

Revista 111

Edição 111 - AGOSTO 2025



MENTORIA COM OS MELHORES

- ✕ ACAD FAZ: CONHEÇA AS DIVERSAS FRENTES DE ATUAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO ✕
- ✕ ESPECIALISTA PAUL BEDFORD FALA SOBRE RETENÇÃO: INDICADOR DECISIVO ✕
- ✕ PÁGINAS AZUIS: ENTREVISTA COM RAFAEL KISO, ESPECIALISTA NO UNIVERSO DIGITAL ✕
- ✕ ATIVIDADES AQUÁTICAS: OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS NO FITNESS BRASILEIRO ✕

LANÇAMENTO OFICIAL
KIKOS FITNESS



MONSTER
A LINHA QUE RESPONDE À SUA GARRA.

LANÇAMENTO OFICIAL

FITNESS BRASIL EXPO 2025
28 A 30 DE AGOSTO
TRANSAMERICA EXPO CENTER

Conheça todas as soluções
da Kikos para o seu negócio.

Acesse nosso site: www.kikos.com.br

📱 @kikosfitness 📞 (11) 95766-1241

TOTALPASS

» FAZ TOTAL SENTIDO VER SUA ACADEMIA CHEIA O ANO TODO!

Com a TotalPass, a sua academia ganha visibilidade, novos clientes e passa a integrar o maior ecossistema de saúde física e bem-estar do Brasil.



A gente sabe: encher a academia de alunos e manter a casa cheia todos os meses, especialmente no inverno, não é tarefa fácil!

Por isso, criamos uma parceria que faz TOTAL sentido para quem quer crescer de verdade.



UMA PARCERIA NA PALMA DA SUA MÃO

Você pode gerenciar a parceria, acompanhar seus repasses e monitorar o crescimento do seu negócio a qualquer hora, de forma prática e transparente, pelo nosso Portal de Academias.



APOIO PARA SEU CRESCIMENTO

Conte com um executivo de conta dedicado, pronto para te orientar sempre que surgir uma dúvida ou oportunidade.

AO SE TORNAR UM PARCEIRO DA TOTALPASS, VOCÊ:

- ✓ RECEBE MILHARES DE NOVOS POTENCIAIS ALUNOS
- ✓ SE INTEGRA AO BENEFÍCIO QUE JÁ ESTÁ PRESENTE EM MAIS DE 15 MIL EMPRESAS
- ✓ GANHA MAIS VISIBILIDADE PARA SUA MARCA
- ✓ AMPLIA SEU FATURAMENTO SEM COMPLICAÇÃO, COM REPASSE JUSTO E PONTUAL

E o melhor: sem investimento inicial. **Só benefícios.** <<<<



**FAZ TOTAL »
SENTIDO DAR O
PRÓXIMO PASSO**

Aponte a câmera do seu celular para o QR Code e indique sua academia para ser uma parceira da TotalPass.

MOVEMENT®

Aria transforma o ambiente.
E redefine a experiência de treino.



**Condições exclusivas durante a
Fitness Brasil Expo 2025.**

Visite nosso stand e aproveite
ofertas especiais para equipar seu
espaço com a nova esteira Aria.

www.movement.com.br

Siga-nos:



PALAVRA DO PRESIDENTE



AILTON MENDES

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

presidencia@acadbrasil.com.br

Este ano é um marco na história da nossa Associação e do nosso setor: lançamos o ACAD Talks, uma mentoria dedicada aos gestores do fitness brasileiro. Um projeto gratuito, exclusivo para associados da ACAD Brasil, que conta com um time de mentores, especialistas e líderes que abordarão temas determinantes para os negócios de academias. A mentoria é o tema da nossa matéria de capa da Revista!

Também nos enche de orgulho nossa presença em um dos eventos mais importantes do mundo: a Fitness Brasil Expo. Há uma década, nossa participação era tímida, em um espaço com pouca visibilidade e pouca visitação. Hoje, somos reconhecidamente uma forte voz para o mercado: conquistamos um espaço nobre, entre os players de maior sucesso; nosso estande é sempre muito movimentado; saltamos de cerca de 200 associados para mais de 2 mil empresários que confiam em nossa atuação e somos fortes parceiros da Fitness Brasil!

Nesta edição 111 da Revista, trazemos um especial "ACAD Faz", no qual contamos um pouco sobre a nossa atuação e sobre a importância de estarmos cada vez em maior número, reunidos sob os mesmos propósitos: o de defender e desenvolver os negócios de academias e o de promover a saúde da população brasileira.

Também nestas páginas, duas entrevistas de grande relevância, com especialistas que marcam presença na Fitness Brasil Expo 2025: Paul Bedford, o "Guru da Retenção", e Rafael Kiso, especialista no universo digital e palestrante do Encontro ACAD São Paulo. A coluna Academia Legal traz o tema do ECAD e as novidades sobre rádios-academia e inteligência artificial. As Águas do Fitness evidenciam a imensa vocação do Brasil para atividades aquáticas. Já a coluna Profissional de Educação Física conta a trajetória de Carlinhos Califórnia, de entregador de flores a líder de um grupo empresarial do fitness.

Junte-se a nós e seja um associado da ACAD Brasil. Convide também outros empresários e gestores. Vamos juntos fazer do fitness brasileiro o mais forte do mundo!

Boa leitura!

ÍNDICE

MATÉRIA DE CAPA

ACAD Talks: mentoria com os melhores do fitness

10



MERCADO E TENDÊNCIAS

Retenção de clientes

18



ACAD FAZ

Conheça as atuações da Associação

28



PÁGINAS AZUIS Entrevista com Rafael Kiso

32

ACADEMIA LEGAL ECAD, rádios-academia e IA

36

ÁGUAS DO FITNESS Oportunidades de negócios

40

COLUNA EDUCAÇÃO FÍSICA Trajetória de Carlinhos Califórnia

45

ROTINAS DE ACADEMIAS Inclusão e privacidade

48

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 (SelfFit)
Gustavo Madeira (Blue Fit Academia)

CONSELHO FISCAL:

Richard Bilton (Cia Athletica)
Marcelo Ferreira (Personal Acqua Center)
Patrick Aguiar (Nova Forma)

GESTÃO EXECUTIVA: Andrea Rodrigues

EDIÇÃO E REDAÇÃO: Lília Giannotti

DESIGN E DIAGRAMAÇÃO: João Ricardo Câmara

Nós levamos segurança a sério



Por que ter um sistema comum se você pode ter Pacto no seu negócio

Mais que sistema, um ecossistema focado em gestão com lucratividade. Descubra o Pacto Flow, uma jornada única de vendas e autoatendimento.



Pacto Marketing - Jan 2025



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

PACTO

Descubra a performance que alia *simplicidade, confiabilidade e entrega imediata*

TUDO COMEÇA COM UMA VISÃO

Na Vision Fitness, criamos mais do que equipamentos. Criamos *experiências* que refletem a essência do que acreditamos: simplicidade com propósito, tecnologia acessível e durabilidade que se comprova na prática.

Com estoque disponível para entrega imediata, oferecemos soluções para quem valoriza resultado sem abrir mão da estética e da eficiência. Equipamentos testados até **3x mais**, projetados para ambientes exigentes e usuários que buscam confiança em cada detalhe.

Conheça dois destaques da linha Vision:



Esteira T600E

Ideal para treinos intensos com alto padrão de conforto e durabilidade.



Treinador Funcional

Para treinos completos, com resistência, fluidez e praticidade.

Convidamos você para uma *experiência exclusiva*

Um espaço pensado para que você vivencie, de perto, a qualidade Vision



SHOWROOM JOHNSON FITNESS
Av. Rebouças, 2485 – Pinheiros/SP

ENTRE EM CONTATO:
(11) 3071.4277

CONFERENCE 2025

RIO DE JANEIRO

ACAD BRASIL

14 DE NOVEMBRO
08H30 - 18H00

RESERVE ESSA DATA!



CADASTRE-SE PARA RECEBER TUDO EM PRIMEIRA MÃO!

Aponte a câmera para o QR Code e garanta prioridade na inscrição!

VOGUE SQUARE - AV. DAS AMÉRICAS, 8585 - BARRA DA TIJUCA - RJ



VOZES QUE MOVEM O MERCADO

ACAD Talks: mentoria com os melhores do fitness

Só para associados da ACAD Brasil: encontro online dará a gestores de negócios de academias a oportunidade de conversar com fortes nomes do setor.

Nos últimos anos, o fitness brasileiro tem experimentado um alto nível de profissionalização e excelência. O movimento de escalonamento de marcas, a entrada de novas empresas e diferentes perfis do consumidor final exigem cada vez mais das entregas feitas pelos diversos modelos de negócios de academias que hoje disputam este inovador e competitivo mercado.

Em meio a mais de 42 mil academias (dados de 2025 do Sistema Confef-Cref), o Brasil tem visto o crescimento do número de redes médias — com cerca de dez unidades — muitas das quais lideradas por profissionais de Educação Física que fortaleceram a gestão e conseguiram escalar. Mais de 80% dos empresários à frente das academias de todo o país ainda empreendem sem conhecimento sobre gestão. Com o

aquecimento dos negócios e a demanda por mais profissionalização, os antes considerados “pequenos” terão que se capacitar e aprender com os líderes e grandes *players* — hoje extremamente admirados por todos.

Neste cenário, quem detém as informações sobre boas práticas internacionais têm cobrado caro para compartilhar dicas de sucesso e orientar sobre as mais eficazes estratégias para atuar em um setor extremamente competitivo. O Brasil tem tudo para liderar o mercado de fitness, não apenas pelo número de estabelecimentos, mas também pela excelência de seus gestores e das entregas aos praticantes de atividade física. De olho nesse futuro que já chegou, a diretoria da ACAD Brasil criou um programa de mentoria voltado totalmente para gestores de academias!

Só feras do fitness à disposição dos gestores de academias

“Imagine ter um time de medalhões, que conhecem tudo desse mercado, não compartilhando toda a sabedoria sobre o fitness mundial, mas também à disposição dos empresários brasileiros para tirar dúvidas e revelar segredos sobre uma gestão campeã! É disso que se trata esse projeto de mentoria, batizado de ACAD Talks, que será um divisor de águas para gestores de negócios do fitness. Um dos nossos principais papéis na Associação é contribuir para a capacitação das pessoas que atuam no setor e para o desenvolvimento dos negócios de academias. Por essa razão, criamos esta mentoria”, disse Ailton Mendes, presidente da ACAD Brasil.

Carlinhos Califórnia, empresário do fitness nacional e especialista em marketing neste segmento, é um dos propositores do projeto ACAD Talks — uma mentoria, com importantes nomes do mercado fitness, especialistas, consultores, palestrantes, CEOs e líderes de negócios bem-sucedidos. “O AcadTalks surge como uma resposta à necessidade crescente de profissionalização no mercado fitness, principalmente no que diz respeito à gestão de academias que enfrentam desafios como retenção de clientes e aumento da competitividade. Ao trazer gestores e especialistas como referências, o evento busca empoderar os participantes, fornecendo *insights* práticos e soluções aplicáveis que podem ser incorporadas à rotina das academias.”

Segundo Andrea Rodrigues, gestora da ACAD Brasil, os associados terão acesso a uma série de benefícios: “estratégias inovadoras e práticas do setor; conexão com uma comunidade de gestores que enfrentam realidades semelhantes; oportunidade de expandir a expertise em gestão, independente do porte ou

da localidade da academia. Tudo isso estará à disposição em uma plataforma online, com aplicativo que dará acesso a todas as aulas. A ACAD não vai vender essa mentoria, mas ela estará disponível exclusivamente para associados. Para que o empresário seja ‘mentorado’ e receba todo esse conhecimento e a capacitação dessas lideranças, ele precisa ser associado e fazer parte desse time de gestores que contribuem continuamente para o desenvolvimento do setor.”

Ailton Mendes complementou: “Estamos criando uma cultura associativista, porque estar na ACAD é assegurar as atividades do setor, a livre iniciativa do mercado e a concorrência saudável. É também proteger o setor e os negócios de academias dos projetos de leis que possam impactar negativamente nossas atividades. Além de garantir a proteção, nossa missão também é contribuir ao máximo para profissionalizar a gestão dessas mais de 42 mil academias de todo o país.”

Formato da Mentoria

Acad Talks acontecerá todo mês em formato 100% on-line, facilitando a participação de gestores de diferentes regiões e países, sem a necessidade de deslocamento. Vai reunir especialistas e profissionais experientes do mercado fitness para compartilhar boas práticas e estratégias sobre como gerir academias de forma eficiente. A iniciativa tem como objetivo criar um espaço de aprendizado colaborativo, troca de experiências e debate de ideias que possam transformar a gestão de academias e proporcionar uma experiência melhor para gestores, colaboradores e clientes.

