

REVISTA

# EMPRESÁRIO

*Fitness & Health*

Ano VI - nº 32 - 2008



**Felipe  
Malburg**  
Especialização  
a qualquer  
preço

**Marcelo Mathias**  
Exercícios para  
artrite reumatológica

**Entrevista**  
Prof. Fernando Fonseca,  
criador do Postural Flex

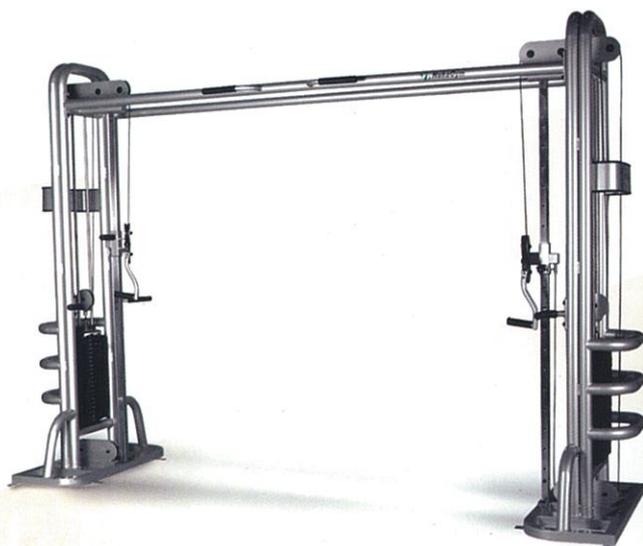
## Spinning na água

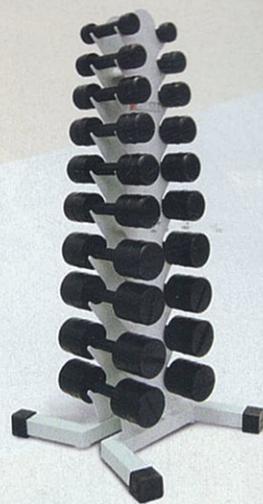
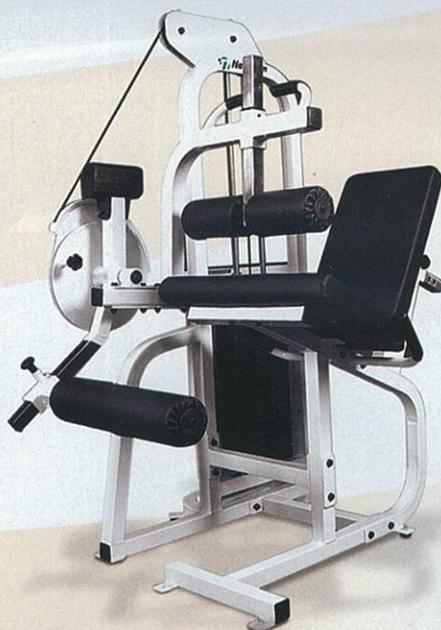
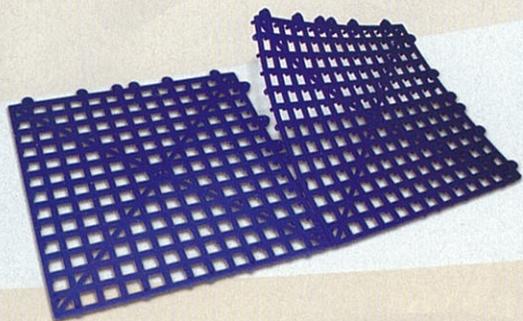
Conheça a nova sensação  
das academias

# 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.





  
**NakaGym**  
equipamentos para musculação

 **Movement**  
Brudden

 **maktub**  
construindo saúde

Rua Dr. Mario Vicente, 1248 • São Paulo - SP • Tel.: 11 5068 2000 • [www.maktubfitness.com.br](http://www.maktubfitness.com.br) • [maktub@maktubfitness.com.br](mailto:maktub@maktubfitness.com.br)

# KI MAX



Lançamento oficial na FITNESS BRASIL / 2008,  
com participação dos maiores nomes do  
fitness de combate e criadores do programa:  
Nathaniel e Gaby Leivas

# Nocaute na Monotonia e nas Gordurinhas!

*Chega ao Brasil o programa exclusivo que vai transformar sua sala de aula num verdadeiro ringue de boxe.*

Sucesso em 14 países e diferente de qualquer aula coreografada, o **Ki Max** utiliza golpes aplicados num "master bag" que são independentes dos beats da música, permitindo que cada aluno mantenha o próprio ritmo e gaste muitas calorias sem complicações (cada saco poderá ser utilizado por 3 praticantes)

Ligue para nossa central e veja como sair na frente através desta grande novidade.



Top Ride



Extreme 55



Oxygen



Jump Fit  
Circuit



Jump Fit



Power Mix



Fight Max



Ritmix



Conheça **GOLDMEMBER**,  
nosso plano de vantagens!

(11) 3081-1676 • [comercial@fitpro.com.br](mailto:comercial@fitpro.com.br)  
[www.fitpro.com.br](http://www.fitpro.com.br)

**FIT•PRO**  
FITNESS PROGRAMS

## Editorial

Prezados leitores,

Efetivamente no Brasil o ano só começou depois do carnaval, como este ano o carnaval aconteceu mais cedo, o ano de 2008 será um pouco maior do que os outros já passados.

Ano maior, mais tempo pra trabalhar, pra aprender, pra modificar, pra acertar... Acertar na escolha dos equipamentos, nos funcionários, nos horários, nas aulas, enfim acertar o coração do aluno/cliente e fazer dele um parceiro. Falando em parceiro quero agradecer em nome da revista *Empresário Fitness & Health* aos parceiros que mais uma vez depositaram sua confiança em nosso trabalho renovando seus contratos por mais um ano, obrigado.

Começamos o ano com uma matéria sobre aulas de bike na piscina, uma forma divertida, segura e eficaz para o treinamento de alunos que gostam de algo diferente. Nossos colunistas continuam em peso na revista, trazendo novidades e esclarecimentos em diversas áreas de atuação, e é claro muitos anunciantes para você ter a melhor opção de escolha quando precisar de algum produto ou serviço para sua empresa.

Espero que possam usufruir da melhor forma possível da revista e conte com nosso auxílio e de nossos colunistas sempre que precisar, boa leitura e até a próxima edição!

**Romeu Gomes Paião Jr**  
Editor ●

Acesse nosso site

[www.revistaempresariofitness.com.br](http://www.revistaempresariofitness.com.br)

E-mail: [atitude.editora@uol.com.br](mailto: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 - Jorge Gonçalves  
Comprando e vendendo serviços no futuro

---

- 10** Mercado Fitness - Felipe Malburg  
Especialização a qualquer preço

---

- 12** Gestão - Marynês Pereira  
Captação e fidelização de clientes

---

- 16** Gestão II - Christian Munaier  
Procedimentos e comportamento do gestor técnico

---

- 18** Evento - ABRIESP na ISPO Alemanha

---

- 22** Consultoria - Thiago Villaça  
Liderança e motivação parte III  
Razão, instinto e emoção

---

- 24** Capa - Spinning na água  
Texto equipe Hidrobike

---

- 34** Manutenção - Prof. Almir Facchinatto  
Dicas na escolha e manutenção de acessórios - parte IV

---

- 36** Entrevista - Prof. Fernando Fonseca  
Postural Flex

---

- 38** Gestão III - Mauricio Fernandez / Luis Perdomo  
Fidelizando clientes

---

- 40** Melhor Idade - Prof. Marcelo Mathias  
Exercícios para artrite reumatológica

---




EXPEDIENTE

EMPRESÁRIO  
Fitness & Health

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

Atitude Editora Ltda - **Empresário Fitness & Health**

Ano VI - Edição nº 32 - 2008

Executiva Administrativa - Vivian Ingrid Ignácio

Editor Responsável - Romeu Gomes Paião Junior

Diagramação e Layout - Lilian Fernandes

Foto de Capa - foto divulgação Sun Sea

Redação e Publicidade - Atitude Editora Ltda

[atitude.editora@uol.com.br](mailto:atitude.editora@uol.com.br)

Assinaturas - Anderson Batista Dias - [atitude.anderson@uol.com.br](mailto: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: Art Printer

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).

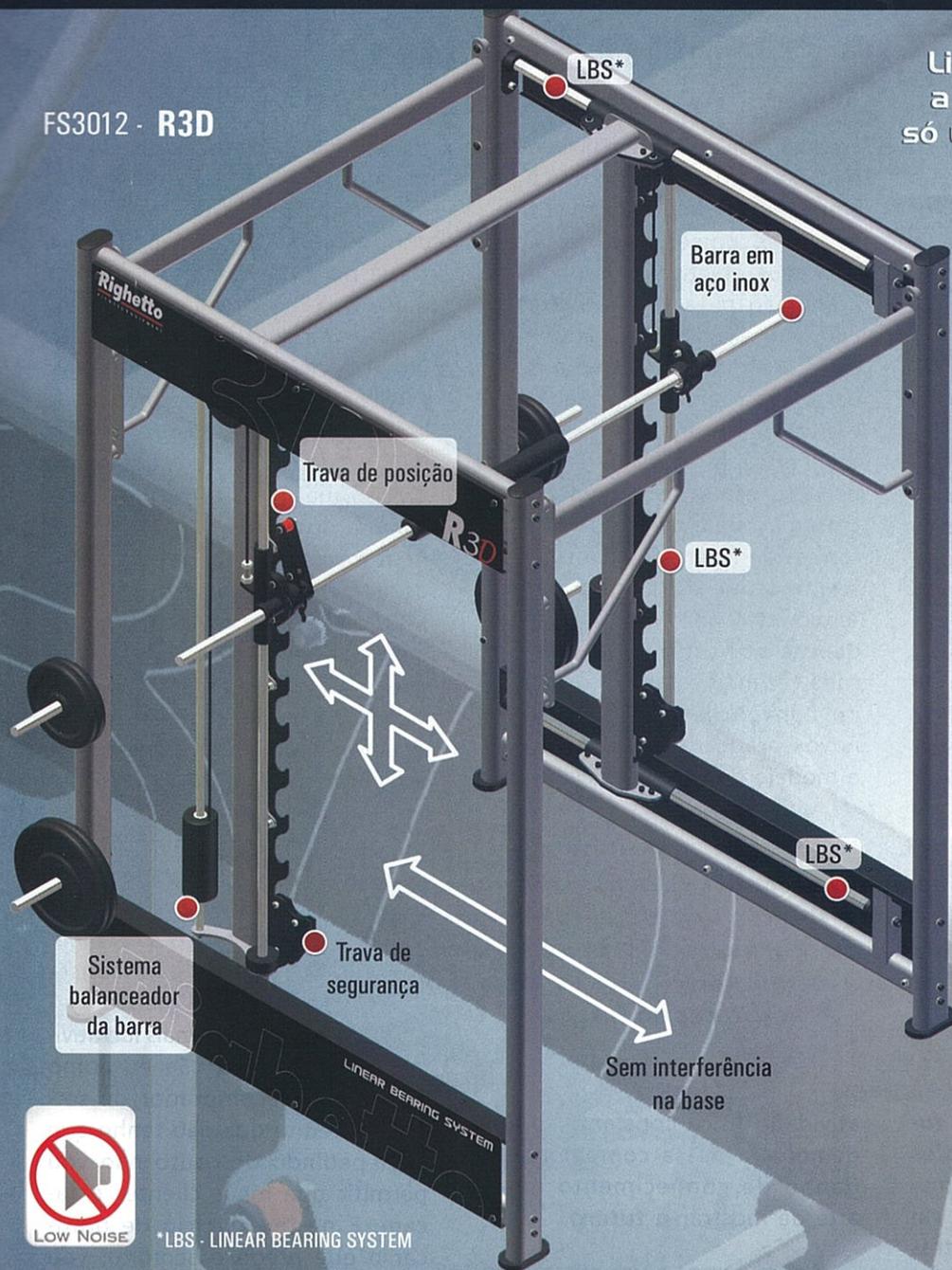
# R3D

## LINEAR BEARING SYSTEM

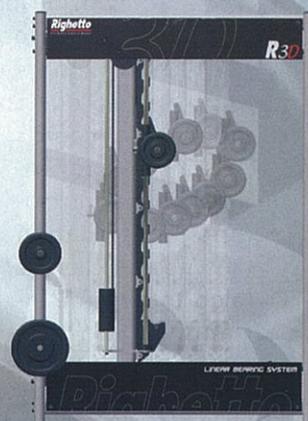
10000

FS3012 - R3D

Liberdade de movimento com a segurança e qualidade que só um equipamento RIGHETTO pode oferecer.



LIBERDADE DE MOVIMENTOS



### PRINCIPAIS VANTAGENS E BENEFÍCIOS:

- Sistema conjugado de barras guiadas com rolamentos lineares: deslizamento suave e preciso
- Sistema de balanceamento de barra: permite utilização do nível iniciante ao avançado
- Travas de segurança e travas de posicionamento com acionamento giratório
- Sem interferência estrutural na base do equipamento: uso livre de outros acessórios (ex.: bancos, bolas etc)
- Liberdade de movimentos com grande segurança e conforto
- Perfeita interação entre o usuário e o equipamento

Fábrica: Rua Itacuruçá, 568 • Jd. Aeroporto • Campinas/SP • Brasil  
CEP 13056-094 • Fone: (19) 3766-7600 • righetto@righetto.com.br

# Righetto

FITNESSEQUIPMENT

www.righetto.com.br

# Comprando e vendendo serviços no futuro



Jorge Gonçalves é consultor de empresas e professor da pós de Marketing de Serviços da FAAP (São Paulo).

Atua com treinamento corporativo, palestras e cursos. Saiba mais sobre ele e seu trabalho no site [www.jorgegoncalves.com.br](http://www.jorgegoncalves.com.br) ou envie e-mail para [jjorgegoncalves@uol.com.br](mailto:jjorgegoncalves@uol.com.br).

Com este artigo, tenho a pretensão de lhe fazer refletir sobre física quântica. Você deve estar pensando que agora eu "pirei" de vez, mas acompanhe meu raciocínio: seja você professor ou proprietário de academia ou os dois, ou ainda outro profissional que venda serviços, espero que concorde comigo que tocamos nossa vida profissional vendendo sonhos, entregando aos nossos clientes algo totalmente intangível. No momento da venda, fazemos com que o cliente sonhe com a

solução que ele deseja ter **no futuro**; criamos vários argumentos para convencê-lo de que sua melhora seja física ou mental, vai acontecer **no futuro**. Em outras palavras, no caso dos homens, fazê-los ver que sua barriga vai diminuir e ele vai conseguir ver seu órgão sexual novamente sem ser através do espelho e com as mulheres que sua celulite do "bum-bum" não vai mais lhe incomodar quando colocar o biquíni; mostrar **o futuro** fazendo com que o hoje seja apenas a consequência que uma vida com pouca ou nenhuma atividade física lhe trouxe. Faço

com que ele veja que com seu trabalho, sua força de vontade e seu empenho unidos as minhas habilidades e competências ele alcançará seus objetivos e conquistará a solução para seus problemas. Para isto ele deve me pagar uma quantia em dinheiro, que a maior parte dos clientes acredita ser excessiva e, portanto pede "desconto". Por várias vezes eu já mencionei neste espaço, argumentos e estratégias para alimentá-lo com formas de fazer isto acontecer, ou seja, mostrar ao cliente **o futuro**. Tenho visto por estas minhas andanças por este nosso país que cada vez mais estamos conseguindo convencer pessoas e trazer novos praticantes (clientes) para o modelo de vida saudável e com

**No momento da venda, fazemos com que o cliente sonhe com a solução que ele deseja ter no futuro; criamos vários argumentos para convencê-lo de que sua melhora seja física ou mental, vai acontecer no futuro.**

atividade física constante, o que demonstra nossa competência e ganho de conhecimento nessa arte de mostrar **o futuro**.

