os casos, a lei também assegura que o estágio não cria vínculo empregatício de qualquer natureza. Essa importantíssima garantia, porém, somente existirá se **cumpridos integralmente os seguintes requisitos:**

-  Matrícula e frequência regular do educando em curso de educação superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e nos anos finais do ensino fundamental, na modalidade profissional da educação de jovens e adultos e atestados pela instituição de ensino;
-  Celebração de termo de compromisso entre o educando, a parte concedente do estágio e a instituição de ensino (a contratação também pode ser feita através dos chamados “agentes de integração”, mas sempre mediante contrato específico);
-  Compatibilidade entre as atividades desenvolvidas no estágio e aquelas previstas no termo de compromisso.

Além disso, a lei também prevê que o estágio, como ato educativo escolar supervisionado, deverá ter acompanhamento efetivo pelo professor orientador da instituição de ensino e por supervisor da parte concedente, comprovado por vistos em relatórios e por menção de aprovação final.

A lei diz expressamente que o descumprimento de qualquer dos requisitos acima ou de qualquer obrigação contida no termo de compromisso “caracteriza vínculo de emprego do educando com a parte concedente do estágio para todos os fins da legislação trabalhista e previdenciária”.

Não é só! Quem concede o estágio — isto é, a academia — tem ainda uma série de obrigações legais específicas que vão além da celebração do termo de compromisso:

-  Ofertar instalações que tenham condições de proporcionar ao educando atividades de aprendizagem social, profissional e cultural;
-  Indicar funcionário de seu quadro de pessoal, com formação ou experiência profissional na área de conhecimento desenvolvida no curso do estagiário, para orientar e supervisionar até 10 (dez) estagiários simultaneamente;
-  Contratar em favor do estagiário seguro contra acidentes pessoais, cuja apólice seja compatível com valores de mercado, conforme fique estabelecido no termo de compromisso (se o estágio for obrigatório o seguro poderá, alternativamente, ser assumido pela instituição de ensino);
-  Por ocasião do desligamento do estagiário, entregar termo de realização do estágio com indicação resumida das atividades desenvolvidas, dos períodos e da avaliação de desempenho;
-  Manter à disposição da fiscalização documentos que comprovem a relação de estágio;
-  Enviar à instituição de ensino, com periodicidade mínima de 6 (seis) meses, relatório de atividades, com vista obrigatória ao estagiário.

Para o cumprimento da obrigação de contratar seguro, acima mencionada, a ACAD Brasil possui convênio com a Porto Seguro a preços extremamente competitivos para as academias associadas.

Jornada, prazo e recesso (equivalente a férias) também estão em normas da lei, todas de cumprimento obrigatório tanto pela academia como pelo estagiário. Eis as geralmente aplicáveis ao nosso setor:



6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais (estudantes do ensino superior);



Se a instituição de ensino adotar verificações de aprendizagem periódicas ou finais, nos períodos de avaliação a carga horária do estágio será reduzida pelo menos à metade, segundo estipulado no termo de compromisso, para garantir o bom desempenho do estudante;



A duração do estágio, na mesma parte concedente, não poderá exceder 2 (dois) anos, exceto quando se tratar de estagiário portador de deficiência;



É assegurado ao estagiário, sempre que o estágio tenha duração igual ou superior a 1 (um) ano, período de recesso de 30 (trinta) dias, a ser gozado preferencialmente durante suas férias escolares (se a duração for inferior a um ano, o recesso mesmo assim deve ser concedido de forma proporcional);



O recesso deverá ser remunerado quando o estagiário receber bolsa ou outra forma de contraprestação.

Para estagiários de curso superior não existe uma proporção máxima em relação aos demais funcionários, mas é preciso atentar para a necessidade de um supervisor para até 10 estagiários e, é claro, a presença permanente de pelo menos um profissional de Educação Física.

Por fim, é importante atentar para uma penalidade adicional que a lei prevê para a academia que reincidir na contratação de estagiário sem observar todas essas regras acima: a unidade em que a irregularidade for constatada ficará impedida de receber estagiários por 2 (dois) anos, contados da data da decisão definitiva do processo administrativo correspondente.

“Se a contratação estiver irregular, os CREFs poderão atuar a academia por permitir esse exercício ilegal em seu estabelecimento.”

Até mesmo fora do previsto na Lei do Estágio existe risco. Se a contratação estiver irregular, a rigor, o estudante não poderá ser considerado estagiário. Os Conselhos Regionais de Educação Física poderão autuá-lo por exercício ilegal da profissão, e a academia por permitir esse exercício em seu estabelecimento.

Se você ainda não conhece todas as regras acima, esta é a hora de verificar se a situação dos seus estagiários está plenamente regular.



(● **POR DR. MARIO DUARTE**
ADVOCADO DA ACAD BRASIL)



ULTRA PASSE

TODOS OS

SEUS LIMITES



FLIP
UNIFORMES

UNIFORMES COM TECNOLOGIA
DRY

PERSONALIZADOS

RESPIRÁVEIS

CONFORTÁVEIS

ENTRE EM CONTATO AGORA MESMO PELO

(31) 99863-3818

WWW.FLIPUNIFORMES.COM.BR

Clube de Benefícios Acad Brasil

Garanta benefícios exclusivos para seu negócio

E fortaleça as atividades do setor com a ACAD Brasil

Com apenas **R\$ 105,00**

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

Economize até R\$ 10K*

*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 e de 46% para redes com 10 ou mais unidades, que paguem em um único boleto.