Já estão programadas mais de vinte mentorias, com os mais diversos temas já definidos, cada uma com até duas horas de duração, realizadas em plataforma digital. Cada evento terá um mentor

convidado, que vai apresentar um tema e as melhores práticas da temática em questão, e depois abrirá para perguntas e respostas, ao vivo. O associado que não puder participar do evento ao vivo poderá assistir à gravação, que será disponibilizada exclusivamente para associados cadastrados na plataforma do Acad Talks.

Entre os temas já definidos estão: “Como construir uma equipe de alto desempenho para sua academia”; “Estratégias para atrair e reter clientes”; “Boas práticas financeiras no mercado fitness”; “Tendências de marketing digital para academias”. Os convidados são gestores experientes, empresários de renome, e especialistas no setor fitness que trarão pontos de vista diversificados, com base em suas trajetórias e resultados no mercado.

Principais objetivos com o ACAD Talks

1

Compartilhar boas práticas: Apresentar exemplos de estratégias bem-sucedidas na gestão de academias, como retenção de clientes, gestão de colaboradores, vendas e marketing.

2

Fomentar *networking* e troca de ideias: Promover a interação entre profissionais da área, permitindo a troca de experiências e *insights* práticos.

3

Educar e inspirar gestores: Ajudar donos de academia a enfrentarem desafios operacionais e a implementarem processos mais eficientes.

Primeiro mentor abordou “Gestão estratégica de academias em rede”

A estreia da mentoria foi em julho e teve como convidado o empresário Fernando Menezes, CEO da SelfFit e diretor da ACAD Brasil. O tema proposto pelo primeiro mentor do ACAD Talks foi “Gestão estratégica de academias em rede”, e foram abordadas questões como:

crescimento com propósito e disciplina; pilares da expansão sustentável; cultura como motor de performance; indicadores essenciais para decisões; além de lições da trajetória da SelfFit, que hoje tem 150 unidades no país. Uma mentoria recheada de dicas valiosas para o participante.



Fernando Menezes, CEO da SelfFit e diretor da ACAD Brasil

“A iniciativa desta mentoria é pioneira. No exterior, há conferências e fóruns, mas mentorias gratuitas com líderes do setor, abertas a todos e com foco no mercado nacional, são raras. O ACAD Talks coloca o Brasil na vanguarda do fitness! Podemos dizer que é um verdadeiro marco para o setor nacional do fitness, pois transforma conhecimento prático em ferramenta para empreendedores e profissionais. Em um momento em que a saúde é crucial, a iniciativa fortalece todo o mercado — de pequenos estúdios a grandes redes — e impulsiona seu crescimento sustentável”, disse Fernando Menezes.

Conheça alguns dos mentores já confirmados



Monica Marques, sócia na Companhia Atlética e diretora na ACAD Brasil

“O projeto que mais se aproxima do ACAD Talks no exterior é o Rex Roundtables, que reúne proprietários de academias de diversas cidades para desenvolver a gestão, conhecer estratégias e melhorar os seus negócios. A mentoria proposta pela ACAD trará aprendizado e *networking* para o crescimento das academias de todos os tipos. O operador fica tão absorvido nas questões do dia a dia que, muitas vezes, não prioriza tempo para avaliar, repensar e desenvolver o seu negócio, o que pode gerar estagnação e diminuição da rentabilidade. A mentoria trará as experiências reais de pessoas que efetivamente investem e dirigem as suas operações: o que deu certo, o que deu errado, como encurtar caminhos e acelerar o crescimento!”

Paulo Akiau, presidente na ABC EVO

“O ACAD Talks vai permitir a novos empreendedores e aqueles que não conhecem profundamente o nosso setor que tenham uma oportunidade única de interagir com quem tem larga experiência e conhecimento do mundo fitness. Eu dedicarei esse tempo aos temas que me permitiram construir empresas de sucesso: Cultura e Liderança. Vamos focar em formação e engajamento de equipes, desenvolvimento humano, relacionamento interpessoal e fidelização de clientes. Essa mentoria é fundamental, considerando a velocidade em que cresce o nosso setor e a quantidade de novos investidores. Os resultados esperados incluem uma redução significativa do risco de fracasso e perdas nos novos investimentos, o que por si só justifica o tempo investido.”



Eduardo Netto, sócio e diretor técnico da Bodytech



“Projetos gratuitos com mentores de alto nível são raros mesmo no cenário internacional. Diferente de fóruns pagos como os da IHRSA ou EuropeActive, o ACAD Talks se destaca por democratizar o acesso a grandes nomes do mercado, promovendo o desenvolvimento técnico e estratégico do setor fitness. Nesta mentoria, a ideia é entregar não apenas inspiração, mas caminhos concretos para que gestores possam transformar seus negócios. O ACAD Talks marca um ponto de virada ao oferecer, de forma inédita e gratuita, acesso direto à visão estratégica dos maiores líderes do setor. A iniciativa contribui para a formação de gestores mais capacitados e alinhados às novas exigências do mercado, sendo fundamental em um cenário de rápidas mudanças e necessidade crescente por inovação e profissionalismo.”

Rafael Coelho, CEO na academia Go CrossFit e diretor da ACAD Brasil na Bahia

Írei abordar caminhos para que o empreendedor viabilize sua primeira academia ou consiga expandir o seu negócio. Vamos falar de estudo de viabilidade, financiamentos e sociedade. Eu faria uma pequena mudança na frase do fundador da CrossFit, Greg Glassman, a atividade física é um barco salva-vidas num tsunami de doenças crônicas, acredito que 100% da população jovem e adulta deva fazer atividade física e quanto mais academias de qualidade tivermos, mais o Brasil ganha. Um projeto como o ACAD Talk, que coloca grandes nomes do mercado fitness brasileiro “batendo papo” com qualquer (futuro) empreendedor, vai inspirar pessoas, fazendo com que elas saibam que podem e devem seguir adiante.”



Marcelo Vianna, sócio e diretor de operações da Bodytech



“Penso que não haja nenhuma mentoria como o ACAD Talks, especialmente com foco no mercado de fitness. Temos aqui uma ótima oportunidade! O tema da minha mentoria será ‘Liderança: fundamentos de um líder de sucesso no mercado moderno’. Vamos debater todas as áreas sobre as quais um líder de sucesso precisa estar atento para fazer a diferença em sua organização. Em um mercado competitivo, liderança não é mais status. É atitude. Clareza. Ação! Vamos conversar sobre isso, com muitas sugestões que poderão ser aplicadas no dia a dia das academias.”



Richard Bilton, CEO da Companhia Atlética e diretor da ACAD Brasil

“Existem programas internacionais oferecidos pela Health and Fitness Association (HFA), nos quais são convidados quatro ou cinco empresários que discutem temas e colocam sugestões. É bem interessante. Como já tenho 40 anos de mercado, acredito que eu possa falar sobre a área financeira, tributária, também sobre resiliência, depois de tudo o que enfrentamos e ainda estamos com os negócios em funcionamento. Acredito que o ACAD Talks seja mais um passo para mostrar a importância da ACAD no cenário nacional. Quem se importa com a própria empresa atuando nesse nosso mercado com certeza deve aproveitar de tudo o que um associado da ACAD tem acesso e a mentoria será mais um instrumento para demonstrar essa importância.”

Noara Pozzer, especialista em Atendimento, Marketing, Vendas e Liderança



“O ACAD Talks vai democratizar conhecimento de ponta, não só a teoria. É um movimento ousado e necessário. Eu aceitei o convite porque acredito no poder dessa transformação coletiva. Escolhi falar de um tema urgente: a conexão entre a internet e o balcão — do digital à venda presencial. É sobre parar de separar o online e o offline como se fossem inimigos, e começar a gerar venda com consistência nos dois mundos. A proposta é uma injeção de visão, coragem e execução para academias que querem sair do raso. Se a gente quer que o mercado seja mais valorizado, mais profissional e mais forte, precisamos entregar conteúdo de alto nível — e entregar de verdade.”

Alessandro Mendes, especialista e palestrante



“Tenho muito orgulho de fazer parte da trajetória da ACAD, uma instituição tão importante para o nosso segmento. O projeto da mentoria me deixa muito feliz porque é muito inovador e tem uma abordagem diferente e orientadora. O que mais o nosso mercado precisa é de entrega de conhecimento para que possa construir novos caminhos. O ACAD Talks está alinhado ao propósito da Associação de conectar pessoas e fazer a relação entre conhecimento, prática e resultado, para que os gestores possam transformar sua realidade. Essa mentoria tem a ver com o momento que estamos vivendo: mercado em alta, grandes transformações competitivas, gerando mais eixos de disputa de espaço. A tendência é que a gente tenha negócios cada vez mais estratégicos, acelerados, com propostas de valor clara e uma competição mais estruturada.”



Joana Doin, sócia na Doin Mancuso Advogados

“Vejo que a ACAD sempre foi vanguardista em propostas de melhoria do mercado. Apenas uma organização sem fins lucrativos e com tamanha credibilidade poderia promover algo dessa proporção. O tema da minha mentoria será ‘Limites legais do assédio nas academias com clientes e colaboradores’. Já sabemos que canais de denúncia, NRI, gênero e etarismo são questões que precisam ser cuidadas sob suas repercussões legais. Cuidar com a legalidade da moralidade das relações aumenta credibilidade e reputação do setor de maneira geral. Academia é um ambiente de saúde e respeito, não de promiscuidade ou assédio. Saber o que se pode e o que não se pode fazer é de suma importância sob o aspecto legal.”



Chegou a sua chance de mergulhar em uma mentoria com os maiores especialistas do mercado. Escaneie o QR Code e veja como participar do ACAD Talks!



REFORMER

ADVANCED

PILATES FITNESS

**O PODER DO PILATES
A ENERGIA DO FITNESS**

MetaLife



D1FITNESS



D1FITNESS, QUALIDADE QUE GERA RESULTADOS!

Condições exclusivas,
equipamentos de alta performance
e suporte especializado para levar
sua academia ao topo.

A melhor escolha para o seu negócio!



FITNESS BRASIL - CONECTAMOS, CAPACITAMOS E FORTALECEMOS O MERCADO FITNESS, PROMOVENDO UM FUTURO MAIS SAUDÁVEL PARA TODOS



PANORAMA SETORIAL
**FITNESS
BRASIL**

**FITNESS BRASIL
PHORTE**
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

FITNESS
banco.fitness

**FIT-BR
NEWS**

Somos uma plataforma multicanal do mercado
Fitness: **expo**, **educação** e **conteúdo**

MISSÕES INTERNACIONAIS
FITNESSBRASIL

**FIT-BR
CAST**

**FIT-BR
GUIA**

**FIT-BR
PROGRAMAS
EDUCACIONAIS**



SEU HUB DE CONHECIMENTO FITNESS COMEÇA AQUI.
SIGA A GENTE E ACELERE SUA EVOLUÇÃO



Retenção: indicador é decisivo para o sucesso dos negócios

Conhecer as principais estratégias de retenção de alunos é fundamental para manter a lucratividade das academias.

Não é novidade alguma que a retenção de alunos é um dos principais desafios que toda academia enfrenta. A expressão “o elefante na sala” se aplica perfeitamente neste caso, pois descreve um problema óbvio que todos enxergam, mas que ainda faz parte do dia a dia dos negócios do fitness como um imenso gargalo. Lidar com isso pode ser desconfortável e complicado, mas o problema precisa ser encarado! A boa notícia é que há especialistas no mercado de fitness, saúde e bem-estar que já experimentaram abordagens assertivas e soluções estratégicas para vencer o desafio. Esta matéria é sobre boas práticas que podem contribuir com uma gestão sem a sombra do gigante elefante da retenção.

Manter um cliente exige um investimento muito menor do que conquistar um novo: um aluno que sai da academia pode representar um custo adicional de US\$500 em receita anual por cancelamento. De

acordo com uma pesquisa feita pela Invesp Consulting, aumentar a taxa de retenção de clientes em 5% aumenta os lucros da empresa em até 95%. A probabilidade de se fazer uma nova venda para um cliente que a academia já tem é de cerca de 70%, enquanto vender para um novo cliente é de no máximo 20%. Em um recente levantamento da Health & Fitness Association, uma das adversidades apontadas por pessoas que frequentam academias é a falta de motivação que faz com que 64% das pessoas desistam dos treinos nos três primeiros meses de matrícula.

Por que a retenção de alunos ainda é tão desafiadora?