Agora vamos a um outro exercício do pensar: se eu praticasse em minha vida, de forma habitual, a crença de que algumas pessoas com suas habilidades e competências unidas ao meu trabalho, minha força de vontade e meu empenho, tivessem a possibilidade de me mostrar **o futuro**. Se neste acreditar eu me empenhasse em viabilizar a meus colaboradores, amigos e prestadores

de serviço olhando tanto como pessoa física como jurídica, que minha vida profissional ou negócio podem se beneficiar, isso me traria **no futuro** maior lucratividade e geraria com a aplicação de tal sinergia entre meu trabalho e os de meus prestadores de serviços a obtenção de minha solução objetivada. Assim como em meu preparo para vender serviços preciso me qualificar e praticar a compra dos mesmos com o olhar **no futuro**, em outras palavras, vendo aumentar o número de clientes conquistados, a minha maior lucratividade embasada em fazer com que as pessoas que estão ao meu lado ganhem mais dinheiro e consigam mensurar seu crescimento e estar FELIZ, pois pessoas felizes conseguem entregar

aos clientes diversão e felicidade e pessoas felizes continuam pagando suas mensalidades e consequentemente gerando mais lucratividade. Se eu como comprador de ser-

viços acredito que não tenho que ficar pedindo desconto não vou permitir que meus clientes o façam. E neste exercício de praticar o que prego e acredito, vou estar conectado a uma energia diferente a do **futuro**. ●

**JG**  
**CONSULTORIA**  
Desenvolvendo valores



Conheça a nova linha de produtos **MATRIX**, a união perfeita entre inteligência de engenharia e design inovador.

De equipamentos de musculação a produtos cardiovasculares, a **MATRIX** tem o que você precisa para atrair o seu cliente.

**JOHNSON**

Saiba mais sobre os produtos **MATRIX**:

Tel (19) 3251 1039  
contato@johnsonhealthtech.com.br  
www.johnsonhealthtech.com.br

Johnson Health Tech Brasil. Uma subsidiária da Johnson Health Tech, Co., Ltd. Matrix® e Johnson® são marcas registradas da Johnson Health Tech, Co., Ltd. e suas afiliadas.

Johnson Health & Fitness

# Especialização a qualquer preço

**Clientes mais informados e exigentes impulsionam nova demanda de profissionais no mercado de bem-estar**



Felipe Malburg  
Administrador de Empresas  
pela UFPR, MBA Executivo  
pela FIA - USP.

Sócio da Metodologia e Academias Gustavo Borges, com mais de 15 anos de experiência em varejo trabalhando em empresas como Shell Brasil, Blockbuster e TIM.

**A**umento da expectativa de vida do brasileiro e o aquecimento da economia são dois fatores importantes ao se considerar o crescimento do mercado de bem-estar no país. A este fato, soma-se a constante divulgação, pela mídia, de conceitos relacionados à saúde e qualidade de vida. Mais informado e com potencial para investir em seu bem-estar, o atual cliente de academia não quer qualquer produto ou serviço: quer o melhor. Para atendê-lo, as empresas devem estar atentas às necessidades de seus clientes. Os profissionais também.

O sócio-proprietário da rede de academias Gustavo Borges, Felipe Malburg, acredita que a expansão do mercado exige profissionais atentos e empresas empenhadas em garantir os melhores produtos e serviços para o seu cliente. "Temos uma realidade muito diferente daquela de vinte anos atrás, quando o mercado de bem-estar dava seus primeiros passos no país. O aluno de academia não busca apenas um corpo perfeito, mas saúde e qualidade de vida. Empresas e profes-

sionais devem estar conscientes desta atual exigência para poder satisfazer as necessidades de um público cada dia mais informado", diz.

Portanto, especializações são fundamentais para a permanência do profissional num mercado que movimenta mais de US\$ 55 bilhões por ano em todo o mundo. "O profissional de fitness deve acompanhar o movimento do setor buscando atualizações constantemente, especializando-se a cada nova oportunidade, diferenciando-se no atendimento para satisfazer seu cliente, mas também, e acima de tudo, para seu próprio crescimento", adverte o sócio proprietário da rede Gustavo Borges.

As empresas também devem estar atentas aos movimentos do setor, levando em conta que o público das academias brasileiras está cada vez mais exigente quanto à qualidade dos produtos e serviços que consome, motivado não só pelo mercado de fitness, mas também por outras indústrias, como a de bens de consumo. "Para este público, a qualidade está à frente do preço e o bem-estar tornou-se uma prioridade. Com esta mentalidade, as pessoas buscam locais que melhor atendam as suas necessidades. Nos grandes centros, observamos academias que buscam segmentar, diversificar e criar modalidades de bem-estar, apoiadas por uma indústria nacional de equipamentos cada vez mais qualificada, a fim de conquistar um número cada vez maior de clientes. Um movimento fundamental para o crescimento do setor", esclarece Malburg.

**"O profissional de fitness deve acompanhar o movimento do setor buscando atualizações constantemente, especializando-se a cada nova oportunidade, diferenciando-se no atendimento para satisfazer seu cliente, mas também, e acima de tudo, para seu próprio crescimento".**

## Tendências

Os números do mercado de well-ness no Brasil são expressivos. O país é o terceiro na lista dos que mais possuem academias no mundo, com mais de 7.350 unidades espalhadas por todo seu território. O público nessas academias é de cerca de 4 milhões de pessoas, 2% da população nacional. O faturamento deste mercado no país é de mais de R\$ 1,5 bilhões por ano, 50% de tudo o que fatura a América Latina.

Estes números eram impensáveis há 20 anos, quando o país contava com poucas academias. Apesar disso, são pequenos em comparação aos Estados Unidos, líder no segmento com 30% de toda a receita produzida pelo setor no mundo e com 1/5 de sua população frequentando academias. O país do Tio Sam também é o grande responsável pela oferta de produtos de fitness. "Porém, nenhum país bate o Brasil quando se fala em serviços de bem-estar", rebate Felipe Malburg.

"Há cinco anos, achava-se que a indústria brasileira não chegaria aos pés da internacional. É preciso dizer que temos muito a oferecer em termos de equipamentos e ninguém nos supera na oferta de serviço. Na última década, ampliamos como ninguém o número de opções para nossos clientes, segmentando os serviços de maneira a atender todos os tipos de pessoas, em todas as idades, num movimento que demanda planejamento e profissionais especializados, além de equipamentos de primeira linha", explica o sócio-proprietário da rede de academias Gustavo Borges, uma das referências em metodologia de ensino de natação no Brasil, com um método aplicado em 102 academias credenciadas em todo o país - um exemplo de como especialização e profissionais capacitados são fundamentais para o sucesso no mercado de fitness. ●

# Body Systems

LatinAmerica

06290



Há no Brasil  
mais de 1 milhão  
de alunos apaixonados  
por essas propostas.

Eles poderiam estar na  
SUA academia...

Acesse [www.bodysystems.net](http://www.bodysystems.net) ou ligue 11 3529.2880

Powered By:

LES MILLS

BODY PUMP

TRX

BODY FLEX

BODY STEP

BODY TRUCK

BODY BALANCE

BODY COMBAT

BODY VIVE

POWER PUMP

POWER POOL

PlusVita

Eat & Run

adidas

# Captação e fidelização de cliente



Marynês Pereira  
(11) 5087-8872

Consultora e facilitadora, desenvolve treinamentos na área de liderança, motivação, gestão e pessoas. [www.providersolutions.com.br](http://www.providersolutions.com.br)  
[marynes@providersolutions.com.br](mailto:marynes@providersolutions.com.br)  
Blog: [marynespereira.wordpress.com](http://marynespereira.wordpress.com)

**T**anto se fala em captar e reter clientes que, se tudo o que já ouvimos falar sobre esse assunto tivesse sido aplicado, acredito que sairíamos da estatística de 2% da população brasileira que faz atividade física para pelo menos 5%. Apenas como parâmetro, a IHRSA publicou em 2006 os dados referentes à população praticante de atividade física em vários países e temos Portugal com 4,6%, Argentina com 4,2% e, Espanha, 14,8% e o mais alto percentual pertence aos EUA, 15,6%.

Na realidade muitas academias acham que estão fazendo ações corretas para aumentar as vendas e "segurar" o cliente, mas na realidade, "estão correndo atrás do rabo".

Como entender um mercado que estatisticamente é o que maior apresenta possibilidades de crescimento, vendo tantas academias "quebrarem" ou fecharem as portas?

Durante o *boom* das academias na década de 90, reinamos em berço esplêndido tranquilos de nossa posição, com clientes entrando às centenas nas academias e professores dando aulas com salas lotadas.

As academias ganhavam muito dinheiro e os professores, também.

Para que vocês tenham uma idéia do que estou falando, iniciei como professora de academias em 1980 e quando encerrei a carreira como professora em 2000, eu e muitos professores ganhávamos o equivalente a 40% mais do que o mercado paga hoje a seus profissionais. O ticket médio de uma academia era o dobro do que temos hoje.

Imaginar que uma academia tem seu ticket médio inferior a um bom Plano de Saúde é no mínimo constrangedor para todos nós. Significa que a população prefere pagar mais caro pela possibilidade de ficar doente, mas não tem a consciência da importância da prevenção e de nosso papel em suas vidas.

E a culpa por essas pessoas não perceberem a importância da atividade física em suas vidas, é nossa. Não só da academia através de uma mídia equivocada, mas dos professores que ainda não perceberam seu papel como disseminadores de um conceito de vida mais saudável.

Ainda tem muito aluno que entre fazer inglês e informática e freqüentar a sua academia, optará pelas duas primeiras que com certeza fazem a diferença na carreira de qualquer pessoa, mas tudo isso será muito melhor se levar uma vida saudável.

Que saudades dessa época, não é mesmo?

Você nem sabia o que a palavra CLIENTE significava.

O professor tinha sua máxima preocupação em dar uma aula maravilhosa e nada mais.

Os anos passaram, a demanda de clientes não aumentou (*ainda bem que não reduziu!!!*), mas aumentou o número de academias por região. Resultado?? Todos estão dividindo a mesma fatia do bolo, isto é, um cliente, hoje, é disputado por no mínimo, 10 academias em um bairro. A demanda de clientes está estável, mas as opções, aos clientes, de academias que oferecem o mesmo serviço, aumentaram. Isto significa que para cada estabelecimento, isoladamente, a demanda diminuiu.

Nestes casos, o posicionamento do **Marketing** é imprescindível para aumentar a demanda e as estratégias devem ser diversas, desde conscientizar o cliente sobre a necessidade de seus produtos e serviços; educar para o uso; mídia institucional com várias empresas do mesmo segmento dividindo as despesas dessa mídia (ACADEMIAS UNIDAS), entre outras.

Na sua academia, todos deveriam pensar em **Atender bem e Vender**. Assim todos deveriam estar empenhados em Captar e Retter clientes. No cartão de visitas de cada colaborador da academia deveria estar escrito abaixo do nome de cada um, a função: *responsável pelo Atendimento e vendas*.

Como a demanda diminuiu, nada mais adequado do que ações para gerar demanda.

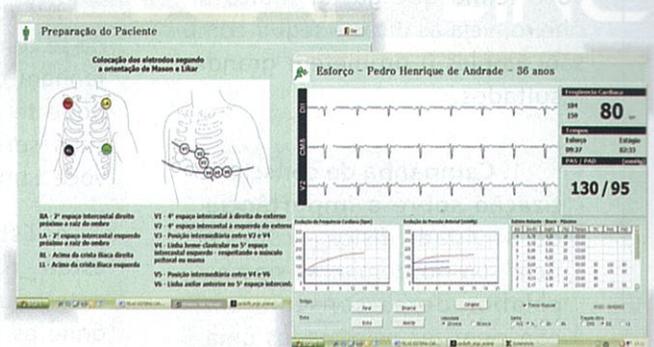
# Tecnologia e Lucratividade.



## ELETCARDIOGRAMA PELA INTERNET

Com esta nova tecnologia realize em sua academia Eletrocardiogramas e Testes Ergométricos e receba os laudos pela internet, os laudos são elaborados por médicos cardiologistas especializados.

Proteja a vida de seu cliente evitando fatalidades, trabalhe com segurança, consulte-nos.



## ADIPÔMETRO CIENTÍFICO ANALÓGICO



Resolução de 0,5mm com precisão 50% superior aos modelos existentes.



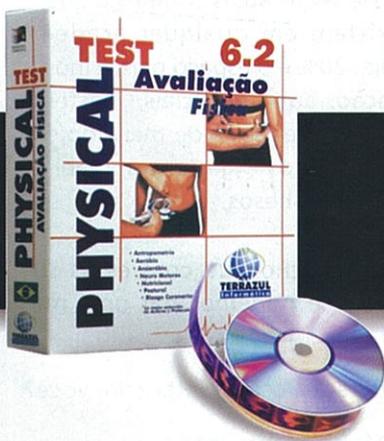
## ADIPÔMETRO CIENTÍFICO DIGITAL INTELIGENTE

Localiza automaticamente o momento de leitura. Congela a medida no visor para leitura. Emite bip sonoro de aviso para leitura.



\* Pat. Req.

## Tudo para Avaliação Física e Personal Softwares, Livros, Aparelhos e Vídeos



Compre on-line em até 10 X  
[www.terrazul.com.br](http://www.terrazul.com.br)

Atendimento:  
11-32729305  
35424533

**TERRAZUL**  
TECNOLOGIA 15 anos

★ Todas as Patentes Requeridas.

E como geramos demanda?? Levando significado, propósito e consciência ao público alvo e também aos futuros públicos-alvo, as crianças. Enfim EDUCANDO AS PESSOAS.

E antes que você comece a imaginar que farei propostas que você tenha que gastar muito dinheiro, veja as dicas à seguir como são simples e prometem grandes resultados.

**1. Campanha de conscientização sobre a importância da atividade física** - comece pela sua academia, se nossos colaboradores conseguirem conscientizar pelo menos uma pessoa, parente, amigo, filho, etc. a fazer aula na academia, dependendo do número de colaboradores que você tenha, você pode gerar um aumento significativo de clientes. O objetivo desta ação, não é SOMENTE aumentar o número de alunos... é também, analisar qual o potencial de vendas da sua equipe, junto às pessoas que elas consideram e amam e capacidade de conscientizá-las, de fato. Afinal, se sua equipe não consegue vender nem para pais, irmãos e parentes, é porque o discurso sobre atividade física está ruim, a argumentação não está convincente, pois, pessoas sabendo a real importância da atividade física, eu duvido que sua academia não fique "bombando" de gente em menos de 3 meses. Afinal fazer atividade física é igual a tomar banho todo dia, escovar os dentes... então??? Por que ainda tem gente que não faz???

