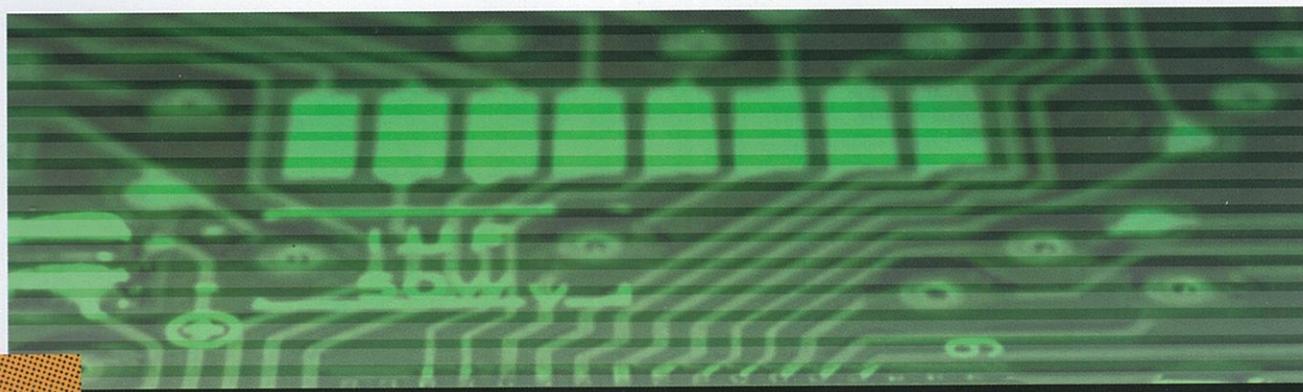


REVISTA

EMPRESÁRIO

ANO 1 Nº 05 JULHO/AGOSTO 2003

Fitness



Fitness Digital

A evolução da
administração
nas academias

ISSN 1678-7382



SALA VIP

Entrevista exclusiva
com o nadador e empresário
de fitness Gustavo Borges

ACONTECE

Fique por dentro dos
maiores eventos do
setor fitness no Brasil

EMPREENDEDORISMO

Saiba quais as características
e as dicas para ser um
empresário de sucesso

Step Rígido Maktub: Campeão em tecnologia.



A Maktub, empenhada sempre em adicionar qualidade a seus produtos, focando um contínuo desenvolvimento tecnológico para atender as necessidades de seus clientes, apresenta seu novo lançamento: o primeiro step rígido produzido na América Latina, totalmente injetado em Polipropileno, obedecendo rigorosamente os padrões internacionais de ergonomia. Além disso, eles permitem que você estampe sua marca* no polipropileno.

*Acima de 300 peças

Aproveite!

Novos Halteres Vulcanizados Maktub: Ainda mais resistência e funcionalidade.

Os halteres Maktub são produzidos em borracha vulcanizada, o que os torna muito resistentes e funcionais:

- Não danificam o piso
- Não criam calosidades nas mãos
- Não quebram, nem apresentam rachaduras ao longo do tempo

Rubber Fitness

Marca Registrada da Maktub



Rua Dr. Mário Vicente, 1248 • São Paulo • SP
Telefax: (11) 5068.2000
www.maktubfitness.com.br
maktub@maktubfitness.com.br



REVISTA **EMPRESÁRIO** *Fitness*



Uma publicação



ISSN 1678-7382

A Revista Empresário Fitness é uma publicação bimestral da Atitude Editora Ltda. dirigida a profissionais e proprietários de academias, clubes, hotéis, spas, condomínios e grandes empresas.

Diretora Executiva
Thais Almeida

Diretor Executivo de Vendas
Mário Ferreira

Jornalista Responsável
João Roberto de Oliveira
Mtb. 19028

Textos
Carlos Gimenes
Madalena Almeida
Rodrigo Ferreira

Ilustração de Capa, Arte e Editoração
Laiz Neves Leão

Colaboração
Sidney Ferreira Rocha Jr.

Redação e Publicidade
atitude.editora@uol.com.br
www.empresariofitness.com.br
Rua Gal. Júlio Marcondes Salgado, 123
Campos Elíseos CEP: 01201-020 S. Paulo SP
Tel/Fax: (11) 3822-2275

Fotolito e Impressão
Van Moorsel, Andrade & Cia.

Tiragem 10.000 exemplares
Distribuição nacional

Ano I n° 5 julho/agosto 2003

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da Editora. As fotos publicadas têm caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas mediante prévia consulta por escrito à Editora.

O não cumprimento dessa determinação sujeitará o infrator as penalidades previstas na Lei de Direitos Autorais. (Lei 9.610/98)

SALA VIP
Entrevista com o nadador e empresário Gustavo Borges

10

SUPORE
Empreendedorismo: característica essencial de qualquer empresário

12

ACONTECE
Cobertura da Feira Sports Business Show em São Paulo

14

VISUAL
Dicas para deixar sua academia funcional e aconchegante

16

CARREIRA
Liderança: saiba como fazer com que seu time entenda você

18

CONSULTOR
Você sabe exatamente o que seu cliente procura numa academia?

20

CAPA
Acompanhe as novidades tecnológicas na informatização de academias

22

TENDÊNCIAS
Conheça a mais nova febre dos alunos e empresários de academias

32

NEGÓCIOS
Jorge Gonçalves dá dicas de como dar nova vida ao seu negócio

34

ACONTECE
Saiba tudo sobre o maior evento fitness da América Latina

36

GERAL
Paulo Akiau explica as origens da Body Systems

38

VITRINE
Apresentamos diversos modelos de Elíptico para você comparar

40

ESSENCIAL
Sua academia é do jeito que você sempre sonhou?

42

5ª EDIÇÃO: EVOLUÇÃO DE 25%

É pessoal, acho que vocês perceberam que a revista está um pouco mais encorpada.

Estamos na 5ª edição e já aumentamos 25% do conteúdo no que se refere a quantidade de páginas, matérias e parceiros. Você leitor, que abre a revista neste momento, quero que saiba que é por você que ela está crescendo. Graças aos nossos leitores e parceiros que acreditam nesta idéia é que estamos crescendo rapidamente. Não posso deixar de mencionar neste espaço, o meu agradecimento pelo enorme carinho que eu e toda minha equipe recebe de leitores e a todos que nos procuram para a formação de parcerias. Estamos sempre de portas abertas para quem quiser fazer parte deste time.

A revista *Empresário Fitness* está se tomando mais forte a cada edição, por sua seriedade, competência e qualidade está conquistando um nicho do mercado necessitado, e que hoje aplaude a iniciativa.

Desde o início temos como maior objetivo melhorar a profissionalização gerencial do setor e não apenas ser mais uma revista de fitness. Somos diferentes e mesmo que apareça algo que lembre

nosso estilo, pode acreditar que estaremos mudando constantemente.

Nesta edição, saiba tudo sobre a evolução da administração nas academias, e uma super entrevista exclusiva com Gustavo Borges, atleta brasileiro de natação que nos deu muito orgulho representando o Brasil e agora ingressando no mercado fitness como empresário. Além de cobertura dos maiores eventos de fitness do Brasil, dicas de como deixar sua academia bonita e funcional e muito mais.

E fiquem atentos, estamos elaborando algumas novidades para nossos leitores, como um ciclo de palestras para empresários e novos recursos em nosso site.

Informação de qualidade para ajudar você a cuidar da saúde de sua academia.

Um abraço

Thais de Almeida

Diretora Executiva

atitude.thais@uol.com.br

VEM AÍ!!!

1º Ciclo de Palestras para

Empresários Fitness

Marketing Vendas Atendimento Tecnologia Biomecânica
Administração Recursos Humanos Finanças Carreira

Informações: (11) 3822-2275 atitude.editora@uol.com.br www.empresariofitness.com.br

**Adivinhe qual será
o maior lançamento de
2003?**

Body
Systems
FitnessInteligente

CANAL ABERTO

Este espaço é reservado para nós nos comunicarmos com você. A seguir você vai conhecer algumas maneiras que criamos para sempre estarmos em contato direto com nossos leitores, participe ativamente da revista Empresário Fitness, ela é feita para você.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Nós queremos saber o que você pensa sobre nosso trabalho. Esteja a vontade para nos enviar reclamações, elogios, críticas, sugestões ou simplesmente um "Alô!". Será sempre um prazer saber sua opinião. Para isso, utilize os seguintes canais abaixo:

Carta: Atitude Editora
Rua Gal. Júlio Marcondes Salgado, 125
São Paulo - SP CEP: 01201-020
e-mail: atitude.editora@uol.com.br
Fax: (11) 3822-2275

SITE

www.empresariofitness.com.br

Você irá encontrar resumos de todas as edições da revista, além de informações de como assinar, anunciar, histórico da revista, dados da editora e equipamentos, acessórios e produtos para academias.

PESQUISA DE MERCADO

Acesse nosso site e responda nossa Pesquisa de Mercado, onde colhemos informações específicas sobre academias, clubes, spas e estabelecimentos de fitness com o objetivo de obter informações mais concretas sobre o setor fitness. Garantimos que as informações serão confidenciais, sendo utilizadas somente em caráter de estatística de mercado.

CLASSIFICADOS

Uma seção voltada aos prestadores de serviços, empresários e pessoas interessadas. Seja para a troca, compra e venda de produtos usados, anúncio de empresários para admissão de funcionários ou para prestadores de serviços oferecerem-se como massoterapeutas, personal trainers, etc. A cada edição, serão publicados os anúncios recebidos a cada bimestre e também serão inseridos no site e ficarão disponíveis por 4 meses. Os anúncios podem ser enviados por correio, fax ou e-mail, com no máximo 30 palavras. A editora se reserva o direito de não veicular anúncios que não se enquadrem no perfil da publicação.

INDICAÇÃO DE SITES

Estamos inserindo em nosso site e também na revista uma seção para indicação de sites diversos relacionados ao fitness e negócios. Precisamos de sua ajuda para nos indicar aquele que você considera interessante, assim poderemos dividir isso com todos os leitores.

CASES DE SUCESSO

Nós queremos conhecer você! Constantemente precisamos encontrar academias e empresas para serem entrevistados em nossas matérias. Para isso, envie-nos sua história de sucesso, conte um pouco sobre você, sua empresa e os desafios que enfrentou e enfrenta no seu dia-a-dia.

TOP FITNESS CURITIBA, VOCÊ VAI?

Então hospede-se no mais confortável Flat da cidade e aproveite as Tarifas Especiais

Sauna seca e úmida, piscina, bar, lobby, sala de ginástica, sala de internet, churrasqueira, restaurante, e auditório de eventos

Flat
Petras
Residence

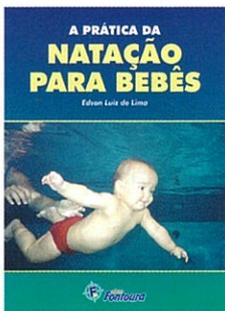


Al. Júlia da Costa, 340 S. Francisco Curitiba - PR
www.flatpetras.com.br - 0800 707 0056 / 0800 41 0056

Onde você é muito mais que um hóspede

**LANÇAMENTO DO LIVRO:
A PRÁTICA DA NATAÇÃO
PARA BEBÊS** de Edson Lima

A proposta deste livro é apresentar o trabalho com os bebês como ele se processa, na prática, na maioria das academias brasileiras. Para isto, o autor usou sua experiência de 24 anos atuando com atividades aquáticas, incluindo bebês, e também realizou uma pesquisa inédita, pela internet, envolvendo professores de todos os pontos do país, a fim de levantar um perfil da natação para bebês no Brasil.



Informações: (11) 4587-9610
www.editorafontoura.com.br

NOVIDADES NA PRÓ-PHISICAL

Chega no mercado as linhas exportação Stor e Fainest, compostas por material completamente elaborado (trifilado). O tubo é oblongo, elíptico e redondo, com paredes que variam de 3,0 a 4,7 mm e com dimensões de 150x50, 127x127, 100x55 e 130x60.

Como sabem, a Pró-Physical caracteriza-se principalmente pela preocupação com a biomecânica, design e qualidade de seus produtos. Não nos esqueçamos que a Pró-Physical foi uma das pioneiras em acreditar no sistema

de alavancas convergentes dentro do mercado nacional, e portanto, tem hoje com certeza, o melhor produto e liderança do segmento. Fainest e exportação Stor resumem-se simplesmente em: biomecânica, ergonomia, qualidade e força!!



Informações:
www.prophysical.com.br

LANÇAMENTOS BUICK

A Buick Fitness Equipment estará apresentando a nova linha de Equipamentos de Musculação TURBINE.

Além da tradicional e excelente biomecânica, a nova linha apresenta design



moderno e arrojado, desenvolvido dentro das mais modernas tendências do mercado mundial. A comercialização da nova linha é da Maktub Fitness Solution - responsável pelo marketing e vendas de todas as linhas da Buick.

Informações: (11) 5068-2000
www.maktubfitness.com.br
maktubfitness@maktubfitness.com.br

empresário fitness

7

**Top
Fitness²⁰**
A forma ideal de fazer negócio

Multiplique suas vendas



promoção:



apoio:



agência oficial:



**FEIRA SUL BRASILEIRA DE ESPORTE & SAÚDE
12 A 16 DE NOVEMBRO**

FRANQUIAS / MODA ESPORTIVA / EQUIPAMENTO PARA GINÁSTICA E FISIOTERAPIA / CALÇADOS / PISCINAS / HIDROS / ALIMENTAÇÃO
ESPORTE DE AVENTURA / INFORMÁTICA / PRESTADORES DE SERVIÇOS / REVISTAS DO SETOR / MATERIAL ESPORTIVO
MEDICINA ESPORTIVA / EQUIPAMENTO DE MERGULHO / VITAMINAS E SUPLEM. ALIMENTARES

MARUMBY EXPO CENTER- CURITIBA PR

www.topmasterfeiras.com.br

Reserve sua área
(41) 335-2012

CARTAS

Comentários sobre o conteúdo editorial, sugestões e críticas envie e-mail para atitude.editora@uol.com.br ou carta para Atitude Editora Ltda. Rua Gal. Júlio Marcondes Salgado, 123 São Paulo - SP CEP: 01201-020

É com enorme prazer e satisfação que escrevo para os editores desta revista. Quero parabenizar a todos pelo excelente conteúdo que traz matérias atuais e de interesse dos empresários. Tenho todas as edições e as dicas estão me ajudando muito na melhora da administração de minha academia. Continuem assim.

Ricardo Castelo Farias
Porto Alegre - RS

Estou realmente encantada com a Revista Empresário Fitness. Demorou muito alguém ter a brilhante idéia de fazer uma revista com matérias atuais sobre a parte de administração de academias. Tenho academia a 9 anos, e se no começo tivesse acesso a esse tipo de informação não teria tanta dificuldade. Hoje sei que posso contar com vocês. Parabéns, e continuem melhorando sempre, as academias agradecem.

Solange Ap. Vieira Dias
São Paulo - SP

A Revista Empresário Fitness é a publicação que faltava no mercado de academias. Até hoje não conheci revista que substitua a seriedade e conteúdo que ela apresenta, e ainda, melhora seu editorial a cada edição, uma preocupação constante com a classe de empresários do ramo de fitness.

Ronaldo Spironi
São Paulo - SP

Meu nome é Juliana e estou me formando em Educação Física no final deste ano. Tive conhecimento da Revista Empresário Fitness através de uma amiga que visitou uma feira de esportes. Gostaria de obter uma assinatura, pois pretendo abrir uma academia em breve e sei que precisarei de auxílio para cuidar da parte administrativa e acho que esta publicação pode me ajudar. Gostei muito das matérias e do visual.