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

evo

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.

DOIN MANCUSO
ADVOGADOS

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.

PORTO SEGURO

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.

N

Desconto no sistema e aplicativo Next Fit

ECONOMIA

* R\$ **1190,00**

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

P

Sistema Pacto

ECONOMIA

* R\$ **1900,00**

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



Starbem Telemedicina

ECONOMIA
* R\$ **50,00**

Cuide do seu time de colaboradores e/ou alunos com Starbem Telemedicina por apenas R\$ 29,90/vida/mês.

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



Uplay TV

até **75% off**

Streaming com conteúdos novos diariamente! Associados têm acesso GRATUITO ao canal ACAD TV e condições exclusivas aos planos da UplayTV!



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.



Equipamentos New Fitness

ECONOMIA
10% off

Aproveite agora 5%Off na compra de equipamentos novos ou 10%Off na compra de equipamentos remanufaturados.

5%Off na compra de equipamentos novos ou 10%off na compra de equipamentos remanufaturados.



Colchonete Casa do Fitness

ECONOMIA
* R\$ **864,00**

Colchonete Emborrachado Casa do Fitness de R\$ 146,94/un por R\$ 89,90/un. Na compra de 10 unidades você GANHA + 2 colchonetes.

*Simulação de economia na aquisição de 12 colchões.



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.



Kpaloa Nadadeiras

ECONOMIA
* R\$ **149,99**

Turbine sua academia com 25% OFF na compra de pé de pato Kpaloa.

Compra 1 Nadadeira Pé de Pato Kpaloa Natação - Modelo Listras



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.



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.



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.



DiviBank Financiamento

CASHBACK
DE **2%**

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



Confira todas as vantagens:

Escaneie o QR Code ou acesse:

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

*Benefícios sujeitos à alterações, sem aviso prévio.





BRASIL TEM 15 MORTES DIÁRIAS POR AFOGAMENTO

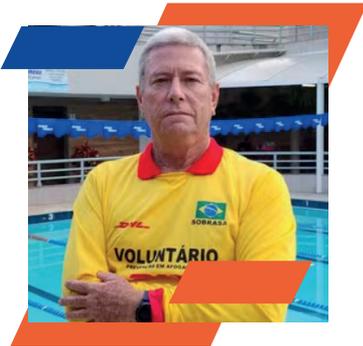
Academias são fortes aliadas para reduzir índices

Somente em 2022, os afogamentos foram a causa de 5.488 mortes no Brasil, segundo o DataSUS do Ministério da Saúde e o relatório da Sociedade Brasileira de Salvamento Aquático (Sobrasa). Os números são alarmantes: 15 brasileiros morrem diariamente por essa causa, sendo três crianças e dois adolescentes. O afogamento é a 2ª causa de mortes em crianças de 1 a 4 anos, no país. A estimativa é de que os incidentes não fatais somem mais de 100 mil por ano, segundo a Sobrasa.

Esses números podem diminuir com o ensino da natação, que é uma importante camada de proteção, além da adoção de medidas preventivas de segurança. Neste cenário, academias com piscina podem ser aliadas determinantes na prevenção ao afogamento.

O ensino da natação é uma ação efetiva, mas não a única para diminuir esses índices. A redução de 48% na mortalidade por afogamento em 26 anos (1995-2022), ainda conforme a Sobrasa, aponta que a adoção das diferentes medidas em conjunto é o caminho acertado na luta contra a endemia.





“A prevenção é a arma mais eficaz na luta contra os afogamentos. Assim, academias com piscina, escolas de natação, clubes esportivos devem ser ambientes seguros, com o máximo de itens de segurança possível nas áreas de atividades aquáticas. Também é importante que estes espaços possam disseminar a mentalidade preventiva e desenvolver ações de educação para crianças, jovens e adultos”, disse Antonio Santos, chefe de Departamento do programa Piscina + Segura da Sobrasa.

A Organização Mundial da Saúde – OMS antecipa o crescimento do índice de afogamentos, nos próximos anos, se não houver intervenção drástica com uso da prevenção. Não à toa, a International Swim Schools Association - ISSA, entidade que congrega as escolas de natação em mais de 30 países, dissemina o ensino da natação em busca da diminuição desse impacto previsto.

Quanto antes as crianças aprenderem habilidades, competências e comportamentos preventivos de segurança aquática, melhor. A primeira infância é uma oportunidade sem igual para o aprendizado e desenvolvimento de

comportamentos de segurança aquática para os alunos e suas famílias.

A Sobrasa propõe quatro semanas do programa “Piscina + Segura” durante o ano e oferece suporte e materiais de forma gratuita às academias e escolas de natação interessadas em realizar atividades educacionais de prevenção aos seus alunos. São gibis, vídeos, jogos, banners e uma série de atividades para todas as faixas etárias nas aulas de natação. A entidade também lidera, no Brasil, a campanha “Dia Mundial de Prevenção ao Afogamento – campanha da Organização das Nações Unidas – ONU.

Dicas: ambientes e atividades aquáticas mais seguras em academias com piscina

- 1 Use tampas de ralo de fundo anti sucção
- 2 Controle o acesso às piscinas usando cercas e portões com auto travamento
- 3 Profissionais de Educação Física devem ter treinamento em emergências aquáticas e suporte básico de vida em afogamento
- 4 Guarda-vidas presente (quando a legislação exigir)
- 5 Equipamentos de primeiros socorros
- 6 Plano de contingência para lidar com emergências aquáticas



Brasileira ganha prêmio internacional por trabalho com natação infantil

Com 43 anos dedicados ao ensino de natação a bebês e crianças, a brasileira Sandra Rossi Madormo é a vencedora do prêmio internacional Virginia Hunt Newman, que reconhece profissionais com contribuições notáveis aos esportes aquáticos. Fundadora do Instituto de Natação Infantil - INATI, Sandra acredita que o reconhecimento pode contribuir para que a conscientização da segurança aquática ganhe mais força e diminua os índices de incidentes.