**Promova o encontro dos alunos durante as aulas, faça com que eles se conheçam. Faça atividades em duplas, trios, tenha aulas mais lúdicas. "Quem treina unido, permanece unido. Quem treina só, desanima e vai embora".**

**2. Palestras em empresas,** não para vender, mas para levar informação sobre atividade física, produtividade, afastamento de trabalho, dores pelo corpo, etc. Se seu discurso for bom, as vendas serão consequência.

**3. Faça parcerias** - relacione-se com outras empresas que tenham o seu cliente alvo. Ele pode te ajudar divulgando os seus serviços e vantagens e você também o ajudará.

**4. Esteja onde as pessoas estão** - não reclame que seu cliente saiu de férias. Faça ação onde as pessoas que frequentam sua academia passam as férias. Leve aulas abertas, passeios no parque, enfim APAREÇA.

**5. Em qualquer lugar tem um cliente potencial** - mesmo em um curso de culinária, você pode encontrar um parceiro ou cliente potencial, esteja preparado. Leve seu cartão de visitas ou e-card (mini cartão digital com a apresentação de sua academia).

Existem muitas outras ações, mas agora que já vendemos bastante, o que fazer para Reter esses alunos?

**1. Em primeiro lugar, CUMpra o que você prometeu NA VENDA.** Tenha certeza de que a sua equipe é tudo aquilo mesmo que você falou no ato de vender... e se não for??? **TREINE, TREINE, TREINE...**

**2. Faça da sua academia um espaço de convivência,** ofereça festas, eventos, Happy

hour, passeios de bike, tour de aulas, circuitão, comemore as datas do calendário oficial, mande e-mails a seus alunos, lembre do aniversário dele, do casamento, da promoção, agradeça por ele ter te escolhido, agradeça quando ele renovar o plano. Faça parcerias e você verá que não precisará gastar muito dinheiro.

**3. Promova o encontro dos alunos** durante as aulas, faça com que eles se conheçam. Faça atividades em duplas, trios, tenha aulas mais lúdicas. "Quem treina unido, permanece unido. Quem treina só, desanima e vai embora". Uma academia promoveu o "Correio elegante", lembra dessa época??? Das festas juninas???... e foi a maior alegria nessa academia.

**4. Lembre de analisar sua grade de aulas** a cada, no máximo, 3 meses. Aulas vazias é um "mico". Alunos falam mal, o professor dessa aula fica "queimado" e na hora de fazer o Tour é muito ruim apresentar sala vazia. Então fique alerta aos sinais do seu cliente. Mude, troque, invente.

**5. INVENTE** novas aulas, serviços. Mas lembre-se, invenção sem resultado é delírio. Lembre-se do que o Phillip Mills nos ensinou no GFM (70% das opções de aulas em seu horário deve ser as aulas comuns e que existem em qualquer academia; 20% é o espaço para a inovação, aulas especiais, master class, tendências de mercado; e 10% Nichos - (gestantes, reabilitação, obesos, etc.).

Bem, acho que com essas sugestões já podemos dar uma melhorada em nosso mercado.

Então? Posso contar com você?

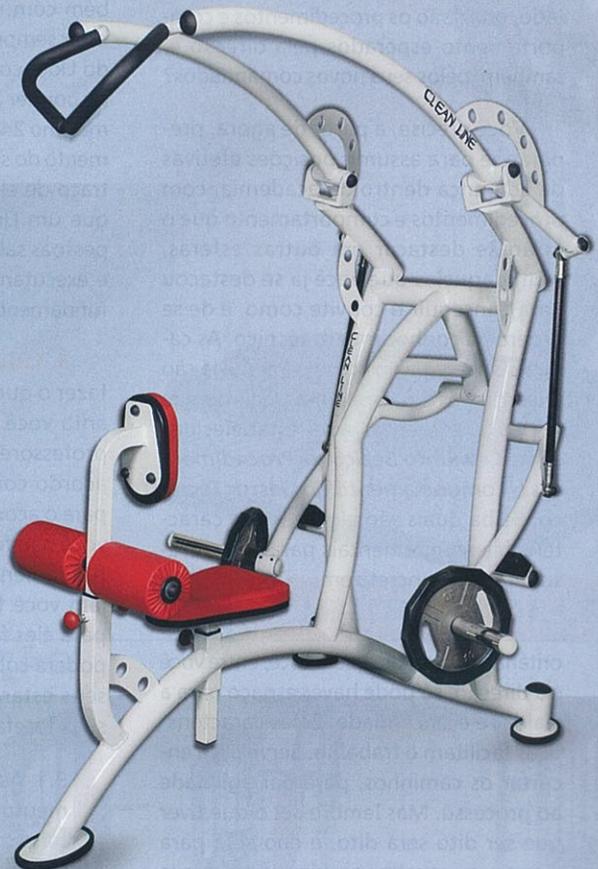
Mãos à obra. ●



**PRÓ-PHISICAL®**  
APARELHOS A SERVIÇO DE SUA SAÚDE

# CLEAN LINE

by Pró-Physical



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: [prophysical@prophysical.com.br](mailto:prophysical@prophysical.com.br)  
Homepage: [www.prophysical.com.br](http://www.prophysical.com.br)

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

# Procedimentos e comportamento do Gestor Técnico



Christian Munaier  
Sócio consultor da 4 Goal

**E**ntão você pulou as 7 ondinhas no Reveillon e desejou ser designado, pela direção da academia, como o novo coordenador ou, como se diz atualmente, o novo gestor técnico?! E conseguiu. Parabéns! E agora? O que fazer depois de ser apresentado, quais são os procedimentos e comportamento esperados pela direção e, também, pelos seus novos comandados?

Você precisa, a partir de agora, preparar-se para assumir posições efetivas de liderança dentro da academia, com procedimentos e comportamento que o farão se destacar em outras esferas, além daquelas que você já se destacou para conseguir o convite como, é de se esperar, o conhecimento técnico. As características abaixo provavelmente já são encontradas em você, umas mais do que outras. Deixaremos aqui estabelecidas como *Conjunto Básico de Procedimentos e Comportamento do Gestor Técnico*. Saiba quais são algumas das características fundamentais para que os resultados se concretizem.

**1. Lealdade e sinceridade** são prioritárias. Entre a direção e você, entre você e a direção, só pode haver espaço para a lealdade e sinceridade. Essas características facilitam o trabalho. Serve para encurtar os caminhos, para dar agilidade ao processo. Mas lembre-se: o que tiver que ser dito será dito, e não será para magoar ou constranger ninguém. E o que for tratado, discutido e determinado será cumprido, sempre. O seu papel, como Líder, deverá sempre ser o de quem assume a responsabilidade, inclusive quando você tiver que passar uma informação que gere algum desconforto ou insatisfação perante os colegas. O Líder jamais diz "olha, não era isso o que eu queria,

mas eu fui obrigado a dizer..." Você terá que arcar com o peso da liderança; esta é uma baita prova de fogo!

**2. Comunicação constante** é fundamental para que as informações sejam repassadas, de forma clara e objetiva. Tudo o que for determinado deverá ser comunicado pessoalmente, individualmente, com cada um dos colegas. Isso significa que você não poderá mandar bilhetes, nem "circulares". O seu papel será o de comunicador direto, certificando-se de que cada um entendeu bem o seu recado. Tire as dúvidas, tenha paciência. **ATENÇÃO:** esse comportamento é fundamental também com relação a e-mails, que devem estar sempre atualizados. A regra de ouro do Líder competente é sempre, **SEMPRE**, responder aos e-mails recebidos com no máximo 24 horas de intervalo entre o momento do seu recebimento. É também um traço de elegância virtual. Lembre-se de que um Líder só é um líder quando as pessoas sabem o que ele quer, entendem e executam. Para isso, a comunicação é fundamental!

**3. Liderar pelo exemplo** significa fazer o que se pede para fazer. Não adianta você pedir, por exemplo, para os professores ligarem para seus alunos de acordo com o roteiro pré-estabelecido para o acompanhamento dos novatos se você não for um exemplo nesta tarefa. É fundamental que seus comandados vejam você fazer tudo o que você pediu para eles fazerem. Desta maneira, você poderá cobrar os procedimentos pois os seus estarão impecáveis. Mantenha as suas tarefas impecáveis.

3.1 Asseio, pontualidade, atendimento ao cliente, imparcialidade no trato com os alunos (todos são iguais, sendo seus alunos ou alunos de outros professores) são características do líder exemplar. Preocupe-se com todos esses detalhes. Eles serão sempre cobrados de você. Para saber se você peca em algum desses quesitos, pergunte para a direção, que te ajudará com uma avaliação sincera (lembra do item 1?).

**4. Quem delega, cobra.** Premissa básica do Líder é delegar tarefas. Mas não adianta apenas delegar, se você não cobrar os resultados. Por isso, mantenha sua agenda em dia, com os dados do que você delegou, para quem você delegou, qual é a data que você espera o resultado, e se o resultado foi satisfatório.

4.1 Delegue tarefas, não responsabilidades. Quando se delega alguma coisa, os detalhes devem ser os mais claros possíveis. Não diga simplesmente "faça isso pra mim". Diga o que você quer, como você quer, qual o investimento máximo possível e pra quando você quer. **LEMBRE-SE** sempre que tudo o que envolver custos deve ser discutido antes com a direção, para a aprovação e ajustes. Não passe o carro à frente dos bois!

**5. Motive, encoraje, respeite.** O Líder é diferente do chefe! Temos que ser sempre respeitosos com nossos liderados, tanto nos feedbacks positivos quanto nos momentos de chamar a atenção de alguém. Para que tenhamos 100% das pessoas ao nosso lado é fundamental que elas nos enxerguem como pessoas capazes de ouvi-las e ajudá-las a encontrarem o máximo de seu potencial. E este é um grande desafio do líder: transformar seus liderados em vencedores, e também jogadores do mesmo Time.

Boa sorte e muito sucesso nesta nova fase da sua carreira. E lembre-se de que os nossos sonhos podem ser concretizados. Basta querer e correr atrás! Um grande abraço.

Mande seu e-mail, com suas dúvidas, feedback ou para saber um pouco mais do nosso trabalho, para [christian@4goal.com.br](mailto:christian@4goal.com.br).

**4 GOAL**  
FOR GOAL BUSINESS SOLUTIONS

4GOAL  
CONSULTORIA E TREINAMENTOS

4TARGET  
WORKSHOPS EMPRESARIAIS

4FAMILY  
SOLUÇÕES PARA EMPRESAS FAMILIARES



Máquinas de fazer saúde !

EQUIPAMENTOS LION - O MELHOR CUSTO-BENEFÍCIO DO MERCADO !!

CONSULTE-NOS !!!

LINHA ERGOMÉTRICA



TREINAMENTO FÍSICO POR MICRO-VIBRAÇÃO



ESTEIRA X-4

VIBER EVOLUTION

MUSCULAÇÃO



Des. de Ombro



Extensor de Perna



Adutor



Tríceps



Peitoral/Dorsal



Panturrilha em Pé

Classic Line

visite-nos: [www.lionfitness.com.br](http://www.lionfitness.com.br)

[lionfitness@lionfitness.com.br](mailto:lionfitness@lionfitness.com.br)

Contato: (17) 3485-1766

# ABRIESP esteve na ISPO Sportsponsoring-Kongress, maior evento de Esportes do Mundo

**Por Ana Purchio, assessora da GMF Promoções e Abriesp.**

**Colaborou: Assessoria de Imprensa do Ministério do Turismo.**

O presidente da Associação Brasileira da Indústria do Esporte (Abriesp) e empresário da GMF Promoções, Maurício Fernandez, esteve em Munique (Alemanha), com um grupo de empresários e representantes da cadeia produtiva do Esporte e acompanhou um dos maiores eventos de Esportes do Mundo, a Feira e o Congresso ISPO Sportsponsoring 2008. A feira foi de 25 a 30 de janeiro e o congresso dias 28 e 29.

“Estabelecemos parcerias com a ISPO e a empresa de eventos alemã ESB (Europäische Sponsorship-Börse) para incrementarmos as relações comerciais e institucionais entre Brasil e Alemanha em todos os setores e segmentos da indústria do Esporte e com o apoio da Câmara de Comércio Brasil-Alemanha (AHK) levamos uma comitiva de grandes nomes e representantes do Esporte para participar deste evento”, diz Fernandez.

Na comitiva estavam cerca de 30 pessoas, entre representantes das empresas Cavalera, Dalponte, Inarco, Klopff, Maktub Fitness, Mormai, Penalty, Rhumel e Serelepe; do Governo, o Ministério do Turismo, Secretaria de Estado de Esportes do Distrito Federal e Coordenadoria de Esportes do Estado de São Paulo; entidades de classe, como Associação dos Secretários Municipais de Esporte e Lazer (ASMEL), Fundação de Apoio ao Menor de Feira de Santana (Famfs), Sesi e Sindinova, além das TVs Globo e Bahia.

Um dos acordos firmados com a ESB já acontece na 26ª edição da Sports Business, em setembro deste ano. “Nossos parceiros trarão ao Brasil conhecimento no campo de ativação de patrocínio, organização de projetos de patrocínio, acli-

matação de delegações para a Copa do Mundo entre outros itens importantes na Sports Business, em São Paulo, mas pretendem expandir esta divulgação para cidades como Brasília, Rio de Janeiro e Salvador”.

As negociações entre os dois países avançaram também para se trazer ao Brasil, em 2009, a ISPO Latino América. “De 4 a 8 de abril o responsável pela ISPO, empresário Manfred Wurtzlhoffer, vem ao Brasil para decidir a edição da ISPO latino-americana em reuniões que manterá com o Governador de São Paulo, ministérios, prefeitura e empresários”, revela Fernandez.



Hoje a ISPO organiza seis edições anuais na Europa e Ásia e nenhuma no Brasil. “Vamos reunir o útil ao agradável e juntar três eventos em um só, no Parque de Convenções do Anhembi”, adianta o presidente da Abriesp. Ou seja, a ISPO Latino América, o V Congresso Brasileiro de Sponsorship e a 26ª edição da Sports Business, os dois últimos eventos esportivos tradicionais, realizados pela GMF Promoções.

**Ministra do Turismo destacou o crescimento econômico e a estabilidade do País no painel “As Oportunidades no Brasil”**

A ministra do Turismo, Marta Suplicy, participou dia 28 da Sportsponsorship Conference (Ispo) e destacou que o Brasil tem crescido com equilíbrio, mais

crédito, empregos e distribuição de renda. Marta proferiu palestra na abertura da conferência e das seis feiras de negócios, sobre o tema “As oportunidades no Brasil”. A ministra destacou particularmente as oportunidades de investimentos que surgiram a partir do anúncio da realização, no Brasil, da Copa Mundial de Futebol de 2014. O tema despertou grande interesse, tendo em vista que a Agência Federal de Comércio Exterior Alemã recomendou o investimento no país, segundo lembrou a ministra, citando a edição de novembro de 2007 da revista preparada pela agência, dirigida a empresários.