Juliana Moraes Souza
São Vicente - SP

fazendo marcas campeãs



www.mkte.com

AGENDA

23 a 26 de agosto 2003
1ª Sports Fair South America
www.grafitefeiras.com.br
 Tel.: (11) 3896-0202
 São Paulo - SP

28 a 31 de agosto 2003
III Campinas Fitness
www.campinasfitness.com.br
 Tel.: (19) 3256-0122
 Campinas - SP

3 a 7 de setembro 2003
7º Meeting Sports
www.p2esporte.com.br
 Tel.: (48) 222-5114
 Florianópolis - SC

4 a 7 de setembro 2003
7ª Convenção Centro-Oeste de Fitness e Atividades Físicas
 Tel.: (61) 275-6640 / 9649-9746
 Brasília - DF

11 a 13 de setembro 2003
4th IHRSA/Fitness Brasil Latin American Conference & Trade Show
www.fitnessbrasil.com.br
 Tel.: (11) 5055-9011
 São Paulo - SP

14 a 19 de setembro 2003
XIII Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte
www.cbce.org.br
 Tel.: (19) 3788-6622
 Caxambu - MG

2 a 4 de outubro 2003
Rio 2007 PAN-AM Expo Sports & Business
www.rio2007expo.com.br
 Tel.: (21) 2537-4338
 Rio de Janeiro - RJ

16 a 19 de outubro 2003
3ª Convenção Fitness Brasil Norte-Nordeste
www.fitnessbrasil.com.br
 Tel.: (11) 5055-9011
 Salvador - BA

15 a 19 de outubro 2003
35º Enaf - Poços de Caldas
www.enaf.com.br
 Tel.: (35) 3222-2344
 Poços de Caldas - MG

23 a 25 de outubro 2003
26º Simpósio Internacional de Ciências do Esporte
www.celafiscs.com.br
 Tel.: (11) 4229-8980
 São Paulo - SP

12 a 16 de novembro 2003
Top Fitness Curitiba
www.topmasterfeiras.com.br
 Tel.: (41) 335-2012 / 339-6465
 Curitiba - PR

ESTA É A LINHA DE PRODUTOS QUE ESTÁ REVOLUCIONANDO
 A MANEIRA DE ESCOLHER EQUIPAMENTOS.

CRITÉRIOS PARA ESCOLHA:

- ACABAMENTO;
- BIOMECÂNICA;
- SISTEMAS;

E É CLARO.....

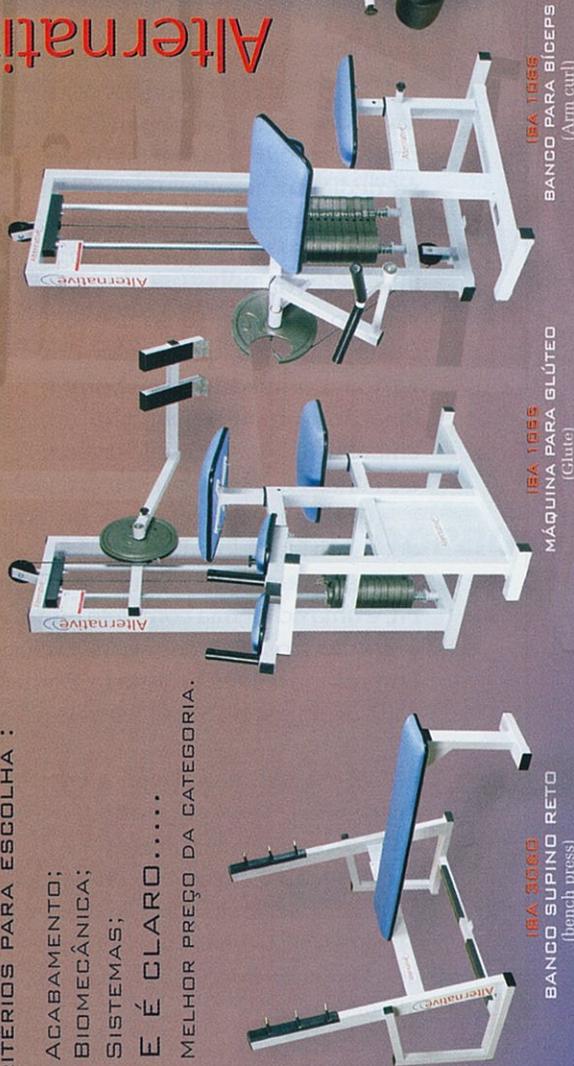
MELHOR PREÇO DA CATEGORIA.

REVENDIDAS AUTORIZADAS:

São Paulo Capital :
 Estock fitness (11) 296 8699
 All fitness (11) 5585 2857
 Passo Fundo : (54) 315 3710
 Benito Gonçalves : (54) 452 4353
 Santa Catarina : (47) 360 7298
 Cascavel : (45) 224 5352
 Belém : (91) 9613 6353
 Manaus : (92) 238 7437
 (92) 9995 1790

Ligue, peça um orçamento
 e invista sem dúvida em um
 novo conceito no mercado
 do fitness.

Alternative



IBA 3060
 BANCO SUPINO RETO
 (bench press)

IBA 1955
 MÁQUINA PARA GLÚTEO
 (Glute)

IBA 1066
 BANCO PARA BÍCEPS
 (Arm curl)

IBA 1030
 BANCO EXTENSOR
 (Leg extension)

IBA 8010
 BANCO P/ PANTURRILHA
 (Seated calf)

WWW.IBEPE.COM.BR

GUSTAVO BORGES

DE ATLETA PARA UM BEM-SUCEDIDO EMPRESÁRIO DE FITNESS

Por Madalena Almeida

A vida de atleta é realmente muito atribulada. São muitas competições, viagens, treinos rigorosos e pouco tempo para se dedicar a família. Pensar em outras atividades é praticamente impossível. Mas há quem consiga investir em outros projetos e obter sucesso. Esse é caso do nadador Gustavo Borges, que apesar dos vários compromissos com a natação, tornou-se também um empresário bem-sucedido da área de Fitness e confessa estar bastante satisfeito.

Com uma metodologia de ensino diferenciada desenvolvida pelo próprio nadador, a Gustavo Borges Natação, inaugurada há um ano e meio em Curitiba/PR, é uma academia completa que trabalha com crianças e adultos. Em entrevista exclusiva, concedida a Empresário Fitness, Gustavo Borges analisa o mercado de fitness no Brasil e revela planos para o futuro.

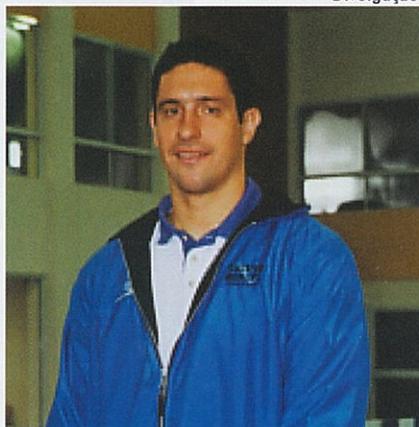
EF - O que o motivou a entrar no mercado de academias? Qual era o objetivo quando inaugurou a Gustavo Borges Natação?

GB - Gostaria de ter um negócio próprio e achei os parceiros ideais para isso em Curitiba/PR. Nosso objetivo é trabalhar com crianças e adultos, visando desde o bem-estar das pessoas até o treinamento de atletas.

EF - Como é ser atleta e empresário ao mesmo tempo? O que teve de aprender?

GB - Administrar uma empresa é muito diferente de competir. Por isso, é fundamental contar com pessoas competentes que lhe ajudem, a fim de ter uma empresa andando na direção certa. Tenho muito coisa a aprender ainda, mas acho que lidar com pessoas é a parte mais difícil em qualquer empreendimento.

Divulgação



EF - Você consegue conciliar bem as duas atividades?

GB - Sim, mas no momento me dedico muito mais a natação do que a empresa. Mas pretendo mudar isso no futuro.

EF - Quais os diferenciais da academia Gustavo Borges?

GB - Temos uma área infantil sob medida e uma metodologia de ensino de natação, elaborada por mim com auxílio de pessoas do ramo de aprendizagem. Outro

diferencial importante é minha presença junto aos alunos para correções e treinamento.

EF - Há pretensão de inaugurar novas unidades da academia em outros estados?

GB - No momento só existe a unidade de Curitiba. Mas inauguraremos em breve outra unidade em São Paulo.

EF - O que você espera do mercado de fitness?

GB - É um mercado muito competitivo, mas temos uma academia bem equipada. Com certeza, é um mercado que está crescendo muito, pois hoje em dia as pessoas têm se conscientizado que cuidar do corpo e da saúde é muito importante para se viver melhor e ter mais disposição para se trabalhar.

EF - A Gustavo Borges Natação oferece outras modalidades, além da natação?

GB - Sim, temos uma academia completa com diversas atividades, que vão desde natação, spinning, diversas aulas de ginástica, hidroginástica, musculação, atividades especiais para crianças e atividades específicas para adultos, até sauna. Em breve, implantaremos também massagens fisioterápicas e relaxantes.

EF - Você acredita que para se obter sucesso é importante manter essa diversificação?

GB - Sim. Nós temos um posicionamento bastante claro em atividades aquáticas, porém, se não formos fortes no chamado 'tripé para academias' (natação ginástica e musculação) não há negócio que se mantenha sustentável.

O segredo é ter boa estrutura, metodologia de ensino e atendimento eficientes.

EF - A natação é a modalidade mais procurada na academia, especialmente por você ser um atleta famoso da área?

GB - O nome realmente atrai muitas pessoas para esta modalidade e temos a maioria dos alunos praticando esta atividade. Mas na parte seca, também temos investido muito, especialmente em atendimento e equipamentos.

EF - A natação, na maioria das academias, é uma modalidade sazonal, ou seja, no inverno tende a ser menos praticada. Quais ações são feitas para atrair os alunos?

GB - Verificamos que isso acontece mais com as crianças, já os alunos adultos são muito fiéis e constantes. Para as crianças, realizamos atividades, como colônias de férias nesses meses, o que tem complementado esta sazonalidade, porém, é uma iniciativa trabalhosa.

EF - Como está hoje o desenvolvimento da natação do País?

GB - É uma área em que o Brasil vem se destacando bastante. Temos uma equipe boa com uma renovação chegando.

EF - Quais as últimas inovações no que se refere à modalidade natação? O que você faz para motivar e reter clientes, especialmente depois que eles aprendem a nadar?

GB - Temos hoje um programa de filmagem subaquática que é um grande diferencial. Além disso, realizamos competições 'Master', que são muito motivadoras. Assim, verificamos que criar uma "família Gustavo Borges" tem sido a melhor maneira de fidelizar o aluno. ■



Um Evento Elaborado Para Você !!

O Evento de Esporte, Fitness e Saúde que está Agitando Campinas e Região.

Serão 4 dias de: Feira do Mundo Fitness com as melhores empresas do Brasil Congresso com os principais profissionais do país Aulas Abertas, Apresentações e Palestras Abertas ao público

PATROCÍNIO



APOIO

Avoq Internet e CD Rom - Accor Hotels
Body Systems - CNA Inglês e Espanhol
Convention & Visitors Bureau
Jovem Pan FM

DESENVOLVIMENTO E REALIZAÇÃO



Dias:
28, 29, 30 de agosto
das 11h30m às 21h30m
31 de agosto das 10h às 18h

Apoio e Local:
Puc Campinas - Campus I

Entrada:
1Kg de alimento
a ser doado para o
Programa
Fome Zero



www.campinasfitness.com.br

(19) 3256-0122

EMPREENDEDORISMO

A MARCA REGISTRADA DOS PROFISSIONAIS DE SUCESSO

Por Thais Almeida

Se você sempre foi motivado pela auto-realização, desejo de assumir responsabilidades e independência e embora busque ter satisfação financeira, considera irresistível assumir novos desafios e ainda está sempre propondo novas idéias, que são seguidas pela ação, ou está sempre se auto-avaliando e controlando seu comportamento em busca do autodesenvolvimento. Sim, você é um Empreendedor.

Para se tornar um empreendedor de sucesso, é preciso reunir imaginação, determinação, habilidade de organizar, liderar pessoas e de conhecer tecnicamente etapas e processos. Embora algumas atitudes que costumamos ter no dia-a-dia nos faz recuar como a falta de perseverança, a imagem negativa que fazemos de nós, a falta de autoconfiança, o medo do fracasso, dentre outros fatores.

O sucesso de um empreendimento não depende de milagre ou fórmulas mágicas e sim de uma série de fatores e condições pessoais e do negócio em si, que se deve levar em consideração. Mas não esquecendo que um detalhado Plano de Negócios que vai guiar todos os seus passos para que você se dê bem na sua empreitada, nele estarão especificados os principais fatores necessários para a criação de um empreendimento.

Muitas pessoas pensam em tornar-se empreendedoras para ter mais liberdade e tranquilidade.



Divulgação

Na verdade, ser empresário exige sacrifícios como: a necessidade de trabalhar mais do que oito horas por dia, a dificuldade para tirar férias, dentre outros fatores. No entanto, para o empreendedor a realização proporcionada pela obtenção do próprio negócio é o maior retorno proporcionado.

Empreendedores são pessoas capazes de sonhar e transformar sonhos em realidade. Identificam oportunidades, agarram-nas, buscam recursos e transformam tais oportunidades em negócios. São empreendedores todas as pessoas inovadoras, e que estão atentas às mudanças e sabem aproveitá-las, transformando-as em oportunidades de negócios.

Veja algumas características de um Empreendedor:

- **Busca de Oportunidades e Iniciativa:** Aproveitar oportunidades para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalhos ou assistência.

- **Correr riscos calculados:** Avaliar alternativas e calcular riscos.
- **Exigência de qualidade e eficiência:** Encontrar maneiras de fazer coisas de uma maneira melhor, de forma mais rápida e com menor custo.
- **Persistência:** Agir repetidamente ou mudar de estratégia para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.
- **Comprometimento:** Fazer um sacrifício pessoal ou esforçar-se ao máximo para completar uma tarefa.
- **Busca de informações:** Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes.
- **Estabelecimento de metas:** Estabelecer metas e objetivos que são desafiadores e que têm significado pessoal.
- **Planejamento e monitoramento sistêmicos:** Planejar dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos.

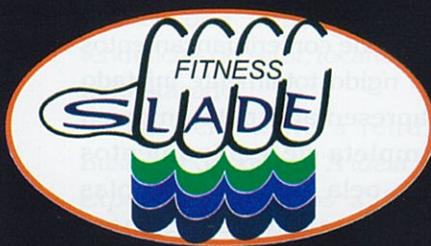
- **Persuasão e networking:** Utilizar estratégias para influenciar ou persuadir os outros.
- **Independência e autoconfiança:** Buscar autonomia em relação a normas e controles de outros.

É muito difícil uma pessoa ter todas as características em perfeito equilíbrio porque elas não são herdadas, mas sim aprendidas ao longo da vida, com experiências de trabalho, determinação e estabelecimento de metas pessoais desafiadoras.

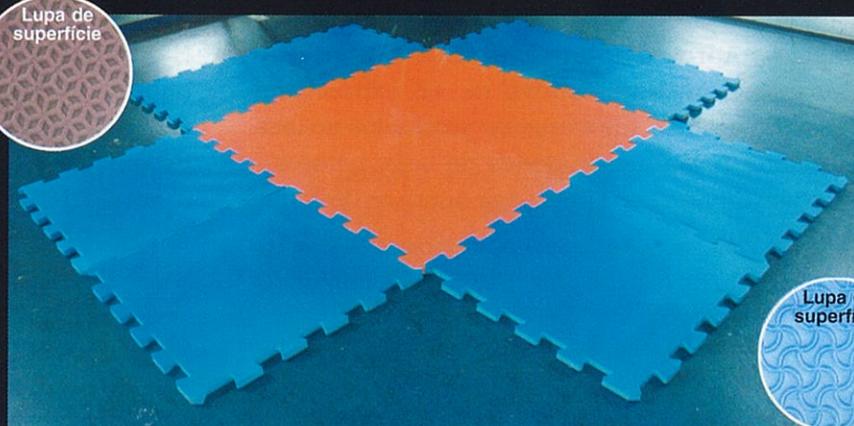
Se você pretende abrir um negócio, pratique estas dicas, se já tem, também, pois o sucesso dele depende somente de você. ■

Thais Almeida

é bacharel em Administração de Empresas e diretora e editora da *Revista Empresário Fitness*



Acessórios para fitness, musculação, tatami, hidroginástica, natação e hidroterapia



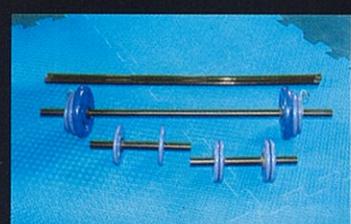
Tatami e v.a silicizado com superfície impermeável, textura e desenho oficiais aprovados pela federação. **COMPROVE!** Peça sua amostra.



