

Como usar esta ciência em nosso dia a dia e explorar suas várias possibilidades

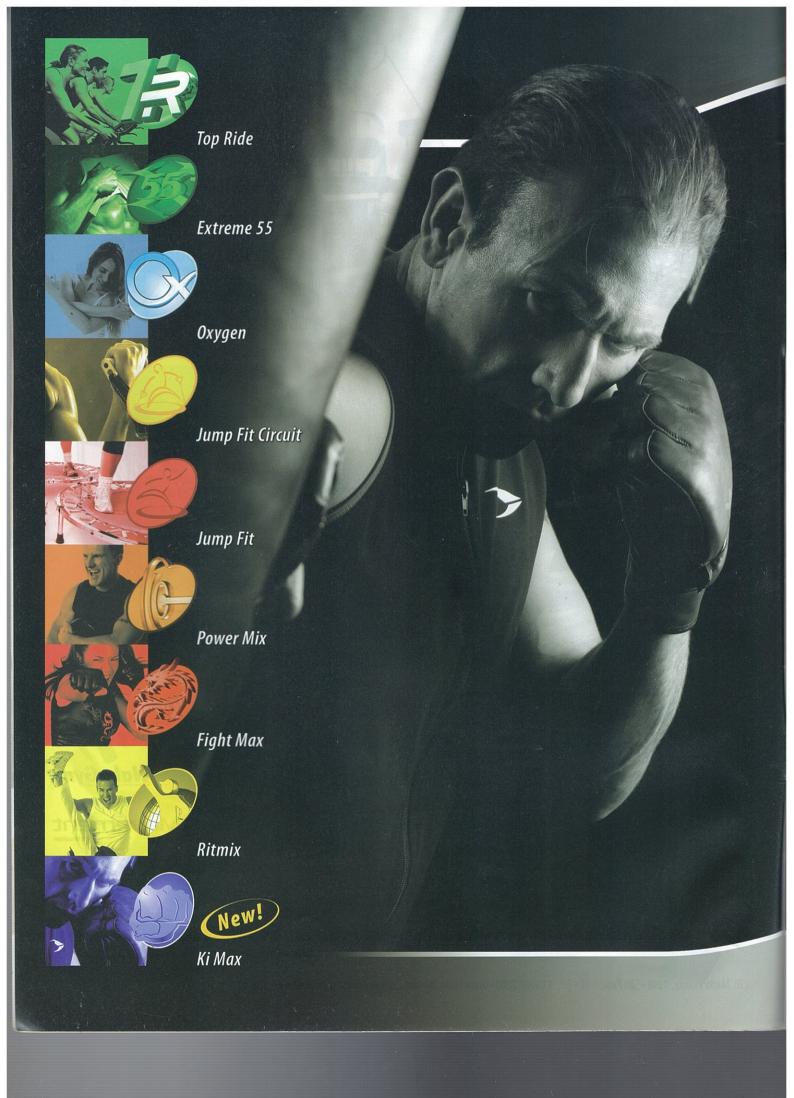
# Saúde na sua medida

A Maktub atua no mercado de fitness com uma linha completa de equipamentos, acessórios e pisos para atender todas as necessidades de seus clientes.

Desde grandes academias até projetos menores para residências, condomínios e hotéis, a Maktub oferece uma consultoria completa com soluções perfeitas e na medida certa para o seu empreendimento.







# Quem disse que programas de ginástica precisam ser caros?

Quer ter na sua academia um pacote com as melhores aulas de ginástica pelo melhor preço do mercado?

Agora você já pode ser um "GoldMember" e implantar todos os programas da FIT.PRO e Radical Fitness em condições mais do que especiais.

Ligue hoje mesmo para a **FIT.PRO** e conheça tudo que o plano **"GoldMember"** pode oferecer.

Vem aí em Março nosso novo Programa! Veja como participar do "KI MAX ELITE CLUB"





(11) 3081-1676 comercial@fitpro.com.br www.fitpro.com.br



#### Editorial

### Feliz 2008 e muito trabalho!!!!!

lá caros amigos, leitores, assinantes e parceiros... 2008 está chegando e com ele a esperança renovada de que nesse novo ano as coisas serão melhores... O mercado está cheio de novidades, as pessoas estão em busca constante de qualidade de vida, tudo é favorável para que nesse círculo de negócios, lazer e bem estar todos nós possamos nos ajudar e seguir em frente com determinação de sucesso e realização.

Eu só tenho a agradecer a todos por mais um ano de confiança, de respeito e de muito trabalho. Nesses 05 anos da revista vi que até mesmo os momentos difíceis foram importantes.

Nossa parte está sendo feita, e a de vocês também... Mais uma vez o meu muito obrigado em meu nome e em nome de toda a equipe da Revista Empresário Fitness & Health...

Ah!! Só pra finalizar, a matéria de capa sobre Endomarketing está P E R F E I T A, mais uma excelente contribuição da revista para o empresário do setor fitness!!!!

Romeu Gomes Paião Junior Editor •

Acesse nosso site www.revistaempresariofitness.com.br E-mail: atitude.editora@uol.com.br Endereço para correspondência: Rua Brigadeiro Galvão, 34 - sala 01 Barra Funda - São Paulo / SP - CEP 01151-000

### Índice

- 08 Consultoria João Moraes A chave da retenção
- 10 Mercado Fitness Rodrigo Cintra Como motivar sua equipe
- 12 Gestão de Negócios Edvaldo de Farias
  Contratação em empresas fitness
- 14 Consultoria Christian Munaier
  Crescimento consciente e sustentável
- 16 Consultoria Marynês Pereira
  O silêncio dos inocentes
- 18 Consultoria Adriana Camargo Planejamento estratégico
- 20 Capa por Jorge Gonçalves Endomarketing
- 28 Melhor Idade Cacilda Velasco Final de ano - época de balanço
- 30 Consultoria Thiago Villaça
  Liderança e motivação parte II
  - Manutenção Prof. Almir Facchinatto Escolha e manutenção de acessórios parte III



#### EXPEDIENTE

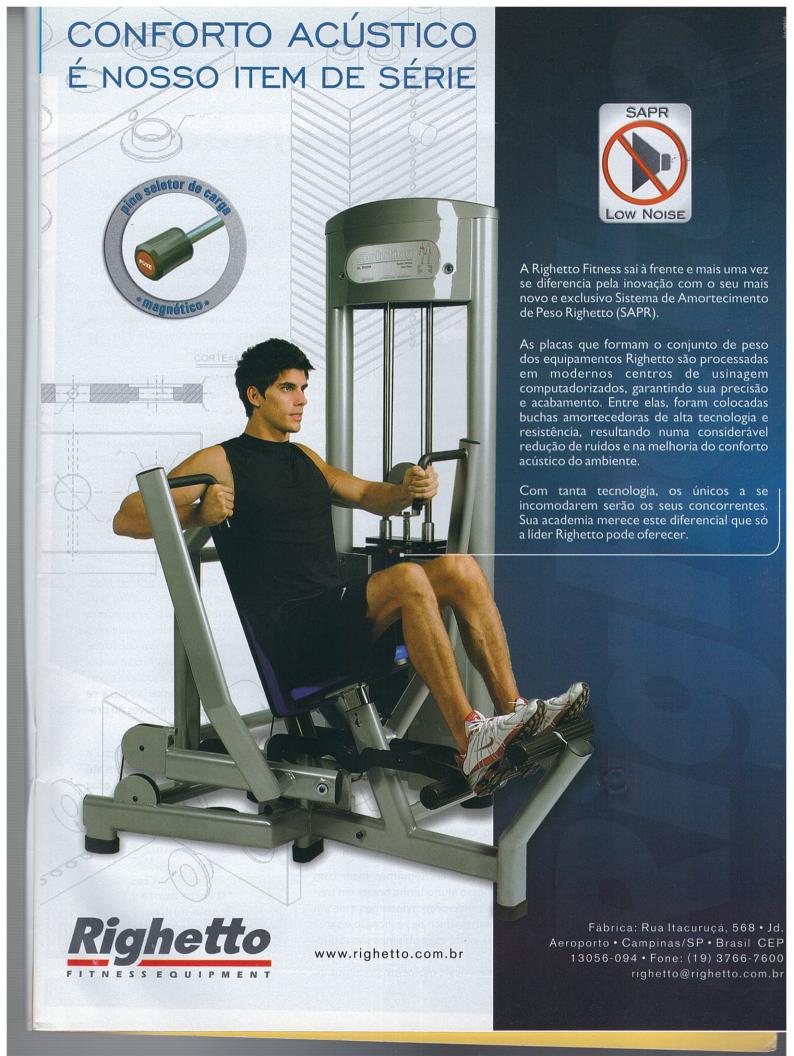
#### EMPRESÁRIO

A revista **Empresário Fitness & Health** é uma publicação bimestral da Atitude

Atitude Editora Ltda - **Empresário Fitness & Health**Ano VI - Edição nº 31 - 2007
Executiva Administrativa - Vivian Ingrid Ignácio
Editor Responsável - Romeu Gomes Paião Junior
Diagramação e Layout - Lilian Fernandes
Arte de Capa - Lilian Fernandes

Redação e Publicidade - Atitude Editora Ltda atitude.editora@uol.com.br Assinaturas - Anderson Batista Dias - atitude.anderson@uol.com.br Rua Brigadeiro Galvão, 34 - sala 01 - Barra Funda - São Paulo / SP CEP: 01151-000 - Fone/Fax: (11) 3822-2275 Fotolito e impressão: Supergráfica Tiragem de 10.000 exemplares - Distribuição Nacional

As matérias assinadas são de responsabilidade de seus autores, não refletindo necessariamente a opinião da editora. As fotos têm caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados a seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas mediante prévia consulta por escrito à editora responsável. O não cumprimento dessa determinação sujeitará o infrator às penalidades previstas na lei de direitos autorais (Lei 9.610/98).