“A estabilidade monetária, com a redução e controle da inflação, resultou no crescimento do PIB por 23 trimestres consecutivos. Conseqüentemente, a relação Dívida Pública/PIB, que em 2003 era de 52,4%, diminuiu para 42,6% em 2007. As taxas de investimento e consumo também acumularam índices positivos nos últimos 15 e 16 meses, respectivamente. E a taxa de juros básicos, que chegou a 26,5% ao ano em 2003, tem sido reduzida de forma responsável, sendo atualmente cotada em 11,25%”, afirmou a ministra.

Ela também observou que “o risco país” tem estado bem abaixo dos 200 pontos, e as reservas internacionais cresceram de US\$ 59,8 bilhões para US\$ 185 bilhões, em apenas um ano. Mais um ponto relevante no discurso da ministra aos participantes da Ispo foi sobre a redução da taxa de desemprego, que caiu para 8,2%, o menor patamar desde a criação, em 2002, da série histórica. “Como consequência, constatou-se importante melhoria na distribuição de renda e redução de pobreza, que, segundo o relatório ‘Perspectiva Econômica Mundial’ do FMI, caiu de 28,2% em 2003 para 19,3% em 2006. A renda média dos trabalhadores aumentou 3,12% em relação a 2006.”

Diante de bons resultados, como esses apresentados, em 2007, a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) qualificou o

Troca limitada apenas para alguns equipamentos. O fabricante se reserva o direito de alterar seus produtos sem previo aviso

# Liberdade na sua melhor Forma



LX 160



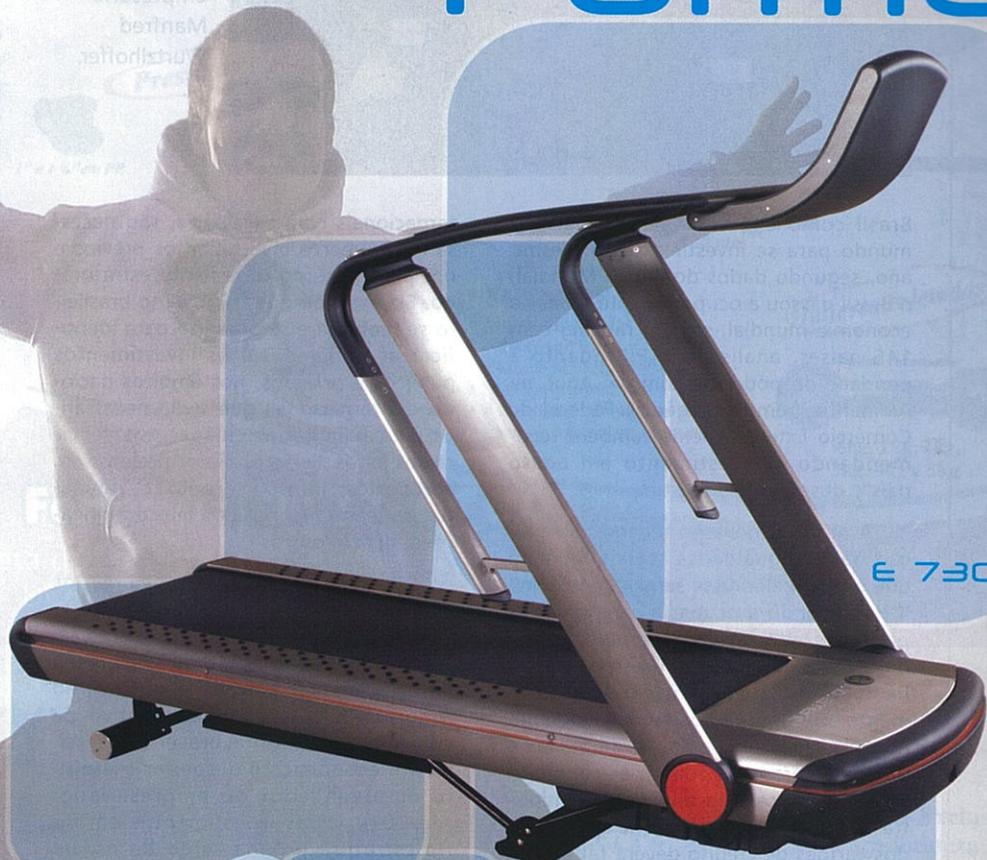
EL 470



SUMMER 02



€ 710



€ 730

\* Menor valor do mercado para pagamento à vista.

\* Linha completa de acessórios e peças de reposição.

\* Equipamentos usados avaliado como novo, ótimas condições para troca.



Tel.: || 4335 6103 :: || 4338 0238

:: FITNESS TECHNOLOGY :: [fitnesstechnology@iq.com.br](mailto:fitnesstechnology@iq.com.br)



Da esquerda para a direita, Maurício Fernandez, a ministra Marta Suplicy e o empresário Manfred Wurtzlhoffer.

Brasil como o quinto melhor país do mundo para se investir. "Nesse mesmo ano, segundo dados do Banco Mundial, o Brasil passou a ocupar o sexto lugar na economia mundial, em um ranking com 146 países, analisado o PIB quanto à paridade do poder de compra. Aqui, na Alemanha, temos a Agência Federal de Comércio Exterior Alemã também recomendando o investimento em nosso país", observou a ministra.

A ação do governo federal na redução das desigualdades sociais fez com que o país melhorasse sensivelmente seu IDH, passando a ocupar a categoria dos países de alto desenvolvimento humano. Para a ministra do Turismo, "ainda há muito o que fazer, mas o desenvolvimento econômico e social consolidou um mercado interno bastante dinâmico e uma nova presença política e econômica do Brasil no cenário mundial". A ministra citou, como exemplo, que a indústria dos cartões de crédito deverá faturar no Brasil US\$ 122,5 bi em 2008, atingindo 104 milhões de usuários, frente os atuais 92 milhões. "Esses dados representam um aumento de 13%."

**Perspectivas positivas** - Justamente esse cenário de estabilidade econômica, associada à estabilidade político-institucional, na opinião da ministra, contribuiu para que a candidatura do Brasil fosse acatada para sediar a Copa Mundial de Futebol de 2014. E as perspectivas, a partir dessa definição, são muito positivas: "As competições esportivas do calendário mundial têm um efeito multiplicador na economia dos países que as sediam. Têm a capacidade de reestruturar a paisagem urbana dos países-sede, deixando um legado para a economia do país e a qualidade de vida da população. Além disso, a promoção do futebol, como de outros esportes, está associada à promoção de outros segmentos da economia".

Por fim, a ministra observou que, para abrigar competições esportivas in-

ternacionais com excelência, são necessários inúmeros investimentos prévios e um planejamento fortemente estruturado. Ela explicou que "o governo brasileiro se mobiliza e se organiza para identificar as demandas e os investimentos públicos e privados, nos âmbitos nacional e internacional, que serão necessários para habilitar as cidades que sediarão os jogos. Estão previstos projetos em aeroportos, transporte público, hotelaria, saneamento básico, telecomunicações, dentre outros".

"No que se refere a investimentos em infra-estrutura urbana, o planejamento da Copa de 2014 já está em parte contido no Programa de Aceleração do Crescimento, lançado pelo Governo Federal em 2007, com o objetivo de criar um ambiente favorável ao crescimento econômico e despertar o espírito empreendedor do empresariado. Até 2010, esses investimentos em infra-estrutura urbana serão da ordem de US\$ 288,7 bi, dentre os quais US\$ 33 bi serão destinados a investimentos em infra-estrutura turística", informou Marta Suplicy, explicando, também, que o Ministério do Turismo já iniciou seu planejamento. "Contratamos um estudo junto a uma renomada entidade brasileira - a "Fundação Getúlio Vargas" -, o qual apontará a infra-estrutura necessária para o desenvolvimento turístico no Brasil, com o objetivo de alcançar um nível internacional em 65 destinos prioritários até 2010. Esses destinos incluem as 18 cidades brasileiras que pleiteiam sediar os jogos." O objetivo é contribuir para a excelência da recepção das seleções, torcedores, imprensa e turistas que visitarão o Brasil tanto durante a Copa de 2014 quanto depois de sua realização.

**Plano Nacional do Turismo** - O investimento realizado para a Copa de 2014, além de atrair mais turistas estrangeiros, ajudando a posicionar o Brasil como um dos principais destinos internacionais, também contribuirá para

que o turismo avance nas metas previstas no Plano Nacional do Turismo (2007-2010). Até 2010, as metas são: alcançar 217 milhões de viagens no mercado interno, criar 1,7 milhão de novos postos de trabalho, gerar US\$ 7,7 bilhões em divisas e desenvolver 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional.

#### Números da Feira ISPO

A ISPO ([www.sportsponsoringkongress.de/eng](http://www.sportsponsoringkongress.de/)) é uma empresa que organiza as seis maiores edições anuais de feiras de Esportes, na Europa e Ásia. Reúne organizações e federações de Esporte do mundo todo, em um local de mais de 160 mil metros quadrados, cerca de três mil expositores de equipamentos esportivos, moda e estilo de vida de 40 países. Recebe cerca de 80 mil visitantes de 100 países e um total de quatro mil profissionais de Comunicação das mais variadas mídias.

#### Números do Congresso ISPO

O evento este ano contou com 180 palestrantes reunidos em cerca de 17 painéis, com temas variados como Fifa 2014, Liga Internacional de Futebol Alemão, UEFA Euro 2008, Esportes de Inverno, Golfe, Administração e qualidade de Estádios, Leis Esportistas, etc.

#### 26ª edição da Sports Business 2008

Em janeiro, o presidente da Abriesp esteve na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) para mostrar o projeto, fechar parcerias e solicitar apoio para a 26ª edição da Sports Business 2008. O encontro contou com representantes da Confederação Brasileira de Clubes (CBC); Sesi - Departamento Nacional da Unidade de Cultura, Esportes e Lazer e Sesi São Paulo - Divisão de Esportes e Lazer; Sindiclubes, Sociedade Brasileira de Medicina Desportiva, Associação dos Secretários Municipais de Esporte e Lazer, Comitê de Responsabilidade Social da Fiesp (Cores), Secretaria Municipal de Esportes, Lazer e Recreação (SEME), Câmara Brasil-Alemanha (AHK), Coordenadoria de Esportes da Secretaria Estadual de Esportes de São Paulo e Portal de Educação Física. A próxima reunião acontecerá dia 21 de fevereiro.

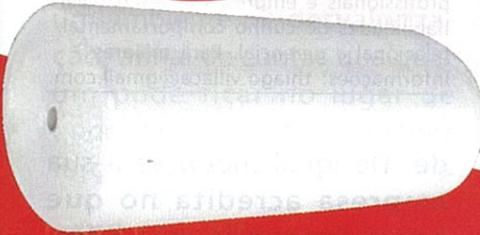
#### Sobre a Abriesp

Fundada em 2002 e oficializada em estatuto dia 9 de março de 2006, é uma entidade nacional, civil e de direito privado, sem fins lucrativos, de representação das diversas empresas ligadas à indústria do esporte, tais como: vestuário esportivo; alimentação esportiva; máquinas e equipamentos para condicionamento físico, academia e afins; infra-estrutura do esporte; pisos e construções desportivas em geral e seus acessórios. ●

Protetor Bucal e Estojo



Plástico Bolha



Dumbbells Injetados\*



Produto Patenteado

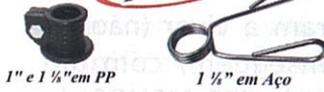
Anilhas Vazadas Injetadas\*



Produto Patenteado

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

Presilhas



1" e 1 ½" em PP

1 ½" em Aço

Barras Injetadas\*



Produto Patenteado

1.200 mm

420 mm

Pinos de Carga



\* Vantagens:

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

Halteres Injetados\*



Produto Patenteado

½kg, 1kg, 2kg,  
3kg, 4kg e 5kg

**Fone: (17) 2137-6700**

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

# OUTFITmixx

Nº 1 EM REFORMAS DE APARELHOS DE MUSCULAÇÃO  
COM MAIS DE 120 ACADEMIAS REFORMADAS

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

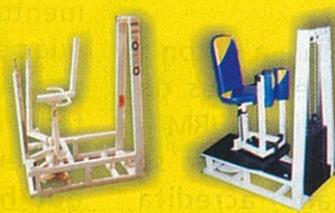
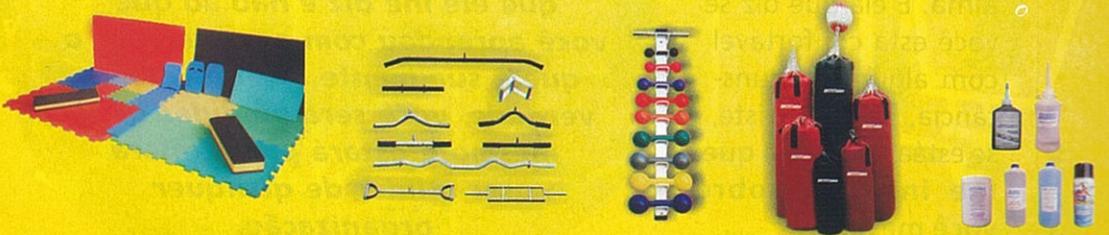
Tel: (11) 3906-0860 / (11) 9712-1060

Produtos Exclusivos  
Para limpeza de  
tapeçaria, metalão  
e carenagem

Novos



Reformados



Movement TECHNOLOGY

Suprema



R. Prof. Antonio de Paula Santos, 157 - Pirituba  
São Paulo SP - 05140-120  
[www.outfitmixx.com.br](http://www.outfitmixx.com.br) [outfitmixx@ig.com.br](mailto:outfitmixx@ig.com.br)

Aceitamos  
Cartões Visa



# Razão, instinto e emoção

**"Pensamentos e palavras influenciam, sentimentos decidem"**

**A** grande discussão entre razão, instinto e emoção se dá em um nível de entendimento mais profundo. As **três palavras** poderiam ser substituídas por **MENTE, CORPO** e **ESPÍRITO**, entretanto apenas uma delas simboliza o verdadeiro sentido da liderança uma vez que, o **CORPO** é responsável pela ação, a **MENTE** serve para criar a realidade e também como uma conexão entre o corpo e a **ALMA** que é responsável pelo nosso sentimento.

O que nos motiva a tomar decisões? O que, verdadeiramente, **nos influenciam** a escolher alguma alternativa? E finalmente, **quem é o nosso próprio líder?**

O seu líder é o seu sentimento, é a sua alma. É ela que diz se você esta confortável com alguma circunstância, se está triste, se está feliz, é ela que **lhe informa sobre você mesmo.**

A maioria das pessoas só prestam atenção ao que a **mente** diz, simplesmente porque é mais **fácil de interpretá-la** ou porque **fogem da responsabilidade** de criar alguma conclusão própria. De fato, uma das coisas que as pessoas mais tem medo é de se afirmar, simplesmente porque

pode vir alguém e lhes indagarem: **"Quem é você para dizer isso?"**. As pessoas **aprenderam a viver** (não sei como conseguem) com um complexo de **SER MENOS** do que as outras, o que as fazem negar o que acreditam como **SUAS VERDADES**, ou seja, o que sentem como verdadeiro.