O prêmio Virginia Hunt Newman foi criado há 19 anos pela World Aquatic Babies and Children Network – WABC e realizado pelo International Swimming Hall of Fame – ISHOF, com intuito de dar continuidade à filosofia de ensinar os bebês a nadar de maneira gentil, amorosa e atenciosa para que aprendam a amar a água com segurança. Sandra é a segunda brasileira vencedora da premiação – o primeiro foi José Maria Fontanelli, em 2008.



“Os números ainda estão num patamar muito elevado, o que reforça a necessidade de intensificação do trabalho e que ele seja mais universal, abrangendo crianças, adolescentes e adultos de todas as classes sociais, já que o afogamento não discrimina por faixa etária, cor, raça, gênero ou classe social. A premiação pode ser mais uma forma de chamar atenção para este tema tão importante, mas que ainda não é percebido como tal pela população em geral”, diz Sandra.



Sandra encontrou no trabalho com a primeira infância o seu propósito de vida, razão pela qual criou o INATI e o Congresso Brasileiro de Natação Infantil, evento anual. Estas e outras iniciativas lhe fizeram ser vencedora do 19º Virginia Hunt Newman. *“Espero que a premiação traga um pouco mais de atenção para a natação infantil e sua importância para o desenvolvimento global das crianças desde a mais tenra idade.”*



Conheça o trabalho da Sobrasa e baixe informativos de segurança para sua academia



Acesse o QR Code e Visite o link:
sobrasa.org/piscinamaissegura/



Acesse o QR Code e Visite o link:
<https://sobrasa.org/dia-mundial-de-prevencao-em-afogamento-25-de-julho/>



Acesse o QR Code e Visite o link:
<https://sobrasa.org/afogamento-boletim-epidemiologico-no-brasil-ano-2024-ano-base-de-dados-2022/>



LE FORZ

Intensity Series

Intensity - Linha de equipamentos High End que se destaca pela exclusividade, sofisticação, tecnologia e alta performance. Para utilização em espaços fitness premium.

Runverse



Delta Machine

STARKE

LINHA IRON



Esteira - Iron pro 8,5

Iron - Linha de equipamentos que se destaca pela força e resistência, além do acabamento de alta qualidade e contador de série.



Leg extension



RETENÇÃO: O ELEFANTE NA SALA



POR CLEVERSON COSTA

Consultor, professor e palestrante. Head de Ciência & Educação em Saúde do Grupo Pratique. Discente do Programa de Doutorado em Gestão do ISEG (Lisbon Institute of Economics & Management).

Instagram: [@profeleversoncosta](#)

E-mail: contato@cleversoncosta.com.br

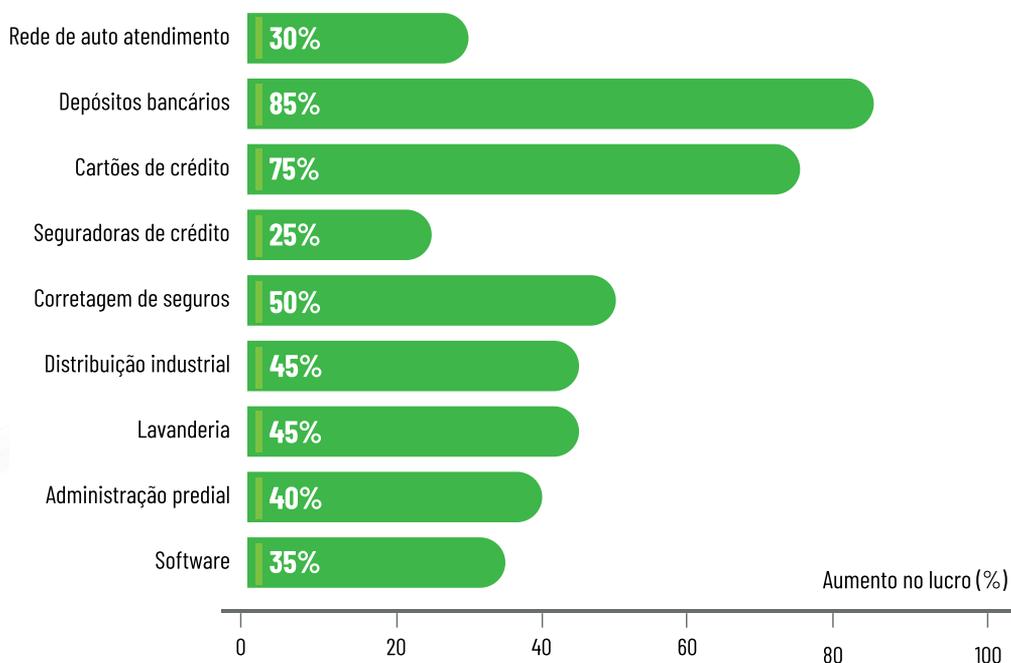
Ao longo de sua história, o setor de fitness desenvolveu grande competência em mudar o corpo das pessoas. Porém, ainda há uma enorme lacuna entre essa competência e o que precisa ser feito para mudar o comportamento sobre fazer exercícios. Por conta disso, o setor convive com altas taxas de cancelamento e perda de clientes.