Acessórios para natação, hidroginástica e hidroterapia



Step em E.V.A solado superior e inferior. Medidas 75x32/82x32/95x32, nas alturas de 10 ou 15 cm



Visite nosso site:
www.aquaticaslade.com.br

Tel. (11) 4224-2829 ou 4226-2191 (solicite catálogo completo)

Rua Heloísa Pamplona, 365 - Fundação - SCS - SP - CEP: 09520-320 - E-mail: aquaticaslade@aquaticaslade.com.br

SPORTS BUSINESS SHOW INOVA EM 2003

por Carlos Gimenes e Rodrigo Ferreira

As novidades em equipamentos e produtos dividiram as atenções com os palestrantes do primeiro congresso paralelo à feira

Uma das mais importantes feiras de esporte e wellness aqueceu São Paulo no frio do mês de julho. A Sports Business Show 2003, realizada no pavilhão amarelo do Expo Center Norte, nos dias 10, 11 e 12, apresentou à capital paulista as inovações do setor. Aproximadamente 5.000 visitantes percorreram os estandes de 46 expositores, distribuídos nos 1.500 metros quadrados do local. Pautada pelas necessidades de seus leitores, a Revista Empresário Fitness traz agora os destaques do evento.

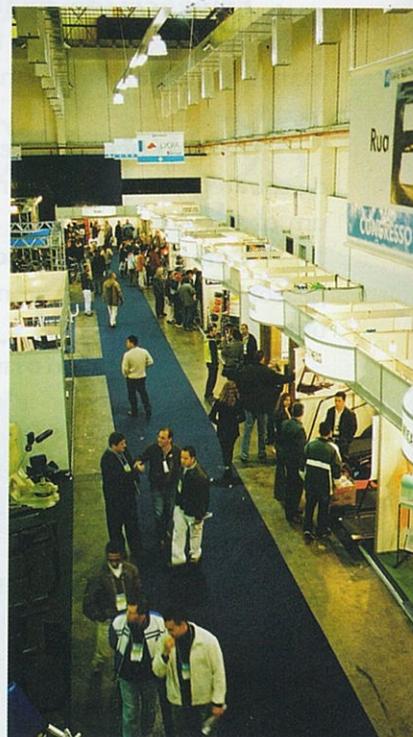
Além dos últimos modelos em equipamentos de diversas marcas, a edição de 2003 contou com mudanças em relação aos anos anteriores. Entre elas, a criação do Espaço Lycra, voltado para o lojista; o balcão de ofertas exclusivas; o fórum de novidades, com palestras ministradas pelos expositores e ainda o primeiro congresso realizado paralelamente à feira. "A proposta do evento como um todo é estar voltado aos negócios", afirmou Mauricio Fernandes, da MF Promoções, empresa

que organizou o evento juntamente com a Câmara Brasil-Alemanha.

Quem compareceu pôde conferir lançamentos como o primeiro step rígido totalmente injetado da América Latina apresentado pela empresa Maktub, a linha completa de equipamentos nacionais produzidos pela Biotech, as bolas FlexBall de exercício terapêutico e fitness desenvolvidas pela brasileira Quark e diversos modelos de softwares e catracas para academias.

Apesar da forte chuva ter restringido o número de pessoas presentes - no ano de 2002 foram 7.000 - alguns expositores saíram satisfeitos com os resultados obtidos "A feira foi importante. Participamos de uma em Madrid no mês de abril, mas no Brasil é a primeira. Estamos sendo muito procurados, inclusive por pessoas que vieram especificamente para nos visitar", declarou Gilberto Azem da Biotech, que ainda não possuía os valores finais de venda.

Ivan Carbone Pinto, sócio e diretor da em-



Divulgação

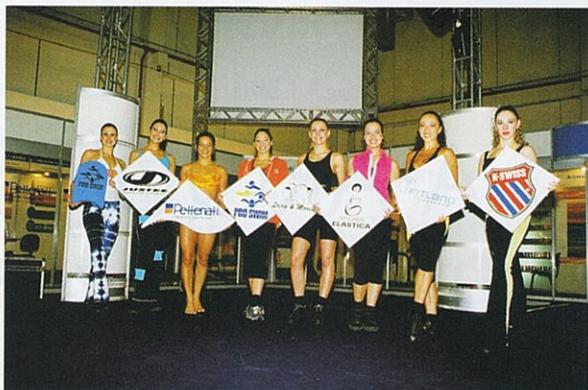
presa de software Ter-razul, diagnosticou que "o último dia representou 80% das vendas. Mais um dia desses seria o ideal". De qualquer modo, a feira movimentou cerca de R\$ 3 milhões em volume de vendas, com uma prospecção ao redor de R\$ 8 milhões, conforme dados fornecidos pela assessoria de imprensa da MF Promoções.

Para os visitantes, o difícil foi resistir aos mais de 10 mil itens esportivos e de qualidade de vida disponíveis. Anderson Santos, sócio da Loja Bescecx Sport - que trabalha com representações de produtos há nove anos na cidade de Taubaté, interior de São Paulo - foi buscar parcerias para ampliar seu negócio e constatou que "do ano passado para este houve um grande aumento de preço, tanto para consumidor final quanto para a gente".

Um importante ponto de negociação chamou a atenção do público neste ano. Denominado como Espaço Lycra, promoveu desfiles e reuniu várias confecções convidadas, que apresentaram tendências do setor, focando suas vendas em lojistas e no atacado.

Paralelamente à feira, ocorreu o Sports Business Congress. "A ideia foi trazer profissionais experientes ligados à área de administração, direção e coordenação de trabalhos em academias", contou Jorge Gonçalves, coordenador do congresso, consultor de academias e colunista da Empresário Fitness.

Quem assistiu às explicações aprovou. Maria



Divulgação

do Socorro Lopes, proprietária da escola de dança Danúbio Azul, esteve nas palestras e deu a sua opinião: "Vim participar porque temos uma academia pequena voltada somente ao balé clássico e jazz. Montamos

recentemente uma sala de musculação e pretendemos ampliá-la". Lopes destacou a palestra sobre gerenciamento de equipes como aquela que foi de encontro às suas necessidades.

Há dois anos separada da Sports & Fitness - que está atualmente em sua 20ª edição e é voltada para as necessidades do consumidor final - a Sports Business Show destaca-se pelo objetivo de gerar negócios para fabricantes, prestadores de serviços, lojistas e empresários do esporte em geral. Para 2004, a organização espera acrescentar empresas do ramo de Street Wear Skate e de suplementação vitamínica. ■



Divulgação

SERVIÇO

É possível obter maiores informações sobre como participar da próxima edição, através do site www.sportsbusinessshow.com.br ou pelo telefone da MF Promoções (11) 3168- 5790.



Divulgação



Divulgação

COMO A ARQUITETURA PODE AJUDAR A VENDER E AUMENTAR A RETENÇÃO

Arquiteta Patricia Totaro

Um projeto de arquitetura bem planejado e adequado ao empreendimento pode fazer a diferença para o empreendedor. Arquitetura ajuda a vender e a aumentar a adesão de alunos.

Quem é o seu público? Que lugares ele frequenta? Do que ele gosta?

Estas são as primeiras perguntas que você deve responder para entender as expectativas do seu aluno. A academia deve estar inserida neste contexto: ser um objeto de desejo para o seu público-alvo.

Primeiro passo: trazer o futuro aluno para dentro da academia

Criar uma fachada interessante e convidativa é o primeiro passo para criar interesse nas pessoas pelo seu espaço. A fachada deve preferencialmente mostrar partes da academia atraentes e que estão sempre com bastante movimento.

Ao mesmo tempo em que devemos abrir "vitrines" para a rua, devemos esconder um pouco o espaço interno, para criar interesse e curiosidade.

O estudo da fachada não pode ser feito isolando-se o imóvel de seus vizinhos. A rua deve ser pensada como um todo: por onde vem o maior número de veículos? E os pedestres? Quais as características da rua? Existem árvores ou postes que atrapalhem a visualização da academia?

Não se esqueça da comuni-

cação visual, que deve ser atrativa para o pedestre e para o motorista.

O arquiteto deve pensar sempre em valorizar o empreendimento, colocando-o no contexto da cidade.

Segundo passo: a visitação

Depois de vencida a primeira etapa, precisamos impressionar bem o futuro aluno com nossas instalações: a recepção deve ser sempre muito bem cuidada e convidativa. Cadeiras para sentar-se são sempre uma boa idéia. A visita do futuro aluno pela academia deve ser marcada por cenários interessantes: uma forma é já na entrada deixar vislumbrar as "atrações" principais do local.

O fluxo dentro da academia deve ser fácil e lógico. Após o final da visita é hora de levar o aluno para um ambiente agradável para efetivar a matrícula. Deste espaço é importante que ele tenha visão do movimento da academia para ter a vontade de matricular-se.

A sensação que o futuro aluno deve ter é a de que o espaço é muito agradável e de que ele passará bons momentos lá.

Terceiro passo: a retenção

Conseguimos mais uma matrícula! A arquitetura bem planejada pode continuar ajudando.



Monday Academia

Divulgação

Para o aluno sentir-se bem no ambiente é importante que a circulação seja fácil, que a academia tenha sempre um aspecto de nova e que mudanças sejam possíveis de ser feitas de tempo em tempo: procure sempre fazer balcões, armários e bancos móveis.

O ambiente deve ser claro e agradável. Quando for possível ter luz natural, abuse deste recurso, que além de propiciar uma sensação agradável, economiza energia elétrica no final do mês! A iluminação artificial deve ser bem planejada para que não ocorram pontos escuros dentro do espaço.

A boa ventilação (natural ou artificial) é imprescindível. Sempre que possível coloque janelas amplas e em grande quantidade, de preferência com ventilação cruzada. Dou este conselho mesmo para quem pretende colocar ar condicionado, pois assim fica-se com as duas opções.

A criação de espaços de convivência também é muito importante, pois se sabe que o aluno que tem amigos na academia é mais fiel. Uma boa idéia é colocar um café/lanchonete com cadeiras confortáveis, televisão e até sofás.

As cores também são muito importantes para criar

sensações de bem estar e de motivação para os usuários.

Resumindo:

Defina o que você quer que o aluno sinta em cada ambiente da sua academia. Faça vários passeios virtuais, imaginando o que acontece com o visitante e depois o usuário desde que ele entra na academia, passando por todos os percursos lá dentro. Crie cenários interessantes nas principais partes do empreendimento.

Bom projeto e boas vendas!

Patricia Totaro é Arquiteta e Urbanista formada pela Universidade Mackenzie - SP. Fundou e dirige o escritório Patricia Totaro - Arquitetura de Resultados, especializado em projetos de arquitetura para a área comercial, em especial para Academias de Ginástica, Centros Esportivos e Spas. ■

patricia@patriciatotaro.com.br

www.patriciatotaro.com.br

(11) 3034 5545

Venda de Equipamentos

Financiamento em 10 vezes



Esteira Profissional MS 01



Elevador MS 140 pr piscina

Linhas para Musculação, Academias, Hotéis, Spa, Fisioterapia, Hidroterapia e Residências



Panturrinha MS 64



Edição A Pulley MS 39

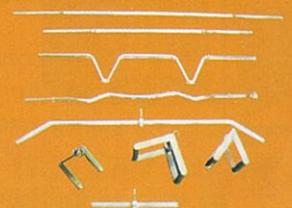


Supino Reto Art. MS 22



Smith Machine MS 78

Com mais de 16 anos de existência, a Mapema hoje está estruturada para atender você, com maior segurança e comodidade. Não importa a distância, o técnico chega até você!



Assistência Técnica:

- Esteiras elétricas e eletrônicas
- Bike
- Reforma de equipamentos
- Motorização de esteiras mecânicas
- Tudo relacionado a saúde

(11) 9883-3000

LIDERANÇA MOTIVADORA

Por Márcia Pucci

Há inúmeras definições de liderança, e um número ainda maior de interpretações. A maioria dos programas aborda a liderança de fora para dentro, se concentrando no que o líder deve fazer, e não naquilo que o líder é.

O bom líder, o "novo" líder, tira o melhor proveito de seus funcionários, através da liderança motivadora. Se pensarmos, que a liderança é a influência interpessoal exercida numa situação por intermédio do processo de comunicação para que seja atingida uma meta, podemos dizer que o líder afeta o comportamento de sua equipe na busca dos resultados.

Segundo Ben Zender, maestro inglês que junta palestras com concertos de piano para mostrar, com muito entusiasmo, o papel do líder na condução de suas equipes, o "novo" líder:

- trata de relacionamentos;
- concentra-se nas conversas;
- cria uma ligação em lugar de uma visão;
- apela para a paixão e não para o medo;
- trabalha com uma visão que não tem limites;
- oferece a si mesmo para prestar um serviço que dignifica o espírito humano;
- não se leva muito a sério;
- engaja os outros na visão.

Para uma equipe funcionar em sintonia, cumprindo metas e objetivos, é preciso que o líder tome os outros poderosos.

Lembrete: O regente de uma orquestra não produz nenhum som!

O Modelo dos Gansos

(baseado em "O Voo do Búfalo" James Belasco e Ralph C. Stayer)

Você sabe porque os gansos fazem uma formação em "V" quando voam?

1. À medida em que cada ave bate suas asas, ela cria uma área de sustentação para a ave seguinte. Voando na formação "V", o grupo inteiro consegue voar, pelo menos 70% mais do que cada ave isoladamente.

O conceito de Sinergia é exatamente este: num trabalho de equipe, o conjunto dos esforços coordenados, numa mesma direção, pode gerar um

rendimento bem maior do que a soma dos esforços individuais.

2. Quando o ganso líder se cansa, ele vai para a parte de trás do "V", ao mesmo tempo que outro ganso automaticamente assume a ponta.

O revezamento em atividades mais desgastantes evita improdutividades e mantém a equipe na direção dos objetivos. Sentido de participação significa encarar todas as atividades do grupo como importantes para os objetivos finais. Compartilhar responsabilidades de liderar com colaboradores responsáveis é o melhor exemplo de participação efetiva.

3. Os gansos de trás grasnam para encorajar os da frente a manterem o ritmo e a velocidade.

Palavras sinceras de incentivo e reconhecimento são fundamentais quando queremos motivar pessoas a manter ou aprimorar seus desempenhos.

4. Quando um ganso adoece ou se fere e é obrigado a abandonar o grupo, dois outros gansos saem da formação e seguem-no para ajudá-lo e protegê-lo. Eles acompanham até que suas condições melhorem. Só então os três reiniciam a sua jornada, juntando-se a uma outra formação, até encontrar o grupo original.

Gansos: uma metáfora com profundas lições de solidariedade, competência e empenho na busca de seus objetivos.