Levando-se em conta que tudo o que é aplicado ao Ser Humano pode ser aplicado aos demais segmentos da vida, inclusive as organizações, temos a seguinte relação:

**Ser Humano:** Mente, Corpo e Espírito & **Organização:** Pensamento, Fala e Ação.

**Se você agir com o coração e prestar atenção ao que ele lhe diz e não ao que você aprendeu com os outros ou o que a sua mente acredita como verdade, você será um líder de si mesmo e estará pronto para ser o líder de qualquer organização.**

O alinhamento e a sintonia entre os três elementos de ambas as partes cria a **AFIRMAÇÃO**, em outras palavras se você (Ser Humano) **acredita** no que **sente**, e **age** de acordo com o seu sentimento você se afirma e **cria a sua verda-**

Thiago Villaca  
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](mailto:thiago.villaca@gmail.com).

**de.** De igual modo se a sua **empresa acredita no que pensa, transmite essa informação** para os seus funcionários e **age** em sintonia com o que pensa e fala **ela se afirma**, ou seja, ela também cria a própria verdade.

Levando-se em consideração o que a **Gestão de Pessoas** afirma (pensa, fala e age) sobre "Capital Humano" e partindo do princípio que todas as empresas saibam alguma coisa sobre a essência desta expressão, eu me pergunto:

"Porque as empresas, de um modo geral e principalmente as do segmento fitness, não fazem o que pensam e falam?" Ou seja, **partindo do princípio** de que todas as empresas saibam que **os seus funcionários são o que há de mais importante para a sua existência**, por que os coordenadores destas empresas cismam em utilizar a se-

guinte frase para seus funcionários: "Se você não estiver satisfeito, pede pra sair"?

"O que falta a essas empresas que afirmam algo desse tipo é descobrir quem realmente são"

Qualquer frase deste tipo é uma demonstração de desamor, desafeto, e sem nenhuma compaixão, o oposto de todo e qualquer grande líder, além disso essa afirmação cria um ambiente de desvalorização, afinal de contas qualquer um pode ficar no lugar de quem você não fez a menor força pra reter.

Se o seu funcionário é a melhor coisa que você tem AME-O, mas não só em pensamento, ACREDITE e diga:

"Vocês são a melhor coisa que eu poderia ter nesta empresa, cada um de vocês são o que essa empresa é, cada um de vocês são o que eu sou, e eu não trocaria nenhum de vocês por qualquer outra pessoa desse mundo, se fizesse isso eu estaria trocando uma parte de mim". E aja como se isso fosse a sua maior verdade, remunere-os pelo que eles significam pra você, e não pelo que eles significam para o mercado, trate-os com a dignidade de um Ser Humano que possui sentimentos como você e se possível ouça-os.

O Ser Humano aprendeu a separar as coisas, separar a vida profissional da vida pessoal, aprendeu a separar a mente da alma, mas conse-

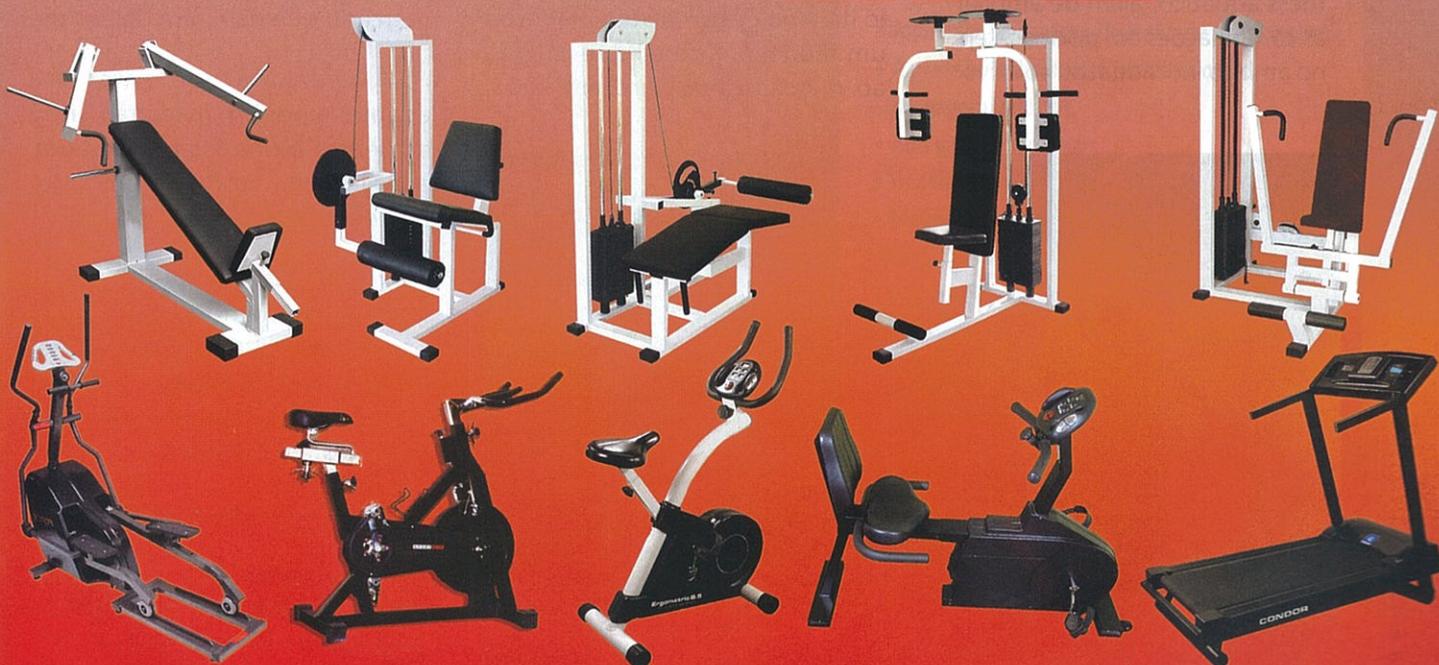
gue adaptar o corpo ao que a mente acredita e é incapaz de perceber que TUDO é uma coisa só. A afirmação depende da sintonia entre o sentimento, a mente e o corpo, em outras palavras a afirmação depende do que você pensa, fala e faz.

Se você agir com o coração e prestar atenção ao que ele lhe diz e não ao que você aprendeu com os outros ou o que a sua mente acredita como verdade, você será um líder de si mesmo e estará pronto para ser o líder de qualquer organização.

Afinal de contas:

**"O coração é mais sábio do que a razão".**

# SPORT MIX



CONSULTE: EQUIPAMENTOS SEMI-NOVOS REVISADOS E COMPLETA LINHA DE ACESSÓRIOS

REPRESENTANTE EXCLUSIVO  
fones: (11) 3733-2500 / 3733-2200  
[www.sportmix.com.br](http://www.sportmix.com.br)

**B | I | O | M | A | X**  
more than performance

# Spinning na água

**A concorrida aula nas academias, chega com versão aquática, prometendo os mesmos benefícios do spinning indoor, com menos riscos de lesão.**

**O** ciclismo atravessou fronteiras e continentes. A cada dia tem se mostrado uma das melhores e mais saudáveis alternativas de transporte e movimentação e dentro dessa perspectiva, a Hidrobike adaptou o equipamento estacionário ao meio líquido, revolucionando a indústria do fitness aquático, além de ampliar as combinações em piscinas, seja no âmbito individual ou coletivo.

## Bike na água? O início

Esse tipo de bicicleta aquática surgiu à cerca de 10 anos na Itália, inicialmente para fins terapêuticos.

A Hidrobike trouxe um modelo italiano e após testes, elaborou um modelo nacional que chegou ao mercado brasileiro em 2002,

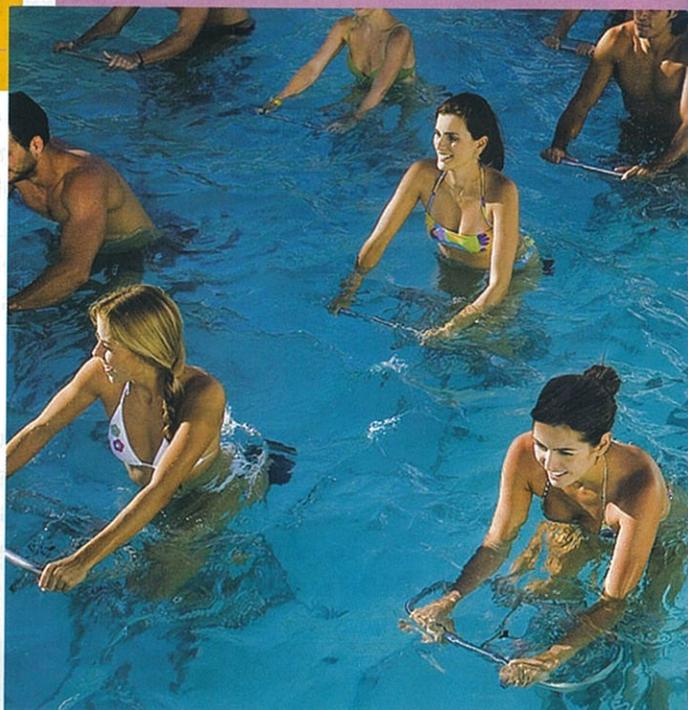
atendendo a necessidade de um mercado que não pára de evoluir.

A pedalada que antes era adaptada por um macarrão entre as pernas e um colete flutuador, agora é feita de forma profissional, eficaz e dinâmica.

Permitindo movimentos mais fortes dos membros inferiores, obtém-se resultados mais eficazes em períodos de treinos menores, o que elevou a confiança do mercado nesta atividade.

## Visual Moderno

A Hidrobike R4.2 é fabricada em aço inoxidável (a prova de oxidação), para suportar o cloro, ozônio ou água salinizada da piscina, além de ser um equipamento muito mais leve que a bicicleta tradicional, apenas 24 quilos.



# Pedalandando embaixo d'água

## VANTAGENS E BENEFÍCIOS

- Atua com baixo risco de lesão de articulações.
- A pressão hidrostática funciona como drenagem linfática.
- Alto gasto energético.
- Desenvolve o sistema aeróbico e muscular.
- Melhora a composição corporal.
- Reduz o cansaço.
- Redução de sobrecarga da coluna vertebral.
- Sobrecarga controlada de forma individual.
- Retorno venoso sanguíneo facilitado.
- Força variável do giro.

Hidrospinning • Circuito aquático • Reabilitação física • Personal Training • Hidroterapia • Atividades recreativas

Entre em contato: 11 | 3637.3195  
[www.hidrobike.com.br](http://www.hidrobike.com.br)

 **HIDROBIKE**  
Tecnologia para a melhor performance



Possui rodinhas na parte inferior - para ser movimentada com facilidade e não riscar o fundo da piscina, pedais no formato de concha para o encaixe perfeito dos pés, ajuste de altura e distância do selim e do guidão.

Não possui ajuste de carga. Na verdade é a cadência do giro de cada aluno que vai determinar o aumento da intensidade durante a aula. Além do mais, a própria água faz resistência, e o aluno tem a sensação de que esta pedalando o tempo todo na subida.

O produto no Brasil é patenteado, ou seja, as pesquisas que resultaram no produto final foram registradas no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial - órgão governamental que regula os direitos industriais), sendo assim o único produto regulamentado, podendo ser comercializado no país somente pela empresa que o desenvolveu.

### **Sem perigo de lesões**

Os múltiplos propósitos do uso fazem dela um equipamento úni-

co, com várias posições, permitindo que seja praticado por pessoas em processo de reabilitação, com limitação das articulações, fibromialgia, obesos, gestantes, atletas, pessoas condicionadas e não condicionadas.

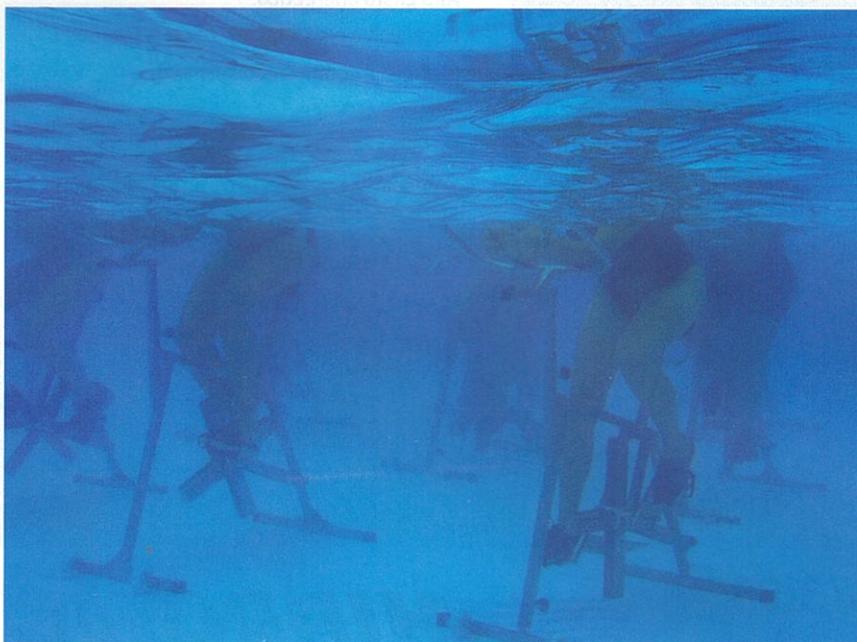
Entre os benefícios do exercício, destacamos: a melhora da composição corporal reduzindo o percentual de gordura; o alto gasto energético através das manobras de ciclismo; o baixo risco de lesão, grande queixa de alunos que praticam "spinning indoor" e redução de sobrecarga da coluna vertebral.

### **Drible no calor**

Outro ponto positivo: é muito mais gostoso pedalar na água do que dentro de uma sala, ainda mais no verão. Os alunos comumente reclamam das altas temperaturas, após uma aula puxada, daquelas de subir montanha. Na piscina ninguém vai perder o pique por causa do calor. A intensidade trabalhada é adequada do início ao fim da aula.

Comparada com a hidroginástica, a modalidade é bem mais eficiente no que diz respeito ao trabalho aeróbico. A hidro trabalha com uma coreográfica, que muda de movimento, reduzindo a frequência cardíaca. Na Hidrobike isso não acontece, pois a força é constante, diminuindo a cadência da pedalada em alguns momentos.

**Entre os benefícios do exercício, destacamos: a melhora da composição corporal reduzindo o percentual de gordura; o alto gasto energético através das manobras de ciclismo; o baixo risco de lesão, grande queixa de alunos que praticam "spinning indoor" e redução de sobrecarga da coluna vertebral.**



BIKE INDOOR YOZDA.  
A ÚNICA FABRICADA EM INOX.\*

MACHO / FÊMEA  
BUCHA / SOLDA  
EM INOX

\*Bike indoor Yozda usa macho e fêmea, bucha e solda no guidão e no acento em inox.