Não existe uma fórmula mágica ou uma solução única. Reter alunos em academias envolve diversos desafios, exigindo estratégias refinadas para garantir uma boa saúde financeira da empresa. Além

disso, a dificuldade por parte dos alunos em obter resultados muitas vezes gera um excesso de faltas e compromete a continuidade nos treinos. Por isso, é fundamental fazer um trabalho ativo de motivação dos alunos.

Entender a relevância de elaborar estratégias para reter alunos é um passo importantíssimo para se ter sucesso na academia e expandir os serviços oferecidos aos clientes, garantindo alto diferencial e boas margens de lucro. Vale a pena investir em abordagens referentes

à personalização do atendimento e melhoria da experiência dos clientes. Iniciativas como a organização de eventos, aquisição de alta tecnologia, gamificação e acesso a aplicativos exclusivos fazem toda a diferença para manter uma base estável de alunos matriculados.

Com uma boa taxa de retenção, é possível ter mais previsibilidade nas receitas do negócio. Consequentemente, consegue-se realizar investimentos estratégicos e montar um plano de expansão. Todo mundo pode sair ganhando!

ESTRATÉGIAS PARA GERAR RETENÇÃO

1

APOSTE NA CRIAÇÃO DE EVENTOS SAZONAIS PARA GERAR CONEXÃO

Mais de 95% das pessoas que praticam exercícios físicos gostam de participar de eventos e até viajam para isso. Crie esta oportunidade: organize competições, *workshops* temáticos e desafios fitness para elevar o senso de comunidade e potencializar o volume de conversões.

2

USE TECNOLOGIAS PARA FACILITAR O ACESSO E EXPERIÊNCIA DO ALUNO

Diversas soluções podem simplificar a vida dos alunos e gerar uma experiência mais agradável antes e durante a atividade física, tais como: biometria ou leitura facial; bebedouros e banheiros com tecnologia sem contato; sistemas de entretenimento, televisores e caixas de som adequadas.

3

INVISTA EM GAMIFICAÇÃO E TREINOS MAIS DIVERTIDOS

O uso de games torna os treinos mais competitivos e divertidos, além de engajar os alunos a completar objetivos da rotina de exercícios. A gamificação torna a experiência lúdica, dando um gás extra para quem está começando e prendendo a atenção dos alunos mais avançados.

4

INCLUA UM APLICATIVO EXCLUSIVO PARA FACILITAR O DIA A DIA

O uso de aplicativos próprios de treino gera facilidades para o dia a dia dos alunos, aumentando o índice de retenção. É uma solução útil para reduzir custos, ajudar no acompanhamento de treinos.

5

INVISTA NA QUALIFICAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS

Cerca de 87% das pessoas valorizam uma boa experiência de atendimento. Para oferecer uma jornada encantadora a quem visita sua academia, é preciso que os colaboradores estejam bem treinados.

6

CRIE UM AMBIENTE ACOLHEDOR PARA ESTIMULAR A FREQUÊNCIA

Além de uma infraestrutura de primeira é preciso fazer com que os alunos se sintam parte de uma comunidade. Busque a promoção de uma cultura inclusiva, que atenda as necessidades individuais e trabalhe junto ao aluno para superar desafios.

7

TENHA UMA COMUNICAÇÃO CONSTANTE

É importante manter uma comunicação transparente e adequada com os alunos, oferecendo clareza sobre horários de funcionamento, benefícios dos planos escolhidos e avisos sobre mudanças ou eventos especiais. O feedback é uma ferramenta fundamental para identificar quais serviços precisam ser melhorados e quais são os pontos fortes do negócio. Dessa forma, é mais fácil elaborar estratégias para suprir as necessidades dos alunos e aumentar a retenção na academia.

COMO CONTINUAR MOTIVANDO OS ALUNOS?

- * Diversificação de aulas e treinos
- * Criação de desafios semanais, eventos temáticos e grupos de ginástica
- * Ouça a opinião dos clientes e entenda quais são as modalidades que farão mais sucesso
- * Atividades em grupo também reforçam o sentimento de comunidade
- * Programas de recompensas: descontos para quem alcançar uma meta
- * Benefícios por indicações e desconto para família também prometem trazer resultados
- * Parcerias com empresas de bem-estar: sala privada para massagem, massoterapeutas, nutricionistas, personal trainer etc.

Cinco perguntas para Paul Bedford, o "Guru da Retenção"

Como muitos outros especialistas da indústria do fitness, Paul Bedford começou como instrutor de academia e personal trainer em 1990. Mas algo sempre o provocou: "nunca consegui entender por que tantas pessoas começaram cheias de entusiasmo, mas, depois de um curto período, pararam de se exercitar e rapidamente voltaram aos seus antigos comportamentos". À procura de respostas para o problema da adesão ao exercício e retenção de alunos nas academias, Bedford concluiu um mestrado em Exercício e Comportamento de Saúde, e logo depois o segundo mestrado em Investigação em Ciências Sociais. Com os dois cursos concluídos, ele terminou também o doutorado. "Decidi então aplicar o que havia aprendido e em situações do mundo real. Primeiro testei as minhas teorias com pequenas academias, depois com médias empresas e finalmente com operadores nacionais e multinacionais."

Depois de 20 anos com o foco em um único problema do mercado internacional de fitness, Paul Bedford é conhecido como o "Guru da Retenção", atendendo academias e operadores da indústria de fitness em todo o mundo. Este mês, ele desembarca em São Paulo para o maior evento de fitness da América Latina: a 26ª edição do Fitness Brasil. Por aqui, todos estão ansiosos em assisti-lo ao vivo e conversar com ele. A equipe da Revista ACAD Brasil adiantou esse papo e lançou cinco perguntas ao mais conhecido especialista em Retenção de todos os tempos.

Paul Bedford, o Guru da Retenção

“É preciso criar um ciclo em que quando alguém esteja na academia tenha uma boa experiência e queira voltar”

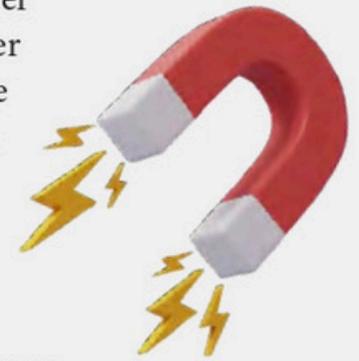
Em um mercado extremamente competitivo, é possível manter a fidelidade do cliente?

A fidelidade se baseia na experiência que um cliente recebe e isso se refere a cada visita à academia. Uma experiência ruim pode gerar dúvidas na mente de uma pessoa sobre o valor de uma assinatura. Dois fatores influenciam a relação custo-benefício da retenção e os resultados desejados (objetivos). O primeiro é se frequento minha academia com frequência suficiente para que meu pacote tenha um bom custo-benefício; o segundo é se a minha frequência é suficiente para atingir meus objetivos. Portanto, impulsionar as idas à academia se torna uma prioridade. É preciso criar um ciclo em que quando alguém esteja na academia tenha uma boa experiência e queira voltar, o que garantirá o custo-benefício e o progresso em direção a uma meta.

Conhecendo diversos mercados ao redor do mundo, o que mudou na última década que precisa ser levado em consideração para os negócios de hoje?

O consumidor se tornou mais consciente sobre como treinar. Eles dependem menos dos treinadores na academia e procuram exercícios online e programas para seguir. Os clientes mais jovens também são menos fiéis no sentido tradicional. Eles querem experimentar uma variedade de coisas e não consideram deslealdade ter várias assinaturas ou usar outras academias. Os proprietários de academias

precisam entender que, em vez de receber todo o dinheiro que um cliente gastaria em um mês, eles receberão uma parte dele e para manter essa parte precisarão proporcionar uma boa experiência — na verdade, uma experiência cada vez melhor!



O que é a tal experiência do cliente e qual o seu impacto no sucesso de um negócio?

Pense nisso como Jornada do Cliente + Comportamento da Equipe = Experiência do Cliente. A experiência do cliente é a resposta emocional ao produto ou serviço que as academias oferecem. Todos estão sempre tendo uma experiência e algumas delas são instintivas. As academias precisam projetar o processo usado para vender, integrar e gerenciar as visitas diárias. Estúdios *boutique*, *box* de Crossfit e academias de alto padrão fazem isso melhor do que a maioria. Companhias aéreas e hotéis foram os primeiros a desenvolver experiências do cliente para oferecer suporte a cobranças mais altas para diferentes segmentos. É a combinação de um processo de jornada do cliente bem projetado e um comportamento consistente da equipe.

Quais são as suas expectativas para sua participação na Fitness Brasil e o que você já sabe sobre o mercado brasileiro de academias?

Esta será minha segunda visita ao Brasil e, da última vez, o mercado estava menos maduro. Sei que agora o setor está em plena expansão, está explodindo com a abertura

de muitas academias independentes e menores, além do crescimento das redes e das franquias escalonadas. Prevejo que haverá uma lacuna no mercado. Aqueles gestores que são mais focados em negócios continuarão a se destacar. Aqueles que administram uma academia porque gostam de praticar atividade física ou de estar no mundo fitness terão dificuldades para crescer. Estou ansioso para compartilhar meu conhecimento e ajudar os proprietários de academias no Brasil a alcançarem o sucesso.

Quais são suas diretrizes e práticas recomendadas para aumentar a retenção de clientes?

Impulsione a frequência das visitas. Tudo depende da frequência. Não importa o quão agradável seja a sua academia, o quão bem treinada seja a sua equipe ou a qualidade da sua programação; se tudo isso não for visitado, o cliente irá embora. Concentre-se em fazer com que os clientes venham apenas duas vezes por semana (evite aglomerações), mas no mesmo dia e horário. Isso cria uma rotina que pode eventualmente se tornar um hábito. Se você tem uma equipe, interaja com o máximo possível de clientes a cada visita. Pense em interagir, não em interromper!

CASA DO FITNESS NA FITNESS BRASIL EXPO 2025

Você é nosso convidado especial para explorar o futuro do fitness!

Mais um ano na Fitness Brasil Expo, reafirmando nosso compromisso com o que **há de mais moderno em equipamentos fitness**.

Teremos um **lançamento exclusivo Le Forzz**, entre outras novidades imperdíveis. Esperamos por você para conhecer tudo em primeira mão!!

Aproveite também para conhecer as **condições especiais** disponíveis para visitantes do nosso estande e descubra as **melhores soluções** para suas necessidades.

Visite-nos e mergulhe nas últimas **inovações e tendências** do mercado fitness!

 **ESTANDE C9**

 28, 29 e 30 de agosto de 2025

 Transamérica Expo, São Paulo



SUA SAÚDE,
NOSSO IMPULSO



**VOCÊ ENCONTRA OS
NOSSOS PRODUTOS EM:**

casadofitness.com.br
Lojas Físicas Casa do Fitness



Parceiro é aquele que só cresce se for junto com você



Na hora de escolher o parceiro ideal para agregar clientes novos e receita incremental à sua academia ou estúdio, escolha Wellhub

600 milhões

de check-ins

23 mil

clientes corporativos

Presente em

13 países

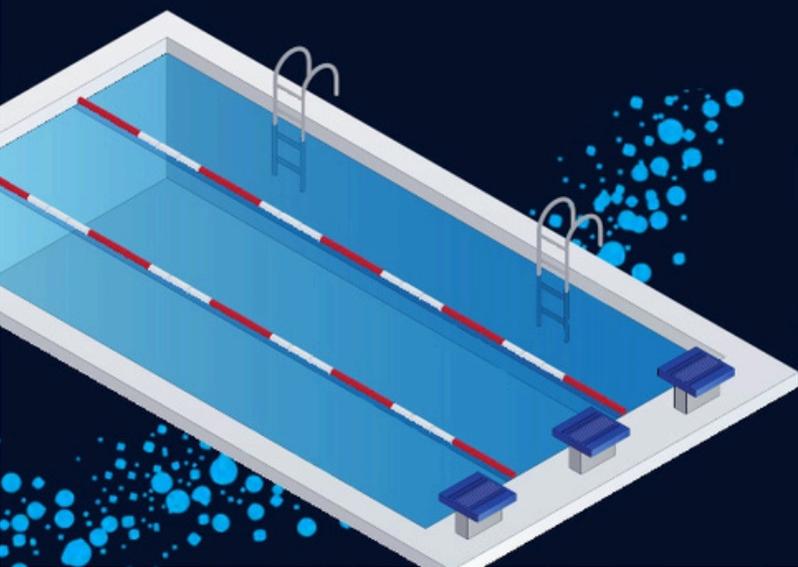
Conte com o Wellhub como seu canal de vendas corporativo e preencha os espaços ociosos da sua agenda

Acesse wellhub.com



VOCÊ TEM UMA PISCINA RENTÁVEL?