Isso está tão arraigado, que a maioria dos gestores passou a encarar o alto número de cancelamentos como algo normal e inerente ao segmento. A expressão mais nefasta desse fenômeno é o “efeito plateau” que as academias experimentam após 18-24 meses de sua abertura. O número de pagantes simplesmente para de crescer, mesmo atingindo, sucessivamente, as metas de vendas! É a famosa analogia do “balde furado”: o cliente novo que entra “cobre” o cliente antigo que sai. Ao final, o nível do balde permanece o mesmo — isto é, a base de clientes não se altera.

O discurso da importância da manutenção do cliente é amplamente difundido. A máxima “é mais barato manter um cliente atual do que adquirir um novo” faz eco em rodas de conversa de negócios, sempre que o termo “retenção” ou “manutenção” de clientes dá as caras. Existe razão para tanto.

Clientes retidos consomem mais, fazem boas recomendações e estão mais suscetíveis às ofertas

de *cross-selling* e *up-selling*, resultando em aumentos na receita e no faturamento. Análises da deserção conduzidas em diferentes empresas de variados segmentos no setor de serviços — desde seguros, logística, cartões de crédito até gestão de condomínios — apontam que **uma diminuição de 5% na deserção de clientes pode levar a ganhos de 25% a 85% na lucratividade!** (1)



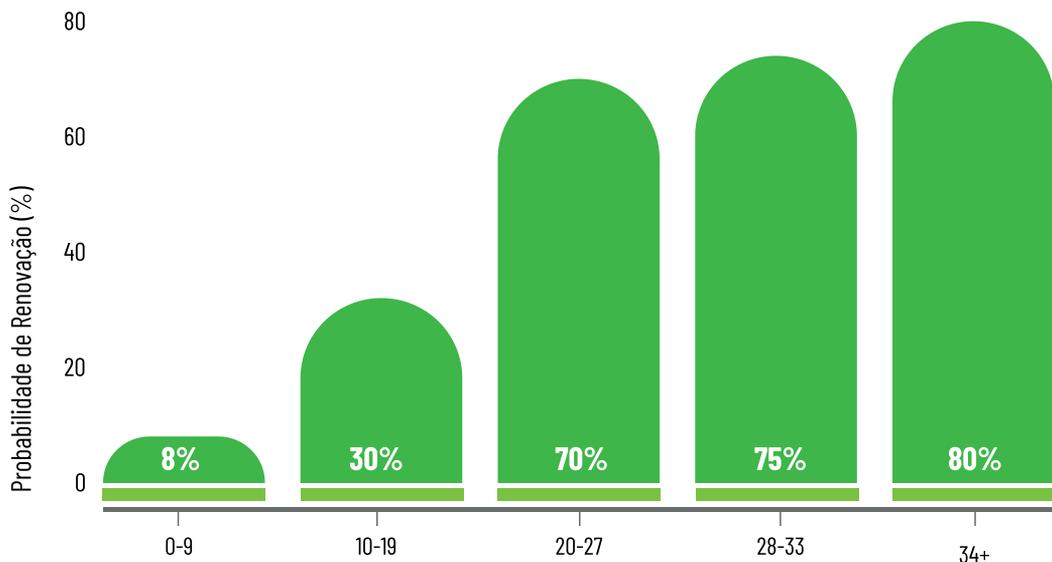
Mesmo em momentos de crise, quando há necessidade de fazer cortes de gastos, direcionar o orçamento para a manutenção de clientes leva a retornos maiores do que investir na sua aquisição. Investir 25% a menos em vendas leva a uma diminuição da rentabilidade de cerca de 3%. Por outro lado, **deixar de investir os mesmos 25% na manutenção de clientes leva a uma queda de 55% na rentabilidade!** (2)

Com tantos benefícios e vantagens evidentes por quê, na prática, não se vê com frequência ações gerenciais sistematizadas e consistentes voltadas à **manutenção de clientes?**

O fato é que reter clientes é um trabalho hercúleo e, por vezes, muito mais difícil do que vender! A venda é um processo finito e unidirecional. Por mais que o ciclo de vendas se alongue ou por mais etapas que tenha o seu “funil de vendas”, ele tem início, meio e fim. Inicia no primeiro contato do *prospect* com a academia, seja qual for o canal (presencial, remoto, *online* ou *offline*), e termina com o fechamento da venda, independentemente da modalidade ou do meio de pagamento utilizado pelo cliente.

A retenção, por outro lado, é um processo infinito. Não se espera que tenha um fim. Aliás, quando há finalização, o esforço de retenção falhou — o cliente desistiu de dar continuidade. Além de infinito, é um processo multidimensional. Há de se fazer esforços em várias direções e sentidos, procurando abranger diferentes tipos e segmentos de clientes, com múltiplas variações de desejos, gostos e preferências.

Em 2020, fiz um estudo (3) publicado na International Conference on Innovation and Management para analisar a relação “frequência x renovação”. Nele, foi analisada a relação entre a quantidade de frequência dos clientes com o risco de cancelamento usando técnicas estatísticas sofisticadas. Levantamos a frequência dos clientes três meses antes da data de renovação. A partir daí, os clientes foram agrupados em cinco *clusters* de acordo com a quantidade de dias frequentados. Os resultados não deixam dúvidas. Veja na figura abaixo:



Quem vem pouco (menos de 19 dias em 3 meses = menos de 2x por semana) tem uma probabilidade muito baixa (10% a 35%) de renovar seu vínculo, seja qual for o plano (mensal, semestral, anual).