A Yozda oferece o melhor custo benefício. Produtos de qualidade, que custam pouco. Especialmente projetados para melhor acomodação e durabilidade, a Yozda priorizou o conforto e o bem estar do usuário, assim como, o bom desempenho nos exercícios. Assim as pessoas estarão mais dispostas a exercitar. O que levará uma maior frequência e rentabilidade.

DESIGN

QUALIDADE

MELHOR PREÇO

**YOZDA**<sup>®</sup>

FITNESS EQUIPAMENT

Licenciada Industry CO Ltda. Japan

Marília (14) 3451-5044 • São Paulo (11) 4063-4464 • Rio de Janeiro (21) 4063-8809 • Belo Horizonte (31) 4063-9730 • Porto Alegre (51) 3266-9781  
vendas@yozda.com.br • www.yozda.com.br

# ENAF<sup>®</sup>

**1 a 4 maio**  
**Poços de Caldas**  
**MG**



**O mercado está aberto!**  
**44ª edição do ENAF**

**Personal**  
**Musculação**  
**Ginástica e Fitness**  
**Acqua Fitness**  
**Ciclismo**  
**Saúde e Bem-estar**  
**Futebol**  
**Escola e Recreação**  
**Liderança &**  
**Empreendedorismo**



## **Simpósio Internacional** **Obesidade e Sobrepeso**

**Prof. Dr. Andrew C. Fry, PhD**  
Diretor do Laboratório de Saúde, Desporto, Ciência dos Exercícios e Bioquímica - University of Kansas/EUA.

**Feira**  
**Sport, Fitness e Saúde**  
**Congresso Científico**

**(35) 3222 2344**  
**[www.enaf.com.br](http://www.enaf.com.br)**

**MOVIMENTO**  
Assessoria de Eventos





**MAX POWER**

**Bonita,  
elegante,  
atraente...**

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

**CYCLUS**

**Além de funcionais  
são bonitos.**



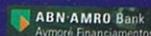
**Temos esteiras, bicicletas e spinning  
direto da fábrica.**

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



**Cadastre sua revenda  
(16) 3996 9938**

**www.  
maxpower.ind.br**



**Glúteo**



**Cross Over**



**Polia Superior**



**Mult Power**



**Run 45**



**Pec Deck Gold**



**Adutor Gold**



**Leg Press 45 Gold**



**Supino Vertical Gold**



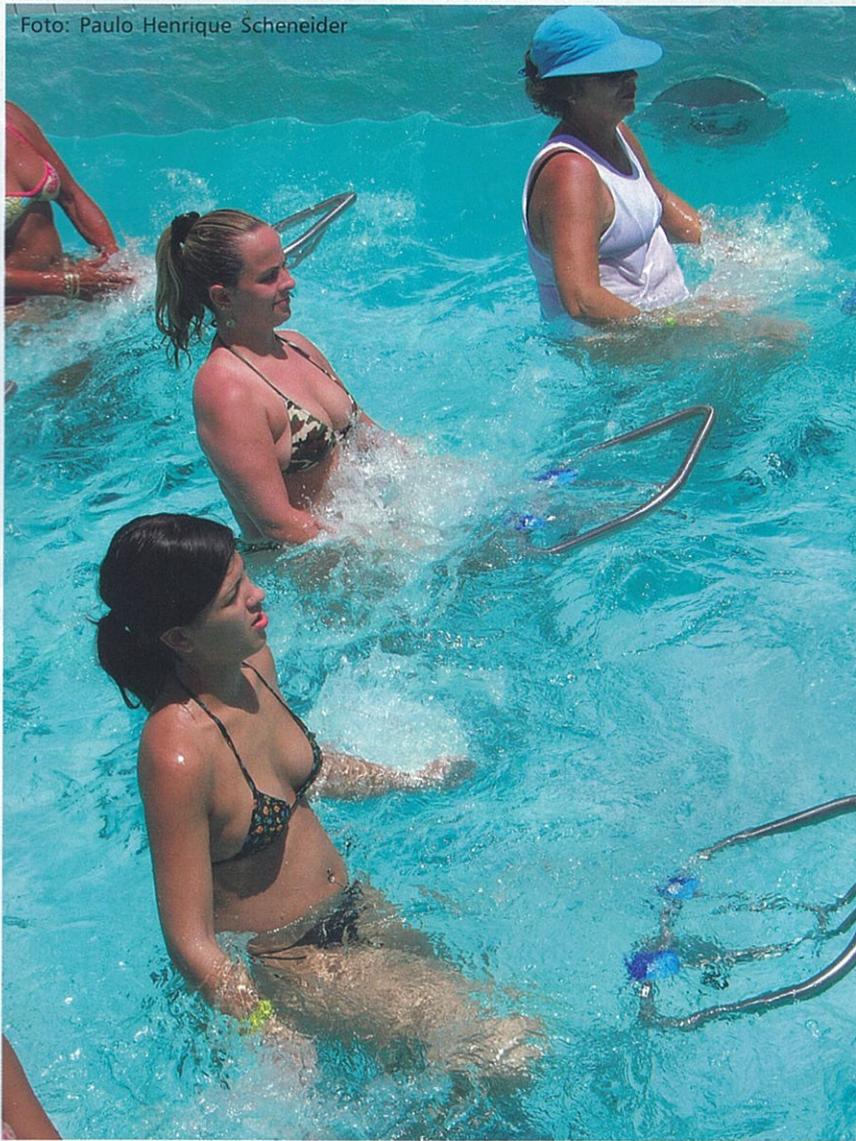
**Panturrilha Vertical**



**Halteres Cromados**

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

Foto: Paulo Henrique Schneider



### Planejar investimento e aulas

A Hidrobike oferece hoje um suporte de atendimento, onde a empresa interessada na modalidade pode solicitar a montagem de um plano de negócio, onde será avaliada a viabilidade financeira do investimento, as metas de trabalho, deixando claro o tempo de retorno do investimento e lucratividade a ser atingida em períodos de 12 e 24 meses.

*"Convictos de que precisávamos mostrar aos gestores das empresas que além de inovar, o investimento tem efeito de retenção, atrai novos clientes e é um investimento rentável, desenvolvemos mais uma ferramenta que monta o plano de negócio perso-*

*nalizado de acordo com a realidade de cada empresa"* - (Vladimir Rodrigues Júnior, gerente comercial da empresa).



A equipe de instrutores da Hidrobike, que capacita profissionais por todo país, nos principais Congressos e Feiras, leva o conhecimento científico atualizado anualmente aos profissionais das academias que adquirem a bicicleta. Os profissionais viajam pela Europa e América do Norte periodicamente sempre se atualizando e se especializando para aprimorar as aulas oferecidas pelas academias aos seus alunos.

Este programa de aulas e estratégias tem um formato adequado para diferentes perfis de praticantes de uma maneira divertida, dinâmica e efetiva seguindo os padrões do exercício aquático, ou seja, explorando e respeitando o meio líquido.

A Hidrobike está presente em mais de 250 academias espalhadas pelo país, nos programas de treinos de mini-circuitos, triathlon aquático e aulas de Hidrobike coletiva, contagiando o público.

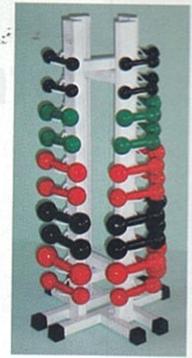
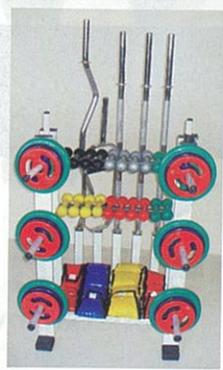
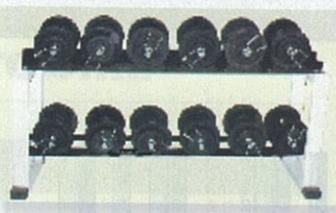
Desde navios de cruzeiros, academias, clubes, colégios e até em clínicas especializadas em Hidroterapia, o equipamento se tornou mais uma ferramenta de confiança nas diversas propostas de tratamento e treinamento.

# UP'LIFT

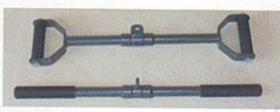


## weight lifting equipment

### Lojista, Seja nosso revendedor



Fabricação Própria  
- Barras - Puxadores - Estantes  
- Mini Jump - Caneleiras



Fabrica : Rua Riviera, 96 - Jacaré - Rio de Janeiro - RJ Tel.: 21 2581-5254 [uplift@uplift.com.br](mailto:uplift@uplift.com.br) [www.uplift.com.br](http://www.uplift.com.br)

## MERCUR

Desde 1924



## Pisos Mercur

Mais segurança e conforto para a sua academia.

A Mercur oferece ótimas opções de revestimentos para as mais variadas situações. São pisos especiais para academias, áreas de desenvolvimento físico e reabilitação, criando espaços acolhedores e seguros, além de valorizar a decoração do ambiente, com muitas alternativas de cores e superfícies. Os pisos podem ser fornecidos para serem colados no contra-piso ou no conceito Fit - placas que se encaixam como um quebra-cabeça.

Conheça outras opções de produtos Mercur para as mais variadas aplicações.

Fone: (51)3719.9500 - [www.mercur.com.br](http://www.mercur.com.br) - [revestimentos@mercur.com.br](mailto:revestimentos@mercur.com.br)

15 ANOS DE EXPERIÊNCIA EM EQUIPAMENTOS PARA GINÁSTICA

Linha Top Tub 4"



Linha Slim



Multifunções



Composição variável sob consulta. Exclusividade Via Mano Fitness

# VIA MANO FITNESS

equipment®

Qualidade de quem sabe o que faz ...

VENDAS DIRETO DA FÁBRICA

(31) 3681-5030

[www.viamanofitness.com.br](http://www.viamanofitness.com.br) - [vendas@viamanofitness.com.br](mailto:vendas@viamanofitness.com.br)

Av. João Azeredo Coutinho, 100 - Galpão A - Lagoa Santa - MG



Linha Tub Star 3"

# Resultado com a compra de HIDROBIKES

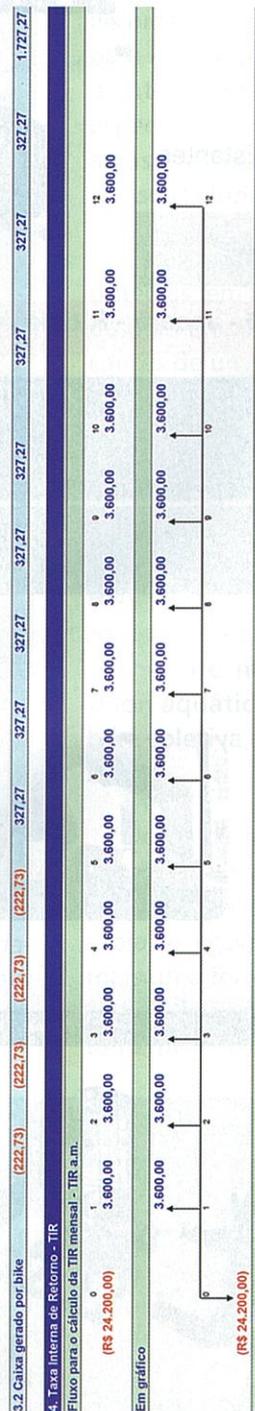


1. Dados Iniciais	Valor
Receitas = Mensalidades	R\$ 120,00
Mensalidade 3 dias/semana	R\$ 2.400,00
(+) Receita total com turma 3 dias/semana	R\$ 90,00
(+) Receita total com turma 2 dias/semana	R\$ 1.800,00
<b>Gastos</b>	
Preço unitário Hidrobike	R\$ 2.200,00
Quantidade	11
<b>Gasto total com Hidrobike</b>	<b>R\$ 24.200,00</b>
4	
11	
4	
(-) Pagamento mensal das Hidrobikes	R\$ 6.050,00
Gasto com Professor (S / hora-aula)	R\$ 15,00
(-) Gasto mensal com Professor	R\$ 600,00

2. Turmas	Nome da Turma	Dias	Horário	Qtde Alunos
Turma A	seg, qua e sex	7:00 até 7:50	10	
Turma B	seg, qua e sex	8:00 até 8:50	10	
Turma C	seg, qua e sex	16:00 até 19:50	10	
Turma D	seg, qua e sex	19:00 até 20:50	10	
Turma E	ter e qui	7:00 até 7:50	10	
Turma F	ter e qui	8:00 até 8:50	10	
Turma G	ter e qui	16:00 até 19:50	10	
Turma H	ter e qui	19:00 até 20:50	10	

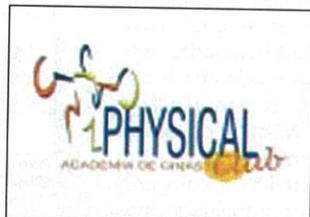
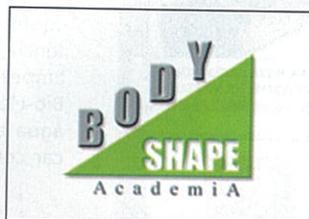
2.1 Grade Horária Ciclismo Aquático						
	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	
	Turma	qtde alunos	Turma	qtde alunos	Turma	qtde alunos
7:00 até 7:50	Turma B	10	Turma F	10	Turma B	10
8:00 até 8:50	Turma D	10	Turma H	10	Turma D	10
19:00 até 19:50	Turma D	10	Turma H	10	Turma D	10
Total de Alunos	40					
Total horas aulas	40					

3. Caixa	1º Ano													
3.1 Fluxo de Caixa	0	Jan	Feb	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total 1º ANO
Caixa Inicial	0	(2.450,00)	(4.900,00)	(4.900,00)	(7.350,00)	(9.800,00)	(6.200,00)	(2.600,00)	1.000,00	4.600,00	8.200,00	11.800,00	15.400,00	0,00
(+) Recebimento Mensalidade	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	50.400,00
(-) Custo Professor	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
(-) Custo Bike	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	24.200,00
(-) Custo Manutenções	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	(2.450,00)	0,00
(=) Resultado Financeiro	(2.450,00)	(4.900,00)	(7.350,00)	(9.800,00)	(12.250,00)	(14.700,00)	(17.150,00)	(19.600,00)	(17.100,00)	(14.550,00)	(12.000,00)	(9.450,00)	(6.900,00)	19.000,00
Caixa Final	(2.450,00)	(7.350,00)	(9.800,00)	(12.250,00)	(14.700,00)	(17.150,00)	(19.600,00)	(22.050,00)	(24.500,00)	(26.950,00)	(29.400,00)	(31.850,00)	(34.300,00)	19.000,00
3.2 Caixa gerado por bike	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	(222,73)	1.727,27



4.2. TIR = 78,51% a.a.

## Academias parceiras da Hidrobike

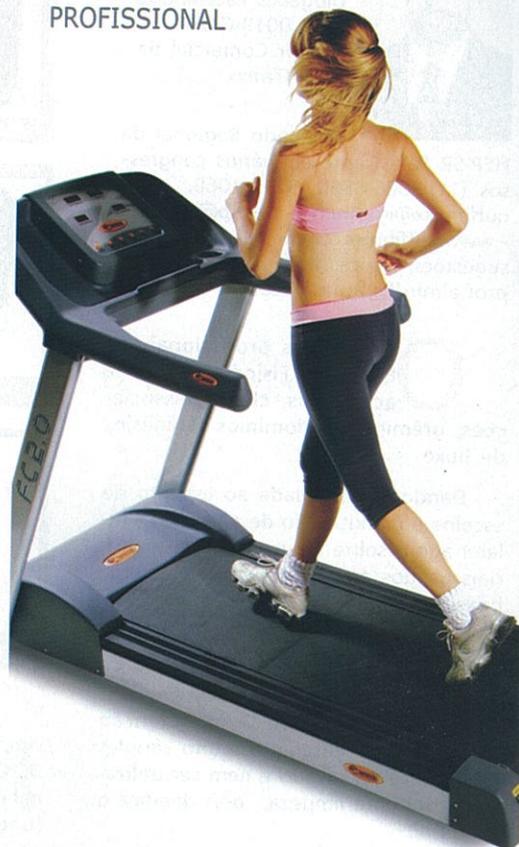


ppublicidade.com.br

## Saia na frente

com a nova Supertech

FC 2.0  
PROFISSIONAL



A nova esteira FC 2.0 Profissional da Supertech oferece design arrojado com muito conforto e segurança.