# A chave da retenção



João Vicente de Moraes Neto CREF 033716-G/SP

Sócio Proprietário da academia Ecogym em Santo André/SP. jmoraes.neto@uol.com.br

omeço este artigo contando uma pequena estória, que na verdade é uma rotina comum na vida de muitos esportistas anônimos pertencentes a um dos esportes que mais crescem no Brasil. A corrida de rua. Talvez, você possa estar se perguntando por que estou escrevendo sobre corrida de rua e contando esta estória, se este artigo é para retenção de alunos em academia. Bom, a resposta se encontra logo após este texto abaixo.

Era um típico dia de inverno, chuvoso e a temperatura não passava dos 8° C, quando meu despertador tocou as 5:45 da manhã. O céu ainda estava escuro, mas não pensei duas vezes em me levantar. Calcei meus tênis de corrida, coloquei meu calção e camiseta de treino e após um leve café da manhã com suco de fruta e uma barra de cereal, sai à rua para realizar meu treino do dia. Para mim era como se fosse um lindo dia ensolarado. Cumpri minha planilha de treino em todos os seus detalhes, voltei feliz para casa. Tomei um banho quente, sentindo aquela fantástica sensação que só quem faz esporte sabe como é... Adrenalina, realização, êxtase... Sai para trabalhar e só quando estava em meu carro, em meio aquele diário "caos" urbano é que percebi como aquela manhã estava fria, cinza e chuvosa...

Amigos leitores, a corrida de rua como disse no início deste artigo, é a atividade esportiva que mais vem crescendo no país. O numero de provas triplicou nos últimos anos, as assessorias esportivas se tornaram um negócio altamente rentável e o número de adeptos só vem aumentando com o passar dos anos. Treinar com chuva, frio, calor, vento... nada disto é problema para os corredores, nada impede sua fidelização, nem a captação de novos alunos pelas assessorias esportivas. Isso me faz pensar o porquê da facilidade em se trabalhar com corredores e fidelizá-los (palavra de ordem para as academias e entre os consultores esportivos), em comparação as grandes dificuldades que o mercado de academias vive hoje em dia tanto no que se refere à fidelizar, quanto captar novos adeptos.

Claro que se analisarmos a corrida de rua (sendo esta realizada por uma assessoria) e a academia, encontraremos diversas diferenças, algumas inclusive "não comparáveis". E muito embora já a alguns anos, tenhamos assessorias esportivas criando grupos de corrida dentro das academias, o que vejo como uma ação altamente positiva e lucrativa, os mesmos não alcançam os excelentes índices de retenção das assessorias que estão espalhadas pelos parques e locais públicos das cidades.

Bom, quero voltar um pouco para a nossa estória. Dois pontos merecem destaque: "Não pensei duas vezes em me levantar as 5:45 de um dia de inverno chuvoso e só depois percebi como o dia estava frio e cinza".

Quando conseguimos fazer com que nosso aluno tenha prazer em treinar, quando proporcionamos a ele um momento único de realização e satisfação, onde os problemas são esquecidos e a sensação de bem estar prevalece... neste momento podemos dizer que nossos objetivos foram 100% cumpridos, e este aluno esta fidelizado, pois a chave da retenção foi alcançada. O Prazer!

E é disto que se trata a estória inicial, o prazer. Ele nos faz acordar a qualquer hora, encontrar em meio a nossa atribulada agenda um horário, superar qualquer obstáculo para ir treinar. Nada é impeditivo!

Se gerarmos isto em todos nossos alunos, não teremos mais problemas de retenção. Este é o grande segredo da corrida, ela de maneira muito simples e sutil, conquista as pessoas pelo prazer e não por obrigação ou época do ano.

Sei que esta não é nenhuma novidade, nenhuma grande descoberta, sou ciente que a maioria de vocês já sabe disso, como provavelmente já criaram inúmeras ações para reter seus alunos através do prazer. Mas, será que você já pesquisou entre seus clientes e público alvo o que poderia despertar o prazer neles, o que eles buscam sem mesmo terem consciência disto, será que suas ferramentas estão adequadas para a sutileza e percepção que são necessárias para se trabalhar a fidelização através do prazer?

Estética e resultado; obrigação e saúde; tecnologia e status, podem até funcionar, mas focar no prazer, criar os meios, as opções, formar o ambiente certo e preparar as pessoas envolvidas para esta missão, sem dúvida é a chave para o sucesso.

"O êxito nunca é uma dádiva, mas uma conquista".

Sucesso a todos!

# A Whole New Way To Move

O Ascent Trainer™ da Matrix cria uma nova e poderosa modalidade de exercícios que combina perfeitamente com os movimentos naturais do seu corpo. Com inclinação ajustável e comprimento da passada variável, o equipamento estimula usuários em qualquer nível de condicionamento físico e é garantia de sucesso entre seus alunos. Descubra mais sobre esta novidade: ligue 19 3251 1039, ou visite matrixfitness.com.br.





O novo Matrix Ascent Trainer™



92007 Marrix Friness System

### Descentralizar e motivar!



Prof. Esp. Rodrigo Martins Cintra Consultor gerencial de academias

Especialista em Reengenharia de academias. Prof. Universitário de Administração e Marketing Esportivo. (11) 9974-3715. prof.rodrigocintra@hotmail.com

asseando pelo Brasil e prestando consultoria em várias academias, venho presenciando algo em comum tanto nas pequenas, quanto nas médias e grandes empresas, o desgaste, a falta de motivação entre os integrantes das equipes/ times de funcionários e a pouca valorização dos servicos prestados pelos funcionários devido à pequena receita adquirida. Muitas academias estão tendo o que chamamos de sub-receita, que é a receita adquirida de forma natural sem muitas preocupações com investimentos em mídia, profissionais, equipamentos, entre outros. Essa sub-receita podemos dizer que é a receita da academia gerenciada por um profissional com pouca próatividade, que não está atento as mudancas do mercado, é resistente as mudanças e tão pouco está preocupado em aumentar o faturamento da empresa.

Sabemos que não é tarefa fácil trabalhar em um ambiente no qual há cobranças diárias em demasia, ainda mais quando essas cobranças são desnecessárias, do tipo, mandar uma atendente refazer manualmente algo que já foi feito pelo sistema operacional e armazenado em um ou mais "backups", ou ainda, ser indagado por qualquer "agulha" que é removida de um canto para o outro da empresa.

Existem proprietários extremamente centralizadores e essa atitude desmotiva tremendamente a "tripulação" do "barco", academia. A centralização de poder é um dos problemas presente em grande parte das pequenas e médias empresas. Este tipo de atitude do proprietário diminui sensivelmente as chances de subsistência e até mesmo de crescimento da academia e este, além da má administração, é um dos fatores que decide com freqüência o futuro saudável ou não de uma coorporação.

É interessante levarmos essa questão para uma situação prática do esporte, que reproduz claramente que a centralização não é tão eficaz quanto à descentralização e divisão de tarefas:

...Imagine um atleta, corredor de uma prova de 400 metros rasos... Esse corredor perfaz a distância de 400 metros em algo entorno de 50 segundos... Agora imagine se essa mesma distância for dividida entre quatro corredores, 100 metros para cada (chamamos de 4 X 100 metros rasos)... Neste segundo caso cada corredor perfaz a distância de 100 metros em algo próximo de 10 segundos, ou seja, os quatro corredores juntos fazem o mesmo percurso em 40 segundos, 10 segundos a menos que um corredor apenas. Isso representa um esforço de 75% menos, já que dividiu a distância por quatro pessoas e um resultado 20% superior...

Isso acontece porque todos os integrantes estão motivados, pois treinaram juntos, se prepararam juntos, cada um tem o incentivo dos demais corredores e todos têm um "tiro" bastante curto pra dar, isso faz com que cada um deles dê o máximo de si em apenas 100 metros, rendendo consequentemente muito mais do que se algum deles tivesse que correr os 400 metros, sozinho.

Existem várias formas de motivarmos nossa equipe, e por isso devemos nos atentar de que estamos tratando de pessoas, portanto cabe pensarmos que pessoas gostam de ser tratadas como pessoas. Se pensarmos ainda que as pessoas tenham necessidade de afagos em seus comportamentos exemplares,

podemos nos focar em dois tipos de motivação:

- Motivação comportamental; e
- Motivação profissional.

A motivação comportamental é aquela em que levamos em consideração o ser humano e suas necessidades básicas, como por exemplo:

- Elogio por todo e qualquer progresso;
- Receber tarefas importantes para consequentemente se sentir importante;
- Reconhecimento perante as demais pessoas;
- Ser movido pelos nobres motivos (família, saúde, crença, história de vida).

Já a motivação profissional é bem mais simples, porém negligenciada na maioria das organizações, como segue:

- Plano de carreira e chance de progresso na empresa;
- Reconhecimento perante os demais profissionais;
- Prêmios e gratificações em dinheiro.

No campo da motivação profissional, devemos criar objetivos e definir constantemente metas plausíveis para todos os setores da academia. Os me-Ihores profissionais devem ser elogiados em público, ter seu esforço recompensado financeiramente e preferencialmente em espécie, desvinculando de seu salário; Já o profissional com pior desempenho deve ser advertido e em caso de fracasso repetido com frequência, o mesmo deve ser excluído, pois tanto um bom profissional pode elevar o nível de empenho de seus colaboradores, quanto um profissional pouco preparado pode contagiar os demais com seus declínios e desmotivação.