A lição dos gansos nos ensina muito sobre o trabalho em equipe, mas especialmente sobre o **compartilhar a liderança**, o aproveitamento de todas as habilidades da equipe, o poder da comunicação para incentivar e motivar o crescimento de todos na busca dos objetivos. ■

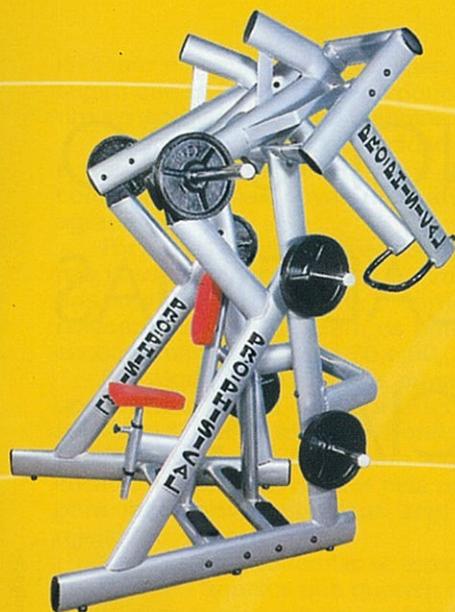


Divulgação

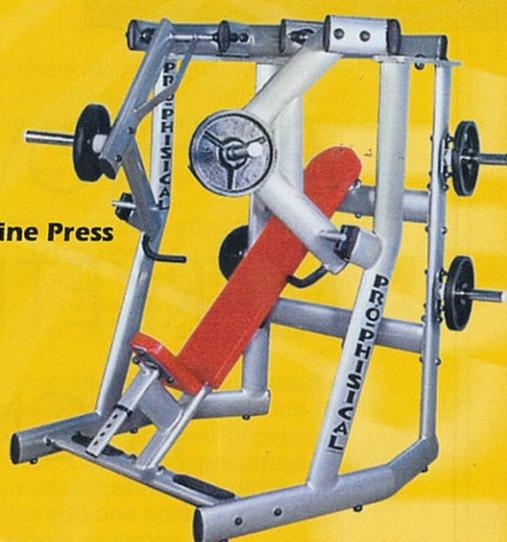
Márcia Pucci

é consultora de Recursos Humanos e presta serviços nas áreas de Folha de Pagamento, Administração de Benefícios, Seleção, Avaliação de Competências e Treinamento.

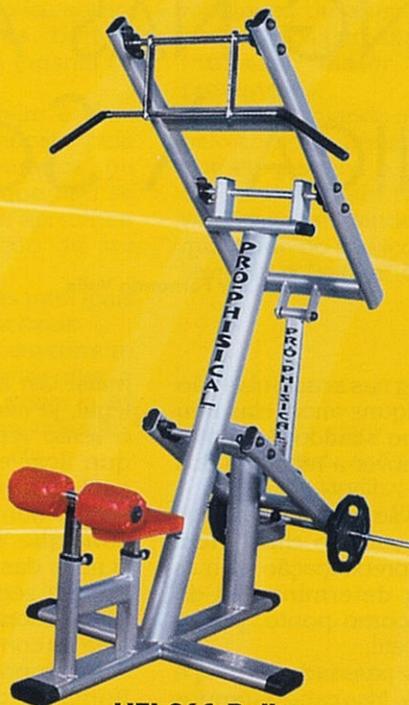
marcia.pucci@uol.com.br (11) 8147-3754



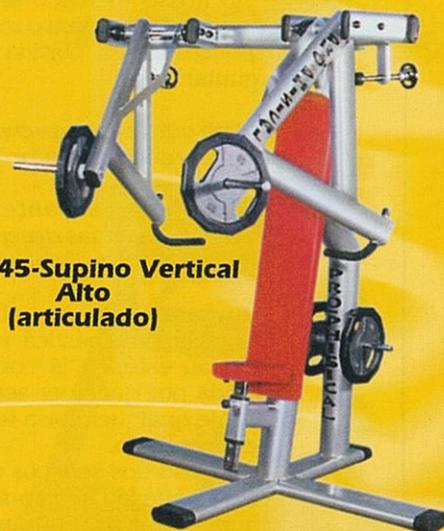
ES-063-D.Y.Row



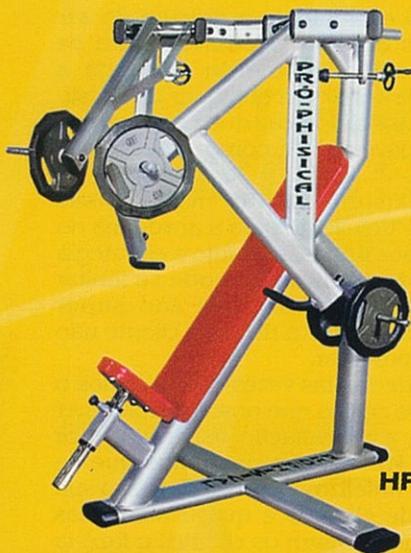
ES-053-Dcline Press



HFI-061-Pulley (articulado)



HFI-045-Supino Vertical Alto (articulado)



HFI-049-Supino Declinado (articulado)



MATERIAL UTILIZADO (tubos)

-  : Elípticos:
130x60 - parede 3.0mm
-  : Oblongos:
150x50 - parede 4.7mm
100x55 - parede 3.0mm
82x40 - parede 3.0mm
-  : Redondos:
130x130 - parede 4.7mm

PRÓ-PHISICAL

- Durabilidade
- Qualidade
- Biomecânica
- Resistência
- Tecnologia
- Design
- Pontualidade
- Preço

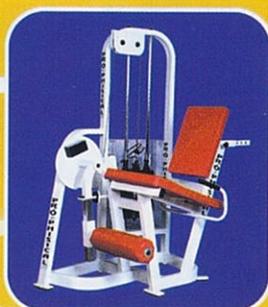
Força



KX 009 - Desenvolvimento



KX 010 - Supino Inclinado



KX 001 - Banco Extensor



KX 005 - Banco Adutor



KX 018 - Polia Superior

PRÓ-PHISICAL: Rua Rodolpho Alexandre Martinelli, 140 - 7º Distrito Industrial - CEP 17.212.747 - Jaú-SP
 e-mail: pro-physical@uol.com.br - pro-physical@bol.com.br - homepage: www.prophysical.com.br

FAX: (14) 622-5541 - VENDAS: (14) 621-1880 • 624-2521 • 624-9707 • 624-3055

Obs: a partir de 4 de agosto acrescentar o dígito 3, a frente do dígito 6.

AS NOVAS TENDÊNCIAS DO MARKETING NAS ACADEMIAS TÉCNICA X SOCIAL ?

Por Fernando Valle

As teorias de marketing nas academias não são algo novo. Há alguns anos, elas tem sido desenvolvidas no sentido de captar mais clientes e promover a retenção dos que estão frequentando.

A cada ano que passa mais se fala e se escreve sobre técnicas de vendas e de como o cliente tem que ser tratado, além é claro da preocupação com as outras variáveis de marketing determinantes do sucesso de qualquer negócio, como ponto, preço, produto ou serviço, distribuição etc.

No nosso mercado estamos passando da etapa do apenas *fitness* para o *wellness*. Mas cabe pararmos um pouco a nossa "corrida" comercial/profissional para perguntar:

Será que estamos vendendo o que nossos clientes estão querendo comprar ?

Para começar, antes de implantarmos uma estratégia de vendas deveríamos saber o que estamos vendendo e o que as pessoas estão buscando.

Enganam-se aqueles que acham que as academias de ginástica vendem em primeiro lugar, saúde ou estética. A compra primária de serviços efetuada por qualquer ser humano é a de **atenção**. Antes de qualquer coisa todo mundo quer ser ouvido e bem recebido.

No caso dos serviços das academias, mais ainda, pois o cliente já chega praticamente "fechado" com a compra, que é feita por impulso e basta tratá-lo com cordialidade para levar o processo até o fim. Está se enganando profundamente quem acha que consegue convencer alguém a "comprar" um comportamento, apenas com argumentos técnicos. A emoção é sempre a responsável pela "compra".

Por isso devemos observar o que realmente as pessoas estão desejando quando nos procuram e não tentar vender para elas o que "achamos" que elas deveriam querer.

Existe um impulso de apelo estético que às vezes é o pavio da compra. A mulher diz que o marido engordou, ele por sua vez reclama que ela se cuidava

mais. Um biquíni que ficava legal, já não está ficando ou o verão vem aí e todos tem que ficar em forma. Todas estas situações se manifestam num impulso que faz com que 40% a 50% das vendas das academias ocorram na segunda-feira, o *dia internacional de se mudar de vida ou comportamento*.

Mas por trás disto está latente a procura do ser humano, por grupos ou outras pessoas para se relacionar. Estar "bem" fisicamente aumenta a possibilidade de se relacionar em qualquer nível, isto sem falar dos benefícios fisiológicos que conhecemos quando estamos saudáveis e de como nossa auto-estima melhora.

Sendo assim existem muito mais coisas relacionadas a entrada do cliente para a academia do que apenas os benefícios físicos, portanto a estratégia de venda e retenção de clientes não pode se limitar apenas a orientações técnicas (que são super importantes !!) para não correr o risco do cliente não encontrar o que veio procurar.

Um exemplo de que muitas vezes confundimos o que estamos vendendo com o que nosso cliente quer comprar ocorre com a reavaliação física feita por algumas academias. Poucos são os alunos que se interessam em fazê-la (infelizmente !!) e com isso sua força para retenção de clientes é quase nula, mas existem academias que obrigam os clientes a fazê-la e ainda cobram por um serviço que não tem o valor percebido pelo cliente.

Experimente fazer uma pesquisa em sua academia e você constatará que a possibilidade de se aumentar o leque de contatos sociais é muito mais valorizada do que os índices de VO2.

Não estou de maneira nenhuma diminuindo o valor das reavaliações e da obrigatoriedade de uma avaliação física inicial criteriosa para o desenvolvimento de um programa de atividades físicas



Divulgação

eficiente e seguro para os nossos clientes, apenas sugiro que se pense mais um pouco no cliente como um ser social e não uma máquina de performance.

Atualmente nas grandes cidades do país, ocorre o mesmo fenômeno: cresce a dificuldade de se conhecer pessoas novas num ambiente seguro e agradável.

Por razões econômicas e de segurança temos visto nas nossas maiores cidades a diminuição crescente das atividades da "noite", como bares, boites, restaurantes etc, que eram os principais lugares de encontro nas décadas de 70 e 80.

Em algumas cidades, a praia também é uma opção, mas com a barreira estética imposta pela sociedade, entre "feios" e "bonitos", "sarados" ou "caídos" fica muito difícil para alguém que não se encaixe nos padrões ditados pela moda se aproximar para fazer novos contatos sem o medo de ser rejeitado.

Com isso as academias se tornaram as principais opções para aqueles que querem se relacionar.

Nas academias, existem muitas coisas em comum entre seus freqüentadores, que faz com que a "barreira" inicial da aproximação não exista e as possibilidades de contato aconteçam na musculação, na espera de uma aula, no bar, vestiário etc.

Estratégias de Marketing

Com uma política de marketing que atenda o

cliente de uma maneira técnica/social, que ouça suas críticas e sugestões, as chances de fidelização aumentam muito. Como consequência também aumentará o número de clientes novos, indicados pelos nossos clientes, para fazer parte desta nova "sociedade".

Grupos podem ser formados para atividades fora da academia, equipes de competição podem ser montadas ou apenas passeios e festas devem ser promovidos para que possibilitem aos clientes uma interação maior com o grupo de alunos e professores.

Assim, quando o aluno realmente for conquistado pelo coração, poderemos fazer com mais facilidade que ele perceba o enorme valor de uma prestação de serviço mais técnica. Com isso poderemos valorizar mais ainda o nosso trabalho, melhorar a qualidade do serviço prestado aos nossos clientes e também a "saúde" de nossa empresa. ■

Fernando Valle

CREF - 011402-G/RJ é Diretor da Valle Consultoria & Fitness; Diretor da Focus Fitness - Rio de Janeiro; Professor de Educação Física - UFRJ; MBA Marketing - PUC - Rio
fvalle@uol.com.br

**TENHA UMA
VOZDA SEM FAZER
ESFORÇO.**

Esteira Computadorizada Ômega Plus

Esteira Yozda 9500 - c/ inclinação

Esteira Yozda 9500 - Plus

• SOLICITE UM DE NOSSOS
REPRESENTANTES



**CONHEÇA OUTROS PRODUTOS:
www.yozda.com.br**

YOZDA
FITNESS EQUIPMENT

Rua Anita Garibaldi, 41 - Vila Hipica Paulista
CEP: 17520-540 - Marília - SP
Fone: (14) 3401-5044 - Fax: 427-6393

www.yozda.com.br - vendas@yozda.com.br

ASSISTÊNCIA TÉCNICA YOZDA PARA TODO O BRASIL: www.yozda.com.br



TECNOLOGIA EU PRECISO

Não espere que ela transforme a batalha do seu dia a dia em uma tranqüila aposentadoria

A visão comum nas academias da década de 70 era uma sorridente recepcionista, que explicava o funcionamento das aulas enquanto fazia o preenchimento de uma longa ficha cadastral de papel. Assim era iniciada a relação entre a academia e o seu aluno.

Hoje, este envolvimento pode começar muito antes, através de um site na internet ou um e-mail, a ponto de muitos se tornarem clientes sem saírem de casa. A tecnologia está revolucionando os conceitos de captação, fidelização, utilização de espaço e gerenciamento em uma empresa de ginástica. Como regra em todo instrumento tecnológico, o valor às vezes inibe sua aquisição, mas a tendência do mercado é cada vez mais se render ao uso dessas ferramentas.

Será que a informática ajuda? Sabe-se que ela não transforma a batalha do dia a dia em uma tranqüila aposentadoria, mas é uma importante facilitadora, tanto na hora de preparar uma nova série de exercícios, quanto para fechar um balanço mensal, por exemplo.

Conforme explica Marcelo Angel S. Lequerica, da consultoria MKTE – especializada em marketing esportivo, *“Os benefícios visíveis em curto prazo são a melhora no relacionamento com o cliente, redução de despesas através do controle de estoque e materiais, análise de necessidades e do*

comportamento dos alunos, além de haver uma diminuição de gastos em longo prazo”.

Porém, antes de se apressar e gastar rios de dinheiro para tornar seu negócio ultra moderno, o empresário deve estar atento às suas reais necessidades. De que adianta investir na construção de um site se o público de sua academia não acessa a internet? O mesmo é válido para o uso de computadores e outros acessórios. Dependendo do caso, o reforço em equipamentos que faltam na sala de musculação trará maior benefício do que um software turbinado para avaliação física.

O fluxo de seus alunos pode ser controlado através do uso de uma catraca. Este instrumento, além de eliminar a necessidade de deslocar um funcionário para supervisionar a entrada e saída de clientes, proporciona uma importante fonte de captação de dados para o correto gerenciamento da empresa. As mais modernas contam com leitor de código de barras, existindo até modelos mais sofisticados que escaneiam a palma da mão do aluno. A maioria das catracas é acompanhada de um software que serve, entre outras utilidades, para fazer o registro e o controle dos usuários.

“Um exemplo simples de sistema útil é o da catraca com carteirinha, pois com ele você identifica

NA ACADEMIA: SO DELA?

o fluxo de alunos e quais são os horários e dias que têm maior movimento. Dessa forma, as ações a serem tomadas pelo administrador serão embasadas na realidade e terão melhores resultados”, explica Lequerica, que aconselha o uso deste instrumento em todas as unidades com mais de cem alunos.

A academia Rhodes é uma das mais antigas da região da Vila Mariana em São Paulo. Dirigida desde a década de 60 por Tamer Chain, é voltada exclusivamente para a musculação e o condicionamento físico, assim como seu dono, atleta halterofilista e participante da Olimpíada de Munique em 1972.

Chain chegou a ter cerca de trezentos alunos regulares. *“Naquela época, não existia essa facilidade da catraca e o controle era bastante complicado”*. Hoje, com o aparecimento da concorrência, o negócio diminuiu de tamanho e a sua média de clientes gira em torno de cem. *“Preciso ficar atento ao surgimento de equipamentos mais modernos. Até gostaria de ter um sistema com carteirinhas, mas o nosso porte não suporta o valor do investimento”*.