Por outro lado, quem vem pelo menos 2x por semana tem 80% mais chances de renovar! (3)

Há diferença estatística entre os grupos de baixa frequência (grupos 0-9 e 10-19), mas não há diferença entre os grupos com mais frequência. Na prática, quanto menor a frequência maior o risco de cancelamento, mas uma vez que o cliente atinja uma certa quantidade de acessos (8x por mês), vir mais vezes não aumenta significativamente suas chances de renovação! **Logo, a meta deve ser gerar, para cada cliente, pelo menos 8 visitas por mês.**

// A maioria dos gestores sabe que tem problemas com a perda de clientes, mas não se mobiliza, com ações concretas e eficazes, para solucioná-los. //

Para gerar frequência regular e constante, além da gestão operacional, há de se considerar os aspectos da experiência do cliente com os serviços

da academia. As pessoas tendem a querer repetir o que percebem como “positivo” (recompensa) e a evitar o que veem como “negativo” (punição). A **Teoria Behaviorista** advoga que todos os comportamentos são moldados dessa maneira e essa é a base para formação de hábitos. Essa é também a base das iniciativas bem-sucedidas de retenção ou aderência ao exercício (4).

Logo, **reter clientes pode até ser mais barato, mas com certeza dá muito mais trabalho!** Além disso, o foco excessivo em vendas normalmente “nubla” a visão do empresário, ao mesmo tempo que dissipa os esforços de retenção. Incentivos financeiros para renovação (dar brindes ou descontos), ou tratar bem e cordialmente as pessoas (o famoso “atendimento”), não são capazes de criar impacto significativo na retenção. Todas as academias têm clientes bem tratados que desistem mesmo assim!

Não há, via de regra, a entrega de prêmios, brindes ou estímulos para clientes frequentes ou que atingiram algum marco na academia tais como, por exemplo, ter completado 12 meses sem intervalos, ter vindo mais de 15 vezes num único mês ou ter atingido a meta proposta na avaliação física. É como se as “conquistas” do cliente fossem uma “obrigação” dele, sem necessidade de qualquer reforço positivo ou pelo menos um “tapinha nas costas”. Tal como o filho diligente que tira boas



notas na escola e os pais, severos, dizem apenas “não fez mais que a sua obrigação”.

No final das contas, a retenção de clientes em academias acaba sendo um caso célebre para ilustrar “o elefante na sala de estar”: muita gente reconhece e percebe que tem um problema, mas age de maneira passiva ou prefere ignorá-lo. A maioria dos gestores de academias sabe que tem problemas

com a perda de clientes, mas não se mobiliza, com ações concretas e eficazes, para solucioná-los. É como se esperassem um acontecimento mágico ou o aparecimento de uma “fórmula” capaz de reverter a situação. Enquanto isso, lá se vão os clientes e mingua o faturamento. Hora de pedir empréstimo para capital de giro ou tirar a carabina do armário e enfrentar o elefante na sala?

Referências bibliográficas

- (1) Reichheld, F. F., & Sasser, J. W. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.
- (2) Reinartz, W., Thomas, J. S., & Kumar, V. (2005). Balancing acquisition and retention resources to maximize customer profitability. *Journal of Marketing*, 69(1), 63-79.
- (3) Munaier, C. G. E. S., & Costa, C. R. M. (2020). Influence of Usage and Contractual Binds on Customer Retention in Continually Delivered Services: Evidence From the Physical Fitness Business. In: *Proceedings Of The 17th International Conference on Innovation and Management*. Wuhan: Wuhan University of Technology Press.
- (4) Peters, K., & Kashima, Y. (2015). A multimodal theory of affect diffusion. *Psychological Bulletin*, 141(5), 966-992.



QuickShock

Sua vida não pode parar !

(11) 91333-4545
www.quickshock.com.br

LOCAÇÃO - VENDA - TREINAMENTOS



Empresa com
licença Anvisa.