# CLEAN LINE

by Pró-Phisica



Nosso showroom em São Paulo Largo do Arouche, 438 Fone: [11] 3337-1324

PRÓ-PHISICAL: Rua Rodolfo Alexandre Martinelli, 140 7.o Distrito Industrial - CEP: 17212-747 - Jaú-SP E-mail: prophisical@prophisical.com.br Homepage: www.prophisical.com.br

FAX: (14) 3621-1880 VENDAS: (14) 3624-2521 • 3624-9707 3624-3055 • 3622-5541

# Contratação em empresas fitness: um desafio

velocidade das mudanças no cenário fitness, gerado pela competitividade e inovações constantes, criou uma dupla demanda: gerar resultados para o negócio com pessoas competentes e adequadas a ele. Assim, captar pessoas certas para o negócio torna-se missão estratégica dos gestores, pois uma contratação errada é tão ou mais desastrosa do que um investimento financeiro mal feito. Investir em seleção guando o talento torna-se vantagem competitiva deixa de ser característica de grandes corporações para assumir papel essencial em todos os segmentos de negócio. Mas afinal como contratar certo?

Primeiramente é importante focar a atenção na função a ser desempenhada, e não no cargo a ser ocupado, e para isso é fundamental separar o necessário do desejável na função oferecida ao profissional que se deseja captar. Enquanto necessidade traduzse num mix de competências que, não existindo, inviabilizam sua entrada para os quadros da empresa, a segunda constitui-se num "plus" profissional, ou seja, sua presença é um diferencial, fazendo com que a empresa ganhe "excedentes de competência" agregada ao seu portfólio.

Seleções internas ou externas demandam, por exemplo, uma descrição detalhada das expectativas da empresa em relação ao profissional que pretende admitir. Desempenhos, valores e responsabilidades devem ser declarados aos candidatos de modo a permitir-lhes uma visualização projetiva, tanto do que se espera dele quanto dos indicadores de desempenho adotados para aferir sua contribuição ao negócio. Tal atitude requer tempo e planejamento mas é fundamental.

Dispomos de ferramentas para seleções criteriosas e tecnicamente elaboradas, mas ainda assim há falhas em processos seletivos. Por que? Justificamos estas falhas tomando como base o fato de que muitos gestores, sobretudo em empresas que têm uma área de RH definida, contratam pessoas sem critérios definidos e isentas de uma análise minuciosa do cenário. Rosemberg (2001) defende a tese de que vários gestores não consideram a contratação uma função estratégica e, por isso, não analisam consequências financeiras e efeitos negativos que um funcionário inadequado pode exercer sobre clientes externos e internos. São comuns decisões "emocionais" predominarem em escolhas feitas por gestores, levando-os a inserir na equipe pessoas que, além de não ter perfil para lá estarem, não se comprometem com algo que sequer fora apresentado como seu papel na organização.

Ainda sobre uma contratação eficaz, Nogueira (2003) destaca que empresários necessitam de colaboradores que ajudem a empresa a ser mais eficiente, eficaz e lucrativa e que para tal é imperativo saber selecionar de forma objetiva e totalmente focada no negócio. Portanto é necessário estabelecer um perfil adequado a cada função, características específicas que a atividade requer, definindo a partir daí as estratégias de seleção mais adequadas para a contratação pretendida.

Considerando que boa parte das empresas fitness, não tem um setor de gestão de pessoas, fica fácil perceber as razões de tanta fragilidade e inadequação entre pessoas e funções, gerando dissonâncias entre quem essas empresas deveriam ter e quem elas efetivamente têm ao seu dispor. Os resultados de uma pesquisa feita por Dar-

Edvaldo de Farias, MSc. Professor e pesquisador da Universidade Estácio



Consultor em Gestão de Negócios e Treinamento Profissional. Sócio-Diretor da Movimento Humano Treinamento e Desenvolvimento. edvaldo.farias@gmail.com

mont e Farias (2006), sobre a coerência entre demandas por competências em empresas fitness e práticas de RH em seleção profissional, reforçam este quadro, pois na quase totalidade dos gestores pesquisados não havia conhecimentos sustentáveis e nem mesmo o reconhecimento da necessidade de investir nesse campo, caracterizando uma visão amadora em termos de gestão do negócio.

Assim, sugerimos aos gestores do mercado fitness refletir sobre este assunto. Converse, informe-se, peça ajuda se preciso for, mas perceba que as pessoas são e serão o fator gerador de "diferenciais sólidos" no seu negócio, e que por isso suas escolhas jamais devem ser voláteis, mas sim duráveis.

#### REFERÊNCIAS

- DARMONT, N.; FARIAS, E. de. Estratégias de Seleção Profissional em Empresas Fitness: Coerência entre Demandas e Práticas de RH. Universidade Estácio de Sá, Trabalho de Conclusão de Curso Educação Física. RJ: 2006.
- FAISSAL, R. et al. Atração e Seleção de Pessoas. RJ: FGV, 2005.
- NOGUEIRA, É. M. Como entrevistar, selecionar e contratar. RJ: Sprint, 2003
- ROSEMBERG, D. Contratando a Melhor Pessoa. SP: Negócio, 2001.



Viber tion Evolution

Treinamento Físico por micro-vibração

#### Principais Benefícios:

- Combate a Celulite
- Perda de Peso
- Melhoria da circulação sangüinea
- Combate a Osteoporose
- Combate a Fraqueza Muscular
- Ganho de Massa e Força Muscular
- Relaxamento e Massagem
- · Etc.



Resultados significativos em apenas 12 min. p/ dia

Contato: (17) 3485-1766

visite-nos: www.lionfitness.com.br lionfitness@lionfitness.com.br

# 2008 - Crescimento consciente e sustentável



Christian Munaier Consultor Body Systems

ais um ano desponta com grandes perspectivas e apresenta suas credenciais: eleicões municipais, onde governos federal e estaduais investem nas cidades e fortalecem seus candidatos. Ano de esperada estabilidade financeira mundial, mesmo com especialistas alertando para uma nova crise imobiliária americana e suas conseqüências mundo a fora. Os Programas de Aceleração do Crescimento (PAC's), patrocinados pelo Governo Federal, insinuam-se mais contundentes, o que gerará mais recursos e empregos e uma desejada inclusão de mais brasileiros ao consumo. As Bolsas Mercantis e outros indicadores apontam cenários econômicos positivos.

O mercado fitness pode experimentar um ano de resultados muito bons, desde que seus operadores aproveitem a boa onde que se desenha no horizonte.

Estabilidade financeira e recursos disponíveis nas instituições credoras convidam-nos a novos investimentos, aquela melhoria nas instalações. O incremento dos equipamentos, a expansão dos vestiários, tudo parece bastante sedutor. Muitos empresários vêm nos questionar se não é hora de fazer tal investimento.

Lembro-me de um professor de Economia: "O capitalismo é anárquico. O que lhe parece um mar calmo e tranquilo, na verdade, pode esconder um Tsunami prestes a colocar tudo de cabeça para baixo." Quem não se lembra da época do Dólar equiparado ao Real, onde comprávamos equipamentos a prazo (em dólar) acreditando que a prestação do mês seguinte seria igual a do mês anterior? Quando o câmbio passou a ser "flutuante" e o Dólar disparou, muitas academias tiveram que renegociar dívidas, e muitas delas passaram por maus bocados.

Quer dizer que não devemos investir e devemos ficar a esperar pelo pior? Não! Contudo, resgatar uma breve passagem da História recente serve para alertar os mais confiantes para que suas jogadas sejam as mais conscientes.

Há muito o que aproveitar neste momento que o Brasil em particular, e o mundo no geral, vivem. Pontuo algumas estratégias possíveis para a sua análise. Você avaliará as mais adequadas para a sua região e o seu momento e, se assim achar interessante, entre em contato conosco para que possamos auxiliá-lo nas tomadas de decisão:

- Aumento do poder de compra da população permite incremento da mensalidade. Se sua academia está sem aumentar as mensalidades a muito tempo ou se o valor cobrado atualmente impede melhorias nos seus serviços, por que não fazer esse tão vital ajuste? Algumas academias optam por ajustar logo em Janeiro, outras preferem após o carnaval e, há ainda, aquelas que aumentam no mês de Maio, época do reajuste do salário-mínimo;
- Estabilidade econômica permite ao consumidor uma perspectiva de longo prazo. Neste cenário, planos de mais longa duração tem boa aceitação e você não deve deixar de oferecer planos de fidelização, com pagamentos através de cheques ou boletos bancários, débitos em cartão ou até mesmo a vista. E que tal ousar um pouco mais e criar um plano novo, quem sabe, de 15 meses?
- Mais pessoas dentro do mercado de trabalho pressupõem mais pessoas consumindo. É, no caso brasileiro, aumento do poder de consumo das camadas mais populares. Caso a sua academia esteja posicionada para esta camada, potencialize seu marketing, comunique a sua existência.

- Ano eleitoral significa maior sensibilidade política para ações cooperadas. Isso resulta em Secretários Estaduais e Municipais de Esporte, Lazer e Cultura mais predispostos a patrocinar seus eventos ou desenvolver atividades para a comunidade oferecidas pela sua empresa. Procure-os com projetos organizados, mas deixe clara a posição neutra da sua empresa e não tome partido. Torne-se uma verdadeira Suíça! Caso contrário, se o seu candidato não se eleger, serão 4 anos, no mínimo, de escassez da benevolência pública.
- O Desenvolvimento de estratégias para aumentar a sua mensalidade, a fidelização de seus clientes e ações cooperadas que permitirão maior visibilidade dos seus serviços. Este cenário gerará aumento dos recursos necessários para suas ampliações e melhorias nas instalações, auxiliando na sustentabilidade do seu crescimento e fortalecendo sua empresa contra eventuais instabilidades macroeconômicas inesperadas.

Esperamos seu feedback através do nosso e-mail. Que 2008 seja repleto de novas conquistas. Estaremos juntos para comemorá-las. Um grande abraço!