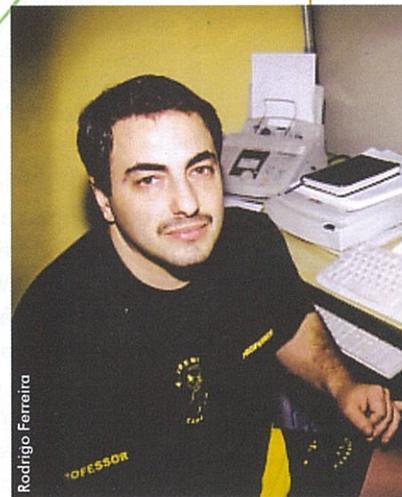
Já para Carlos José dos Santos, proprietário da Academia Califórnia que tem cerca de 1.400 alunos distribuídos em duas unidades, a catraca é uma peça fundamental dentro do seu gerenciamento. *“A catraca resolve uma série de problemas. Cuida não só da*

“A porcentagem dos alunos que eu consegui recuperar pagou o sistema (...) isso me deu um controle quase total e isso em administração é tudo”
Paulo Lopes / AC. CARRASCO

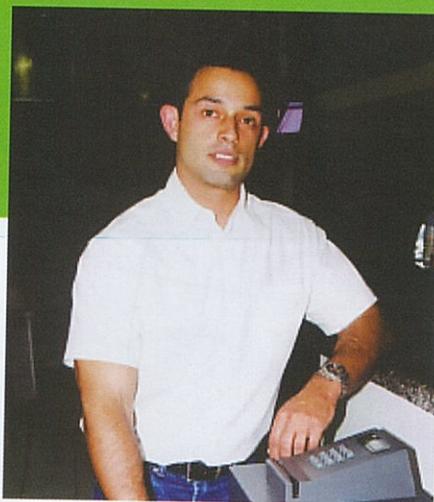
parte de segurança e redução na inadimplência, mas principalmente funciona como um gerenciador financeiro e uma fonte de obtenção de dados”.

Francisco D'élia, proprietário da desenvolvedora de sistemas I-fitness, lembra que sem controle de fluxo, *“5% a 10% dos alunos entram sem pagar”*. No entanto, ele levanta uma questão quanto ao controle por código de barras. *“A maioria dos controles de acesso são a base de carteirinha. O problema surge quando boa parte dos alunos esquece de levar a sua”*, disse D'élia. A solução estaria na implantação de um teclado em conjunto com o leitor de barras. Desse modo, o cliente que não está com seu crachá pode digitar uma senha pessoal, registrando sua entrada normalmente.

As empresas do mercado operam de diversas formas. Algumas trabalham exclusivamente com a fabricação de catracas. Neste caso, pode acontecer



Rodrigo Ferreira



Rodrigo Ferreira

"A catraca resolve uma série de problemas. Cuida não só da parte de segurança e redução na inadimplência, mas principalmente funciona como um gerenciador financeiro e uma fonte de obtenção de dados".

Carlos Santos / AC. CALIFÓRNIA

do produto ser aberto para a utilização de softwares de outras marcas. Outras preferem firmar parcerias com fornecedoras de software de cadastro de alunos para efetuar uma venda em conjunto. Isso diminui as chances de haver conflitos entre os equipamentos, o que inutilizaria o funcionamento de ambos.

Um terceiro caso possível é o de empresas que vendem um pacote completo, incluindo também um software de gerenciamento. Esta solução é a mais cara das três, mas fornece ao dono de academia uma informatização total de seu negócio. É o que alguns fabricantes chamam de catraca "on line".

Em todos os casos o ideal é que a transmissão de dados seja feita em tempo real, ou conforme explica Rodrigo Pacheco Quintanilha da Creactiv, *"todo dado da catraca deve ser transmitido automaticamente para o computador e vice-versa"*.

O outro passo para quem pretende informatizar seu negócio é a utilização de softwares que façam o gerenciamento financeiro e administrativo.

Um bom programa de gerenciamento deve necessariamente atender a diversos setores de uma academia, fazendo obrigatoriamente o balanço de receitas e despesas, relação cadastral que contenha todos os dados dos alunos, fichas com seqüência de exercícios, diagrama de turmas disponíveis, gráficos e números de desempenho, controle de horários, entre outros. Isso consegue suprir e superar a antiquada ficha cadastral em papel.

Para Lequerica, as vantagens desse software são inúmeras. Para aquelas redes que têm uma ou mais filiais, por exemplo, a dificuldade em se administrar a partir de diversos pontos de controle pode ser solucionada com a interligação dos sistemas de cada

unidade por meio da Internet ou de uma rede de wireless, que consiste em transmissão de dados via ondas de rádio. A centralização desses dados gera um controle maior do patrimônio.

Rodolfo Maia, da empresa Outside Informática, desenvolvedora de softwares sediada em Belo Horizonte, explica que entre outras funções o programa de gerenciamento deve ser capaz de intercalar informações e apresentar cruzamento de dados. *"O dono de academia entra com todas as informações sobre a sua academia, horários, dias da semana, quais são as classes de despesa e receita, tabela de pagamento, etc. Depois disso o programa identifica como trabalha a empresa e começa a operar basicamente sozinho"*, conclui.

Ricardo Urbini, diretor da desenvolvedora de softwares Byteway Sistemas, ressalta outro fator importante: a praticidade. *"O foco de nosso trabalho está na preocupação de criar um software fácil de usar, para que qualquer um, desde o dono à recepcionista, possam trabalhar com ele"*, comentou.

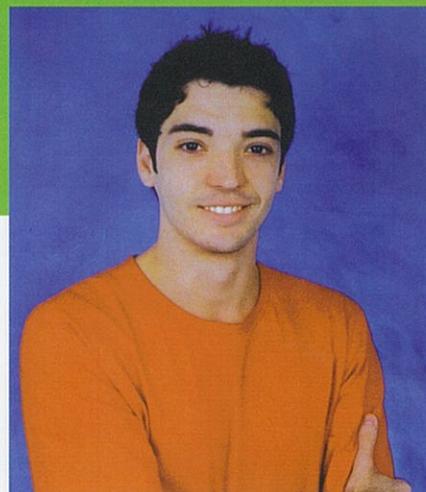
Paulo Rogério Lopes, proprietário da academia Carrasco no Ipiranga, conhece bem as aplicações da tecnologia nos negócios. Apesar de dirigir seu negócio há oito anos, foi apenas na nova sede, montada no ano passado, que ele começou a utilizar uma catraca com código de barras e um software de gerenciamento. Lopes lamenta os anos que passou fazendo controle por fichas escritas à mão.

"Durante sete anos não pude ter algo profissional



Rodrigo Ferreira

"Todo dado da catraca deve ser transmitido automaticamente para o computador e vice-versa"
Rodrigo Quintanilha/ CREATIV



e tive muita dificuldade, perdi muito dinheiro com isso. O que acontecia freqüentemente é que o aluno vinha, treinava, ia embora e eu descobria tardiamente que ele estava em atraso”.

Bastante otimista com os resultados que vêm obtendo com o investimento, Paulo acredita que as modificações representaram uma redução de até noventa por cento no número de inadimplência. *“A porcentagem dos alunos que eu consegui recuperar pagou o sistema (catraca, sistema de fluxo de alunos, sistema de controle de recebimento e exame médico, avaliação física) isso me deu um controle quase total e isso em administração é tudo”,* conclui.

No final da década de 90, quando abriu a primeira academia Bio Ritmo em São Paulo, o empresário Edgard Corona já previa o crescimento de seu negócio. Por isso uma das suas preocupações iniciais foi ter sua primeira unidade toda informatizada. Não poupou esforços, contratou empresas fornecedoras de softwares, catracas, carteirinhas, computadores, etc.

“Os benefícios visíveis em curto prazo são a melhora no relacionamento com o cliente, redução de despesas através do controle de estoque e materiais, análise de necessidades e do comportamento dos alunos, além de haver uma diminuição de gastos em longo prazo”
Marcelo Angel / MKTE

E como ele mesmo fala, sua primeira unidade foi um fracasso.

Um dos erros estava na escolha do software. *“Quando lançamos nosso primeiro empreendimento no bairro do Santo Amaro, utilizamos*

O Sistema de Gestão e Controle de Acesso mais completo para sua academia.

▶ Total controle sobre os acessos da sua academia.

Com esse sistema você controla o acesso por impressão digital ou por teclado, eliminando o problema com os alunos que não levam a carteirinha para a academia. **Controle de acesso Biométrico**

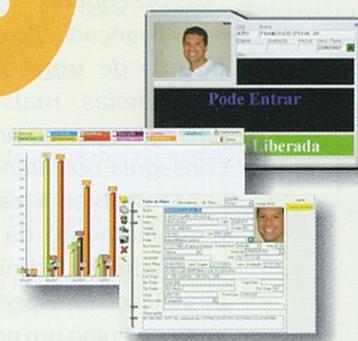
▶ Diminuição considerável de fraudes. Você controla a entrada, a saída e confere quem paga a academia, evitando até a cumplicidade entre aluno e funcionário.

▶ Maior retenção e captação de clientes. Relatórios e informações importantíssimas para programação de campanhas de marketing e cadastro de visitantes completo para melhorar o follow up e aumentar as vendas.

▶ Sistema Modular. O FitSys agora pode ser comercializado em módulos, facilitando a tomada de decisão e criando um produto que atende exatamente às suas necessidades.

▶ Integração Total. Control - Gestão Técnica; Galileu - Avaliação Física Digital; e Hércules - Sistema Multimídia para Musculação.

Entre em contato conosco ou visite nosso site.



i-fitness
DESEMPENHO COM TECNOLOGIA

www.ifitness.com.br

(21) 2549-3004

comercial-rj@ifitness.com.br

(11) 3165-6205

comercial-sp@ifitness.com.br

O melhor sistema de Marketing do mercado.



Rodrigo Ferreira

"O programa identifica como trabalha a empresa e começa a operar basicamente sozinho"

Rodolfo Maia / OUTSIDE

um software desenvolvido por uma empresa. Com o tempo descobrimos que ele não atendia o que precisávamos", recorda Corona.

O proprietário da Bio Ritmo conta que ficou "refém" de seu fornecedor. Todas as modificações necessárias eram pagas e muitas acabavam ineficazes ao modelo de gestão adotado. Após um ano de tentativas, Edgard optou por uma segunda empresa de softwares.

"O segundo software nos deu uma tecnologia mais avançada, ficamos dois anos rodando com ele. Depois de um tempo ele apresentou algumas deficiências: mais uma vez precisávamos fazer alterações para o nosso modelo de gestão e ele não conseguia nos atender", afirmou Corona.

O problema estava na evolução da forma de gerenciamento da academia. Devido ao aperfeiçoamento na administração, Edgard precisava de modificações específicas e constantes do software, criou-se então um novo problema de compatibilidade. A solução surgiu com a criação de uma seção dentro da academia, com profissionais de tecnologia, apenas para desenvolvimento de software.

Porém a personalização do sistema não saiu barato. *"Gastamos R\$ 600.000,00 por ano, com o desenvolvimento e manutenção do software. Mas vai chegar um momento em que o volume de investimento irá cair drasticamente. O preço do software por unidade vai ser irrisório. Vou poder olhar no monitor e saber que em tal academia, em tal momento houve uma queda na porcentagem de alunos e saber porque*

isto ocorreu, instantaneamente. Esta ferramenta vai deixar o processo muito mais rápido e eficiente", concluiu Edgard Corona.

Desenvolver um software sem a parceria de uma empresa, nem sempre faz você gastar "R\$ 600 mil por ano". Lembre-se que o investimento acaba sendo proporcional ao tamanho de seu negócio.

Para ter seu próprio software personalizado, é possível contar com o trabalho de um desenvolvedor autônomo. Nesse caso, os benefícios vão além de um produto específico às suas necessidades. Em longo prazo, o custo cai drasticamente, não havendo a necessidade de pagar altos valores para atualização e manutenção de seu sistema.

Mas atenção! Segundo Daniel Alencar, gerente de Tecnologia da DSJ Informática, a pessoa tem que ser de confiança, pois já foram constatados diversos casos em que o empresário foi abandonado pelo desenvolvedor em pleno período de adaptação. *"Se o profissional for confiável, vale a pena e sai mais barato".*

Por outro lado, apesar de determinadas empresas com o passar do tempo poderem se tornar mais caras, elas disponibilizam uma série de vantagens. Muitas das criadoras de software do mercado acabam servindo como centro de inovações, ao transformarem a necessidade de determinada academia em uma ferramenta a mais para todas as outras que trabalham com o mesmo sistema.

Urbini esclarece como isso é viabilizado. *"Um dono de academia pede alguma alteração em seu programa. Se essa mudança for boa para nossos*

"A dica é verificar o histórico do fornecedor e a sua capacidade de suporte no pós-venda"

Ivan Carbone / TERRAZUL



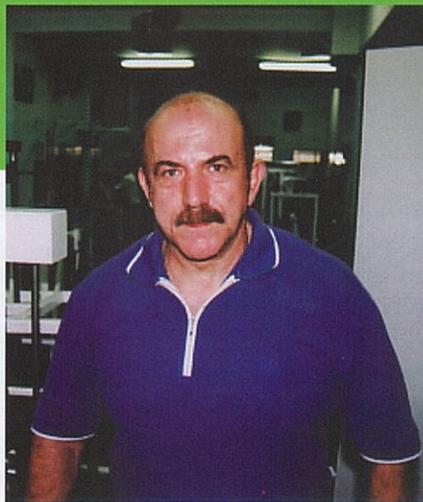
Carlos Gimenes

outros clientes, nós a criamos e repassamos a todos eles sem cobrar nada”.

Para decidir qual sistema que se vai adquirir, é necessário estudar bem as opções oferecidas. “Não vale a pena comprar um software como quem compra uma caixa no supermercado”, diz Alencar. Ele explica que cedo ou tarde o programa precisará de manutenção ou atualização.

“A dica é verificar o histórico do fornecedor e a sua capacidade de suporte no pós-venda”, sugere Ivan Carbone Pinto, sócio-diretor da desenvolvedora Terrazul. Assim como a sua, as empresas podem prestar não somente o atendimento de dúvidas técnicas, mas também sugerir aplicações para os recursos disponibilizados pela tecnologia nos métodos de trabalho da academia.

Quem optar pela compra de um software de gerenciamento deve pesquisar muito antes de se decidir. Diversas empresas operam no mercado de informática para academias e os preços variam de acordo com o contrato e o nível de complexibilidade



Rodrigo Ferreira

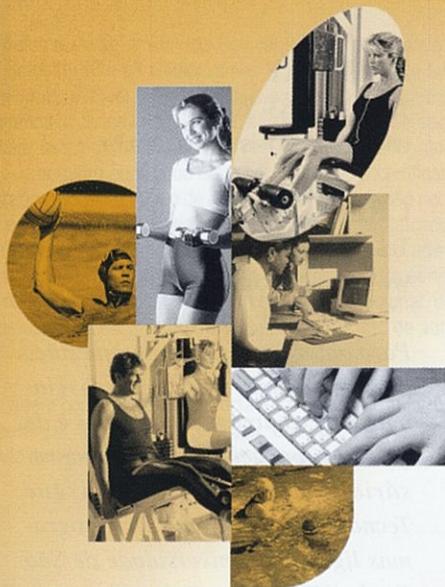
“Preciso ficar atento ao surgimento de equipamentos mais modernos.”
Tamer Chain / AC. RHODER

do software. Mas a maioria opera dentro da faixa de R\$ 900,00 a R\$ 5.000,00.

Uma nova ferramenta de contato entre a academia e o aluno é o site. Está se descobrindo nele outra importante forma de publicidade.

Algumas empresas disponibilizam em seus sites

É a mais completa, versátil e fácil ferramenta para gerenciamento administrativo e financeiro de academias e escolas!