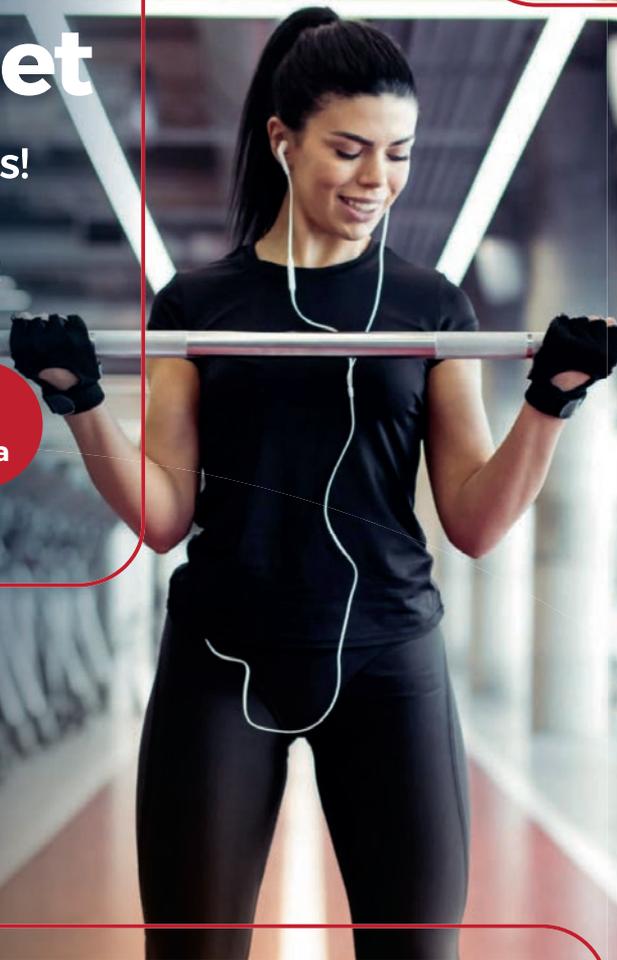


ACAD & Getnet

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

PARCERIA ACAD BRASIL

- Taxas a partir de **0,85**
- 50% de desconto no Aluguel de Máquina



| 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% | 2,00% |

*50% de desconto no aluguel de máquinas com o faturamento mínimo de R\$10.000,00/mês. O pagamento recorrente via e-commerce terá uma mensalidade na Getnet, no pacote básico de R\$100,00 para habilitação. ATENTE-SE A RENOVAÇÃO DO SEU TERMO COM A GETNET, para não perder o benefício.

Garanta este Benefício!

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

Clube de **Benefícios**



DANO, ASSÉDIO MORAL E SEXUAL NAS ACADEMIAS



POR JOANA DOIN

do escritório
Doin Mancuso Advogados,
parceiro da ACAD Brasil

Tema sensível, de difícil trato e que vem sendo desmistificado ao longo do tempo. O chamado “dano invisível”, cuja prova não é simples de se obter e que depende, muitas vezes, da sensibilização com o relato da vítima ou histórico (principalmente social) do agente agressor, vem ganhando importância para o mundo corporativo. E nas academias não é diferente.

No ambiente em que o principal foco de trabalho é o próprio corpo, a exposição às situações de vulnerabilidade se evidencia. Independentemente da proposta da empresa, para ser uma academia, necessariamente o trabalho será em torno do corpo, ainda que com maior ou menor exposição.

É inegável que a maior parte das abordagens para prevenção de casos de assédio, principalmente o sexual, coloca a mulher no lugar da vítima, o que, embora não seja absoluto, ainda condiz com a maioria das denúncias registradas. No entanto, não se pode dizer que o assédio da mulher contra o homem ou com gêneros não binários não existam e que, também, precisem ser tratados e discutidos.

DO DANO E DO ASSÉDIO

Ainda há uma confusão na distinção de dano e assédio, já que possuem similitudes. Ambos ferem o orgulho e a honra e têm a capacidade de promover em sua vítima sentimentos entristecedores. Ainda, sua reparação é extremamente empírica, já que a mensuração não é material, considerando que somos seres singulares que absorvemos as ofensas de formas diferentes uns dos outros. Portanto, o dano moral engloba o mal que atinge a alma, e nele mora também o dano sexual. É possível afirmar, portanto, que o dano sexual é um tipo de dano moral, com características específicas.

Para que seja considerado assédio, um fator se faz relevante: o ato precisa ser reiterado, ou sua consequência reiterada. Neste sentido, uma investida por um beijo roubado, por exemplo, se feito de forma a causar sofrimento é um dano. Mas, se não vier acompanhado de uma insistência corriqueira, ou de outras investidas, não pode ser considerado assédio. É assédio quando a conduta permanece mesmo depois da negativa do ofendido, relada ou velada.

Na mesma lógica, atos menos violentos, quando reiterados são reconhecidos como assédio, como por exemplo piadinhas de mal gosto onde se percebe nitidamente que o “apiadado” não se sente confortável com a suposta brincadeira. Por fim, também pode ser considerado assédio um único ato com reverberação continuada — uma fofoca espalhada, por exemplo.

Assim, ainda que em gestos mais brandos, se ocorrerem de forma reiterada e gerarem sentimentos de entristecimento à alma do ofendido, estarão presentes os requisitos de configuração de um assédio. De acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT) em sua Convenção nº 111, discriminação laboral é toda distinção, exclusão ou preferência, que tenha por efeito anular ou alterar a igualdade de

oportunidades ou de tratamento em matéria de emprego ou profissão, o que abrange, portanto, os casos de assédio, seja moral ou sexual, no ambiente de trabalho.

O assédio sexual é caracterizado como insinuações, contatos físicos forçados, convites inapropriados, entre outros. No entanto, para que esses atos sejam enquadrados como assédio sexual, devem apresentar algumas características específicas, entre as quais: conseguir promoções no emprego, para manter o emprego, forçar a vítima a ceder por medo, ameaçar destruir a imagem da vítima, entre outros.

Com o advento da Lei n 10.224, de 2001, foi acrescentado ao Código Penal Brasileiro o artigo 216-A, tipificando o assédio sexual:

“**Art. 216-A.** Constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função.
Pena – detenção, de 1 (um) a 2 (dois) anos.
§ 2º A pena é aumentada em até um terço se a vítima é menor de 18 (dezoito) anos”.

No âmbito trabalhista, a lesão deverá ser proveniente da relação de trabalho, ou seja, dos fatos pertinentes às obrigações compactuadas entre as partes em função do vínculo jurídico entre elas. O artigo 483 da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, em suas alíneas “a” e “e”, traz a possibilidade da rescisão contratual em consequência de um ato de assédio.