TARGET



# Liberdade na sua melhor Forma



LX 160



EL 470



SUMMER GE





€ 730









Tel: II 4335 6103 :: II 4338 0238 :: FITNESS TECHNOLOGY :: fitnesstechnology@ig.com.br

#### O silêncio dos inocentes



Marynês Pereira (11) 5087-8872

Consultora e facilitado-

ra, desenvolve treinamentos na área de liderança, motivação, gestão e pessoas. www.providersolutions.com.br marynes@providersolutions.com.br

#### que me inspirou a escrever este artigo?

1. Recentemente, vi um filme onde um cientista para salvar sua filha de um problema de paralisia, desenvolve um vírus e o inocula em duas pessoas que se transformam em monstros e depois, como era de se esperar o vírus escapa do controle e infecta a população e cada pessoa contaminada pelo vírus é transformada em um monstro do tipo "vampiro zumbi" que caminha em bandos alucinados pela cidade, ou melhor, se arrastam, em busca de pessoas não infectadas. O filme mostra que existem algumas pessoas que são mais fortes e que, portanto, não foram infectadas e por isso, fogem e se escondem pelos cantos, para não serem atacadas pela turba de desesperados que querem transformar todas as pessoas em " vampiros zumbis".

No exato momento em que eu assistia ao filme comecei a fazer uma relação com o mundo empresarial, com nosso país e procurar identificar quem são os "vampiros zumbis" corporativos. Verifico, nas empresas, e até em qualquer convívio entre as pessoas, que acabam aparecendo mais, a turba de incompetentes, de desonestos, de pessoas sem caráter e que querem apenas "garantir o seu lugarzinho" ao preço que for. Essa turba quer destruir os honestos, os competentes para assegurar a sua hegemonia e garantir seus dias restantes como zumbi que faz o mínimo possível e ganha o máximo possível. Essa tal de "Lei de Gerson" que sempre nos perseguirá.

E essa turba parece reinar feliz, pois estamos perdendo os parâmetros do que é certo e errado, graças à imensa quantidade de exemplos de impunidade; de ser rico e desonesto não vai para a cadeia; que ser honesto é ser pobre; e mais, a escassez de exemplos de pessoas honestas na política e nas lideranças deste país.

Onde estão as pessoas competentes? Honestas? Justas? Penso que assim como as pessoas do filme, devem estar se escondendo, com medo, em silêncio... apavoradas, sentindo serem uma espécime em extinção, devem até pensar que nasceram no país errado, que ninguém as entende... e que talvez, estejam erradas, fugindo dos "zumbis" que se aglomeram para retirar todo seu sangue.

Estão lutando para não ceder e virar mais um "zumbi no trabalho" que é aquele que faz tudo para agradar o "chefe" e garantir seu empreguinho. Que faz tudo que a equipe e o Babaca-Mor mandar.

Babaca-Mor???... é... Babaca-Mor é aquela pessoa do MAL que usa e abusa do poder manipulando as pessoas ao seu redor para assegurar seu cargo, seu poder, e sua glória. As suas pequenas vantagens, o restaurante chique onde só ele almoça, os pequenos e medíocres símbolos de poder e status que o fazem sentir superior aos demais.

O Babaca é aquele que influencia o dono, ou seu superior com comentários maldosos, que "queima pessoas" e envenena a vida de todos na empresa, e que se vangloria de ser O "CONSE-LHEIRO DO REI" e que com cara de anjo e atitudes de demônio esperto vai levando anos a fio seu "empreguinho", pois, tem o "dom da safadeza" de fazer bem feito sem deixar rastros de sua maldade.

Mas é esse silêncio dos competentes, honestos, justos, pessoas de caráter que incomoda, é essa impotência dessas pessoas que preferem sair de uma empresa, deixando para trás, talvez uma carreira brilhante, em vez de enfrentar uma briga difícil de vencer por falta de provas, é essa desistência dos Competentes que faz com que a incompetência cresça vertiginosamente nas empresas, que faz com que pessoas competentes se afastem ou até sejam desligadas das empresas, pois a turba dos zumbis se une para "demitir" o diferente, aquele que "não pensa como a gente", aquele que quer "aparecer para o chefe", sendo eficiente, aquele que "não compactua de nossas armações", enfim, "não é do nosso time", aquele que não se encaixa nos mandos e desmandos do BABACA, pois tem raciocínio próprio e não se vende para "garantir seu status quo".

Tem empresas que tem expertise em demitir e perder pessoas altamente competentes seja no aspecto técnico, assim como no humano e a concorrência agradece.

2. Fatos reais - Conversando com muitas pessoas ao longo de anos, percebi a quantidade de colaboradores que ficam na empresa e assistem lamentando a saída deste ou daquele brilhante colaborador demitido ou que pediu demissão e reforcam dizendo: "que pena que ele saiu.... é... aqui nesta empresa, melhor a gente não pensar, melhor não ser diferente e ter idéias próprias, melhor não se destacar, melhor não ir contra o que "eles" pensam, e ao conversar com os que saíram de algumas empresas, os comentários são bem parecidos: "saí por falta de reconhecimento", não há espaço para quem quer fazer mais, ir além, apesar de todo o discurso da empresa, os líderes atuais querem mesmo é que a gente faça o que eles querem e de preferência sem chamar muito a atenção, sem ter grandes idéias, apenas fazer o básico...

Você deve estar achando... que exagero!!!... na minha empresa não é assim...

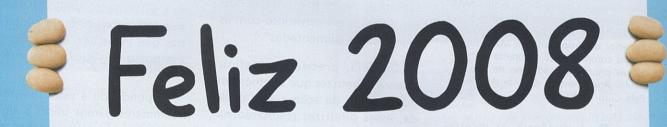
Faça o seguinte: relacione as pessoas demitidas por seus líderes, ou até as que pediram demissão. Veja onde elas estão trabalhando hoje em dia, como se recolocaram no mercado. Analise a rotatividade de seus colaboradores. Escute mais do que uma pessoa antes de tomar uma decisão, veja se você não está escutando sempre as mesmas pessoas, os mesmo líderes, escute pontos de vistas diferentes e não só os que te agradam e aí sim, afirme, se você estiver certo e ficarei muito feliz, MAS FAÇA ESSA PEQUENA LIÇÃO DE CASA!

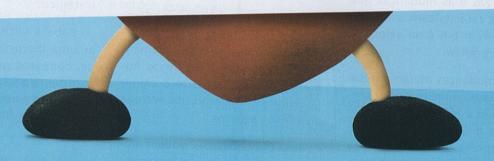
Vamos que o vírus ZUMBI já esteja instalado em sua empresa, ainda dá tempo de fazer muita coisa.

Portanto, você que é JUSTO, HONES-TO, COMPETENTE que está cansado de ver tanta coisa errada, injusta, por favor... NÃO DESISTA... não se cale diante das injustiças em sua empresa mesmo que seja com um colega seu, não se cale diante de déspotas ou pessoas que querem provar que você não é capaz, que querem provar que você está errado.

FALE, GRITE, vamos fazer uma empresa e um país melhor.

LEMBRE-SE... A SUA REPUTAÇÃO VAI LHE ACOMPANHAR PARA O RESTO DOS SEUS DIAS E ELA É A ÚNICA COI-SA QUE DE FATO, LHE PERTENCE.





11 5051 8009 • www.metodologiagb.com.br



### Planejamento Estratégico: uma visão a longo prazo



Adriana Camargo Formada em Pedagogia.

Possui especialização em Educação e Gestão de Pessoas pela Universidade Mackenzie. Concluiu MBA Executivo com foco em Marketing e Planejamento Estratégico pela Escola Superior de Propaganda e Marketing. Atuou como gerente e gerente comercial nas principais academias de São Paulo. Atualmente é gerente da rede Pelé Club Alphaville.

turbulência, as incertezas e as mudanças que caracterizam o mundo atual ocorrem em uma velocidade muito grande.

Estas mudanças afetam diretamente nossos negócios e estar preparado para a tomada de decisão, fará toda a diferença, fará com que a empresa ajuste-se melhor a estas condições ambientais e mantenha a sua sustentabilidade.

Para isto é preciso planejar.

Planejar é conhecer e entender o contexto, é saber o que se quer, para onde ir, como ir, é saber se prevenir é saber analisar e calcular os riscos, planejar metas e principalmente, assegurar a continuidade do negócio.

Aproveitar esta época do ano para planejar os próximos 3, 5 anos de sua empresa é uma boa oportunidade para agregar valor ao seu negócio.

Segundo Peter Drucker, "planejamento estratégico é o processo contínuo de, sistematicamente e com o maior conhecimento possível do futuro contido, tomar decisões atuais que envolvem riscos; organizar sistematicamente as atividades necessárias à execução destas decisões e, através de uma retroalimentação organizada e sistemática, medir o resultado dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas".\*

Ou seja, precisamos definir quais as diretrizes que teremos em nosso plano de ação e sem dúvida, estas diretrizes resultarão na vantagem competitiva do negócio.

A partir deste ponto, poderemos então, elaborar o planejamento financeiro, o planejamento de marketing, de recursos humanos e principalmente o planejamento da operação, da entrega de nossos serviços.

Algumas questões podem ajudar-nos a iniciar este planejamento. São elas:

- 1. Qual a missão do nosso negócio? Qual o papel da empresa dentro da sociedade em que está inserida? Qual sua razão de existir? Onde está e onde estará posicionada no mercado?
- 2. Qual a visão do nosso negócio? Quais são os objetivos? Qual o futuro ideal da organização?
- 3. Quais fatores são chave para o sucesso do meu negócio?
- 4. Como construir e analisar cenários?

- 5. Como elaborar uma análise setorial?
- 6. Quais são nossas forças? Quais são nossas fraquezas?
- 7. Quais são nossas oportunidades? E quais as ameaças?
- 8. E finalmente, quais as variáveis ambientais externas e internas que impactam diretamente em nosso negócio?

Respondendo a estas questões preliminares damos início a algumas etapas do planejamento estratégico.

Cabe a você empresário iniciar uma discussão com sua equipe, com seus gerentes, com seus coordenadores, para que façam parte deste novo contexto e auxiliem nesta formulação estratégica.