Com mecanismo que garante absorção de impactos e 8 programas de treinamento pré definidos, a FC 2.0 é o máximo em qualidade e tecnologia que você pode encontrar no mercado.

**SUPERTECH**

Consulte nossos representantes: [www.supertechfitness.com.br](http://www.supertechfitness.com.br)

R. Bernardo Guimarães, 50 - Jd das Bandeiras - Jundiaí - SP  
Tel: (11) 4601-1146 - e-mail: [sac@supertechfitness.com.br](mailto:sac@supertechfitness.com.br)

## Dicas de escolha e manutenção de acessórios - 4ª 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. Mande suas sugestões, críticas e perguntas para: prof.almirdf@hotmail.com.

**O**lá, colegas profissionais de Educação Física e donos de academias, clubes, associações, grêmios, condomínios e ginásios de boxe.

Dando continuidade ao assunto de escolha e manutenção de acessórios, farei agora sobre alguns tipos de materiais usados em aulas de boxe e aerobex.

**Lovas de Bate Saco.** Existem 4 tipos: corvim, poliuretano, mista (couro e bidim) e couro, que estão na ordem crescente de durabilidade. A manutenção deste tipo de material é muito simples e não deve ser lavado e nem ser utilizado álcool para limpeza, pois danifica o material.

Lovas em corvim e poliuretano (PU): são confeccionadas nos tamanhos P, M, G e GG e nas cores vermelho, azul, preto, rosa e lilás. Podem ser limpas com produtos multiuso ou Flash Bio-Clean diluído em 1 parte para 1 de água e esborrifar sobre a luva e secar com pano de algodão. Sempre após o uso, deixar em local arejado e seco para evitar o acúmulo de fungos e bactérias.

Lovas mistas (couro e bidim) e couro: limpar com produto multiuso ou Flash Bio-Clean diluído em 1 parte para 1 de água e esborrifar sobre a luva e secar com pano de algodão. Para higienizar a parte interna das luvas e assim eliminar fungos e bactérias, usar Lysoform em aerosol. Sempre após o uso, deixar em local arejado e seco o mais aberto possível. Para conservação deste tipo de luva, recomenda-se utilizar o silicone líquido ou aerosol na parte externa e em seguida passar um pano seco. Sempre após o uso, deixar em local arejado e seco para evitar o acúmulo de fungos e bactérias.



LUVA BATE SACO MOD. 01  
MATERIAL: CORVIM



LUVA BATE SACO MOD. 02  
MATERIAL: POLIURETANO



LUVA BATE SACO MOD. 03  
MATERIAL: COURO / BIDIM

**Lovas de Boxe.** Existem 3 tipos: corvim, mista (couro e bidim) e couro. LUVA DE CORVIM é confeccionada com material resistente nos tamanhos de 4 a 16 oz (onças) e em várias cores: vermelho, azul, preto e ultimamente muito procuradas as de cor rosa e lilás. A manutenção é semelhante às luvas bate saco. LUVAS MISTAS são confeccionadas com material de resistência moderada e nos tamanhos de 8 a 16 oz. A manutenção é igual à de bate saco mista e de couro. LUVAS DE COURO confeccionadas com material de alta resistência e com proteção de soft de alta durabilidade, nos tamanhos de 8 a 18 oz. Manutenção também semelhante à de bate saco.

Obs.: é recomendado que cada aluno tenha a sua própria luva tanto a de bate saco como de boxe para as aulas.



LUVA BOXE MOD. 01  
MATERIAL: CORVIM



LUVA BOXE MISTA MOD. 02  
MATERIAL: BIDIM / COURO



LUVA BOXE PROF. MOD. 03  
MATERIAL: COURO

**Luva foco e Aparador de chute:** confeccionado em corvim de alta resistência, EVA, soft e lã. A manutenção e limpeza com produto multiuso ou Flash Bio-clean diluído em 1 parte para 1 de água e esborrifar sobre o material e secar com pano de algodão.

**Protetor de Tórax e Protetor de cabeça fechado ou aberto:** confeccionado com corvim de alta resistência com EVA, soft e lã. As cores são vermelhas azuis e pretas. A manutenção deverá ser igual à luva foco e a conservação com silicone em aerosol e passar um pano seco de algodão.



LUVA DE FOCO

APARA-CHUTE



PROTECTOR DE TÓRAX

PROTECTOR DE CABEÇA FECHADO

**Saco de Boxe:** confeccionado com tecido de capota de alta resistência nos tamanhos 50, 60 75, 90 cm e 1, 1,20 e 1,30 m e também nas medidas especiais de 1,60 e 1,80m. As cores podem ser vermelhas azuis e pretas. A manutenção deverá ser feita com produto multiuso ou Flash Bio-Clean diluído em 1 parte para 1 de água e esborrifar sobre o saco e secar com pano de algodão.

Obs. O Flash Bio-Clean é um produto com formulação química que confere um alto poder de assepsia com propriedades microbiológicas sobre: algas, bactérias aeróbias e anaeróbias, fungos e bactérias. E contém silicone. ●

# RETENÇÃO DE ALUNOS NA PALMA DA SUA MÃO!

## RÁDIOACADEMIA®

ACADEMIA CHEIA

• ACADEMIA LOTADA

• LOTAÇÃO MÁXIMA

### SUCESSO ABSOLUTO EM MAIS DE 1.000 CLIENTES EM TODO BRASIL!

Proporcione a seus alunos um ambiente ainda mais agradável, contagiante e dinâmico através de uma programação musical inteligente, que muda e acompanha o perfil do seu público e suas variações do decorrer do dia, tocando a música certa no momento certo.

Com RÁDIOACADEMIA® - ListenX você ainda tem a oportunidade de comunicar-se com seus alunos enquanto estão treinando e divertindo-se em sua academia.



Music & Emotion for Business

Você poderá incluir anúncios de suas aulas, campanhas, promoções e eventos, turbinando sua comunicação interna e potencializando todos os resultados de suas ações de Marketing!

Ligue agora e descubra todas as vantagens e benefícios que só a ListenX pode trazer para você.

[www.listenx.com.br](http://www.listenx.com.br) - [contato@listenx.com.br](mailto:contato@listenx.com.br) - Tel: 11 5572-7716

# Entrevistamos Fernando Fonseca, criador e divulgador do Postural Flex no Brasil

**N**os dias de hoje, buscar novidades e atualizações é o que mantém a frequência alta e lucrativa dentro das academias. Os alunos gostam de ver inovações, variações divertidas dentro das antigas aulas e de benefícios reais.

Pensando nisso a revista *Empresário* fez um bate papo com o Professor Fernando Fonseca, criador do Postural Flex. Todos os detalhes dessa entrevista segue a baixo e caso queiram maiores informações basta enviar um e-mail ao Professor Fernando Fonseca.

• **O que é o Postural Flex?**

Método de exercícios que atua na reorganização postural dos praticantes, utilizando um equipamento onde os exercícios de alongamento e força de sustentação são otimizados trazendo ótimos resultados em até 08 sessões.

• **Quando foi desenvolvido e porque?**

Há 09 anos, quando eu era Coordenador da Academia Bioritmo, sentia que os alunos tinham dificuldades em realizar tais exercícios de alongamento sem algum equipamento para ajudá-los. Foi na Itália (Milão) que conheci uma técnica bem parecida e a partir disso resolvi desenvolver algo parecido e que pudesse ser aplicado por aqui.



• **Qual o objetivo em relação ao uso desse aparelho?**

O objetivo é fazer com que o praticante consiga otimizar ao maximo todos os exercícios de alongamento e força de sustentação, tendo maior segurança, sendo que sempre executará os exercícios com total apoio.

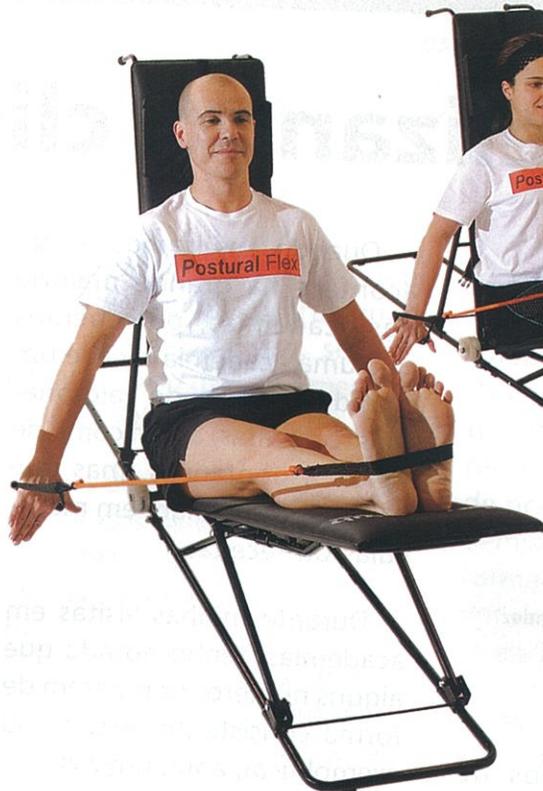
• **Quem pode praticar?**

A princípio este método de exercícios foi criado para todo tipo de pessoa.

• **Existe um método para se usar?**

Sim como já foi citado acima, e tal método possui mais de 300





exercícios, tornando a aula dinâmica e bem variada, evitando assim a monotonia que normalmente acaba por atingir as aulas de alongamento.

**• É necessário ter um profissional de Educação Física para aplicar o método?**

SIM.

**• Há quanto tempo existe o método?**

08 anos.

**• Como se faz para adquirir o aparelho, o método e o treinamento para iniciar esse programa na academia?**

É comprando os equipamentos, mínimo de 10 equipamentos para aulas coletivas ou apenas 01 para sessões individuais. Os profissionais recebem um curso para trabalhar com o método que dura em média 01 dia.

**• Existe algum trabalho ou pesquisa que possa mostrar**

**a real melhora dos praticantes e/ou usuários?**

Foram feitas algumas pesquisas informais na academia Bioritmo. Percebemos a total satisfação dos usuários deste método.

**• Quanto custa o aparelho? No valor está incluso o treinamento? Se não, quanto**

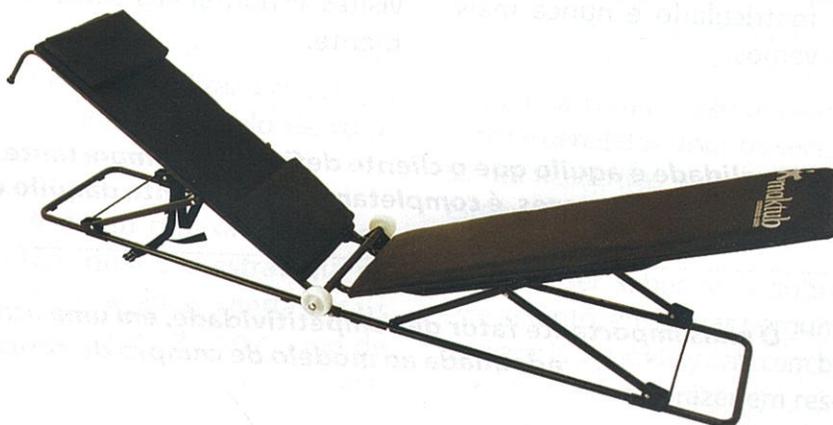
**mais o empresário deverá investir?**

10 equipamentos R\$ 3.790,00 em 03 x sem juros.

01 equipamento R\$ 479,00 em 03x sem juros.

Curso R\$ 1.000,00 sendo 50% no ato e os outros 50% em 03 vezes. ●

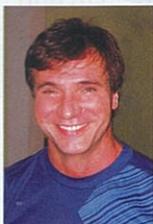
**Contato:  
Professor Fernando Fonseca  
jf3@uol.com.br**



# Fidelizando clientes



Luis Perdomo



Mauricio Fernandez

**N**estes tempos de competição impiedosa onde nossos clientes (alunos) fazem suas opções de compras baseados em percepções pessoais e que, muitas vezes desconhecemos, precisamos entender quais são as melhores formas de comunicação e venda de nossos serviços.

Muitas vezes me perguntam como entender, de forma racional, o comportamento dos clientes já que visitam nossas academias como quem passeia no shopping e após alguns minutos saem sem ter se matriculado e nunca mais os vemos.

Quando analisamos o que acontece na grande maioria das academias, percebemos que uma academia recebe um grande número de telefonemas (consultas) assim como de visitas espontâneas, mas que não se transformam em matrículas ou receitas.

Durante minhas visitas em academias, tenho notado que alguns números se repetem de forma consistente. Assim vou exemplificar, aqui, um caso hipotético para que vocês, leitores, façam sua própria análise dentro do seu contexto específico, mudando os números para a sua realidade.

Ex.: A Academia Sports (nome fictício) tem 300 clientes no início do ano - janeiro.

A Academia Sports recebe entre 30 e 40 telefonemas por semana que perfazem um total de 120 a 160 novos contatos mensais.

A Academia Sports também recebe uma média de 20 visitas espontâneas semanalmente.

A Academia Sports tem feito uma média de 40 novas matrículas por mês durante os últimos 12 meses, o que perfaz um total de 500 novas matrículas somente neste ano.

No entanto, a Academia Sports continua com o mesmo número (300) de clientes que tinha há 12 meses atrás. Será que os serviços são insatisfatórios e os profissionais despreparados?

Na verdade alguns dos profissionais da Academia Sports também trabalham em academias renomadas, como é comum entre estes profissionais. Os profissionais são perfeitamente capacitados e, portanto, parece não ser este o problema.

Se analisarmos os números, percebemos que entre contatos telefônicos (1440) e visitas (960), a Academia Sports recebeu um total de 2400 clientes interessados.