- montagem de modalidades, planos, turmas e horários; planos e cursos avulsos.
- telemarketing para visitantes e ex-alunos.
- controle de convênios e eventos.
- históricos do aluno, da modalidade, do plano, da turma, do professor, etc.
- posições detalhadas de alunos ativos, novos, renovados, vencidos; turnover, por turma, por modalidade, por plano, por atendente e por professor com gráficos.
- listas de chamada e controles de frequência, faltas e reposições, controle de vagas e reserva de vaga configurável.
- venda de produtos diversos com controle de estoque.
- montagem dos centros de custos e distribuição automática da receita entre os centros de custos.
- montagem das formas de recebimento (cheque, dinheiro, cartão, boleto, etc.), geração de carnês configurável; cobrança por boleto bancário impresso na Empresa ou no banco, ou envio por e-mail; baixa automática de recebimentos de boletos pagos.
- impressão de contratos e recibos configuráveis.
- contas-correntes, fluxo de caixa, extratos, previsão de receita, cálculo automático do break-even com gráficos.
- comparativos mensais de alunos e receitas/despesas com gráficos e estatísticas diversas.
- controle de acesso, on-line e off-line, para diversas catracas do mercado.

EASYMANAGER

A C A D E M Y

Visite nosso site
www.bytewaysistemas.com.br
ou entre em contato pelo telefone
(11) 5083-7245

Byteway

os horários de aula, novidades, promoções e até realizam encontros.

A Carrasco, por exemplo, estará disponibilizando em breve uma sala de bate-papo. *"Muitos alunos acabam se conhecendo e ficando amigos dentro da academia, tendo até casos de casamento. Nada melhor do que estender a academia para o ambiente virtual, onde eles possam se encontrar. Acredito que isso aumente e muito a fidelização do cliente"*, comenta Lopes.

O meio virtual é mais uma atraente forma de marketing direto. Através do mailing de alunos, é possível elaborar promoções específicas, sendo distribuídas pelo e-mail do cliente, sem grandes custos. *"Elaboro um mailing de alunos que gostam de determinada área da academia e, com um 'enter', acesso 400 caixas postais"*, diz Lopes.

O seu negócio pode ser incrementado a partir da instalação de catracas e sistemas de controle de



"Não vale a pena comprar um software como quem compra uma caixa no supermercado"
Daniel Alencar / DSJ INFORMÁTICA

acesso, de administração e até de avaliação física. Mas não espere que a tecnologia vá suprir a necessidade de um bom relacionamento com o cliente e a apresentação de uma eficiente prestação de serviço.

ASPECTOS QUE DEVEM SER AVALIADOS NA HORA DE COMPRAR UM SOFTWARE.

por Marcelo Angel

- 1- Conhecer os seus problemas (conhecendo a própria academia);
- 2- Contatar pessoas ou empresas especializadas para um estudo de suas necessidades;
- 3- Através dessas necessidades, desenvolver as soluções (programas);
- 4- O software deverá possuir atualizações no mínimo anuais;
- 5- Deve haver compatibilidade entre os sistemas operacionais e integração com outros aplicativos;
- 6- Entender que o software não vai livrá-lo do trabalho, mas sim orientá-lo a melhorá-lo;
- 7- Buscar programas com simplicidade no manuseio.

Academia BioRitmo

Tel.: (11) 3179-0700
www.bioritmo.com.br

Academia Califórnia

Tel.: (11) 5514-2260
www.academiacalifornia.com.br

Academia Carrasco

Tel.: (11) 6940-5544

Academia Rhodes

Tel.: (11) 5549-5837

I-FITNESS

Tel.: (21) 2549-3004 / (11) 3165-6205
www.ifitness.com.br

OUTSIDE Informática

Tel.: (31) 3273-5510
www.fitnessschool.com.br

TERRAZUL

Tel.: (11) 3272-9305
www.terrazul.com.br

MKTE- Marketing Esportivo

Marcelo Angel Saddi Lequerica
Tel.: (13) 8112-1634
www.marceloangel.com.br

DSJ Informática

Daniel de Caldas Alencar
Tel.: (11) 3032-4171
www.dsjinformatica.com.br

BYTEWAY

Tel.: (11) 5083-7245
www.bytewaysistemas.com.br

CREACTIV

Tel.: (11) 274-2390
www.creativ.com.br

Para obter respostas sobre questões pontuais ou saber sobre cursos relacionados as áreas tecnológicas e de gestão o pequeno e médio empresário pode recorrer ao Disque Tecnologia e ao Atual-Tec, programas ligados à Universidade de São Paulo (USP). Para maiores informações basta acessar o site:
www.cecae.usp.br ■



Apresentação

Outside Informática, empresa constituída para prover soluções com base na informática e na eletrônica aplicada à informática. Com 10 anos de fundação, a Outside ainda é uma empresa jovem, porque tem preservado o mesmo espírito que a originou: "nunca cair no lugar comum". Hoje somos uma empresa consolidada graças ao alto grau de especialização que progressivamente fomos alcançando, ocupando papel de destaque na criação de soluções para gestão de empresas de pequeno, médio e grande porte. Nossos produtos estão presentes em entidades governamentais, mineradoras, clínicas, empreiteiras, clubes, indústrias e em academias de todo o Brasil.

Em 1996, migramos para o ambiente Windows e nos tornamos umas das primeiras empresas brasileiras que desenvolveu uma aplicação, considerada complexa, com a ferramenta Delphi. Essa aplicação foi justamente o **Fitness School** versão 97, um software para administração de academias. Agora, Fitness School deixou de ser apenas um software para administração de academias, tornando-se uma marca de valor dentro do mercado Fitness. **Fitness School** é nome de uma linha de produtos direcionados à proprietários de academias, personal trainings, profissionais, docentes e estudantes das áreas de educação física e fisioterapia. E se todos os produtos **Fitness School** forem colocados para trabalhar em conjunto, atuando de forma integrada, Fitness School torna-se uma solução única para gestão do negócio academia, uma opção atraente e confiável, considerada por usuários, consultores e pessoas influentes no mundo Fitness como uma Solução Definitiva.

Informatização: satisfação versus desilusão.

Com objetivo de orientar proprietários de academias e/ou empresários que pretendem abrir a sua academia, tomamos a liberdade de fazer uso da nossa experiência de 6 anos servindo o mercado Fitness, para fixar alguns pontos que, isoladamente ou em conjunto, invariavelmente acabam por "detonar" todo o processo de informatização do negócio. Vão então as nossas dicas:

1. O preço: quem avalia um produto somente pelo preço, já fez a sua opção. Toda e qualquer aplicação para administração de academia possui necessariamente cadastro de clientes, tela de vendas, relatório de clientes em débito, etc. Então pense bem. Se todos os programas são "aparentemente iguais", por que você deveria despende seu tempo procurando a melhor opção?
2. O suporte/assistência técnica: você é daqueles que acredita que nunca precisará de atendimento técnico? Assim como ocorre nas academias, as empresas de informática também trabalham prestando serviços. E você sabe muito bem quanto custa montar uma estrutura para prestar bons serviços. Exija um Contrato de Suporte que normalize o relacionamento entre a sua empresa e o "desenvolvedor". Você precisa de segurança para tocar o seu negócio e o que é combinado não custa caro.
3. Afinal, o que vem a ser uma Solução? Certamente você quer saber como identificar uma Solução, não é? Então vamos lá. Genericamente falando, uma Solução é algo permanente, estável, é algo com o que podemos contar, é algo que não pode faltar. Na informática, o conceito de Solução não foge a regra. Se decidimos informatizar o nosso negócio, estamos fazendo um investimento que obrigatoriamente deve dar retorno. Então, o primeiro ponto que deve ser verificado é certificar se os softwares trabalham integrados, com um banco de dados único. Se isso não ocorrer, definitivamente não se trata de uma Solução. Exemplificando, imagine uma academia onde um cliente tem o seu nome cadastrado por 3 vezes: no software de administração, no software de avaliação e no software de controle de acesso. Com certeza, essa pretensa Solução não estaria colaborando para o controle operacional do negócio. O conceito de informatização está intimamente ligado ao conceito de automação. Se a Solução não trabalha por nós, não é uma Solução.
4. De quem comprar? Competência é o primeiro parâmetro a ser considerado. Além da competência, devemos procurar por "estrutura", pois assim como qualquer produto, o produto de informática não está

livre de "defeitos". Você conhece um produto perfeito? O produto de informática não é um bem durável como uma geladeira ou um automóvel. O produto de informática precisa evoluir, pois a tecnologia não pára de avançar e as necessidades dos usuários aumentam e se alteram ao longo do tempo. Portanto, procure "desenvolvedores" com competência comprovada e estrutura para manter e evoluir a sua Solução.

5. Ter uma catraca é uma boa idéia? Adquirir uma catraca deixou de ser um sonho, tornando-se uma possibilidade concreta. O custo desse equipamento já não é mais proibitivo e o investimento se paga muito rapidamente com a venda das carteiras de acesso e com os grandes benefícios que a sua implantação proporciona ao controle operacional do negócio. Honestamente, justificativas tais como "a minha academia é de bairro", "ainda estou começando", "meus clientes abandonarão a academia", escondem na realidade falta de iniciativa para implantação de um modelo gestão para o negócio.

5.1. Nunca compre uma catraca em primeiro lugar! Não faz sentido adquirir uma "suposta parte da Solução" antes de escolhê-la definitivamente. Portanto, não seja afoito. Inevitavelmente, você irá se deparar com revendas de catracas que tem pouco a lhe oferecer. Essas revendas comercializam somente a catraca, normalmente acompanhada de um software para controle de acessos. Mas uma catraca e um programa de controle de acessos, definitivamente, não se configuram como uma Solução... E você ainda correrá o risco de definir-se futuramente por uma Solução que seja incompatível com a catraca.

5.2. On-line/Off-line. Os fabricantes de dispositivos para controle de acessos disponibilizam para os "desenvolvedores", as vezes com custo, o formato padrão para comunicação com o seu equipamento. Dependendo unicamente desse formato, a Solução se integrará à catraca eletrônica de forma on-line ou off-line. Dito isso, recomendamos que você não adquira uma Solução que comunique-se com a catraca por meio de recursos que não estejam em concordância com o padrão da fábrica, pois quando você precisar de assistência técnica, ficará inteiramente a mercê da disponibilidade do "desenvolvedor". Sem falar no risco da perda de garantia em função das prováveis alterações que forem efetuadas no equipamento. Finalmente, é fundamental que você saiba diferenciar uma comunicação on-line de um processo off-line. Sendo assim, acesse www.fitness-school.com.br e entenda tudo que você precisa saber sobre esses conceitos.

Esperando sinceramente ter atingido os nossos objetivos, vai um recado final. A informatização bem sucedida do seu negócio é um investimento de retorno garantido. Portanto, não se abstenha. Informe-se, entenda, questione e participe ativamente do processo de informatização da sua empresa.

Para obter mais informações sobre como informatizar eficientemente a sua academia, entre em contato com os nossos consultores. Teremos o maior prazer em esclarecer e dirimir as suas dúvidas, afinal a Outside Informática tem trabalhado para mercado Fitness desde 1997 com total transparência, ética e bons propósitos. Importante. Tudo que foi relatado aqui e muito mais, pode ser encontrado no nosso site www.fitness-school.com.br.

Informe-se agora e bons negócios,

Ricardo Luiz Póvoa da Costa

Engenheiro mecânico pela PUC-MG,
Analista de Sistemas/Programador pela UFMG,
Sócio-Diretor da Outside Informática.



www.fitness-school.com.br





**Luís
BIOTECH**



**Marcos, Edson e Beto
GYM MASTER**



**Weller e filha
FREE LIFE**



**Ricardo
AQUATICA SLADE**



**Luís Augusto
LAPS**



**Shirley e Suzy
GESAN**



**Hilton
YOZDA**



**Marcos
VITALLY**



**Murilo
VECTOR FITNESS**



**Rodrigo e equipe
TOTAL HEALTH**



**Luciana, Lêda e equipe
LIFE FITNESS**



**Luís Augusto e equipe
INBRASPORT**



**João, Rodrigo e Rodolfo
TECHNOGYM**



**Marcelo e Verônica
NIMITZ**



**Maurício e Antonio
MAKTUB/BUICK**

SPORTS BUSINESS SHOW/SP



**Almir
OUTFITMIXX**



**Beatriz
QUARK**



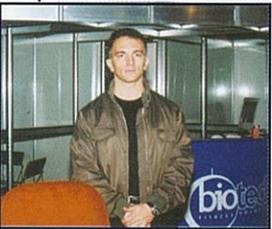
**Ademir e equipe
LION FITNESS**



**Dagoberto
FLEX EQUIPAMENTOS**



**Paulo
EQUILIBRIO**



**Gilberto
BIOTECH**



**Marcelo
RIGHETTO**



**Luciano e Evandro
SPANDEX**



**Ricardo
MOVIMENT**



**Fernando e Júnior
FUNKE**



**Ricardo
MAKTUB**



**Roberta
HIDROBIKE**



**Rodrigo e Roosevelt
TOTAL HEALTH**



**Homero e Sueli
PRO-PHISICAL**



**Mário, Thais e Júnior
EMPRESÁRIO FITNESS**

12º SALÃO DE NOVOS NEGÓCIOS APRESENTOU 1.000 IDÉIAS DE COMO MONTAR UM NOVO NEGÓCIO

Ter recursos para investir em um novo negócio já não basta, é necessário ser criativo e dispor de opções práticas para que o empreendimento corresponda às expectativas. É pensando assim que a Lemos Britto Multimídia, Congressos e Feiras realizou a 12ª edição anual do Salão de Novos Negócios, que aconteceu de 29 de julho a 2 de agosto, das 16 às 22 horas, no Expo Center Norte, em São Paulo.

Consolidando a proposta de estabelecer um meio dinâmico de realização de negócios, por intermédio da difusão de modelos empresariais de sucesso, o evento mostrou sua vocação incontestável de expor todas as peças necessárias ao mecanismo do desenvolvimento econômico.

1.000 OPÇÕES DE NEGÓCIOS – O Salão conta anualmente com cerca de 250 expositores apresentando em torno de 1.000 opções de negócios em máquinas e equipamentos de pequeno, médio e grande portes, franquias, serviços, distribuição e representação de produtos e cursos, além de outras sugestões que possibilitam o início de um novo empreendimento ou a ampliação e modernização daqueles já existentes.

20.000 NEGÓCIOS E 40.000 EMPREGOS – De acordo com contatos mantidos com expositores, do

primeiro dia do evento até um ano após a sua realização, são gerados cerca de 20.000 novos negócios e, conseqüentemente, 40.000 empregos diretos e indiretos, números bastante expressivos e que retratam a importância do evento em âmbito nacional.

Um dos grandes destaques do evento em 2003 foi a apresentação de franquias e cursos das mais diversas áreas. A apresentação desses setores agregou valores à realização do Salão, que tem como objetivo apresentar a cada ano um número maior de empresas que possuem efetivas oportunidades de negócios.

Para Helena Lemos Britto, diretora do Salão, "o mercado empreendedor cresce a cada ano, tornando-se uma realidade a ser trabalhada pelo empresariado brasileiro, daí a necessidade de incentivar a criação de projetos que estimulam as relações entre quem possui e quem procura por uma oportunidade de negócio. Os significativos, pois auxilia a conscientização desse mercado". ■

Lemos Britto Eventos e Multimídia

Tel: (11) 3255 - 2133 ramal 232

imprensa@lemosbritto.com.br

**-Você está pronto para
seguir em frente?**

LIFTING HOOK
Straps

Maior capacidade de força

Protege os pulsos

Protege as mãos



RUDEL
MR



www.rudel.com.br
rudel@splicenet.com.br



224.2581 (15)
234.4446 / Fax

HIDROSPINNING®

AULAS MOTIVANTES E DIFERENCIADAS PARA SATISFAZER SEUS ALUNOS

Por Madalena Almeida

Modalidade que virou febre no Rio de Janeiro e já desponta também com força em outras capitais do Brasil, especialmente São Paulo, o hidrosporting® é uma opção interessante para ajudar na retenção dos alunos e aumentar o faturamento da academia.