Eles terão um papel primordial em propagar, estimular e executar estas ações que foram determinadas pelo planejamento estratégico, juntamente com toda a equipe de colaboradores de sua empresa.

Por esta razão, percebemos a importância desta tomada de decisão, desta etapa na existência de sua empresa, ela irá determinar como seguir para o futuro, como minimizar os riscos e como ajustar ou atingir os objetivos.

<sup>\*</sup> P. Drucker, Introdução à Administração, São Paulo, Pioneira, 1984, p. 133-136. ●

# CO RÁDIOACADEMIA®

# Só quem tem sabe do que estamos falando!



A ListenX tem apresentado competência, excelência no atendimento e soluções inovadoras na programação musical de nossas academias. Isso é fundamental, pois a rádio interna é uma importante ferramenta informativa que também serve para tornar o ambiente mais agradável e divertido para os alunos.



Richard Bilton Diretor Presidente Companhia Athletica





A ListenX é a grande solução de entretenimento para academias e clubes.

A capacidade de customizar ao gosto do cliente e as inovações que nos permitem marketear ou divulgar produtos ajuda muito a nossa operação. O nosso muito obrigado à ListenX.



Edgard Corona Presidente Bio Ritmo Academia

#### Body Systems

A ListenX vem, ao longo dos anos, demonstrando todo seu profissionalismo e competência nos trabalhos realizados para a Body Systems, que inclusive se tornaram um diferencial nosso nas participações em feiras e convenções, e certamente comprovam um excelente custo-benefício para academias que querem melhorar sua comunicação interna.



Paulo Akiau Diretor Presidente Body Systems Latin America Música e comunicação para turbinar resultados.



Music & Emotion for Business

Fone: 11 5572 - 7716

www.listenx.com.br

## Marketing

#### Por Jorge Gonçalves



Jorge Gonçalves é diretor da Ecofit Academia e professor da pós de Marketing de Serviços da FAAP (São Paulo).

www.ecofit.com.br jorge@ecofit.com.br.

screver sobre este fascinante tema é um desafio maravilhoso, vou apresentar a vocês um pensamento com algumas sugestões de como podemos utilizar esta ciência em nosso dia a dia pautando passo a passo sua utilização com suas várias possibilidades. O caminho que proponho é você se dedicar a me acompanhar "em uma viagem" que passa por CONCEITO, PROPOSTAS e DESAFI-OS. Ouero também convidá-lo para um exercício e ao terminar a leitura deste artigo convide sua equipe de trabalho para juntos em uma reunião refletir com você e responder as várias questões espalhadas ao longo da abordagem que vou apresentar, eu tenho a pretensão de mexer com seus paradigmas e de construir um novo momento em sua vida ou organização.

#### O CONCEITO:

O mercado de entretenimento e bem estar é "o cara" do momento e vai ser assim ao longo deste século o ser humano percebeu que a busca frenética de conhecimentos e a luta por uma condição de viver em ambientes competitivos só é possível com o equilíbrio entre trabalho, família, saúde física e mental e isto ele encontra em contato com nosso mercado. A cada dia mais e mais empresas de culto a atividade física e bem estar surgem em nossas cidades e quero enfatizar que isto só esta começando; iniciamos um



roteiro de trazer para nosso mercado um numero cada vez maior de pesso-as, minha percepção é de que os resultados apresentados por boas academias ao longo deste ano e de um crescimento no numero de clientes só esta começando, ótimos anos nos esperam. Mas você deve estar se perguntado será que eu estou contido nesta linha de positividade? Sim esta, busque suas anotações de quantas pesso-as novas passaram por sua empresa neste ano?

Agora vamos alinhar o que este marketing pode nos ajudar construindo juntos O CONCEITO. "Em nossa viagem" responda:

O que sua empresa ou você tem de diferente?

Qual valor você está agregando ao seu cliente?

Quais as soluções que só você tem competência para entregar a seus clientes?

O que quero lhe fazer refletir é que seu conceito precisa estar claro e evidente para você e todos que trabalham ao seu lado; para atender e servir este mutante cliente que quer mais a cada dia e por um preço melhor ao que pagava ontem, portando continuando "em nossa viagem" responda:

#### Qual é o seu negócio?

Às vezes a resposta mais simples e lógica não é a mais indicada. Tive contato em uma palestra com um grande empresário Edson Bueno presidente da Amil, em sua apresentação ele contou de seu bate papo com um grande guru do mundo dos negócios que lhe pergunto o que estou perguntado a você, ele rapidamente respondeu. – meu negócio é assistência médica. E Peter Drucker disse a ele não seu negócio é saúde.

#### Qual a finalidade de seu negócio?

Se você fosse dono de uma livraria seria vender livros.

#### Qual é o seu público?

Ainda no exemplo da livraria, a resposta pode ser: crianças de 8 a 10 anos



Bonita, elegante, atraente...

...ē assim que sua academia vai ficar com a nova linha cyclus da maxpower.

C/CLUS

Além de funcionais são bonitos.



Temos esteiras, bicicletas e spinning direto da fábrica.

Temos cama elástica, halteres e todos os tipos de acessórios.



Cadastre sua revenda (16) 3996 9938

# www.maxpower.ind.br







Gluteo



Cross Over



Polia Superior



Mult Power



Run 45



Pec Deck Gold



Adutor Gold



Leg Press 45 Gold



Supino Vertical Gold



Panturrilha Vertical



Halteres Cromados

Av. Brasil, 1851 Ribeirão Preto SP cep 14075 040 - (16) 3996 9938 - contato@maxpower.ind.br

que morem em minha cidade em um raio de 4 kilometros de distancia, que estejam cursando a 3ª. e 4ª. Série do colégio tal. Quanto mais preciso você for melhor será seu desempenho em conquistá-los e mantê-los.

#### Quais são meus diferenciais?

O que você entrega ao seu cliente que ele não sabia que queria. Buscando uma forma de você visualizar o que quero que responda. Você entrou em uma padaria para comprar pão e sabia que ia sair de lá com seis pãezinhos um funcionário da padaria lhe oferece uma degustação de um novo café da marca x e lhe serve um pão de queijo quentinho que acaba de sair do forno e lhe diz que este é um lançamento deles com uma receita tradicional da mãe do dono da padaria. Se você ou qualquer pessoa da sua família gosta de pão de queijo com que produtos você vai sair da padaria?

Qual é a sua missão? Você tem que responder a isto de forma precisa rápida e fácil ela deve ser filosófica. Tenho a honra de ajudar a dirigir uma academia (Ecofit) que acredito tem um bom exemplo, - Melhorar a vida das pessoas. Sua missão precisa ser de entendimento de todos da organização e lembrada por cada colaborador.

Qual é sua visão? Qual é seu objetivo onde você quer chegar e quando, coloque prazo para a realização de seu sonho, jamais esqueça de que quando você não sabe o caminho qualquer caminho te leva ao lugar errado.

Sair do oceano comum é o objetivo desta reflexão se você e sua organização só entregar aquilo que o cliente quer você vai nadar em um oceano que vários competidores estão nadando e neste cenário só quem tem o menor preço consegue sobreviver, tire o foco do preço, você pode mais.

#### **AS PROPOSTAS:**

Vou alinhar com você um mapa estratégico de desenvolvimento do marketing "em nossa viagem" passando por:

- Metas e objetivos;
- Endo-marketing;
- Gestão da informação;
- Os P's do marketing de serviços;
- Criatividade;
- · Finanças;
- · Mercado:
- · Os intangíveis;

#### Metas e objetivos:

Metas são etapas que devem ser compridas para a realização de um objetivo, geralmente não nos prendemos a fazer anotações e registrar nossos objetivos, pois bem quero que você continue no exercício em nossa viagem, responda e faça varias anotações:

Qual seu objetivo para este ano? Seja o mais rigoroso possível com suas anotações pontue cada detalhe que esta pensando, e defina as metas do que precisa fazer para este seu objetivo se realizar, utilizando meu habitual tom professoral, observe este exemplo: Objetivo: quero fazer um curso de comercio internacional nos Estados Unidos em janeiro de 2009; descreva todos os detalhes do conteúdo programático do curso, sua data de execução os horários que vão acontecer às aulas, quem são os professores. Aí coloque suas metas para deixar seu objetivo de pé:

1. Em que escola de inglês vou me matricular para aprimorar minha conversação e entendimento do inglês, em que data vou me escrever quando inicia as aulas. 2. Qual empresa aérea que vou comprar minha passagem? 3. Quando vou comprar? 4. Quanto custa à passagem? Como vou pagá-la, ok, é muito importante escrever cada detalhe do que vai fazer, agora vá em frente faça.

#### **Endo-marketing:**

Aqui você pode ter um grande diferencial competitivo, as empresas que conseguirem entender que se seu colaborador estiver feliz ele vai conseguir transmitir felicidade a seus clientes e isto vai fazer com que os clientes sejam leais aos seus serviços por muito tempo, à equação é simples colaborador feliz maior é o lucro. Algumas su-





### Desde 1982

Fabricando Qualidade e Operecendo Tranquilidade











Produto Patenteado

½kg, 1kg, 2kg, 3kg, 4kg, 5kg, 10kg, 15kg, 20kg e 25kg

- · Não enferrujam
- Evitam acidentes
- · São mais aderentes
- · Amortecem impactos
- · Evitam ruídos no manuseio Maior vida útil

Roldanas









Pisantes





1/2 kg, 1 kg, 2 kg, 3 kg, 4 kg e 5 kg









Conheça a linha completa dos produtos EMAR através do site: www.emar.com.br Rua José Guide, 590 - Distrito Industrial - Cep: 15035-500 - São José do Rio Preto - SP

# Congresso Mundial de Educação Física

23° Congresso Internacional de Educação Física





V Congresso de Fisioterapia do Mercosul

V Congresso Brasileiro Científico da FIEP

VIII Fórum de Ed. Física dos Países do Mercosul

III Seminário de Legislação Desportiva

Fórum de Educação Física Escolar

Congresso Euro-Americano de Motricidade Humana

Exposição Fotográfica do Esporte

12 a 16 de janeiro de 2008 Foz do Iguagu - PR - Brasil



Rua Prof. Antonio de Paula Santos, 157 - Piritul São Paulo - SP - CEP 05140-120 e-mail: outfitmixx@ig.com.br

Fone: (11) 3906-0860 - Cel. (11) 9712-1060

#### **ENVIO DE TRABALHOS CIENTÍFICOS**

Artigos completos, Posteres e Temas livre orais

Até 20 de outubro de 2007

Informações, inscrições e normas: WWW.congressofiep.com

rformações Inscrições

www.congressofiep.com

(45) 3574-1949 / 3525-1272 (45) 9975-1208

gestões: faça a cada colaborador algumas perguntas simples e diretas e anote cada palavra dita por eles e busque com todas as suas forças tornar suas respostas seu objetivo de trabalho:

- o que te deixa feliz?
- Como eu posso me dedicar à realização de seu sonho?