CASO AINDA NÃO SAIBA,
TE AJUDAMOS A MENSURAR.
VAMOS?



ALUNOS MATRICULADOS /
M² DE ESPELHO D'ÁGUA



**O RESULTADO DA SUA
PISCINA NÃO ESTÁ ENTRE
4 E 5 ALUNOS POR M²?**

CONVERSE COM NOSSOS ESPECIALISTAS

METODOLOGIA
**GUSTAVO
BORGES**

TRENDX | 15 ANOS
KEISER RAE @goper

Visite o nosso stand
na Fitness Brasil Expo
28 a 30 de Agosto.

CONHEÇA A 1ª ESTEIRA DO MUNDO COM
RECONHECIMENTO FACIAL!



**HÁ 15 ANOS IMPULSIONANDO O MERCADO FITNESS
COM TECNOLOGIA, CONFIANÇA E RESULTADO.**

Converse com nossos especialistas e potencialize o seu negócio.

☎ (11) 3637-8712 📷 @trendx.br



LEIA O QR CODE
E FALE CONOSCO



Sua academia já é
de alta performance.

E o atendimento?

Olá. Gostaria de saber qual o meu treino de hoje.

Olá, Ana! Hoje o treino será de tríceps e bíceps. Preparada? 💪👊

Te envieí abaixo o seu treino de hoje. Qualquer dúvida, pode me perguntar!

Equipamentos de ponta.
Treinos de alta performance.

Agora, leve o atendimento ao
mesmo nível **com IA no WhatsApp.**

White Wall: Inteligência que
movimenta academias
e dá resultado.

Fale com o
time comercial



www.whitewall.dev

[@whitewall.tech](https://www.instagram.com/whitewall.tech)

Clube de Benefícios

O que é?

Faça parte do clube exclusivo da **ACAD Brasil** e aproveite benefícios, descontos especiais e suporte completo. Tudo isso incluso na mensalidade de associado, com acesso a produtos, serviços e vantagens de empresas parceiras.

Com apenas ✓

R\$ 109,35 /mês

Economize mais de R\$10k*

*Cálculo da economia para uso de todos os benefícios do Clube. Confira os valores acessando o QR code.

**Benefícios sujeitos à alterações, sem aviso prévio.



Conheça alguns dos **benefícios** disponíveis para sua Academia:



GETNET

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

Taxas a partir de 0,85%.



REDUÇÃO NO ECAD

Redução de 40% para academias individuais e de **46%** para redes com 10 ou mais unidades.



DESCONTO NO SISTEMA EVO

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



SUPORTE JURÍDICO

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



SEGURO ESTAGIÁRIO

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



SISTEMA NEXT FIT

Taxa de implantação gratuita + R\$955 em cursos de Marketing Digital para Negócios Fitness e Fidelização de Alunos na prática!



SISTEMA PACTO

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



DESCONTO NA ENERGIA ELÉTRICA - CAPITALBR

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%.



Confira todas as vantagens!

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



CURSO ONLINE

Liberação Miofascial e Ventosaterapia

Método Pain Anatomy

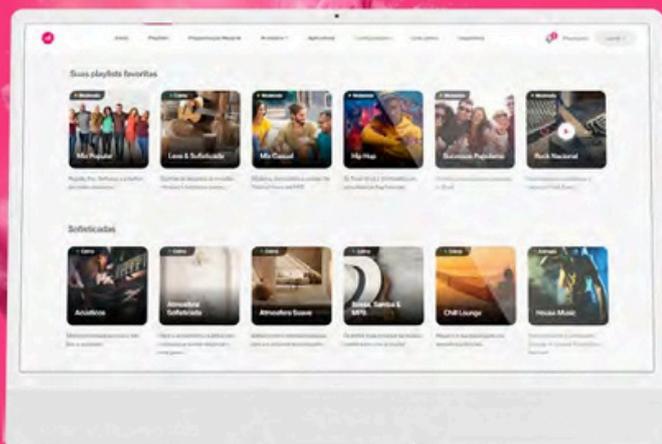
Seja um profissional certificado pela maior agência de cursos do Brasil!

WWW.VIBEDUCACIONAL.COM

(43) 9 9970-5856



VibeLab educacional



Engaje seus alunos e aumente as renovações investindo menos de R\$10,00 por dia

Com a **RadioAcademia**, você transforma o ambiente da sua academia com músicas que mantêm a energia de treino sempre alta e ainda se comunica de forma estratégica com seus alunos, divulgando as suas aulas, campanhas, promoções e parceiros.

TESTE GRÁTIS NA SUA ACADEMIA HOJE MESMO!



ACAD Faz: muitos braços de uma Associação cada vez mais forte

Conheça as diversas frentes de atuação da ACAD Brasil! Tudo o que a Associação faz para contribuir com gestores do fitness e desenvolver negócios de academias, sob a missão de defender o setor e promover a saúde de toda a sociedade brasileira.

De Norte a Sul do país, o time de diretores e líderes da ACAD Brasil repete um mesmo pedido: “precisamos mostrar o trabalho da Associação na defesa dos nossos negócios, porque ainda existe muito gestor de academia que não conhece essa ampla atuação.” Hoje, o nome desta coluna “ACAD Faz” não poderia fazer mais sentido!

Das cerca de 42 mil academias (dados do Sistema Confef-Cref), pouco mais de 2 mil são associadas da ACAD Brasil e a maioria de seus gestores não ficou sabendo que no mês passado um empresário de Campinas recebeu do Conselho Federal de Química uma multa no valor de R\$10.800, por não ter um químico responsável pelas piscinas de sua academia. Ele recorreu ao departamento jurídico da ACAD, seguiu as orientações, entrou na justiça e a multa foi anulada. O gestor saiu ganhando e com

ele todo o setor, defendido numa causa emblemática.

A maioria dos profissionais do fitness nem desconfia que, neste momento, numa atuação digna de um polvo com muitos tentáculos, a equipe da Associação monitora mais de 800 projetos de lei, que, se aprovados, podem dificultar as operações e os negócios de academias — como é o caso dos diversos PLs, conhecidos como “lei do personal trainer”.

A alusão à imagem polvo ilustra a quantidade de braços envolvidos nas muitas tarefas assumidas por esta entidade. Além das defesas jurídica e legislativa — que envolvem as atividades junto às autoridades governamentais de todas as instâncias e que já seria suficientemente importante para a existência da ACAD — descontos, tarifas diferenciadas e vantagens

financeiras fazem parte do pacote de benefícios ao alcance de quem se associa.

“Muitos gestores de academia ainda não sabem sobre tudo o que a Associação faz e que a nossa área de atuação é muito ampla. Mais de 40 mil academias brasileiras ainda não são associadas e para mudar este cenário é decisivo que haja uma consciência coletiva sobre a importância de fortalecer a ACAD. A sustentabilidade da entidade depende do engajamento de todos. Precisamos de mais braços para que essa atuação esteja garantida em todas as regiões do país”, disse Ailton Mendes, presidente da ACAD Brasil.



Um salto no crescimento dos negócios

Outro exemplo de atuação da Associação é o forte apoio aos empresários de cidades do interior, que nem sempre têm acesso ao conhecimento do mercado. Os eventos regionais, batizados de ACAD Conexões, que só no ano passado foram realizados em 18 cidades de diferentes estados, são espaços de muito conteúdo e *networking*. Dezenas de especialistas já palestraram nestes eventos, compartilhando boas práticas de gestão, dicas aplicáveis ao dia a dia operacional, contribuindo de forma estratégica.

Quem tem uma experiência expressiva com o *networking* promovido pela ACAD é o empresário Leandro Batista, fundador do Grupo Fitness Exclusive — que reúne 15 unidades de academias em Pernambuco, Piauí e Ceará, além de lojas de roupas e suplementos. A primeira unidade foi inaugurada, em 2006, no município Araripina, sertão pernambucano, a 700 quilômetros de Recife. Há cinco anos,

Leandro se associou à ACAD, criou várias conexões e deu um salto de crescimento nos negócios: tem modelado franquias, importado equipamentos da China e criou uma “Universidade” para capacitar sua equipe. Uma bela e forte trajetória, de quem começou pequenininho e hoje cresce de forma estruturada, sob uma gestão profissional.

“Ter me associado trouxe uma contribuição significativa para a minha rede de academia, me dando alicerces para tomar decisões mais assertivas, cuidando da parte tributária e alavancando o desenvolvimento do nosso setor. Cada tipo de associado hoje tem uma necessidade e a ACAD tem muitos benefícios, justamente para atender a todos”, disse Leandro Batista, que concluiu com um recado para os empresários que ainda não se associaram: “busque a ACAD, não apenas pelos benefícios e descontos que ela proporciona, mas especialmente pelo grande número de conexões que ela gera: *networking* é responsável por 85% dos resultados de um negócio.”

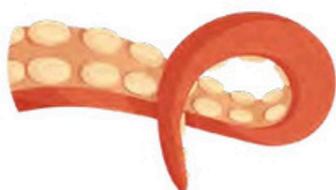


“Na ACAD, não somos concorrentes, mas sim parceiros de negócios”

Convidado por Gustavo Borges, medalhista olímpico de natação, empresário do fitness e ex-presidente da ACAD Brasil, Fernando Sassen passou a integrar a diretoria da Associação, em 2016. Antes de ser diretor, foi associado por muitos anos e forte liderança no Rio Grande do Sul, onde é empresário à frente da Ipanema Sports, academia-club, às margens do rio Guaíba, cartão postal de Porto Alegre.

Sassen sempre foi um entusiasta defensor do associativismo: “defendo a ideia de que os empresários não se vejam como concorrentes, mas sim como parceiros de negócios, fazendo com que o segmento tenha uma forte representatividade.” O empresário tem realizado palestras em encontros do setor para falar sobre o importante trabalho da Associação em defesa do setor na pauta nacional da Reforma Tributária. “Esta foi, sem dúvida, uma das nossas tarefas mais árduas dos últimos tempos, porque envolve muita política; o desafio de sensibilizar autoridades. Conseguimos mostrar que somos essenciais, em uma campanha nacional, que demandou muito trabalho do nosso time.”

Sassen convida todos os empresários do país a aumentar a capilaridade da Associação, fazendo parte de um time que vem contribuindo para o setor: “Precisamos aumentar o número de associados para que possamos garantir nossas atividades, nossas relações com parceiros como o Sistema Confef-Crefs, o apoio à organização de sindicatos, ganhar força política, representatividade perante as políticas públicas, um dos nossos tripés fundamentais de atuação.”



Quem recebe apoio desde o início das operações sai na frente

“Eu gostaria de ter me associado no início das atividades da minha academia e ter tido todo o apoio que a ACAD é capaz de dar, especialmente para quem está começando neste mercado.” Esta frase é da empresária Arethusa Salomão, que há 26 anos comanda a Vital Academias, no Mato Grosso do Sul, e desde 2017 faz parte do time de lideranças da ACAD Brasil.

Hoje, Arethusa é diretora da Associação e destaca a importância da entidade, especialmente em momentos de crise. “Durante a pandemia, naquele momento de grande desafio, de dor e de isolamento mundial, eu percebi a importância de termos um setor fortalecido, unido, sob a proteção de uma entidade que o defenda. Naquele momento, os empresários se uniram para buscar soluções comuns, não deixar que os negócios fossem ainda mais afetados e para mostrar ao poder público e à sociedade que as academias são essenciais à saúde de todos, porque só com a prática da atividade física podemos ser saudáveis.”

A empresária mato-grossense também falou sobre os benefícios de ser associada. “O maior deles é o propósito: a união que faz a força. Mas, todos os demais benefícios, como tarifas bancárias especiais, descontos no ECAD, a orientação jurídica para que o gestor opere de forma preventiva, são muito impactantes sobre os negócios de academias. Também destaco a parte educativa: encontros, *wokshops*, palestras e agora o ACAD Talks, essa mentoria inédita no mercado, que vai impactar no nível de conhecimento de todo o mercado, gerando empresas com uma gestão mais eficiente e com melhores resultados. Quanto mais esse proprietário entender a sua posição, ter conhecimento com relação à importância de uma gestão eficiente do seu negócio, mais resultado ele vai colher, mais ele vai crescer e todos nós crescemos juntos, acontece uma mágica maravilhosa.”