Atividades aquáticas são sempre muito prazerosas e costumam atrair um grande número de alunos, especialmente quando ajudam a melhorar a saúde e a forma física. Diante disso, uma nova modalidade começa a ganhar cada vez mais adeptos nas academias brasileiras, tornando-se uma opção bastante interessante para o empresário que busca inovações para reter e atrair alunos. Trata-se do hidrosporting®, cujas aulas são feitas sobre uma bicicleta dentro d'água proporcionando grande perda calórica, melhoria de condicionamento e momentos de muita descontração.

A bicicleta é praticamente a mesma utilizada nas aulas de spinning tradicionais. Porém, é produzida em aço inoxidável, sendo projetada para ser usada dentro d'água. Como pode ser ajustada a várias profundidades, adequa-se à maior parte das piscinas de academias, clubes e residências.

Lançada há mais de 15 anos no mundo, esse tipo de modalidade possui hoje muitos adeptos espalhados por vários países. No Brasil, a HidroBike® é pioneira e única empresa a desenvolver a primeira bicicleta brasileira para hidrosporting®. "Há três anos, participei de um Congresso de Fitness internacional e tive a oportunidade de conhecer a bicicleta. Assim, decidimos lançar a modalidade no Brasil e fabricar as

bicicletas", comenta Roberta Rosas, consultora da HidroBike® e idealizadora do hidrosporting®. Formada em Educação Física, Roberta é especializada em exercícios aquáticos e sempre que possível busca introduzir inovações nessa área para melhorar a performance de seus alunos e atletas.

Segundo ela, a grande vantagem do hidrosporting® é que o empresário de fitness precisa investir somente na aquisição das bicicletas, uma vez que pode aproveitar a piscina já existente em sua academia. Geralmente, as aulas têm duração de 40 minutos e apresentam como grande diferencial o fato de trabalhar não só a musculatura dos membros inferiores, como também a dos superiores de forma diferenciada.

Retorno rápido

Outra vantagem é que a água é um meio favorável para se trabalhar com intensidade mais elevada durante mais tempo e, conseqüentemente, se tem um gasto calórico maior, o que é um atrativo para os alunos. A atividade ainda permite ao praticante, pedalando dentro da água, desenvolver a capacidade aeróbica, anaeróbica, força e resistência muscular, com vantagens fisiológicas e físicas da imersão do corpo na água e do treinamento de ciclismo.

"Por estarmos dentro da uma piscina, é possível utilizar oito posições básicas na bicicleta durante a aula de uma maneira bem diversificada e motivante. É uma atividade que pode ser praticada por qualquer pessoa: obesos, gestantes, ciclistas, sedentários, esportistas em geral, pois a hidrobike® foi projetada para explorar as características da água oferecendo uma carga adequada para cada grupo com total conforto aos praticantes", acrescenta.



Divulgação

Para os empresários que decidirem implantar a modalidade, Roberta explica que inicialmente o ideal é a aquisição de 11 bicicletas. O investimento gira em torno de R\$ 29 mil, mas, segundo ela, o retorno é até bastante rápido, especialmente quando se compara o investimento/retorno com outros aparelhos, como os de musculação, por exemplo.

Ela ainda revelou que, geralmente, o público que busca esse tipo de atividade está na faixa de idade entre 20 e 40 anos que tem por objetivo a melhoria da estética e também do condicionamento físico. "Muitas pessoas acabam migrando de outras modalidades da academia para o hidrosporting®, o que também é importante para reter alunos, afinal, o empresário precisa oferecer sempre novas alternativas de aulas. Fidelizar os clientes já existentes é muito mais fácil do que conquistar novos. O hidrosporting®, além de motivar os alunos é, com certeza, um atrativo a mais para a academia e uma fonte de receita rentável", destaca.

Treinoamento

Além da venda das bicicletas e serviço de assis-

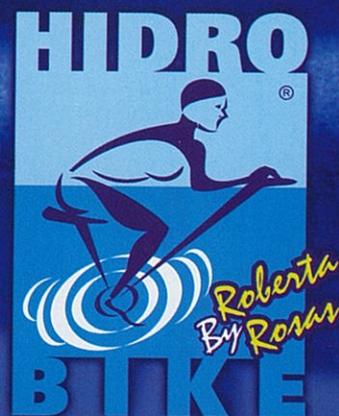
tência técnica, a HidroBike® também oferece todo o treinamento para os profissionais que ministrarão as aulas. "Na verdade, o hidrosporting® é um trabalho diversificado, motivante e individualizado, que segue uma programação predefinida. O segredo é o professor conhecer as características físicas do meio, que é a água, para realizar um trabalho adequado", afirma.

Além de professores qualificados, Roberta recomenda ao empresário que decidir implantar essa modalidade, investir também em marketing interno, ou seja, envolver a recepção e todos os outros setores da academia de forma que a atividade seja bastante divulgada aos alunos, especialmente a respeito dos benefícios proporcionados.

"No Brasil, as modalidades esportivas aquáticas ficam mais restrita à natação e hidroginástica. Pouco se investe no Brasil em modalidades aquáticas diferenciadas. É preciso acreditar nesse mercado, pois os clientes, além de resultados, buscam alternativas estimulantes de trabalho. E o hidrosporting® é, sem dúvida, uma excelente alternativa para manter os alunos motivados, satisfeitos e fiéis à academia", garante. ■

Financiamento em até 12 meses
Ligue e receba 10% de desconto
Faça uma aula grátis
Aceitamos cartões de crédito

www.hidrobike.com.br (11) 3045-7330



REVITALIZAÇÃO DE ACADEMIAS

Por Jorge Gonçalves

Muitos proprietários de academias, vivem hoje um dilema e a cada dia se perguntam:

- Se, falam tanto que ACADEMIA é um excelente negócio, porque não estou ganhando um bom dinheiro?

- Por que não vejo mês a mês o faturamento e rentabilidade aumentarem?

O mercado de academias passou por um momento de investimento em instalações, um segundo momento de investimentos em equipamentos e, agora, a chave do sucesso é "**GENTE**". Baseado nesta linha de pensamento, vou contar alguns "**SEGREDOS**", que poderão ajudá-lo a modificar sua visão e responder a estes e a outros questionamentos.

SEGREDO número 1.

Entenda a relação **produto X mercado**.

Você precisa questionar e entender se os produtos que está oferecendo a seus clientes são realmente, o que eles estão querendo comprar. Por muitas vezes, apresentamos o **produto** inadequado, com base no que as academias de outros bairros e regiões oferecem e, nem sempre estes produtos são o que o seu cliente está buscando; como por exemplo, oferecer programas de ginástica destinados a adolescentes quando você tem fundamentalmente clientes da terceira idade em sua região.

SEGREDO número 2.

È necessário uma **GRANDE** preocupação com a qualidade de atendimento, desde o estacionamento, passando pela recepção, limpeza e pelos profissionais da área técnica, será que todos os seus funcionários conhecem seus produtos?

SEGREDO número 3.

Você consegue imaginar uma grande empresa sem departamento de vendas ou ainda uma pequena confecção que não tenha vendedor? Pois bem, quase todas as academias não têm um **departamento de vendas**, este tipo de ação pode ser pago pelo desempenho (vendas), **coloque já em funcionamento**.

SEGREDO número 4.

Seus produtos e instalações precisam de um aprimoramento constante. Dar treinamento a sua equipe de profissionais é fundamental. Levá-los à busca de conquistar novos conhecimentos para melhorar seus serviços é muito importante; trocar a pintura, colocar novos equipamentos ou até reestruturar o local de seus acessórios e máquinas pode levar o cliente a perceber sua preocupação com a melhora da qualidade de atendimento.

SEGREDO número 5.

O que está acontecendo ao seu redor, a busca de novos conhecimentos e de tecnologia é fundamental

para manter seu empreendimento com boa saúde, visite outras academias pelo menos uma vez por semana, ir a feiras e congressos da área esportiva devem fazer parte de sua rotina.

SEGREDO número 6.

Ter uma visão de consumidor em seu negócio. Pergunte-se se o cliente está recebendo o que você se propôs a entregar-lhe, descubra com urgência se os objetivos estão sendo atingidos antes que ele vá embora.

SEGREDO número 7.

Todos os seus "parceiros", sim prefiro chamar assim toda a equipe de funcionários, sabem quais os produtos que você vende e como cada um é? Observe que isto pode estar acontecendo em sua academia, é fundamental que todos entendam e de preferência passem por todos os departamentos de sua operação, sabendo como tudo funciona. Faça um teste peça para que cada um escreva em uma pequena folha de papel a relação de seus **produtos**. Reserve um dia no mês e peça que cada "parceiro" mostre a você a academia e seus "produtos".

SEGREDO número 8.

Ouvir seu cliente, saber a cada dia se ele está satisfeito, ou como você pode **ENCANTÁ-LO**, sim não basta atendê-lo, isto hoje é muito pouco. Faça tudo para ele estar constantemente satisfeito, uma pequena caixa de sugestões, o gerente ou coordenador ouvir e "anotar" todas as sugestões dadas pelo grupo de clientes e tomar as devidas providências para atendê-las.

SEGREDO número 9.

Aproximar, formar grupos, legião de amigos, fomentar o convívio social entre seus clientes. Promover encontros fazendo com que a academia seja a extensão de seu lar.

SEGREDO número 10.

Conquistar novos clientes. É fundamental que você monte uma "campanha de promoções" para cada mês do ano.

SEGREDO número 11.

Onde aplicar seus lucros.....Esta vou deixar por sua conta.■

Prof. Jorge Gonçalves

é consultor de fitness, palestrante em vários eventos do setor de esportes, professor da pós-graduação da UNI FMU e atua há mais de vinte anos no mercado de fitness. Saiba mais sobre ele e seu trabalho no site www.jorgegoncalves.com.br



Divulgação



JUMP fit[®]

OS PROGRAMAS QUE GERAM DIVERSÃO E LUCRO EM DOBRO ATRAVÉS DE UM TRAMPOLIM!

- ✓ Treinamento cardiovascular e muscular para homens e mulheres
- ✓ Professores certificados e atualizados
- ✓ 300 Academias e 30.000 praticantes em apenas 2 anos

JUMP fit[®]
C I R C U I T

FIT·PRO
FITNESS PROGRAMS

(11) 3663 5500
www.fitpro.com.br

RIO SPORTS SHOW GERA R\$ 7,5 MILHÕES EM NEGÓCIOS

Segundo maior evento do mercado de Fitness da América do Sul, a feira levou 6 mil pessoas à Marina da Glória no fim de semana e apresentou crescimento de 50% em relação ao ano passado

Foi realmente um show a 5ª edição do segundo maior evento do universo do Fitness da América do Sul. Três dias de sol esquentaram a Marina da Glória e um público de 6 mil pessoas circulou entre os 70 expositores da Rio Sports Show. A feira apresentou crescimento financeiro de 50% em relação à edição de 2002, superando as expectativas de 25% e gerando volume de R\$ 7,5 milhões em negócios.

O potencial do mercado de Fitness brasileiro (movimenta R\$ 1,5 bilhão anualmente), que cresce cerca de 12% por ano, e o interesse gerado pelas novas técnicas de exercícios e tecnologias dos equipamentos foram facilmente comprovados durante os três dias do evento carioca (17,18 e 19). A feira recebeu os empresários do setor das academias, clubes e centros esportivos, além de atletas das mais diversas modalidades, treinadores e profissionais da área de saúde.

O chamado público *não qualificado*, formado por frequentadores comuns de academias e demais pessoas curiosas em relação às novas tendências da malhação, respondeu por uma parcela de 15% do total de visitantes, contribuindo para o sucesso do evento e lotando as demonstrações e aulas práticas promovidas por alguns expositores – como as de *Fitball* e *Spinning* –, com direito a muita música, efeitos luminosos e corpos sarados.

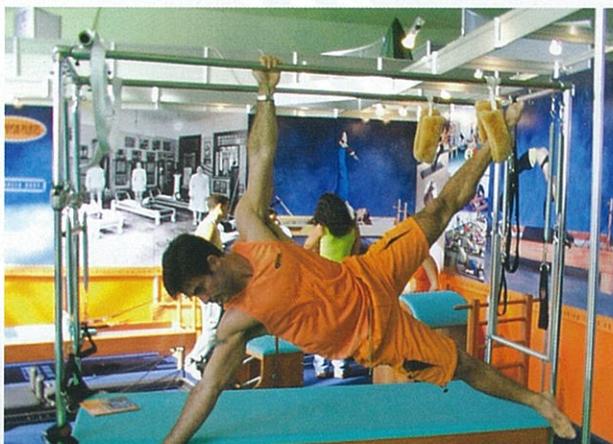


Na esfera dos negócios, objetivo principal da Rio Sports Show, o movimento surpreendeu aos empresários expositores, que do primeiro ao último minuto do evento receberam clientes em seus estandes para negociar e demonstrar pessoalmente os benefícios das linhas expostas de aparelhos e acessórios de musculação, softwares e hardwares voltados à gestão de academias, vestuário, produtos para hidroginástica e natação e serviços em geral.

“Estávamos com previsões humildes antes da feira, mas desde o momento que o evento abriu as portas, não conseguimos mais ficar parados. Teve gente entrando e fechando negócio de primeira, e um grande volume de vendas no primeiro dia do evento, o que não é comum”, testemunhou Adriano Puga, gerente de vendas da Righetto, o maior expositor nacional da Rio Sports Show.

Mauro Calais, o diretor da empresa, deixou a Marina da Glória na noite de sábado com a plena sensação de dever cumprido:

“Tivemos 50% a mais de negócios fechados em relação ao ano passado, a nível nacional. Veio gente de Brasília, Minas Gerais, Mato Grosso,



Paraíba e diversas outras regiões do Brasil. A Rio Sports Show está de parabéns”, disse Mauro.



Atitude

- A feira foi inaugurada na quinta-feira pelo secretário municipal de Esportes e Lazer, Ruy Cezar, ao lado do deputado estadual e ex-jogador de vôlei, Bernard Rajzman. Outros ídolos do passado e do presente compareceram para conferir as novidades e foram responsáveis por momentos de muita tietagem. Os jogadores de vôlei Tande e Nalbert, capitão da Seleção Brasileira tricampeã mundial, e o ex-jogador Max, hoje empresário do ramo das academias, distribuíram autógrafos e se encontraram com o nadador e medalhista olímpico Djan Madruga, dono de academia e diretor da Associação Brasileira das Academias (Acad).

que causou sensação na Rio Sports Show. Em outro destaque entre as máquinas expostas, o simulador de cockpit da Ferrari, foi o campeão olímpico e atual ídolo do vôlei de praia, Tande, que provocou risadas ao tentar entrar com seus 2,01m no aparelho de dimensões reduzidas.

“A feira se tornou um evento nacional e fundamental dentro de um mercado que não pára de crescer. Estamos recompensados com a satisfação dos expositores, e do público em geral. O evento foi um sucesso em todos os aspectos”, avaliou Ana Paula Leal, da Excalibur & Savaget Promoções, organizadora da Rio Sports Show. ■

Media Guide Comunicação
Assessoria de imprensa da Rio Sports Show

Diogo Mourão

(diogo@mediaguide.com.br / 21 9636-1888)

Pedro Landim

(pedrol@mediaguide.com.br / 21 9875-6995)

Tels. 21 2287-8095 / 21 2267-7453

Entre os artistas e rostos famosos da TV, não foi difícil esbarrar, por exemplo, com o ator italiano Nicola Siri - o padre Pedro de *Mulheres Apaixonadas* - pulando sobre as bolas coloridas em aula de Fitball, ou a modelo e apresentadora de TV Luize Altenhofen suspensa num dos novos aparelhos do método Pilates,

empresário fitness



GYM MASTER

Sua melhor opção em ergometria

DIRETO DA FÁBRICA

PROMOÇÃO DO MÊS
Elíptico Cross Trainer
de R\$ 2.690,00 por

5X de 398,00

R\$ 1.990,00 Sem Juros

Pedal exclusivo



Garantia 1 Ano

Cycle Indoor Vip Bike

Estrutura reforçada
Exercícios sem impacto nas articulações
Computador com 05 janelas
Articulações com rolamentos
Várias opções de pegadas
Baixo custo de manutenção
Melhor custo/benefício da categoria
Garantia 01 ano

Bicicletas para Cycle Indoor, Elípticos, Ergométricas, Bicicletas p/ Hidroginástica, Esteiras e Modeladores.