No entanto, a Academia Sports só converteu 500 inte-

***“Qualidade é aquilo que o cliente define como importante e fundamental para ele o que, muitas vezes, é completamente diferente daquilo que nós imaginamos”.***

***O mais importante fator de competitividade, em uma academia, é utilizar a estratégia adequada ao modelo de compra do consumidor atual.***

**Utilizar novas técnicas de vendas, formar equipes especialmente treinadas e preparadas para entender pessoas diferentes, com objetivos diferentes, é hoje uma necessidade premente de qualquer academia, ou seja, devemos transformar nossa antiga recepção em um eficiente departamento de marketing e vendas.**

ressados em clientes matriculados o que dá um aproveitamento de 20% aproximadamente ou somente 1 a cada 5 interessados foi convertido em matrícula.

Para piorar a situação a Academia Sports deveria ter um total de 800 clientes (alunos) matriculados, considerando o início do ano com 300 clientes mais 500 novas matrículas ao longo do ano.

O que está acontecendo na Academia Sports e, talvez, na sua?

Bem... pela minha experiência profissional não há nada de errado com a qualidade dos serviços, equipamentos, estruturas, etc. das academias, até mesmo das mais simples.

As academias que contam com instalações mais acanhadas também praticam um preço menor comparado com aquelas que possuem estrutura e equipamentos mais sofisticados.

No entanto o exemplo acima é válido para uma grande parte das academias, desde aquelas que cobram R\$ 120,00 a aquelas que cobram R\$ 50,00 de mensalidade. Isto é o comportamento de compra e consumo dos serviços de nossos clientes (alunos) que é parecido em praticamente todas as academias.

Algumas academias vêm desenvolvendo estratégias bem sucedidas para, se não eliminar pelo menos, amenizar este problema.

Elas descobriram que a qualidade dos serviços, que já foi um grande diferencial no início da indústria do fitness, é hoje uma obrigação. Assim, não podemos considerar como um fator de competitividade determinante no sucesso do negócio.

É claro que a qualidade continua sendo importante mas o que é qualidade? São instalações? Certificação dos profissionais? Estrutura?

Bem... em minha opinião qualidade é aquilo que o cliente define como importante e fundamental para ele o que, muitas vezes, é completamente diferente daquilo que nós imaginamos.

O modelo de compra dos clientes determina o que, e por quanto tempo, ele irá consumir. Assim, o mais importante fator de competitividade, em uma academia, é utilizar a estratégia adequada ao modelo de compra do consumidor atual.

A nossa reflexão deve ser, então, qual é a estratégia de comunicação e vendas mais adequada a este novo tipo de consumidor mais volúvel e exigente.

Utilizar novas técnicas de vendas, formar equipes especialmente treinadas e preparadas para entender pessoas diferentes, com objetivos diferentes, é hoje uma necessidade premente de qualquer academia, ou seja, devemos transformar nossa antiga recepção em um eficiente departamento de marketing e vendas.

As academias que tem investido consistentemente nas pessoas que recebem 100% dos contatos, estão conseguindo aumentar, significativamente, o número de matrículas e fidelização de clientes.

Algumas delas estão atingindo taxas de conversão acima de 50%, 60% e 70%, se transformando em um verdadeiro sucesso. No caso da Academia Sports o número de novas matrículas seria elevado para algo em torno de 1000 nos últimos 12 meses.

Nos dias 05 e 06 de Setembro estaremos discutindo este assunto e maior profundidade durante o Fórum de Gestão de Academias que acontecerá no Anhembi. Durante o Fórum serão apresentados e debatidos casos de sucesso das academias que aplicaram este novo modelo de gestão.

Se quiser saber mais sobre este assunto, envie suas perguntas para: [luis@acadesystem.com.br](mailto:luis@acadesystem.com.br) que terei imenso prazer em responder. ●

# Exercícios para artrite reumatológica



Marcelo Mathias  
Professor de  
Educação Física e  
Personal Trainer.  
CREF/SP 003927/G

mathiasfaria@hotmail.com

**E**sse artigo responde perguntas gerais sobre artrite e exercícios físicos. A quantidade e tipo de exercício recomendado para cada indivíduo irá variar dependendo de quais articulações estão envolvidas, a severidade da inflamação, o quanto estáveis estão as articulações, e se houve algum procedimento para substituição da articulação. Um médico capacitado, que tenha conhecimento das necessidades médicas e de reabilitação de pessoas com artrite, trabalhando com um professor de educação física que também é familiar com pessoas com artrite, pode elaborar um programa de exercícios personalizado para cada paciente.

## Por que se deve fazer exercícios?

Pessoas que são fisicamente ativas, são mais saudáveis e vivem por mais tempo, quando comparadas àquelas inativas. Isto é verdade para todos, mas especialmente para aquelas com reumatismo. Os benefícios do exercício físico são bastante conhecidos de todos, mas existem alguns que se mostraram extremamente importantes para os pacientes reumáticos.

A artrite é uma das maiores causas de limitação da atividade física e, a inatividade pode piorar a doença, criando um círculo vicioso, que vai complicando cada vez mais o quadro, dificultando a melhora. Muitas das pessoas que têm artrite estão "fora de forma", são mais "fracas", com menos flexibilidade, sentindo mais dor que o necessário, devido principalmente às "complicações" da inatividade.

Dor, rigidez, fadiga e o medo de piorar, podem fazer com que o paciente reaja contra o exercício. No entanto, para o reumático, um programa de exercício apropriado é extremamente importante e saudável.

## Que tipos de exercício são úteis e seguros?

Trabalhos mostram que muitas pessoas com artrite podem participar se-

guramente de programas de exercício regulares, procurando alcançar uma melhor condição aeróbica, aumento da força muscular, da resistência e flexibilidade, facilitando tarefas do dia a dia, como caminhar, se abaixar, cuidar dos afazeres domésticos. Há três tipos principais de exercícios, cada com um papel na melhora da saúde, aptidão e, reduzindo a incapacidade e a dor relacionada à patologia.

**Alongamentos:** são exercícios suaves, que praticados diariamente, promovem uma melhora da qualidade muscular, aumento da flexibilidade e, se feito corretamente, reduzem as lesões provocadas pelo esforço do dia a dia. São a base de qualquer programa de reabilitação.

**Condicionamento Muscular (força e resistência):** estes são mais vigorosos que o anterior e, normalmente executado em dias alternados. Eles são indicados para um aumento da quantidade e qualidade do músculo, trabalhando com cargas e resistências crescentes. Exige controle estrito de um técnico especializado, como um professor de educação física, além do médico, é claro.

**Condicionamento Aeróbico:** estes incluem atividades que usam os músculos do corpo de modo rítmico e repetitivo, melhorando a condição cárdio respiratório e função muscular. Também é o tipo de exercício que tem benefícios para o controle do peso, humor e saúde geral. Exemplos deste tipo de exercícios são: caminhar, dançar, natação, hidroginástica ou ginástica aeróbica (sempre de baixo impacto), andar de bicicleta, etc.

Você sabia? Um método grosseiro de analisar se seu ritmo no exercício está correto é o de falar enquanto caminha, por exemplo. Isto não poderá provocar falta de ar. Não esqueça que é fundamental ir ao médico antes de iniciar qualquer tipo de exercício, somente ele poderá afirmar qual o melhor para o seu caso e, o ritmo indicado. As recomendações atuais para atividade uma atividade física indicam que 30 minutos de atividade aeróbica, moderada, 03 vezes na semana, são suficientes para manutenção de um estado saudável. Alguns trabalhos demonstram que para pacientes reumáticos este período pode ser dividido em 03 de 10 minutos com o mesmo benefício.

## Como escolher o melhor programa de exercício?

Um programa de exercício para uma pessoa com artrite inclui alongamento, fortalecimento muscular e atividades aeróbicas. O conteúdo e a progressão deste programa, depende de necessidades individuais e das incapacidades existentes. Os programas de exercícios de maior funcionamento serão aqueles onde a relação do reumatologista X paciente é mais intensa, pois a confiança é primordial para quebra das barreiras do medo da dor.

## Preparando-se para o exercício: Como começar?

- Discuta o programa de exercícios com seu médico.
- Comece com a supervisão de um fisioterapeuta ou preparador físico qualificado.
- Aplique calor nas articulações doloridas (opcional; muitas pessoas com artrite começam seus programas de exercícios dessa forma).
- Faça alongamento e aquecimento com exercícios de amplitude de movimento.
- Comece os exercícios de musculação devagar e com pesos leves (um peso de 0,5-1,0 kg pode fazer uma grande diferença).
- Progrida devagar.
- Use bolsa de gelo depois dos exercícios (opcional; muitas pessoas com artrite começam seus programas de exercícios dessa forma).
- Adicione exercícios aeróbicos.
- Considere exercícios recreativos apropriados (depois de fazer exercícios de extensão de movimento, alongamentos e aeróbicos). Poucas lesões na articulação afetada pela artrite acontecem durante exercícios recreativos se estes forem precedidos de exercícios de extensão de movimento, alongamentos e aeróbicos que colocam seu corpo na melhor condição possível.
- Pegue mais leve se as articulações ficarem doloridas, inflamadas ou com vermelhidão, e procure a causa com seu médico para eliminá-la.
- Escolha o programa de exercícios que mais goste e faça dele um hábito. ●

# AGORA FICOU FÁCIL ACHAR O PROFISSIONAL COM O PERFIL DA SUA EMPRESA!!

- O único sistema de empregos exclusivo para profissionais de Educação Física.
- Anuncie sua vaga gratuitamente para a maior comunidade de Educação Física da Internet
- Receba apenas currículos com o perfil para sua vaga
- Crie seu próprio banco de currículos on-line e agilize seu processo seletivo



www.sportsdesign.com.br

Portal da **educação**  
**FI** **ICA**

www.educacaofisica.com.br

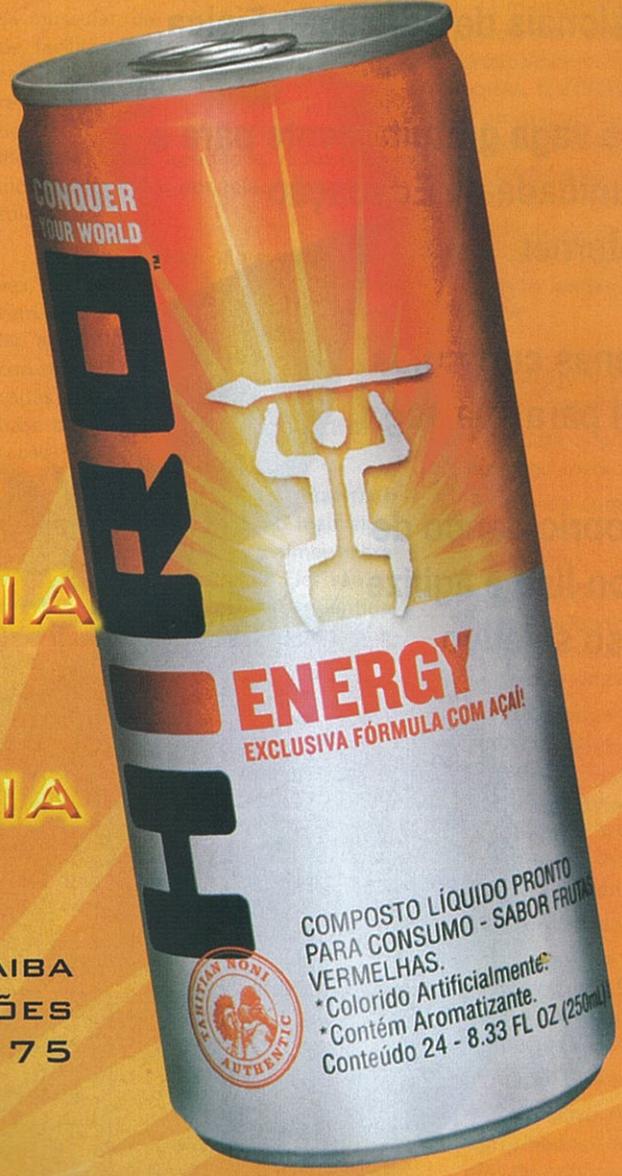
☎ 11 2281-7280

Acesse nosso canal Empregos:  
[www.educacaofisica.com.br/empregos](http://www.educacaofisica.com.br/empregos)

AGORA FICOU FACIL ACHAR O PROFISSIONAL  
COM O PERFIL DA SUA EMPRESA

PONHA  
ESSA  
ENERGIA  
EM SUA  
ACADEMIA

LIGUE AGORA E SAIBA  
MAIS INFORMAÇÕES  
(11) 3822.2275



**PHYSICUS**

Direto da Fábrica  
com a qualidade de sempre!



- Cadillac -  
LPP 04



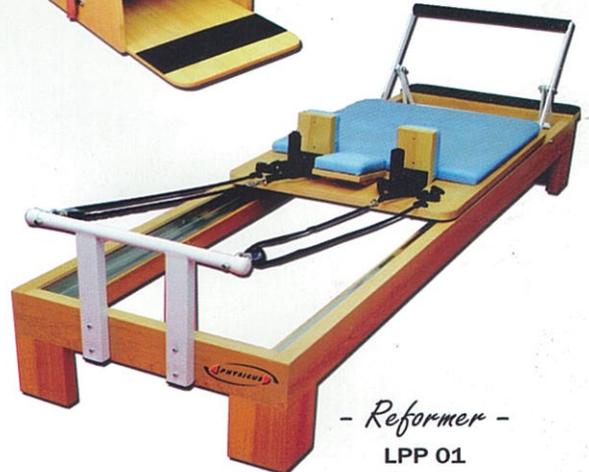
LPP 05 - Barrel -



LPP 03  
- Wall Unit -



Step Chair -  
LPP 02



- Reformer -  
LPP 01

## Coleção:

Os DVDs Clássicos do Pilates  
**CADILLAC/ REFORMER/ CHAIR**  
Exercícios, Variações e Seqüências.

Divididos em três blocos:

- Membros Inferiores**
- Membros Superiores**
- Flexibilidade**



**MAT PILATES**  
Exercícios, Variações e Seqüências.  
Divididos em três blocos:

- Iniciantes**
- Intermediário**
- Avançado**



**ATENDEMOS  
TODA AMÉRICA DO SUL**



D&C

**SAIBA MAIS SOBRE OUTROS PRODUTOS**

Fábrica - Show Room - Vendas

Fone: (17) 3482.9500

www.physicus.com.br - E-mail: vendas@physicus.com.br

Rod. Feliciano Salles Cunha, Km 566/SP 310 - Bairro Limoeiro - Cep. 15350-000 - Auriflamma/SP

Um aparelho que dispensa até o uso de energia elétrica só poderia dar resistência.



Mesmo sendo líder de mercado e presente em mais de 20 países, a Movement não pára de inovar. Prova disso é o Elíptico E 610 com 16 níveis de resistência eletromagnética e 10 programas de treinamento em um equipamento com design inovador, aliando tecnologia e conforto para quem busca a melhor performance. Saiba mais sobre essa novidade.

 **Movement**  
by Brudden

0800 772 40 80 [www.movement.com.br](http://www.movement.com.br)