Parcerias estratégicas para fomentar conhecimento e negócios

Também fazem parte da atuação da ACAD Brasil estabelecer parcerias com entidades fundamentais para o mercado de fitness — sindicatos, conselhos de Educação Física, empresas-fornecedoras

e outras instituições e iniciativas do setor. Uma das mais recentes e importantes parcerias estabelecidas é com a Associação Brasileira da Indústria e Serviços de Bem-estar – AIFB, que representa fornecedores do mercado, incluindo fabricantes, importadores, comerciantes, prestadores de serviço e licenciadores de tecnologia.

O acordo AIFB-ACAD prevê que cada empresa associada poderá entregar dois meses de cortesia ACAD para cada cliente que comprar ou assinar um contrato novo. Segundo os presidentes das duas associações, este é só o começo. Em breve, serão anunciadas novas ações conjuntas, sempre visando a evolução e crescimento da indústria de fitness no Brasil.

“A ACAD é a principal associação com autoridade para representar os operadores

de academias, com uma grande lista de conquistas para o nosso setor. Em abril, eu assumi a presidência da AIFB, ao lado de uma nova e entusiasmada diretoria, e a primeira conversa estratégica foi com a ACAD, representada pelo seu presidente Ailton e o diretor Carlinhos Califórnia. Concordamos em buscar oportunidades de colaboração entre as associações. Todos na AIFB estão dispostos a trabalhar juntos pelo crescimento sustentável dos operadores e seus negócios, que transformam um número cada vez maior de vidas”, concluiu Akiau.

A conclusão dessa matéria especial para a coluna ACAD Faz não poderia ser outra: um convite a todos os empresários e gestores das mais de 40 mil academias do país que ainda não fazem parte desta associação.

Solução completa de treino em grupo.

INOVAÇÃO CONTÍNUA, SEGURANÇA, MOTIVAÇÃO E QUALIDADE PARA POTENCIALIZAR O CRESCIMENTO DA SUA ACADEMIA.



Aponte a câmera para o QR Code, visite nosso site em www.lesmills.com.br ou siga-nos no Instagram [@lesmillsbrasil](https://www.instagram.com/lesmillsbrasil)

LES MILLS



Entrevista

Rafael Kiso

Fundador e CMO da mLabs, plataforma para gestão de mídias sociais, usada por mais de 130 mil marcas; cofundador da Focusnetwork, consultoria de Marketing; e criador do método Unbound Marketing. Com mais de 24 anos no mercado digital, Kiso é escritor, *creator*, palestrante, professor, empreendedor e já ajudou mais de 100 mil alunos, empresas nacionais, internacionais e líderes de mercado a potencializar seus resultados através do universo digital.

Mais de 80% dos jovens de 18 a 24 anos confiam em avaliações online. Como integrar avaliações às estratégias de marketing e conquistar esse público?

A confiança dos jovens nas avaliações online é um fenômeno global e um reflexo do poder do conteúdo gerado pelo usuário, conhecido como User Generated Content – UGC. O comportamento deste público é pautado pelo que chamamos de prova social: antes de tomar uma decisão, eles buscam histórias reais, opiniões autênticas e experiências de outros consumidores, muitas vezes elevando clientes comuns ao papel de nano influenciadores. No contexto das academias, isso significa transformar alunos em protagonistas da comunicação digital. Algumas estratégias práticas incluem: incentivar check-ins nas redes

sociais, promover desafios mensais em que os alunos compartilhem suas rotinas e conquistas usando *hashtags* da academia, criar quadros de depoimentos em vídeo ou texto, e valorizar avaliações no Google e Instagram, respondendo publicamente e agradecendo de forma personalizada. Além disso, parcerias com alunos que já têm engajamento em suas redes podem potencializar a visibilidade da academia de forma autêntica e escalável. Quando a própria comunidade fala sobre a academia, a percepção de valor cresce de forma orgânica, aumentando a confiança do público jovem e contribuindo para atração e retenção de novos alunos. Dados como os estudos da Bazaarvoice mostram que incorporar UGC nas estratégias digitais pode elevar em até 29% a taxa de conversão de interessados em clientes ativos.



“Um público menor e engajado gera muito mais resultado do que uma audiência inflada e silenciosa.” Esta sua frase gera reflexão e questionamentos. Como é possível aumentar engajamento nas redes sociais?

O engajamento nas redes sociais nasce da relevância e da autenticidade das interações. Para as academias, o

caminho é substituir o uso excessivo de bancos de imagens e campanhas genéricas por conteúdo vivo e humano, que envolva as pessoas reais que fazem parte do ambiente. Na prática, isso significa trazer os professores para a linha de frente dos conteúdos, compartilhando dicas, treinos rápidos e bastidores do dia a dia. Alunos também devem ser convidados a contar suas trajetórias, desafios superados e resultados alcançados — histórias autênticas geram identificação e inspiram outros. Projetos como o acompanhamento de alunos-atletas em desafios de preparação física, rotinas de transformação e até lives de conversas sobre bem-estar tornam o conteúdo mais *lifestyle*, menos institucional e mais conversacional. Além disso, criar espaços de interação, como enquetes, perguntas, sessões de tira dúvidas e grupos fechados para membros incentiva o público a participar de verdade. O objetivo é transformar seguidores em participantes ativos, gerando conversas contínuas e aumentando a sensação de pertencimento à comunidade da academia.

Saúde e Fitness são 44% dos conteúdos consumidos no Instagram. Como academias podem usar esse dado a favor de seus negócios?

Há uma demanda latente por inspiração, conhecimento e conexão com um estilo de vida mais saudável. Esse dado pode ser interpretado como um termômetro do desejo de transformação das pessoas. As academias podem explorar essa tendência criando desafios de comprometimento público, onde os alunos assumem metas claras e compartilham seus progressos periodicamente nas redes sociais. Isso não apenas amplia a exposição da marca, como também contribui diretamente para reduzir a taxa de abandono. Alunos envolvidos em projetos coletivos tendem a manter o engajamento por mais tempo. Outra abordagem relevante é construir séries de conteúdos educativos, trazer mitos e verdades sobre saúde, compartilhar receitas saudáveis, cases reais de superação, além de conectar os conteúdos a datas e campanhas sazonais. O segredo está em manter um fluxo constante de valor percebido, posicionando a academia como parceira de jornada, e não apenas fornecedora de serviço.



para troca de experiências práticas, atualização sobre tendências e discussão de soluções para desafios comuns. Esse ambiente favorece a disseminação de boas práticas, estimula a inovação e fortalece o *networking* entre líderes do mercado fitness. São oportunidades ímpares para conectar a teoria com a prática, entender os caminhos d e quem já está inovando e acelerar o amadurecimento coletivo do segmento.

Qual dica você daria aos gestores de academias?

A dica mais valiosa que posso oferecer é: invistam na construção de uma comunidade digital sólida em torno da academia. O futuro do marketing nas redes sociais não está mais na panfletagem digital ou no alcance irrestrito, mas sim na criação de ambientes sociais onde alunos e equipe interagem, aprendem e se motivam m u t u a m e n t e . Hoje, resultados

Você tem participado como palestrante de eventos da ACAD. Que importância eles têm para gestores do fitness?

Os eventos da ACAD têm um papel fundamental no desenvolvimento do setor, pois reúnem gestores



consistentes vêm da capacidade de nutrir relacionamentos duradouros com quem já é cliente, promovendo conversas, reconhecendo conquistas e criando experiências exclusivas para membros. Plataformas digitais devem ser vistas como extensões do espaço físico da academia — locais onde a cultura, o pertencimento e o engajamento se consolidam diariamente. Em vez de focar apenas no aumento de seguidores, gestores devem priorizar o fortalecimento desses laços, pois são eles que sustentam a fidelidade e impulsionam o crescimento sustentável do negócio. É sobre usar as redes sociais como sociais e não como vitrines.



FLIP
UNIFORMES

ACAD
BRASIL

APROVEITE VANTAGENS EXCLUSIVAS

DA FLIP UNIFORMES NO CLUBE DE BENEFÍCIOS ACAD BRASIL



CRÉDITO REAL EM PRODUTOS



PRODUÇÃO PRIORITÁRIA



PAGAMENTO FACILITADO EM ATÉ 12X

Especialista em uniformes fitness personalizados, a Flip cria peças com tecnologia, conforto e design que valorizam a identidade da sua equipe e do seu negócio.

APROVEITE NOSSAS COTAS DE CONSUMO EXCLUSIVAS PARA ASSOCIADOS DA ACAD BRASIL E AUMENTE SUAS VENDAS!

31 99863-3818 @flipuniformes



NOS VEMOS NO FITNESS BRASIL EXPO 2025

28, 29 E 30 DE AGOSTO DE 2025

TRANSAMERICA EXPO CENTER – SÃO PAULO





ECAD: as novidades sobre convênio, rádios academia e IA

por Dr. Mario Duarte, jurídico ACAD Brasil



Primeiro, a boa notícia! Em recente reunião solicitada pela ACAD Brasil, o ECAD sinalizou sua intenção em dar continuidade ao convênio ACAD-ECAD, que garante às academias grandes descontos nos valores devidos pela execução de músicas com direitos geridos por aquele escritório. Pretende-se manter as bases atuais ao menos até dezembro de 2025 e discutir, até lá, possíveis métricas alternativas de cobrança para a renovação. Ainda segundo o parceiro, a ideia é manter apenas dois convênios setoriais em vigor e o da ACAD seria um deles. Essa informação reforça a importância do excelente relacionamento e da confiança construídos pela Associação junto ao

órgão, desde a iniciativa original de propor um convênio.

Em paralelo, crescem as perguntas dos associados sobre a segurança jurídica dos serviços “ECAD free” oferecidos pelas assim chamadas “rádios academia”. Para respondê-las, o Jurídico da ACAD Brasil examinou a fundo os modelos de negócio praticados por esses fornecedores de sonorização ambiental. Em geral, eles trabalham com músicas de autores que licenciam seus direitos diretamente à academia, ou com músicas que teriam sido criadas por inteligência artificial. Em ambos os casos, pela própria natureza, tais modelos oferecem obras pouco

difundidas. Diferem muito, porém, entre si, quando o assunto é segurança jurídica.



A legislação que ampara a gestão coletiva de direitos autorais pelo ECAD permite que os respectivos titulares optem por excluir suas obras desse sistema cuidando, eles mesmos, do licenciamento e cobrança. É a chamada gestão individual. O primeiro dos modelos acima mencionados costuma envolver dois contratos: um de fornecimento da sonorização, celebrado entre academia e “rádio academia”, e outro de licenciamento dos direitos autorais de uma “playlist”, celebrado entre a academia e os autores das músicas nela contidas, e no qual estes declaram terem comunicado ao ECAD sua opção



“Quem contrata o serviço de ‘rádio academia’ e continua a tocar os sucessos do momento, corre o risco de pagar duas vezes”

pela gestão individual. Nesse caso, de fato não será necessário efetuar qualquer pagamento ao ECAD.

Essa conclusão somente é válida, todavia, se a academia executar única e exclusivamente músicas da “playlist” licenciada. A execução de qualquer outra obra a obrigará a efetuar pagamento ao ECAD. Há serviços que se anunciam como “ECAD free” mas também oferecem “playlists” de músicas sujeitas à gestão coletiva. Quem contrata o serviço de “rádio academia” e continua a tocar os sucessos do momento corre o risco de pagar duas vezes. O ECAD informou à ACAD Brasil que tem conhecimento dessa prática e vem apertando a fiscalização. Ao invés de evitá-la, a comunicação da gestão individual para uma academia pode acabar por torná-la mais provável.



Em suma, a segurança desse primeiro e mais frequente modelo depende de sua correta utilização e da idoneidade do fornecedor. É dele a responsabilidade por garantir que as “playlists” de fato contenham apenas as obras licenciadas, bem como que a gestão individual tenha sido efetivamente informada ao ECAD. É recomendável, inclusive, solicitar a comprovação dessa comunicação antes de assinar os contratos.

Já para o modelo que oferece músicas criadas por inteligência artificial, o panorama jurídico é bem mais complexo. Em consulta ao ECAD sobre sua posição quanto à legalidade dessa solução, a ACAD Brasil teve franqueado o acesso à tese defendida pelos advogados que

“Neste momento o modelo de serviço de sonorização baseado em músicas criadas por IA oferece risco jurídico”

representam aquela entidade. Ela confirma um risco que o próprio Jurídico da Associação já identificara: o uso de dados provenientes de obras já existentes, nos modelos utilizados pelos sistemas de IA, permite fundamentar o argumento de que seria devido o pagamento aos seus autores. Mesmo em sistemas de IA generativa esse risco, pelo menos em tese, poderia existir, se o treinamento dos modelos tiver feito uso daqueles dados. A segurança jurídica efetiva dependeria de que as obras derivassem de sistema capaz de criá-las sem qualquer aprendizado baseado em anteriores criações humanas.