- * Design Moderno
- * Exclusivo pedal com rolamentos
- * Componentes em aço inox (Vip Master)
- * Assento ergonômico super confortável
- * Engrenagem de transmissão reforçada 60 dentes
- * Garantia 01 ano

Facilitamos pagamento. Consulte-nos.

Rua Tenente Palestrina, 715 - Cordovil - Rio de Janeiro - RJ

Tel/Fax: (21) 3301-0063 / 3457-2529 / 3457-2531 - www.gymmaster.com.br

BODY SYSTEMS UM CASE RESPEITÁVEL NO MERCADO FITNESS

Por Paulo Akiau

Pensar na Body Systems significa hoje aludir a uma fronteira entre o que se pode considerar passado e futuro no mercado de fitness. Nascida em meados de 1997, esta empresa paulista recebeu a incumbência de representar no país a neo-zelandesa Les Mills. Detentora da tecnologia mais avançada do mundo em aulas de ginástica e treinamento técnico-comportamental, a Les Mills ocupa hoje a confortável posição de líder mundial no segmento, tendo incorporado seu método ao cenário de oito mil academias de ginástica, clubes, escolas e afins, em 50 países do globo.

A lacuna na formação dos profissionais que atuam na área específica de ginástica serviu de base para a Body Systems preencher suas aulas com mais de 10 mil professores no país, os quais foram treinados, avaliados, certificados e são atualizados a cada três meses, tudo dentro de um rigoroso controle de qualidade desenvolvido dentro dos padrões internacionais da Les Mills.

Num sistema composto por 1.700 academias, situadas dentre as melhores do país, a Body Systems implanta sete diferentes programas de ginástica de grupo, com crescimento próximo a 50% ao ano em número de empresas credenciadas e 60% em faturamento. Os resultados demonstram uma saúde invejável, com média de três programas por academia e 25% de seus clientes – classificados como Platinum Club – usando todos os sete programas em seu quadro de horários.

Este sucesso está relacionado a alguns fatores essenciais. O produto da Les Mills é considerado hoje um *benchmark* em termos de qualidade, pois é desenvolvido e testado por uma equipe multidisciplinar de profissionais e testado em centenas de alunos neo-zelandeses antes de chegar a todos os outros países. O suporte administrativo e de marketing oferecido às academias vai muito além do previsto no contrato firmado com a empresa, contando com atendimento regional personalizado, comunicação visual de última geração, manuais de implantação e tratamento comercial e, para o caso das academias do Platinum Club, até um específico suporte na elaboração de horários, formação da equipe técnica e outros aspectos administrativos do negócio. A força

das marcas internacionais (Bodypumb, Bodycombat, RPM, etc.), aliadas ao *frisson cult* gerado pelas aulas e professores, leva milhares de consumidores a escolher a academia tendo como referência os programas de ginástica, assim como um superaquecido consumo de roupas e acessórios, que podem ser comercializados pelas academias com margens de

lucro respeitáveis. Finalmente, um treinamento profissional que transforma o professor em educador-amigo-vendedor-ator, faz com que as aulas sejam verdadeiros espetáculos recheados de emoção e prazer, o que aumenta significativamente os índices de retenção nas academias licenciadas.

A Body Systems é hoje, indiscutivelmente, líder absoluta em seu segmento, além de ser uma das empresas com mais alto nível de investimento em eventos de formação profissional e marketing (perto de R\$ 500 mil, só em 2002), o que colabora ainda mais para ampliar a procura por academias que fazem parte deste sistema. Tendo patrocinado nos últimos anos a maioria dos congressos mais importantes de educação física e fitness, a empresa está certa de cumprir uma missão importante no desenvolvimento da profissão e do mercado brasileiro, auxiliando os profissionais destas áreas a conquistar um respeito nunca visto na sociedade e possibilitando às academias operar com uma margem de lucratividade muito maior que as experimentadas até então.

Para fazer parte do sistema e ter a licença de uso das marcas, a academia assina contrato com a Body Systems referente ao uso temporário do *know-how*, investindo a partir de R\$ 350 mensais e escolhendo os professores que serão treinados pelo Time Body Systems. ■

Maiores informações podem ser obtidas através do website www.bodysystems.net.



Divulgação

Os resultados comprovam!

Tecnologia + Qualidade =

Preço + Pontualidade =

Body Power
Equipamentos



Body Power
Equipamentos

- Estrutura reforçada em metalon 80x40 - 2 mm
- Pintura Eletrostática
- Espuma especial D-100
- Corvin naval impermeável
- Acabamento de alta qualidade
- Pegadas revestidas
- Peças deslizantes em aço inox
- Cabo de aço revestido de alta resistência
- Polias com 2 rolamentos
- Garantia de 1 ano

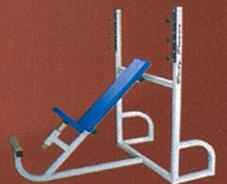
1 + 4 de R\$ 320,00
NO CHEQUE

DP
FITNESS

Rua Francisquinha Frota, 786
Padre Palhano - Sobral - Ceará

FONE: (88) 613.2031 - 9961.5104

www.dpfitness.com.br





TECHNOGYM

ROTEX XT PRO

O Rotex XT Pro possui o exclusivo sistema *NATURAL STRIDE*. É o movimento elíptico especial da Technogym que reproduz os ângulos fisiológicos de trabalho no tornozelo anulando o estresse da articulação e garantindo um movimento natural de baixo impacto. É possível acompanhar o movimento em ambas as direções.

Site www.technogym.com.br



GYM MASTER

ELÍPTICO CROSS TRAINER

Estrutura reforçada, exercícios sem impacto nas articulações
Computador com 05 janelas, articulações com rolamentos
Várias opções de pegadas, baixo custo de manutenção
Melhor custo / benefício da categoria

Garantia 01 ano www.gymmaster.com.br

Tel.: (21) 3301-0063 / 3457-2529 / 3457-2531



LIFE FITNESS

CROSS-TRAINERS SÉRIE 9000

É a evolução do Cross-Training para o corpo todo. O movimento elíptico é mais suave e mais confortável. O envolvimento do corpo todo é mais precisamente sincronizado. É o melhor exercício de baixo impacto que não requer ponto de energia. Desempenho e satisfação sem precedentes - para os seus usuários e para você.

Site www.lifefitness.com.br



UNION

UNIFORCE ELÍPTICO ELP-377 MAGNETIC

Aparelho simulador desenvolvido especialmente para quem procura exercícios de baixo impacto; Possibilita ao usuário trabalhar os membros superiores e inferiores simultaneamente, propiciando um exercício mais completo e maior queima de calorias. Botão de controle de intensidade; painel eletrônico; suporta usuários de até 120kg.

SAC (19) 3466-4577



WELLNESS

TRANSPORT SportsArt 8007 HR

Possui gerador dispensando o uso de energia externa. Suas articulações com rolamentos proporcionam um exercício silencioso e suave além de aumentar a vida útil do equipamento. 16 programas de treinamento. Pulsção de contato e receptor Polar.

Garantia: 2 anos.

Preço: R\$ 9.900,00 em 10 vezes sem juros.

Tel: 0800 55 01 55 www.wellness.com.br

Essas academias

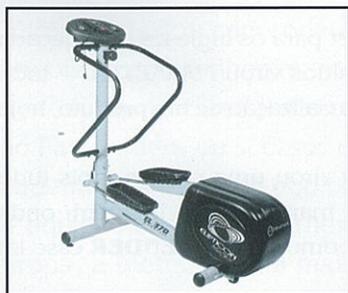


MOVIMENT

ELÍPTICO EL - 470

- Carenagem em rotomoldagem (plástico)
- Sensor Hand-Grip: registra os batimentos cardíacos através do toque das mãos
- Sistema de carga eletromagnético
- 8 níveis de carga
- 11 programas de exercícios
- Zona alvo de treinamento (limite superior e inferior)
- Capacidade de utilização - 150 Kg

Site www.moviment.com.br



MOVIMENT

ELÍPTICO EL - 370

- Sistema de carga magnético.
- Carenagem em rotomoldagem (plástico).
- 10 regulagens de carga (kgf).
- RPM (rotação por minuto).
- Pulsação e controle dos batimentos cardíacos.
- Capacidade de utilização - 150 Kg.
- Rodas que facilitam o transporte.

Site www.moviment.com.br

empresário fitness

41

Equipamentos, tatamis, pisos especiais e acessórios esportivos Esteiras e bicicletas

Linha profissional, residencial e condomínio

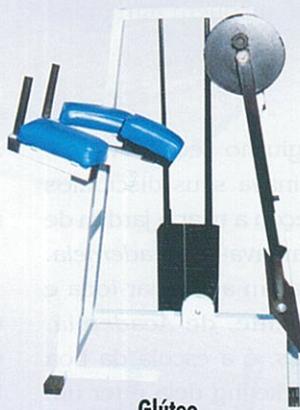
Linha Profissional MASTER e ECONÔMICA



Peck Deck



Extensora



Glúteo



Bicicleta
PROFISSIONAL
M.S.V



Tatamis e Steps EVA

OUTFITMIXX

EQUIPAMENTOS, TATAMIS, PISOS ESPECIAIS E ACESSÓRIOS ESPORTIVOS
ESTEIRAS E BICICLETAS

Tel. (11) 3906.0860 cel. (11) 9712.1060 www.outfitmixx.com.br outfitmixx@ig.com.br
Show room: R. Prof.º Antonio de Paula Santos, 157 05140-120 PIRITUBA SÃO PAULO SP

A ACADEMIA DO SEU SONHO



Por Adner Gomes

SONHOS, em concretizar os desejos e sonhos de nossos potenciais clientes, a ligação com o Marketing é quase imediata.

Afinal, qual a área da cultura corporativa que lida mais com sonhos do que o tal Marketing?

São esses *marketeiros e suas propagandas e promoções maravilhosas* que levam os *pobres e desavisados consumidores* a sonhar, até devanear com os carros que "Você conhece e Você confia", ou a "ter coisa, tuum, que só aquela empresa faz por você" ou até ter "36 horas de prazer ininterruptas com aquela mulher fantástica da capa da Playboy".

É, Marketing é fantástico!

E o pessoal que trabalha nessa área então....Só evento, festa, gente famosa, Amauris, Jô's, baladas incríveis...

Com toda certeza, isso não combina com Academia.

Afinal, tirando meia dúzia de três ou quatro, que são as *Campeãs de Referência*, ninguém tem grana para o tal Marketing.

Vamos lá no princípio.

A palavra **ACADEMIA** surgiu no século IV a.C., quando o filósofo Platão ensinava seus discípulos caminhando ao ar livre e começou a usar o jardim de *Akademus* que em grego chamava-se *Akademeia*. Anos depois os romanos passaram a chamar toda e qualquer escola, indistintamente, de *Academia*. Portanto a *Academia de Fitness*, é a escola da boa forma e portanto o melhor marketing dela é ter um bando de alunos em boa forma física, corpos esculturais, saúde total.

MARKETING tem origem no latim *mercis* – *mercadoria*, que deu origem ao termo francês *marche* – *mercado*, onde as mercadorias eram comerciali-

zadas, que virou *market* para os ingleses e na década de 50, nos Estados Unidos virou **MARKETING** – tudo que influencia na comercialização de um produto, hoje também serviço.

Assim o Marketing virou uma ciência, pois tudo que influencia é tudo, marca, preço, imagem, onde vender, como vender, como enfim **ATENDER** esse tal cliente.

Daí a pergunta que não quer calar:

Como utilizar-se da ciência do **MARKETING** numa escola onde o sonho do cliente é ter aquele corpinho deGisele Bündchen, ou seria Arnould Schwarzenegger?

A maneira mais evidente é: BAIXA O PREÇO !!!!
3 X R\$ 49,00, 6 X R\$ 29,90, etc...

E aí entra um novo componente que é mais científico ainda: A MIOPIA

Miopia, aquele defeito da visão mais conhecido como *VISTA CURTA*.

Qual a visão (sonho até) que você tem, ou teve, da sua academia?

Quando você imaginou-a, você realmente **concretizou seu sonho**, ou ela só é o arremedo do sonho?

Você planejou o seu sonho? Investimentos, retiradas, tempo de maturação.

Pois é meus amigos!

Fazer **MARKETING na ACADEMIA** ou em qualquer outro business é mais a arte de **CONCRETIZAR O SONHO** e bem menos **THE WONDERFUL WORLD OF THE PARTIES.** ■

Adner Gomes

Criador e Diretor do Projeto Atender
Consultor de Marketing e de
Qualidade de Atendimento a Clientes

Essas academias
fazem sucesso
porque estão cheias
de modelos...

...da Biotech.

A Biotech chegou com toda a força. Em pouco tempo no mercado, já conquistou o reconhecimento de profissionais e usuários que puderam checar os produtos de perto durante a **Sports Business Show**, no mês de julho, em São Paulo. Além do sucesso na mais importante Feira do segmento, várias academias já estão se equipando com o que há de mais moderno em matéria de equipamentos para fitness. Como única empresa brasileira a exportar para a Europa, a Biotech alia a mais alta tecnologia ao *design* exclusivo e acabamento impecável. Dê um *up-grade* na sua academia. **Equipe-a com Biotech.**



Moderno
Stand
com 90 m²



Academia STUDIO FIT
São Paulo - SP

Academia FIT ONE
Cotia - SP

Academia ATTITUDE
São Paulo - SP

Para maiores informações sobre nossos produtos entre em contato com nossa rede de distribuidores e agende uma visita.

biotech@biotechfitness.com

Show Room São Paulo: (11) 3813-4036
showroomsp@biotechfitness.com

Show Room Campinas: (19) 3243-0666
showroomcampinas@biotechfitness.com

Show Room Rio de Janeiro - Vector Fitness: (21) 3275-7210
showroomrj@biotechfitness.com

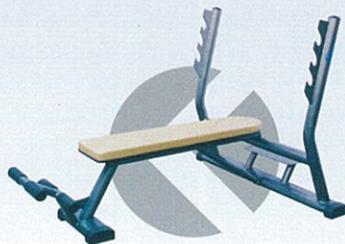
Show Room Goiás: (62) 242-0282
showroomgo@biotechfitness.com

Distribuição Espanha & Portugal - Rocfit (34-91) 356-7075
biotecheuropa@biotechfitness.com

Tel.:(11) 3603 0202 Fax:(11) 3603 9990

www.biotechfitness.com

Tecnologia nacional,
qualidade mundial.



Impressionante Performance

h2m



Moviment

TECHNOLOGY

Agora você não precisa mais recorrer aos caríssimos equipamentos importados para modernizar sua academia.

As Esteiras **RT 300**, **250** e **150 PRO** possuem alta tecnologia, design moderno e ergonomia perfeita. Tudo isso integrado a credibilidade e tradição Moviment.

Procure um revendedor autorizado e confira. Seus alunos merecem.



Visite nosso stand de 11 a 13 de setembro - ITM EXPO - São Paulo

**4ª IHRSA
FITNESS
BRASIL
2003**

www.moviment.com.br

RT professional training

Sede: Av. Industrial, 700 • CEP 17580-000 • Distr. Industrial • Pompéia • SP • Tel.: (14) 452-1088 • Fax: (14) 452-1105 • vendas@brudden.com.br
Showroom: Av. Piracema, 1386 • CEP 06460-030 • Tamboré • Barueri • SP • Tel.: (11) 4166-4240 • Fax: (11) 4193-2257 • vendaspp@brudden.com.br