Os processos de trabalho devem ser ajustados com você olhando para quatro pontos:

- 1. Seu cliente;
- 2. Seu colaborador;
- 3. A comunidade onde você está inserido;
- 4. Sua empresa;

Tem uma frase que ouvi em um curso e vivo replicando: - Se você não fizer o que o seu cliente quer, você vai quebrar! Mas se você fizer tudo que seu cliente quer você vai quebrar mais rápido! O equilíbrio entre o que o cliente quer, e o que podemos entregar devem ser durante todo o tempo observado; análise e faça conta é fundamental entender que a operação precisa ser lucrativa. E tenha como certo que as pessoas são os pontos mais importantes de sua organização tudo absolutamente tudo que você conseguir trazer de beneficio e valor agregado para seu colaborador vai se refletir em lucro para sua empresa.

#### Gestão da informação:

Este é um dos maiores desafios, de qualquer empresa. Vou fazer algumas sugestões que tenho aplicado, mas não entendam isto como diretrizes da verdade e sim como uma pequena sugestão de como conduzir este complexo trabalho dentro de sua empresa:

- Encontros semanais de liderança que tenham dia e horários marcados para começar e terminar;
- Ferramentas práticas de disseminação do que foi conversado neste encontro para o restante de sua organização, nada mais é do que formas pré-definidas de como cada um dos lideres vai falar para os outros colaboradores o que foi conversado e defini-

do e é importante que este caminho possa ser mensurado;

- Painéis que mostrem os eventos e acontecimentos das atividades de sua academia;
- Se você tem uma rádio interna coloque lá chamadas de seus eventos e atividades;
- A alimentação do site com as novidades e os objetivos de sua academia ajuda em dois aspectos o de divulgar as atividades e o de mostrar o que aconteceu com fotos e filmes relatando os eventos;
- Eventos de treinamento onde a cultura e alinhamento técnico, sejam constantemente aplicados e relembrados aos colaboradores;

#### Os P's do marketing de serviços:

#### **Produto:**

O que você vende? Quais os seus produtos/serviços para atendimento e entrega de soluções aos clientes, uma sugestão quanto mais simples a proposta mais aumenta o valor percebido pelo cliente se conseguir agrupar suas soluções este é o caminho, colocar o cliente com a decisão de optar por muitas possibilidades sem que ele entenda a diferença entre cada proposta é fazer com que ele adie a decisão de compra e às vezes não conseguir decidir.

#### Praça:

Onde você atua com sua operação? Quais os seus concorrentes e competidores, entender cada detalhe do funcionamento do mercado que você esta instalado faz toda a diferença. Deixe um período do dia (manhã/tarde/noite) para visitar o mercado coloque agora este compromisso com você em sua agenda.

#### Promoção:

O ideal é que você tenha uma por mês, não é simples planejar atividades com antecedência mas faça o exercício de desenvolvimento junto com o seu time de colaboradores, busque captar boas idéias de atrair novos clientes, não faça o caminho tradicional de dar descontos esta é uma prática suicida ou como costumo dizer a busca do quem morre primeiro, eu ou meu concorrente o caminho é ser criativo e buscar caminhos e formas para mostrar seus diferenciais e valor.

#### Preço:

Embora possa parecer simples, este colocar o preço pode ser um fator determinante para a operação não fechar no vermelho. O método tradicional é pouco cientifico, o de olhar o que os concorrentes cobram e baixar um pouco, te leva a vala comum busque responder a mais esta importante pergunta em nossa viagem:

O que o cliente está disposto a pagar pelo meu produto?

Se eu entregar mais o cliente vai pagar mais? Quero lhe convidar para mais uma vez focar em nossa viagem: Porque pagamos um valor mais alto em uma calça jeans da marca X, se numa loja "popular" uma calça custa x - 100. Busque incorporar a sua marca vários atributos para que o cliente se disponibilize a pagar mais pelo seu serviço.

#### Pessoas:

Durante todo o artigo tenho enfatizado minha convicção que sem pessoas competentes "não tem festa" simplesmente a operação não funciona, pessoas são diferentes e complexas a condução alinhada desta solução de fazer com que as pessoas sejam o centro do processo é o desafio das organizações que estão alinhadas com o futuro.

#### **Processos:**

Embora nosso setor seja extremamente jovem estamos evoluindo a cada dia e percebendo que sem organização e processos de funcionamento não conseguimos melhorar nosso desempenho e entregar ao cliente um produto melhor a formatação de procedimentos para cada atuação do colaborador pode lhe dar grandes diferenciais.

#### Evidências físicas (Physical evidence)

A entrega de um ambiente que possa fornecer ao cliente um clima

## A CONCORRÊNCIA VAI SUAR

DESIGN

QUALIDADE

BAIXO CUSTO





Licenciada Industry CO Ltda. Japan



#### Telefones:

(14) 3451-5044

(11) 4063-4464

(21) 4063-8809

(31) 4063-9730

www.yozda.com.br



26 . Revista Empresário Fitness & Health

agradável e que onde cada detalhe possa transparecer cuidado e dedicação da organização para o bem estar das pessoas, deve ser constantemente perseguido. Se preocupe também com aquilo que o cliente não vê o marketing de aroma pode ser uma das ferramentas, a decoração de cada canto, embora não muito evidente faz toda a diferença na percepção do cliente.

#### Criatividade:

O nosso setor é muito criativo nós

professores vivemos tendo ótimas idéias. O pequeno problema e que não fomos treinados nem educados para implementar nossas geniais idéias ninguém nos ensinou a metodologia de Inovação e muito menos como alinhar processos de execução de forma ordenada de nossas idéias, aí vão algumas questões para viabilizar nossa viagem:

- 1. Escreva sua idéia de forma detalhada;
- 2. Responda para quem serve este produto/serviço?
- 3. Qual o tempo que necessito para viabilizar a idéia?
- 4. O que vou fazer? E quando vou fazer?

#### Finanças:

Olhe que interessante o tal financeiro é à base de sustentação de cada etapa do marketing e não existe exercício mais difícil do que contar para quem conta que o que conta é o que não se conta! Pois este "ser" que trabalha com números sempre vai exigir coerência e raciocínio do homem de mercado, e sem conhecer o custo e os benefícios que cada ação pode trazer ele não colocara dinheiro na operação. Portando em nossa viagem sugiro que responda:

- 1. Quais os custos que vou ter para deixar este produto/serviço funcionando?
- 2. Quantos clientes vão pagar esta conta?

3. Qual a margem de lucratividade que este produto vai deixar?

Este exercício é fundamental, invista tempo e energia em planejar e "rabiscar" por varias vezes o exercício financeiro.

#### Mercado:

Olhar constantemente para os concorrentes e os competidores você tem que praticar este exercício. Visitar os concorrentes é de graça, em algumas



ocasiões recebi grandes contribuições em visitar academias, feiras de negócios tanto do fitness como de outras áreas. Entender para onde corre o rio pode lhe dar condição de inovar e ter grandes diferencias competitivo, você deve estar percebendo que venho enfatizando a palavra DIFERENCIAL, pois é ele que pode te dar excelentes resultados, se aplique a nossa viagem e responda:

1. O que vou fazer nos próximos meses de pratico, para mostrar ao mercado e ao meu cliente o meu DIFE-RENCIAL?

#### Os intangíveis:

Aqui quero deixar uma contribuição que vai mexer e muito com você e sua empresa, faça esta viagem:

1. Amanhã ao chegar ao seu trabalho, visite cada local com um caderno e uma caneta anotando o que você pode melhorar em suas instalações, e na seqüência sem interrupção de nada nem ninguém, escreva quais as ações práticas que você vai tomar para executar o que observou, detalhando dia e hora de cada atitude que vai tomar para implementar cada item anotado.

2. Busque uma qualidade de cada pessoa que trabalha a seu lado e diga a ela em particular como esta característica de seu comportamento te deixa feliz, sim é isto mesmo que você esta entendendo diga a ela PARABÉNS, por muitas vezes estamos focados em corrigir e mostrar as pessoas que nos cercam onde devem me-

Ihorar e esquecemos de dizer no que ela é muito boa faça isto agora e de forma ordenada para que não falte ninguém.

3. Estabeleça as metas de sua organização diga a cada uma das pessoas do seu time onde você quer chegar, se você hoje tem 1000 clientes ativos busque uma meta desafiadora e executável, divulgue quero chegar a 1500 ao término deste novo ano, faça com que esta meta seja comum a toda a sua organização,

toda a sua organização, todos devem caminhar alinhados para um único objetivo, fazendo uma analogia com o futebol você tem que apontar onde esta o gol e mostrar constantemente o desempenho de seu time identificando de forma transparente se esta chegando ao objetivo divulgado.