Por sua novidade, a matéria ainda não tem entendimento jurídico consolidado. Nos Estados Unidos, entretanto, as gravadoras Sony, Universal e Warner estão processando judicialmente as plataformas Suno e Udio desde junho do ano passado, alegando que as músicas geradas por seus sistemas de IA resultam de modelos treinados com obras humanas registradas e, portanto, infringem direitos autorais. Notícia publicada há poucas semanas pela Bloomberg informa que as partes

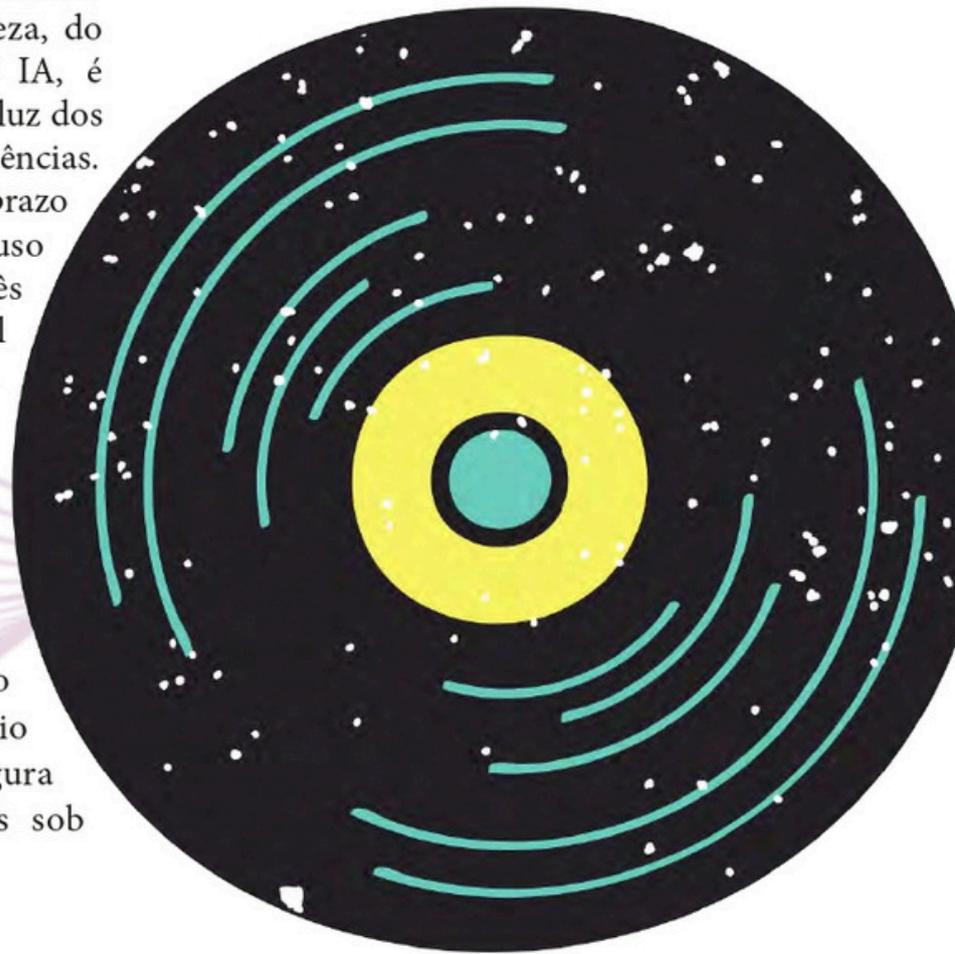
estariam negociando uma forma de viabilizar que as gravadoras e seus artistas sejam pagos pela utilização de suas obras em modelos de IA generativa. Isso parece indicar que as duas plataformas avaliam existir risco de condenação judicial, e a nosso ver acende um forte sinal de alerta quanto à possibilidade de que o ECAD possa sustentar com sucesso uma tese semelhante.

É justo afirmar, portanto, que ao menos neste momento o modelo de serviço de sonorização baseado em músicas criadas por IA oferece risco jurídico. A existência de uma tese já estruturada pelo escritório que assessora o ECAD, bem como as notificações que último vem enviando a usuários desse serviço, indicam a possibilidade de judicialização. A menos que se possa provar a não utilização de qualquer obra preexistente no treinamento dos modelos, nos parece que não será fácil afastar o direito dos respectivos autores de serem devidamente compensados.

Correr ou não os riscos decorrentes de sonorização baseada em gestão individual



para mascarar execução de outras músicas ou, em especial e por sua natureza, do uso de sonorização criada por IA, é decisão que deve ser ponderada à luz dos benefícios e das possíveis consequências. É importante ter em mente que o prazo prescricional para cobrança pelo uso irregular de obras musicais é de três anos. Uma ação ajuizada ao final desse período abrangeria 36 meses de remuneração e, dependendo do tamanho do negócio, poderia chegar a centenas de milhares de reais. Esse risco e a limitação do uso seguro da gestão individual a obras pouco conhecidas torna muito relevante a manutenção do desconto proveniente do convênio ACAD-ECAD, como opção segura para executar todas as músicas sob gestão coletiva.



00:00:11		POLAR		A 403	
Adam D	78%	Daniel S	76%		
Ellen K	78%	Felipe E	81%	Gary M	74%
Kevin H	77%	Jasmine G	81%	Mariah W	77%
Michael E	83%	Mary H	81%	Noah P	78%
Robert A	76%	Patricia S	71%	Thomas C	72%
		Sophie R	72%	Tom P	

00:03:24

Conheça o Polar Club.

Monitoramento cardíaco de
alta precisão para grupos

Através do monitoramento da frequência cardíaca em tempo real, com o Polar Club é possível oferecer orientação personalizada e desenvolver o condicionamento físico dos seus alunos com dados precisos. Da academia ao personal trainer, existe um pacote de serviços Polar ideal para elevar o seu negócio a outro patamar.



Atividades aquáticas: oportunidades de negócios no fitness brasileiro

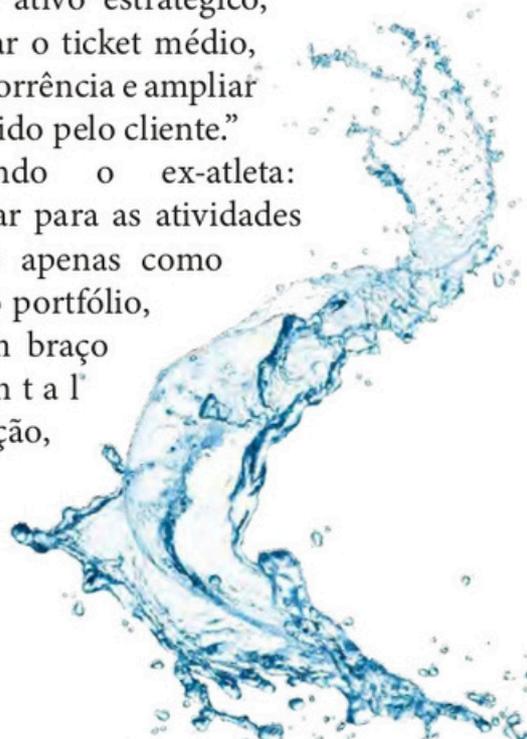
Estudos recentes da Health & Fitness Association indicam que programas aquáticos mantêm altos índices de fidelização, superando a média do setor em públicos acima de 40 anos. Segundo o Global Wellness Institute, o segmento de “wellness aquático” cresce acima da média global — impulsionados pela busca por equilíbrio mental e autocuidado. O mercado internacional de natação apresenta dados positivos como o crescimento de franquias, que deve alcançar USD 900 milhões até 2032. Neste cenário, especialistas e gestores comentam sobre o que esperar quanto às oportunidades para o mercado brasileiro.

Piscina como diferencial competitivo

“O segmento internacional de natação está cada vez mais orientado à padronização, tecnologia e inovação pedagógica. Esperamos uma expansão da digitalização — softwares de gestão, apps de comunicação com pais, monitoramento de desempenho dos alunos — e maior especialização no serviço pedagógico aquático. Esse movimento certamente influenciará

também o mercado brasileiro”, disse Gustavo Borges, ex-presidente da ACAD Brasil, medalhista olímpico e empresário do setor de atividades aquáticas.

Borges acrescenta: “ainda há um espaço significativo para posicioná-la como diferencial competitivo. Gerenciar uma piscina envolve qualidade da água, segurança, dimensionamento de professores e processos pedagógicos bem estruturados. Muitos gestores, ao analisarem esses desafios, hesitam em investir no segmento aquático. Mas, é aí que está a oportunidade: a piscina pode se tornar um ativo estratégico, capaz de elevar o ticket médio, reduzir a concorrência e ampliar o valor percebido pelo cliente.” Ainda segundo o ex-atleta: “devemos olhar para as atividades aquáticas não apenas como uma opção no portfólio, mas como um braço fundamental para retenção, fidelização e





posicionamento de mercado. O segredo está em oferecer um serviço pedagógico consistente, comunicar resultados e manter uma relação próxima com os clientes. É isso que transforma a piscina em um ativo altamente lucrativo e estratégico para qualquer negócio. Há um movimento cada vez mais forte de academias querendo profissionalizar sua operação aquática”, disse Gustavo Borges.

“A piscina pode se tornar um ativo estratégico, capaz de elevar o ticket médio, reduzir a concorrência e ampliar o valor percebido pelo cliente”

De volta ao centro da proposta de valor

Para Eduardo Netto, sócio e diretor técnico da Bodytech Company, o Brasil tem um enorme potencial no segmento aquático, maior do que muitos mercados desenvolvidos. “Isso se deve ao clima favorável; cultura aquática desde a infância, com forte presença da natação nas escolas e clubes; demanda crescente por serviços de saúde e reabilitação física, em um país com população envelhecendo e sedentarismo em alta. Mas, em muitas academias, a piscina é subutilizada, falta inovação, personalização e um reposicionamento das atividades aquáticas como parte

essencial do mix de produtos. Comparado a mercados como Alemanha, Portugal e Austrália, o Brasil ainda precisa evoluir em gestão, capacitação e marketing. Mesmo assim, nosso potencial de crescimento é muito expressivo.”

Ainda segundo Netto, o mercado internacional vive uma verdadeira reinvenção do uso das piscinas. “A natação tradicional deu lugar a uma diversidade de formatos que integram bem-estar, performance e inovação: HIIT na água; hidroterapia; *mindfulness* aquático e práticas regenerativas. A piscina deixou de ser apenas um espaço técnico e passou a integrar experiências holísticas de saúde, longevidade e bem-estar emocional. Para o futuro, podemos esperar piscinas que ofereçam experiências imersivas, terapêuticas e personalizadas e que vão se tornar cada vez mais comuns em clubes, academias e espaços de saúde integrativa. Há uma oportunidade estratégica negligenciada: com inovação, reposicionamento e investimento em experiência, as atividades aquáticas podem (e devem) voltar ao centro da proposta de valor de academias.”

Entre as dicas mais valiosas que Eduardo Netto dá aos gestores de academias estão: “não trate a piscina como um item da infraestrutura. Trate-a como um produto estratégico com valor próprio. Desenvolva uma proposta clara, com identidade e

ÁGUAS DO FITNESS

diferenciação. Não basta oferecer aulas convencionais; é preciso criar programas com nomes, objetivos e públicos bem definidos, transformando a experiência aquática em algo desejado e memorável. Quem enxergar a piscina como uma unidade de negócio dentro da academia, e não apenas como ‘um espaço com água com alto valor de investimento e relativo custo de manutenção’, terá um diferencial poderoso e duradouro.”

Público infantil impulsiona mercado de academias com piscinas

Para Rafael Madormo, diretor executivo do Instituto de Natação Infantil – INATI, este é um mercado crescente. “As redes de escolas de natação estão se expandindo em vários países através de franquias. Há também a entrada de grupos de investimento comprando pequenas e médias redes e consolidando-as. Têm surgido novos modelos de negócios e o fitness aquático tem buscado se expandir com aulas para públicos que queiram atividades desafiadoras dentro da água.”

Segundo o especialista, também há desafios a serem vencidos. “Piscina em academia tem alto custo de manutenção e especificidades. Por isso, é necessário que a ocupação aconteça por períodos amplos de utilização, atendendo vários públicos para viabilizar o funcionamento. Trabalhar com públicos-alvo distintos requer entregas diferentes e adequadas para cada um deles. Não basta atraí-los para preencher o quadro de horários. É preciso estar atento: o investimento na construção de uma piscina e sua estrutura de suporte precisa ser muito bem pensado e executado. Errar na concepção e construção pode inviabilizar o negócio. Escolha e entenda muito bem o público-alvo que você pretende atender”, disse Rafael Madormo.