“**Art. 483** - O empregado poderá considerar rescindido o contrato e pleitear a devida indenização quando:
a) forem exigidos serviços superiores às suas forças, defesos por lei, contrários aos bons costumes, ou alheios ao contrato;
e) praticar o empregador ou seus prepostos, contra ele ou pessoas de sua família, ato lesivo da honra e boa fama;”

O Tribunal Superior do Trabalho classifica o assédio de três formas: (1) horizontal, ocorrido entre pares na hierarquia trabalhista; (2) ascendente, quando praticado pelo time em face do líder; ou (3) descendente; mais usual, caracterizado pelo uso do poder hierárquico da liderança sobre seus liderados.

O ASSÉDIO MORAL E SEXUAL NAS ACADEMIAS

As denúncias acerca de assédio sexual vêm crescendo muito nas academias. Não porque os ambientes estão mais promíscuos ou porque os gestores estão mais descuidados; muito pelo contrário: as academias vêm dando atenção e tratam o tema com a seriedade que ele merece. O aumento das denúncias se dá em sua maioria por pessoas que ganham voz e não se conformam com situações humilhantes que antes não eram faladas.

Sempre haverá a dúvida acerca da justa medida do dano, de quem deu causa e quanto a posição da vítima é legítima ou fabricada. O que não há dúvida é da responsabilidade da empresa quando o assédio ocorre em suas dependências,

principalmente se vítima ou agressor for um de seus clientes ou colaboradores. Dos casos mais singelos, aos mais graves, que podem envolver violência e tipificação penal. O assédio deve ser tratado com muita responsabilidade. Considerando que o gestor não pode vigiar e controlar seus clientes e colaboradores a todo momento, então fica a questão: Quais medidas a academia pode tomar para prevenir casos e responsabilização em cenários como esse?

Inicialmente a empresa deve falar abertamente sobre o tema e não rotular o assunto como banal. Conversas coletivas de prevenção, limite de atuação e permissividade são boas pautas que demonstram o cuidado necessário para afastar negligência por parte da academia.

Inserir no regimento interno os limites de conduta é altamente relevante, tanto para colaboradores quanto para clientes e alunos. Limites físicos, psicológicos, de contato e de fala. Proibição de piadas, memes, figurinhas e comparações podem (e devem) estar presentes principalmente para colaboradores com previsão de penalidades e sanções laborais, já que deixa formalizada a inconformidade da empresa com condutas lesivas ao ofendido.



Por fim, e não menos importante, a abertura do canal de denúncia, abarcado pela lei 14.457/2022 que obriga ou sugere um ambiente seguro, sigiloso ou anônimo para que casos delicados sejam tratados corretamente de acordo com os preceitos legais. O canal de denúncia nas academias tem operado verdadeiros milagres, pois chega em fatos que os gestores naturalmente não conseguem enxergar. Assim, com maturidade, tem a oportunidade de corrigir e aprender a cada instante.

Tanto que se tornou uma questão de saúde nas empresas e alterou a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes, a chamada CIPA, para CIPAA, agora denominada Comissão Interna de Prevenção a Acidentes e Assédio.

Não há mais espaço para a fala do gestor: “não tenho o que fazer” ou “isso é coisa deles”. Há sim muito a

“CONVERSAS COLETIVAS DE PREVENÇÃO DEMONSTRAM O CUIDADO NECESSÁRIO PARA AFASTAR NEGLIGÊNCIA POR PARTE DA ACADEMIA.”

ser feito e bem-feito, onde o respeito as diferenças de sexo, gênero, etnias, peso e idade assim como tantas outras merecem espaço de convivência harmoniosa. Com a mesma responsabilidade que já cuidam do corpo e saúde física, ao tratar o tema do assédio, os gestores também cuidam com seriedade da honra, dignidade e saúde mental de seus clientes e colaboradores.

Que assim seja.