4. Motive sua equipe fazendo com que estas respostas de nossa viagem sejam respondidas para cada colaborador:

- 1. Quem sou eu nesta empresa?
- 2. Quanto eu valho?
- 3. Até onde poderei progredir?
- 4. Como poderei progredir (regras do jogo)?

#### OS DESAFIOS:

E ao chegarmos ao começo de uma serie de indagações que tinha por objetivo te fazer refletir, eu espero ter contribuído para gerar muitas dúvidas ao longo de nossa viagem.

# EQUILIBRIO FITNESS

Nova Linha Dúctil Equilíbrio

Revestimento Dúctil Equilíbrio ainda mais resistente e flexível.

#### ANILHAS DÚCTIL EQUILÍBRIO

Anilha revestida com material dúctil: resistente, flexível e inodoro. Dupla pegada anatômica.

Peso aferido com 4% de variação máxima. Furo central emborrachado e resistente.





#### DUMBELL DÚCTIL EQUILÍBRIO

Revestimento dúctil: resistente, flexível

Peso aferido com variação máxima 4%. Pegada anatômica emborrachada.

Fabricamos uma linha profissional completa de acessórios para musculação e ginástica: pesos, barras, puxadores, suportes, mesas, tornozeleiras...

Rua Três, 341 - Distrito Industrial Bela Fama - CEP 34000-000

Nova Lima - MG - e-mail: equilibrio@equilibriofitness.com.br



Fone/Fax: (31) 3541.6446

#### Na hora de malhar, você conhece o chão onde pisa?

Um piso adequado pode oferecer maior segurança, conforto e absorção de impacto, ajudando a evitar contusões nos atletas e preservando o piso da academia. A Mercur oferece ótimas opções de revestimentos para as mais variadas situações. São pisos especializados para academias, áreas de desenvolvimento físico e reabilitação, criando espaços aconchegantes e seguros, além de valorizar a decoração do ambiente com muitas alternativas de cores e superfícies.

Entre em contato e descubra como um piso Mercur pode qualificar o ambiente de sua academia. Seus clientes perceberão a diferença.





ISO 9001:2000

O sistema de gestão da qualidade da Mercur é certificado. Mercur S.A. • Rua Cristóvão Colombo, 53 Caixa Postal 1001 • Cep: 96825-010 • Santa Cruz do Sul • RS • Brasil Fone: (51) 3719 9500 • Fax: (51) 3719 9510 www.mercur.com.br • laminados@mercur.com.br

# OUTFITmixx

Equipamentos, tatames, pisos especiais, boxe. Acessórios esportivos, esteiras e bicicletas. Reforma e manutenção de equipamentos

Nº 1 EM REFORMAS DE APARELHOS DE MUSCULAÇÃO

Tel: (11) 3906-0860 / (11) 9712-1060

**Produtos Exclusivos** Para limpeza de tapeçaria, metalão e carenagem

Novos



Reformados



R. Prof. Antonio de Paula Santos, 157 - Pirituba São Paulo SP - 05140-120 www.outfitmixx.com.br outfitmixx@ig.com.br





Aceitamos Cartões Visa

VISA

## Final de ano - época de balanço... de vida



Cacilda Gonçalves Velasco Professora, pedagoga e psicomotricista

Presidente da ASSOCI-

AÇÃO VEMSER cgv@associacaovemser.org.br

om um sentimento de missão cumprida (ou não) lá se vai mais um ano de trabalho, de alegrias e tristezas, de conquistas e perdas, de encontros e desencontros, de sol e chuva e de um planeta que parece a cada dia girar mais rápido.

Corremos contra o tempo, contra a miséria, contra a falsidade e contra o preconceito. Mas apesar de toda a nossa pressa em viver, fica-nos a esperança de que novos dias virão para nos fazer felizes.

O envelhecimento é constatado, tanto física quanto mentalmente, mas a velhice é um processo irreversível para todos.

O conceito do tempo no processo de envelhecimento deve ser entendido nos seguintes aspectos: - físico medido em calendários, idade; - biológico é aquele que se refere aos ritmos circadianos e metabólicos de sincronização individual. A idade biológica reflete as variações entre indivíduos com a mesma idade cronológica e se define como a posição do indivíduo em relação a sua expectativa de vida; - psicológico

definido como a experiência subjetiva do tempo, o modo como este é percebido e vivenciado pelo indivíduo. No idoso encontra-se uma vivência interna de lentificação da passagem do tempo, enquanto o tempo externo parece acelerado e o - social, refere-se à posição de hábitos sociais adquiridos, sentidos pelo indivíduo como pertencentes ao papel social e cultural, esperado para a idade.

Como se lê, envelhecer é um processo multifacetado e, portanto, de difícil e imprecisa conceituação. A maioria dos gerontologistas define o envelhecimento como a diminuição da capacidade de sobrevivência do organismo, mas isso nos diz pouco sobre a causa do envelhecimento. A principal dificuldade se dá na separação do processo biológico primário do envelhecimento, as doenças associadas e os fatores ambientais. Essa separação é fundamental para o entendimento desse processo em nossa vida. Chama-nos também à atenção o fator desuso, ou seja, a utilização inadequado dos sistemas orgânicos, que são geneticamente determinados para a realização de diversas funções e atividades; o sedentarismo atual diante das características ancestrais da espécie humana, de caça e coleta, que implicavam em grande atividade física; os níveis de colesterol nas diferentes populações, além do elevado índice de doenças cardiovasculares, a fragilidade músculo-esquelética, a obesidade,





o envelhecimento precoce e a depressão.

Somando todos esses fatores concluímos que as causas desse processo se dividem percentualmente em 20% à herança genética, 10% ao meio ambiente e 70% ao estilo de vida.

É de fundamental importância que o ambiente seja coberto de boas ações, no sentido de que as pessoas desfrutem de todos os momentos de forma saudável, desde as relações familiares, às sociais e as de lazer. O envelhecimento é um processo inevitável, mas que pode ser retardado e minimizado seus efeitos no corpo, na mente, no espírito e na alma, fazendo o balanço de cada ano de vida com superávit de alegria e felicidade.



# CONTROLE DE ACESSO DIGITAL SOFTWARE FINANCEIRO PROFISSIONAL

### PREMIADO SOFTWARE DE IMPRESSÃO DIGITAL

1º lugar no Fingerprint Verification Competition, a maior competição de algoritmos de verificação de impressões digitais do mundo, realizada no final de 2006.

### MELHOR SOFTWARE FINANCEIRO PARA ACADEMIAS

Demonstrativo financeiro Gráficos estatísticos







### CONTROLE TOTAL DOS ALUNOS

- Senha por usuário (segurança e confiabilidade)
- Matrículas, rematrículas e renovações
- Todas as informações do aluno em uma única tela
- Controle de contratos por vendedor
- Retenção e captação (Ativos Inativos Visitantes)
- Fechamento de caixa por usuário Taxa de conversão de vendas

11 3277 5550

WWW.COMPARK.COM.BR



# . Revista Empresário Fitness & Health

### Liderança e motivação - parte II Criação do líder

tualmente vivemos em uma sociedade manipulada por regras, leis, mitos, normas e condutas morais que visam dizer às pessoas o que elas DEVEM ser, fazer e ter, no entanto esse "emaranhado de obrigações" contribui direta e exclusivamente para se criar pessoas submissas.

Tal afirmação pode ser observada pela diferença entre uma pessoa comum e o líder. O líder percebe que não precisa viver sobre esse "emaranhado de obrigações" além de entender que o mundo e os relacionamentos inter-pessoais, antes de mais nada, servem para que as pessoas possam se experimentar e criar quem realmente são.

Todos os relacionamentos que experimentamos em nossas vidas servem como afirmação sobre quem nós somos. É a partir do que experimentamos que começamos a estabelecer uma "identidade".

"Ser" é um termo muito abrangente, porém essa abrangência é limitada pela própria sociedade que impõe como sendo o "emaranhado de obrigações" importante para todas as pessoas e também para a formação do indivíduo.

Outro **fator relevante** a respeito da criação de líderes e que é

relacionado ao "emaranhado de obrigações" deve-se ao fato de que o próprio indivíduo deve ou não aceitar estas imposições para, respectivamente, ser o que os outros desejam que ela seja ou ser o que essa pessoa deseja ser.

Tal afirmação diz que a sociedade, de certa forma, limita a abrangência da formação da identidade pessoal de cada um a fim de criar um indivíduo comum aos seus princípios e valores e não permitem que este mesmo indivíduo crie os seus próprios princípios e valores derivados de sua experiência, limitando assim a sua abrangência de ser.

No entanto para se criar um líder é preciso, antes de mais nada, não aceitar esse "emaranhado de obrigações" o que consequentemente contribuiria para bloquear diretamente o julgamento deste indivíduo a respeito do que ele DEVE ser, fazer e ter, ou seja, não aceitar esse "emaranhado de obrigações" é o mesmo que bloquear idéias externas sobre as regras que ele DEVE seguir, das leis que ele DEVE cumprir, dos mitos que DEVEM ser temidos e das normas e condutas morais que ele DEVE ter para ser aceito em uma sociedade que, mesmo não sabendo, visa a própria submissão.

Tal parágrafo pode ser analisado de outra forma quando nos Thiago Villaça Professor, Membro e Fundador da "PRÓ-E.F". Gestão e Consultoria em Educação Física.



Orienta estudantes, profissionais e empresas a desenvolver habilidades de cunho comportamental, relacional e gerencial. Para maiores informações: thiago.villaca@gmail.com.

fazemos as seguintes questões: Quem disse que as coisas devem ser do jeito que são? Quem disse que esse mundo precisa continuar desse jeito? Quem disse que esse modelo de "emaranhado de obrigações" deve ser seguido? Ouem disse isso tudo a você?