Empresários bem-sucedidos



Karina Miyaki da Silveira, proprietária da CEMS Academia de Maringá, no Paraná, atua com modalidades aquáticas desde a fundação em 1996. Prestes a completar 30 anos, a academia oferece natação para bebês a partir de 4 meses até natação adulta, hidroginástica, fitness aquático, hidro elo, hidrobike, hidroterapia e o programa Luna – Ludicidade na natação adaptada, que atende crianças e adolescentes com Transtorno Geral de Desenvolvimento (TGD), síndromes e autismo.

“Atendemos desde bebês à terceira idade, conciliando horários para que toda família possa treinar junto. Piscinas aquecidas permitem funcionamento durante o ano todo, se por um lado esta é uma vantagem, de outro requer controle de custos mais apurados para períodos mais frios, onde consome-se mais energia para mantê-las aquecidas. Com grandes *players* entrando no mercado, uma gestão mais profissional também será inevitável”, disse Karina.

Ainda segundo Karina, a natação é vista hoje como prioridade na educação das crianças: “o alto índice de afogamento infantil, mesmo com diversas campanhas nacionais, ainda é algo assustador. Escolas de natação, que incluíram além do aprendizado atividades de segurança aquática têm se diferenciado, gerando valor à prestação de serviço e ajudando a reduzir o índice de afogamento, com trabalho preventivo e de conscientização. Este é um mercado promissor.”

Academia do Rio Grande do Norte tem aluna de natação com 90 anos



Com mais de 30 anos de história na cidade de Natal, a academia Stylo oferece natação infantil e adulta, hidroginástica, natação terapêutica e hidroterapia. “Todas as aulas são planejadas por profissionais de Educação Física e por uma pedagoga. Possuímos metodologia própria, com base em três pilares: segurança, saúde e socialização. Temos alunos desde bebês a partir de três meses até senhoras de 90 anos, todos frequentando a piscina aquecida, salinizada e coberta”, disse Wesley Garcia, proprietário da Stylo.

Segundo o empresário, o maior desafio é encontrar profissionais que queiram, literalmente, ‘se molhar’. “Muitos preferem comandar a musculação. Como vantagens, temos pouca concorrência e uma academia aquática se torna um nicho bem específico no vasto mar de oportunidades que o setor oferece. Grandes redes não investem no segmento e adultos com mais de 50 anos têm saído do sedentarismo para cuidar da saúde física e mental, esse público se identifica com as atividades aquáticas, o que é uma super oportunidade.”

Wesley diz que é preciso inovar e diversificar os produtos e serviços que as academias de atividades aquáticas oferecem. “Vejo que, cada vez mais, as pessoas estão sem tempo, mas querem fazer várias coisas ao mesmo tempo. Portanto, contar apenas com a piscina e modalidades tradicionais pode levar a

um crescimento insignificante e frustrar a todos, clientes e gestores. Eu adoro o mercado aquático e estou bastante satisfeito.”

Academia do Mato Grosso tem 38 anos de atividades em piscinas



Há 38 anos, a Academia Medley, em Cuiabá, capital do Mato Grosso, oferece natação para bebês; natação infantil e adultos; hidroginástica e hidrobike. “Ao longo dessas quase quatro décadas, formamos gerações de alunos, fortalecemos laços com a comunidade e seguimos firmes na missão de transformar vidas através da natação e do movimento dentro d’água”, disse Celso Mitsunari, CEO da Academia Medley.

Sobre o futuro aquático, Mitsunari afirmou: “o ambiente da piscina será pensado cada vez mais como um espaço de acolhimento, relaxamento e bem-estar. Estética, temperatura, iluminação e trilha sonora terão peso na experiência do aluno. O futuro da natação e das atividades aquáticas nas academias passa pela especialização, inclusão, acolhimento e longevidade. Quem investir agora em estrutura, equipe e diferenciais humanos terá uma vantagem significativa frente ao mercado.”

Vantagens

- * **Diferencial competitivo:** poucas academias oferecem estrutura aquática completa para atender vários públicos.
- * **Atividades de baixo impacto:** ideal para reabilitação, prevenção de lesões, terceira idade.
- * **Alta fidelização:** criação de vínculo afetivo com o ambiente aquático.
- * **Alto valor percebido:** estrutura aquática agrega valor e é possível cobrar mais pela entrega.

Desvantagens

- * **Alto custo operacional:** tratamento químico e aquecimento; alto consumo de energia e água.
- * **Manutenção constante:** equipamentos hidráulicos e de filtragem; controle rigoroso da qualidade da água (Vigilância Sanitária).
- * **Gestão de segurança:** exige salvavidas, treinamentos, protocolos rígidos e professores especializados.
- * **Demanda sazonal:** a frequência pode cair em épocas de muito frio.

**SEGASP
SPORT**

Único.
Incomparável.
Imprescindível.

SEGURO ESPECÍFICO PARA ACADEMIAS

COBERTURAS RESPONSABILIDADE CIVIL

- Acidentes com Alunos e Visitantes
- Acidentes em atividades externas
- Acidentes com Instrutores e demais Funcionários
- Danos Morais em consequência de acidentes

ACIDENTES PESSOAIS

- Despesas Médico-Hospitalares e Odontológicas por Acidente
- Morte Acidental
- Invalidez Total ou Parcial por Acidente
- Assistência Funeral

SE O RISCO É PESADO, FIQUE DE CONSCIÊNCIA LEVE.

O **SEGASP SPORT** foi desenvolvido exclusivamente para atender demandas que são típicas de Clubes e Academias. Logo, possui coberturas que outros não têm, além de ser absolutamente acessível e desburocratizado. Não por acaso, mais de 1.200 estabelecimentos já contam com esta imprescindível proteção.

11 2161 0700
SEGASPSPORT.COM.BR



De entregador de flores a empresário bem-sucedido do fitness



A trajetória do empreendedor **Carlinhos Califórnia** à frente de um grupo empresarial com quatro unidades próprias, uma empresa de Marketing e mais 86 academias licenciadas em treino funcional.

Minha mãe tinha uma floricultura e, certo dia, ela me pediu que fizesse a entrega de um buquê de flores — aceitei, pois ganharia um extra. Fiz a entrega e ao sair do prédio, vi equipamentos de academias sendo descarregados. A cena me remeteu a um filme do Arnold Schwarzenegger e ao meu desejo de ficar forte como ele. Entrei decidido a fazer parte daquele mundo. A matrícula custava R\$25,00: exatamente o valor que eu havia recebido pela entrega do buquê de flores. Assim começou a minha história com a academia Califórnia: como o primeiro aluno matriculado.

Em menos de três meses treinando, o coordenador me convidou para atuar como estagiário. Aceitei e, em pouco tempo, eu era o “faz tudo” da academia: dava aulas, consertava equipamento, varria o chão, atendianarecepção... Quando o coordenador foi trabalhar em outra academia, os donos da Califórnia me convidaram para assumir o lugar dele, justamente porque eu conhecia cada tarefa e cada cantinho daquele lugar. Na época, eu ainda não conhecia termos de administração, mas aquela era a minha

primeira experiência de visão sistêmica — hoje fundamental para uma boa gestão.

Apenas cinco meses depois de assumir a coordenação, os donos me chamaram para uma conversa e me avisaram que me mandariam embora, porque a academia que havia sido projetada para ter em torno de 350 alunos estava com menos de 180. Eles queriam desistir do negócio. Consegui transformar aquela negociação de rescisão em oportunidade e fechamos uma meta: era março e eu teria até julho para dobrar o número de clientes, ganhando assim 1% da empresa.

Meus primeiros passos no mundo do Marketing foram com o Paintbrush, lançado em 1984 — o primeiro editor de imagens usado pela maioria das pessoas. Com ele, eu fazia panfletos, cartazes e eu mesmo distribuía nas ruas do bairro, convidando as pessoas a conhecer a Califórnia. O resultado foi incrível: em julho, alcançamos a marca de mais de 500 clientes. Com o sucesso, os donos decidiram abrir uma segunda unidade e me convidaram para ser sócio.

COLUNA EDUCAÇÃO FÍSICA

Vendi meu carro, investi na academia e passei a ter 4% da empresa.

Em 1999, as referências mais fortes eram a Runner e a Companhia Atlética. Nossa ansiedade em abrir uma unidade com o que havia de mais bacana no mercado nos fez errar em 300% no orçamento: praticamente inauguramos algo já falido. Éramos três sócios e cada um começou a tocar seus outros negócios e não “ter tempo” para a Califórnia. Eu fiquei sozinho na operação e na gestão financeira... Cometi muitos erros e um dos mais graves foi misturar os caixas das duas unidades, porque uma gerava resultados e a outra prejuízo.

Novamente apoiado por ações de Marketing, comecei a trabalhar de madrugada na comunicação da Califórnia. Também percebi que precisava me capacitar para além da formação da faculdade de Educação Física e me inscrevi em um curso na primeira edição do evento da IHRSA no Brasil. Pedi dinheiro emprestado, paguei o curso e aquele momento foi uma imensa virada de chave porque entendi: “eu preciso entender sobre gestão”.

O mercado estava em expansão, havia uma vaga no departamento de marketing da Bio Ritmo e eu fui indicado para participar do processo seletivo. Na época, uma das etapas era um papo com o Edgard Corona, que no ato me chamou para trabalhar com ele. Fui diretor de Marketing na Bio Ritmo, uma experiência extremamente enriquecedora para o meu desenvolvimento profissional.

Finalmente, voltei o meu foco 100% para a academia Califórnia. Consegui comprar a parte de um dos sócios, depois comprei a academia do meu maior concorrente, com 344 alunos — minha unidade que hoje tem mais de três mil alunos. Naquela época, eu já contava com o apoio incondicional da minha esposa Bruna, uma companheira fundamental que lutou e cresceu junto comigo, lado a lado, e que hoje é CEO do Grupo Califórnia — além das academias próprias, o grupo tem uma empresa de Marketing e a parceria no acompanhamento de 86 unidades da marca Cross Life, rede de licenciamento para estúdios de treinos funcionais.

Em 2012, fui convidado a ministrar minha primeira palestra na IHRSA Fitness Brasil e o tema era penetração na classe C, justamente pelo trabalho feito com a Califórnia. Desde então, participei de todas as edições deste que é o maior evento da América Latina e tenho falado muito em gestão e marketing, sempre compartilhando, com outros gestores de academias, o que eu aprendi na prática.

Hoje, com 33 anos de trajetória no mercado de fitness, posso dizer que ter uma visão sistêmica sobre a gestão fez toda a diferença. E que, além da imensa força de vontade, também foram determinantes para o sucesso desta longa estrada: versatilidade, planejamento financeiro, marketing e networking. Foi esse conjunto de coisas que me ajudou a transformar desafios em oportunidades!



Dicas de um empreendedor que continuamente busca conhecimento

- 1 Adote a Visão Sistêmica na gestão de sua academia e no seu desenvolvimento como empreendedor.
- 2 Tenha uma experiência multifuncional em uma academia, conhecendo todas as áreas. Isso confere um desenvolvimento prático de habilidades administrativas e gerenciais adquiridas no dia a dia operacional.
- 3 Não se esqueça de que planejamento financeiro, gestão eficiente dos recursos, organização da equipe e a persistência permitem transformar desafios em oportunidades, mesmo quando os recursos são escassos e os custos superam o previsto.



- 4 Associe-se à ACAD Brasil para proteger suas atividades, ter acesso a conteúdos e benefícios, reduzir custos operacionais e fomentar parcerias estratégicas.
- 5 Participe presencialmente de eventos do setor e aposte na construção de um *networking* sólido para trocar experiências.

NASM
INTERNATIONAL



NASM.ORG



O setor fitness quer ouvir você!

Sua opinião pode ajudar a trazer para o Brasil os melhores cursos e certificações da NASM e AFAA – reconhecidos internacionalmente.

Leva apenas 5 minutos para responder!

Escaneie o QR Code, responda à pesquisa e concorra a 2 cursos completos da NASM!

Inclusão e privacidade nas academias: um novo olhar sobre a estrutura de gênero

por Joana Doin, do escritório Doin Mancuso Advogados, Parceiro da ACAD Brasil



A crescente formalização dos direitos dos transgêneros e a necessidade de garantir a privacidade dos indivíduos cisgêneros evidenciam a obsolescência dos modelos tradicionais de academias e clubes esportivos, historicamente divididos entre feminino e masculino. Essa divisão rígida tem gerado debates acalorados sobre inclusão, respeito às identidades de gênero e o direito à privacidade. Diante desse cenário, soluções arquitetônicas e de engenharia podem desempenhar um papel fundamental na adequação desses espaços, conciliando direitos individuais e coletivos.