Nadando com propósito

24, 25 E 26 DE OUTUBRO

AV. ENGENHEIRO EUSÉBIO STEVAUX, 823 • SANTO AMARO - SÃO PAULO - SP



ESCANEE O
QR CODE E
INSCREVA-SE
AGORA



REALIZAÇÃO: **GUSTAVO BORGES**
PATROCÍNIO: **7Poker** **NSevo**
VENDA OFICIAL: **Sympli **

Glenn Mills

Carlos Busch

Gustavo Borges

Renato Ramalho

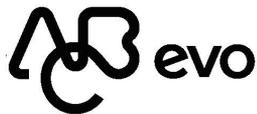
Stephen Langendorfer

PARCEIROS ACAD BRASIL

DIAMOND



totalpass.com.br



w12.com.br



kikos.com.br

GOLD



matrixfitness.com.br

movement.com.br



wellhub.com



nextfit.com.br



sistemapacto.com.br



colortel.com.br

SILVER



newfitness.com.br



casadofitness.com.br



metodologiagb.com.br



wellness.com.br



flipuniformes.com.br



quicks shock.com.br



tecnofit.com.br

APOIADOR



listenx.com.br



vibeducacional.com



floty.com



ppa.com.br

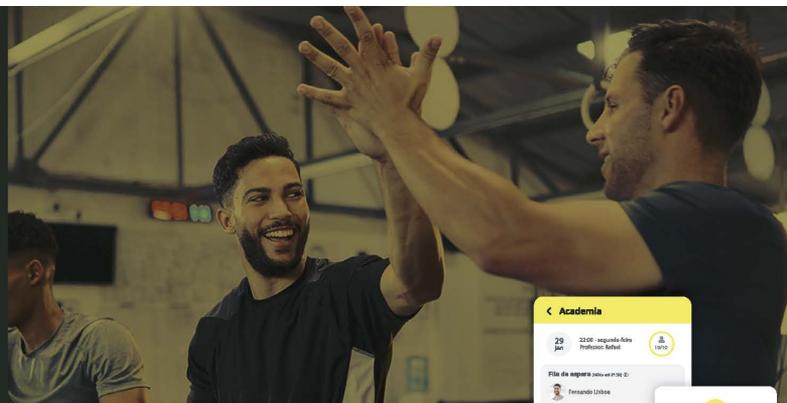


kpaloa.com

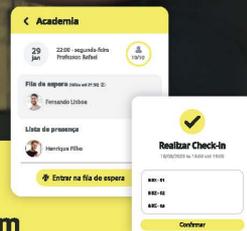


**NÃO ESCOLHA
UM SISTEMA PARA
SUA ACADEMIA!**

ESCOLHA UM
PARCEIRO QUE
TORNA SUA ROTINA DE
GESTÃO **MAIS FÁCIL
E EFICIENTE!**



A Tecnofit é a **tecnologia de gestão com soluções** que realmente **resolvem as necessidades** do seu dia a dia!



Você está pronto para **aumentar seus resultados!**

E nós estamos prontos para apoiar seu negócio, trazendo soluções e tempo para você continuar sonhando e conquistando mais!

tecnofit.com.br

41 3086-2366

Escaneie e inicie uma **nova jornada** de gestão.



CURSO ONLINE

Liberação Miofascial e Ventosaterapia

Método Pain Anatomy

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

WWW.VIBEEEDUCACIONAL.COM

(43) 9 9970-5856

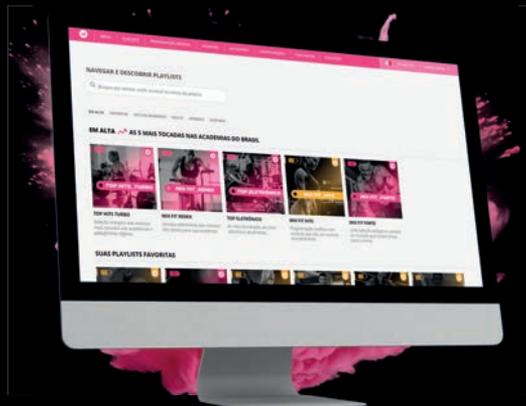
VibeLab
educacional



Acabe com as reclamações de música na sua academia por menos de R\$8,00/dia!

Com a **Radioacademia** você garante a playlist ideal para os seus alunos! É só definir os dias/horários que ela irá tocar e ainda tem anúncios para divulgar as suas aulas, campanhas, promoções e parceiros. Aumente os resultados da sua academia!

TESTE GRÁTIS NA SUA ACADEMIA HOJE MESMO!



POLL BIKE

PARA SUAS AULAS DE AQUAFITNESS

- PEDAL RESISTIVO COM FITA DE AJUSTE
- ALÇA PARA RETIRADA DA PISCINA
- REGULAGEM DE ALTURA



FLOTY

ATENDIMENTO
11 94077 3522

www.FLOTY.com

POWER TRAINING



#EcoKpaloa



CULTIVANDO SERINGUEIRAS para um futuro mais sustentável!

Orgulhosamente uma indústria 100% brasileira



Kpaloa

kpaloa.com / @kpaloa



Ortho LEG Fit

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



PPA Care

ppacare.com.br

ACAD BRASIL

TORNE-SE PARCEIRO ANUNCIE AQUI



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

MOVEMENT®

Os articulados da **Linha NEXT** estão chegando!

Lançados com sucesso na feira Arnold, os novos equipamentos fizeram o maior sucesso e logo estarão prontos para fazer o mesmo na sua academia.

#sóasmelhores tem

NEXT

**CONHEÇA A LINHA
COMPLETA AQUI:**



CONHEÇA AGORA!

A inteligência artificial que recuperou **5.000.000,00 DE REAIS** para negócios fitness em **APENAS 21 DIAS.**

**COM FOCO EM ACABAR
COM A INADIMPLÊNCIA,
O NEXT FIT INOVOU!**

O Motor de Cobrança é o assistente financeiro que trabalha **24 horas por dia para o seu negócio.**



Qual o resultado após ativar essa função do sistema?

Você nunca mais vai perder dinheiro, com alunos treinando sem pagar.

A tecnologia do Next Fit está levando mais de **40.000 gestores** para o próximo nível, não só acabando com a inadimplência, mas também ajudando a **faturar 43% a mais que a média de mercado** e **fidelizar 25% mais alunos** com um sistema de gestão e apoio completo e aplicativo para o aluno.

**Quer ter o Motor de Cobrança e uma série de
outras ferramentas jogando ao seu favor?**

ACESSE:

NEXTFIT.COM.BR

#VemProPróximoNível

Há 35 anos *juntos pela saúde*

KIKOS
FITNESS

MONTE OU
RENOVE SUA
ACADEMIA

EM ATÉ **100X**

**Sujeito à análise de crédito*



PROJETO 3D
PERSONALIZADO



ASSISTÊNCIA
TÉCNICA PREVENTIVA



EQUIPAMENTOS
À PRONTA ENTREGA



CONTRATO
DE LOCAÇÃO
COM OU SEM OPÇÃO DE COMPRA



Saiba mais em
www.kikos.com.br
ou escaneie com a câmera do
celular o QR CODE ao lado

KIKOS
FITNESS