**Com certeza** não foi você que está lendo.

Sob a ótica da liderança o grande consenso da literatura especializada é que todo grande líder possui auto-conhecimento, o que poderia ser chamado por nós de sabedoria, esta qualidade é inerente a todo e qualquer ser humano e é desenvolvida a partir do sentimento que uma pessoa interpreta quando se experimenta em qualquer situação. Em termos claros, quanto mais emoções forem experimentadas e, principalmente, interpretadas por uma pessoa, mais sábia ela é.

**Todos** nós possuímos o dom de **sentir** (sentimento), e isso é uma

Todos os relacionamentos que experimentamos em nossas vidas servem como afirmação sobre quem nós somos. É a partir do que experimentamos que começamos a estabelecer uma "identidade".

ferramenta para a comunicação entre o mundo interior e o mundo exterior, contudo, outra grande diferença entre uma pessoa comum e o líder é que, este último, está sempre ouvindo o que o seu sentimento lhe diz, enquanto que uma pessoa comum raramente presta atenção a esta comunicação e quando escuta alguma coisa, ela raramente ouve ou entende o que está sendo dito.

Outro fator determinante para o desenvolvimento da sabedoria e consequentemente da lideranca e que está relacionada ao sentimento humano é o fato de que

as pessoas comuns estão sempre na "defensiva", isto é, estão sempre achando que podem sofrer por algo que outra pessoa possa lhe fazer e assim vivem com medo, trancadas em seu mundo, enquanto que na verdade, agindo dessa forma, a única coisa que elas fazem é fechar a porta da própria sabedoria.

O líder entende que sofrimento é diferente da dor, pois o sofrimento é causado pelo julgamento da mente sobre algo que foi doloroso (sentido), no entanto esse julgamento é relativo a alguém e ocorre, pois queremos

entender o que levou a outra pessoa a nos fazer sentir assim, enquanto que o líder presta atenção no que o seu sentimento esta lhe dizendo a respeito de si mesmo e consequentemente lhe dando informações a respeito de quem ele realmente é e de quem ele pode ser.

A criação da liderança em um indivíduo é relativa ao que ele sente em relação ao que ele próprio experimenta, enquanto que a criação de pessoas comuns é baseadas em informações a respeito do que as pessoas acreditam ser "certo" e "errado".





ebrica : Rua Riviera, 96 - Jacaré - Rio de Janeiro - RJ 21 2581-5254 uplift@uplift.com.br www.uplift.com.br Alfa-Esporte : 21 3555-7759 UP Grade: 21 3325-3232

Feira de Santana - BA - 71 3221-0711

Lojista, Seja nosso revendedor

## Dicas de escolha e manutenção de acessórios - 3ª parte



Prof. Almir Diógenes Facchinatto CREF 0019-G/SP. Diretor Comercial da OUTFITmixx

Delegado Regional da FIEP-SP. Palestrante em vários congressos. (11) 3906-0860 / 9712-1060. outfitmixx@ig.com.br - fiep.sp@ig.com.br - www.outfitmixx.com.br. Ministrante do curso Circuito de Musculação no 23º Congresso Internacional de Educação Física e Congresso Mundial de Educação Física da FIEP em Foz do Iguaçu de 12 a 16 de janeiro de 2008.

lá, colegas profissionais de Educação Física e donos de academias, clubes, associações, grêmios, condomínios, clínicas de fisioterapia e estudos de yoga.

Dando continuidade ao assunto de escolha e manutenção de acessórios, falarei agora sobre alguns tipos de materiais usados em aulas e terapias: mat, blocos, rolinhos e tatame.



Existem vários tipos e tamanhos de mat (colchonetes).

O de PVC importado de malha trançada com trip (aderência) de excelente qualidade com absorção de impacto moderada nas medidas de 195 x 61cm com 5 ou 3mm de espessura. Suas cores podem ser: verde escuro, verde claro, azul escuro, azul claro e roxo. É um material que exige cuidados especiais de

manutenção e manuseio: deve ser limpo com solução de água e detergente neutro e a secagem ao natural. A sua armazenagem deverá ser feita com ele enrolado individualmente e colocado em pé em uma estante.



O de EVA (etil vinil acrílico de espuma expandida) nacional com trip (aderência) de ótima qualidade com absorção de impacto moderada na medida 188 x 90cm com 4mm de espessura em várias cores tanto claras como escuras. A manutenção deverá ser feita: lavar com água e detergente neutro, com álcool no esborrifador ou com Flash bio-clean diluído 1 para 2 de água no esborrifador e a secagem de ambos com pano seco. A sua armazenagem deverá ser igual ao anterior.



O de EVA nacional chamados de colchonetes ou tatames dependendo de sua espessura nos tamanhos 200 x 100cm por 10 ou 15mm, 178 x 88cm por 10 ou 15mm, 100 x 50cm por 10 ou 15mm de espessura, podendo ser resinados ou lisos em várias cores. Seu trip (aderência) é de ótima qualidade com excelente absorção de impacto pela sua densidade de 80 a 100 pontos, eles são macios e resistentes. A manutenção deverá ser igual ao anterior. A armazenagem deve-

rá ser empilhamento na horizontal para garantir sua qualidade.



Os blocos (tijolinho) também são fabricados em EVA de alta resistência em dois tamanhos: 21,5 x 14,5 x 7,5 cm e 21 x 11 x 8cm em várias cores. A manutenção e armazenagem deverão ser iguais ao item anterior.



Os rolinhos também são usados nas aulas de yoga. Existem dois tipos de rolinhos, de EVA e de borracha. O de EVA de alta resistência e de pouca aderência no tamanho 12,5cm de Ø por 18,5cm de largura e 10cm de Ø por 18cm de largura em diversas cores. A manutenção deverá ser como os outros materiais de EVA. O de borracha é feita de material macio e com maior aderência e o tamanho de 8cm de Ø por 23cm de largura.



Estes materiais poderão ser encontrados separadamente ou em kits com mat, bloco e rolinho.

Agradecimentos à EVArte®.

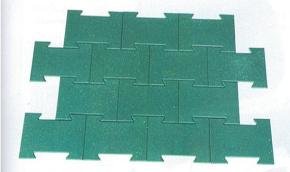
# Piso Play Floor é o lançamento da Mercur para áreas de recreação

Mercur acaba de lançar o novo piso **Play Floor**, desenvolvido para oferecer maior segurança e conforto às brincadeiras infantis. Ideal para áreas de recreação e playground, possui um exclusivo sistema de encaixe, permitindo o uso de placas de piso soltas, montadas como num quebra-cabeça, não sendo necessário colar no contra-piso. Sua instalação é fácil e rápida.

Piso de alta qualidade, antiderrapante, durável e resistente ao sol, Play Floor proporciona mais liberdade e segurança aos movimentos da criança, mesmo em dias úmidos, pois possui sistema de escoamento de água. Disponível na cor verde com flocos coloridos e espessura de 17mm, este lançamento apresenta excelente absorção de impacto, conforto térmico e acústico, oferecendo um ambiente limpo o saudável, este lançamento apresento um ambiente limpo o saudável, este este la conforta de l



ente limpo e saudável, sem a presença de fungos e ácaros. Devido à grande praticidade de montagem, pode ser utilizado em residências, em áreas com pisos frios para que as crianças tenham um ambiente confortável para suas brincadeiras. Após a diversão o piso pode ser desmontado e guardado.



#### Mais informações:

#### Assessoria de Imprensa da Mercur

Jornalista Astrid Kühn ou Assist. de Comunicação Gabriela Fofonka (51) 3383.2026 - contato@contato.inf.br Contato Comunicação Empresarial ●

Passa-se o ponto de academia próximo à Avenida Paulista em São Paulo, ótima localização.

Negócio imperdível!!!! Contato: Adriana - (11) 8462-0983.

# LINHA PRÓ

Máquina Extensora





Home Page: www.physicus.com.br Fone: (17) 3482.9500 - E-mail: vendas@physicus.com.br

# Loja da EDUCAÇÃO FIXICA





PERSONAL TRAINER Aplicações Metodológicas



DVD + Manual **R\$ 109,00** 

MUSCULAÇÃO para Academia



03 DVDs 1 manual R\$ 179,00

CAMINHADA ORIENTADA



DVD + Manual **R\$ 109,00** 

ANTROPOMETRIA Medidas e Avaliação no Esporte



DVD + Manual R\$ 109.00

STEP Aprendento a Ensinar



R\$ 109,00

STREET EASY O Ensino do Street Dance em Academia de Ginástica



DVD + Manual **R\$ 109,00** 

GINÁSTICA LOCALIZADA Sistema ABCD



R\$ 109,00

GINÁSTICA LABORAL Atividade Física na Empresa



DVD + Manual R\$ 109.00

FUTSAL Preparação Física



R\$ 149,00

FUTEBOL SOCIETY Regras Oficiais Nacionais



DVD + Manual **R\$ 109,00** 

TREINAMENTO DE GOLEIROS Preparação Técnica e Tática



DVD + Manual R\$ 109,00

FUTSAL





02 DVDs 1 manual **R\$ 179,00** 

VOLEIBOL Fundamentos Técnicos Treinamento dos Fundamentos



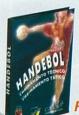
02 DVDs R\$ 179,00

BASQUETEBOL Capacidades Técnicas Ofensivas



DVD + Manual **R\$ 109,00** 

HANDEBOL Trainamento Tácnio



02 DVDs 1 manual **R\$ 179,00** 

FUTSAL Manobras Defensivas



R\$ 109,00

#### Confira outros títulos e produtos















TELEVENDAS (11) 3481-0867

www.educacaofisica.com.br/loja

# Equipamentos desenvolvidos para queimar calorias. Não dinheiro.



A liderança de mercado, a presença em mais de 20 países e os 19 anos de experiência, tornaram a Movement uma das marcas mais admiradas do mundo. Com uma linha de equipamentos diversificada, design inovador e alta tecnologia, a Movement desponta como uma gigante do ramo, agregando ainda mais valor a seus produtos, tornando-os o melhor custo-benefício do mercado.