Os direitos dos transgêneros têm avançado em diversas legislações ao redor do mundo, garantindo o reconhecimento da identidade de gênero e o acesso a espaços compatíveis com essa identidade. No entanto, a convivência com pessoas cisgênero nesses ambientes traz desafios práticos, especialmente em locais como vestiários e banheiros, onde há exposição corporal.

Enquanto os indivíduos trans reivindicam o direito de utilizar os espaços que

correspondem ao gênero com o qual se identificam, parte da população cisgênero manifesta preocupações com a privacidade, gerando um impasse jurídico e social. Diante disso, a imposição de uma solução única para todos pode gerar mais conflitos do que avanços. Algumas academias têm adotado políticas que permitem que pessoas trans escolham qual vestiário utilizar, mas essa medida, por si só, não resolve a questão da privacidade.

Assim, a busca por um modelo mais inclusivo requer um olhar além do viés jurídico, considerando alternativas estruturais que garantam conforto e segurança a todos.

A adaptação dos vestiários e banheiros em academias e clubes esportivos já ocorre em diversos países. Nos Estados Unidos, por exemplo, redes de academias como Planet Fitness adotaram cabines individuais para banho e troca de roupa, eliminando a necessidade de vestiários coletivos.

No Canadá, a cidade de Vancouver implementou diretrizes para a construção

“A busca por um modelo mais inclusivo requer um olhar além do viés jurídico”

de banheiros e vestiários unissex em espaços públicos, priorizando o uso de cabines fechadas e garantindo acessibilidade para pessoas trans e não binárias.

Na Europa, a Suécia e a Alemanha avançaram ainda mais ao projetar academias com espaços híbridos, nos quais os vestiários não são divididos por gênero, mas sim estruturados em cabines individuais completamente fechadas. Esse modelo elimina a necessidade de que cada indivíduo escolha um vestiário baseado em identidade de gênero, tornando a experiência mais neutra e inclusiva.

Diante da complexidade do debate, uma solução eficaz pode estar na readequação dos espaços físicos, permitindo que academias ofereçam cabines individuais para troca de roupa e chuveiros fechados.

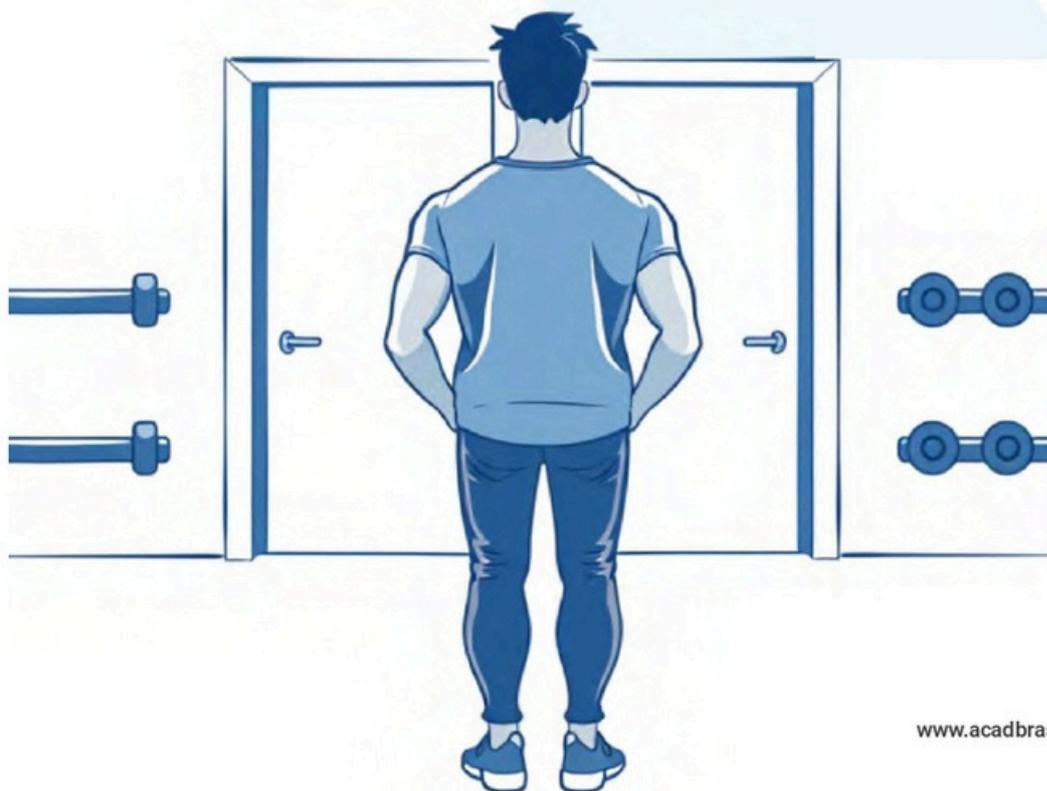
Isso não apenas acomoda as necessidades da população trans, como também respeita a privacidade dos indivíduos cisgêneros, eliminando qualquer constrangimento.

Investir em arquitetura inclusiva também pode reduzir conflitos jurídicos. Em países onde normas de inclusão são obrigatórias, empresas que não adaptam suas instalações podem enfrentar processos e sanções.

A reestruturação dos ambientes esportivos, portanto, não é apenas uma questão de respeito à diversidade, mas também uma medida preventiva para evitar litígios futuros.

O debate sobre a divisão de vestiários e banheiros em academias e clubes não deve se limitar à polarização entre direitos trans e privacidade cis.

“Investir em arquitetura inclusiva também pode reduzir conflitos jurídicos”



ROTINAS DE ACADEMIAS

A solução mais eficiente não está na exclusão de um grupo em detrimento de outro, mas sim na adaptação das estruturas para que todos possam usufruir desses espaços com conforto e dignidade.

A experiência internacional demonstra que a engenharia e a arquitetura são ferramentas poderosas para resolver

conflitos que, muitas vezes, parecem insolúveis no campo jurídico.

No Brasil, não há uma legislação específica que regule o uso de vestiário para pessoas transgênero em ambientes de trabalho. No entanto, existem algumas diretrizes e recomendações, veja-se:



A Lei 9.029/1995 proíbe a discriminação baseada em orientação sexual ou identidade de gênero no ambiente de trabalho.



A Constituição Federal garante a igualdade e a dignidade para todas as pessoas, independentemente de sua identidade de gênero.



O Ministério do Trabalho recomenda que os empregadores respeitem a identidade de gênero dos funcionários e forneçam instalações sanitárias e vestiários adequados.

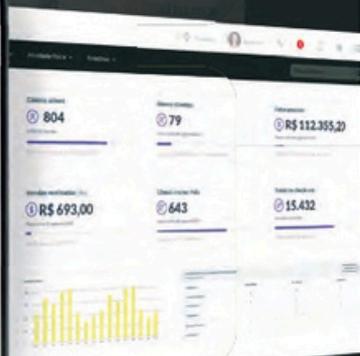


A OIT (Organização Internacional do Trabalho) recomenda respeitar a identidade de gênero dos colaboradores; fornecer instalações sanitárias e vestiários neutros ou adaptados e evitar discriminação e assédio.



**PARCEIRO QUE
POTENCIALIZA AS
SUAS CONQUISTAS.**

**SISTEMA
TECNOFIT,
JUNTO
COM VOCÊ.**



Tecnologia de gestão para você chegar mais longe.

7x

mais vendas

3x

mais retenção

4h/dia

de trabalho economizadas

**Junte-se a
Tecnofit*.**

*Válido para novos clientes.



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](https://nextfit.com.br)

#VemProPróximoNível



MAIS FORÇA NA GESTÃO, MENOS DOR DE CABEÇA NA COBRANÇA

Conheça as **opções de recorrência** que a ACAD Brasil tem para oferecer e simplifique a gestão da sua academia com mais eficiência e segurança.



Getnet

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

Taxas por Modalidade / Bandeiras

Bandeira		VISA
Débito	0,90%	0,85%
Crédito à Vista	2,02%	1,50%
Parcelado 2 a 6	1,92%	1,75%
Parcelado 7 a 12	1,85%	1,78%

*50% de desconto no aluguel de máquinas para faturamento a partir de R\$10.000/mês. Pagamento recorrente via e-commerce com mensalidade de R\$100 (pacote básico Getnet). Atenção à renovação do termo com a Getnet para não perder o benefício.



cielo

- Taxas a partir de **0,76%**
- Receba à vista em até 1 dia útil!

Taxas por Modalidade / Bandeiras

Bandeira		VISA	
Débito	0,76%	0,86%	R\$ 0,29
Crédito à Vista	1,06%	1,06%	0,43%
Parcelado 2 a 6	2,16%	2,26%	-
Parcelado 7 a 12	2,21%	2,56%	-

* Valores mensais por equipamento: LIO (maquininha smart com gestão integrada) – R\$65,00 | Flash (modelo moderno com conectividade rápida) – R\$35,00 | Pin Pad – R\$18,00 | TEF – Isento. Escolha o modelo ideal para a realidade da sua academia com tecnologia, praticidade e mobilidade.



Garanta este Benefício!

www.acadbrasil.com.br/clubede-beneficios

Clube de **Benefícios**



PRESENCÇA CONFIRMADA

FITNESS BRASIL EXPO 2025

ESTANDE N° 26.1

28 A 30 DE AGOSTO

TRANSAMERICA EXPO
CENTER - SÃO PAULO

NewFitness | XTREME[®]
FITNESS GROUP

TEAM NEWFITNESS GROUP

+55 11 97168-2840 / WWW.NEWFITNESS.COM.BR / @NEWFITNESSBR

PARCEIROS ACAD BRASIL

DIAMOND

TOTALPASS

totalpass.com.br



w12.com.br

KIKOS

kikos.com.br

GOLD

MATRIX

matrixfitness.com.br

MOVEMENT

movement.com.br

wellhub

wellhub.com

NEXT FIT

nextfit.com.br



sistemapacto.com.br



vulpair.com.br



whitewall.dev

SILVER

NewFitness

newfitness.com.br



casadofitness.com.br

GUSTAVO BORGES

metodologiagb.com.br

FLIP

flipuniformes.com.br

TECNOFIT

tecnofit.com.br

DI FITNESS

difitness.com.br

SEGASP SPORT

segassport.com.br

LES MILLS

lesmills.com.br

POLAR

polar.com.br

TRENDX

trendxbrasil.com

NASM

nasm.org

MetaLife

metallifeplates.com.br

APOIADOR

listenx

listenx.com.br

VibeLab

vibeeducacional.com

FLOTY

floty.com

PPA

ppa.com.br

WeHelp

wehelpsoftware.com

conectar

sejaconectar.com.br

mynutri

mynutri.com.br

K

KABBANI

kabbani.com.br

SEJA PARCEIRO

ACAD BRASIL

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ACADEMIAS

Unidos pelo sucesso do Fitness!

FAÇA PARTE DESTA TIME EXCLUSIVO
E COLOQUE A SUA MARCA NO TOPO
DO MERCADO FITNESS



ENTRE EM CONTATO

21 2493-0101

comunicacao@acadbrasil.com.br

www.acadbrasil.com.br

MOTIVOS PARA SE TORNAR PARCEIRO

- Conexão Recíproca!
- Benefícios ao Mercado!
- Aumento de Vendas!
- E muito mais!





VULP AIR

A evolução em conforto térmico.

Climatize a sua **academia** com soluções personalizadas, planos flexíveis e eficiência energética.

A gente cuida do ar, você cuida do resto.

Conheça nossas soluções de conforto térmico para academias e estúdios.

Pensada para a sua operação, a **Vulp Air** entrega do projeto à manutenção, com planos flexíveis por assinatura e sem compra de aparelhos.



Acesse vulpair.com.br e venha conversar conosco.



O Futuro das Academias é agora!

Sistema tem que ter cérebro, músculo e escudo.

Quem entrega tem que ter compromisso real, empatia e seriedade.

Pois quem usa precisa ter confiança, agilidade e paz de espírito.



Integrar com

TotalPass

ClassPass

WellHub

Controle total



Automatizar CRM

- E-mail
- WhatsApp
- Push

#1

Pago

R\$ 498

Pix Recorrente



R\$ 199,90

Mensalidade recorrente

Cancelar



Alterações em massa aplicadas com sucesso.

Conheça agora!

