

# PORTUGAL ACTIVO



PORTUGAL  
ACTIVO

Associação de Clubes de Fitness e Saúde

+ pessoas + activas + saudáveis

#09

SETEMBRO a DEZEMBRO / 2021

QUADRIMESTRAL

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA



## Em Destaque

14º Congresso Nacional  
Portugal Activo

p.20



## Barómetro

Impacto da pandemia Covid\_19  
na indústria do Fitness

p.24



## Conversa Puxa Conversa Com Jorge Gabriel

p.30

### MARKETING E VENDAS

As equipas comerciais na nova  
jornada de compra dos futuros  
clientes dos ginásios

p.08

### POPULAÇÕES ESPECIAIS

A utilização do termo  
funcional na conceção de  
programas de exercício  
para a população idosa

p.28

### GESTÃO, EMPREENDEDORISMO E LIDERANÇA

As aplicações (Apps) de fitness  
dos ginásios

p.34

# 14<sup>o</sup> CONGRESSO NACIONAL

22 E 23 OUTUBRO  
PAVILHÃO DO COMPLEXO DESPORTIVO  
MUNICIPAL DO CASAL VISTOSO  
LISBOA



PORTUGAL ACTIVO

# RESILIÊNCIA DO FITNESS RECUPERAR COM ESTRATÉGIA



**JOSÉ CARLOS REIS**  
PRESIDENTE PORTUGAL ACTIVO

## Editorial

### Rumo à Recuperação!

Com a publicação da Orientações da DGS para os Clubes de Fitness & Saúde no passado dia 1 de Outubro, abriu-se uma janela de esperança para todos os que directa ou indirectamente trabalham no nosso Sector.

O Sector, nos últimos meses, foi duramente maltratado. Não houve qualquer sensibilidade para uma área que tem um impacto directo na saúde dos Portugueses, que se comportou sempre com grande responsabilidade no cumprimento das regras, demonstrando que era seguro treinar nos Clubes de Fitness. Com as percas acumuladas durante, praticamente, os dois últimos anos, esta era a última oportunidade para que nos pudéssemos reerguer, sob pena de um maior número de Clubes fecharem (encerraram cerca de 300 Clubes neste período). Para a maioria dos Clubes, esta foi uma prova dura de resiliência e determinação, lutando de forma criativa e muito empenhada para conseguirem subsistir, tentando manter o maior número de postos de trabalho, apesar de não ter havido quaisquer apoios específicos para o Sector e muitos daqueles apoios que foram colocados à disposição da economia não terem ainda sido recebidos, ou foram

atribuídos de forma muito reduzida. Teremos de, a partir de agora, ter ânimo e esperar que todos aqueles que estavam nos nossos Clubes a praticar antes da pandemia regressem e que, muitos novos aderentes ao exercício físico se inscrevam. Se algo de positivo o Covid-19 nos trouxe, foi o reconhecimento generalizado que o exercício físico é indispensável para a saúde e melhoria da qualidade de vida de todos.

Associado a esta abertura dos Clubes, quase sem restrições, iniciámos o processo de apresentação e discussão com os Grupos Parlamentares da Assembleia da República, das medidas necessárias para que o nosso Sector se possa afirmar definitivamente e possa almejar num futuro próximo a aproximar-se à média europeia de taxa de penetração de Fitness. Hoje em dia temos uma taxa de inferior a 5%, quando no final de 2019 era de 7% e a média europeia superior a 10%. Pretendemos que haja benefícios fiscais em sede de IRS para os praticantes de Fitness, mesmo que seja uma percentagem da totalidade dos custos anuais, que o IVA do Fitness como actividade promotora de Saúde seja reduzido

e que, as empresas que paguem ou subsidiem a actividade física dos seus colaboradores, possam ter benefícios em sede de IRC. São estes os desafios que se nos colocam e que acreditamos possíveis de alcançar. Somos um Sector com futuro, com grandes hipóteses de crescimento, queiram o Governo e demais partidos com assento na Assembleia da República dar finalmente o devido valor ao exercício físico, de forma a que possamos ser cada vez mais um País com pessoas saudáveis e activas.

## PORTUGAL ACTIVO

NÚMERO 09  
SETEMBRO  
a DEZEMBRO / 2021

### Propriedade, Edição e Sede de Redação

Portugal Activo - Associação  
de Clubes de Fitness e Saúde  
Rua Rodrigo da Fonseca, 56 - Cave,  
1250 -193 Lisboa

219 242 607  
info@agap.pt  
www.portugalactivo.pt  
NIPC: 504542400

### Diretor

José Carlos Reis  
presidente@agap.pt

### Diretor Adjunto

José Luís Costa  
vice-presidente@agap.pt

### Conselho Editorial

Alexandre Mestre  
António Sacavém  
Joaquim Machado Caetano  
José Luís Costa  
Pedro Aleixo  
Rui Marques

### Coordenadora

Joana Fortuna  
joana.fortuna@agap.pt

### Design e Produção Gráfica

Addmore  
addmore@addmore.pt

### Impressão

Aos Papeis  
Estrada da Circunvalação,  
2B, Arm. 9  
2790-194 Carnaxide

### Tiragem

1.000 Exemplares

### Periodicidade

Quadrimestral

### Número de Registo ERC

ERC 127250

### Depósito Legal

452254/19

### Estatuto Editorial

Disponível em <http://www.portugalactivo.pt/estatuto-editorial-revista-portugal-activo>

Os conteúdos foram redigidos de acordo com a antiga ortografia.

Proibida a reprodução total ou parcial de textos, desenhos, gráficos e fotos sem autorização prévia do editor.

A Portugal Activo não se responsabiliza pelas opiniões expressas pelos autores, nem se identifica necessariamente com as mesmas.

# ACEDA À REVISTA PORTUGAL ACTIVO ATRAVÉS DO COMPUTADOR, TABLET OU SMARTPHONE



20 e 21 de novembro 2021



— XX Convenção Internacional —

**AQUA ACADEMY**

**MUNDO HIDRO**

SABE MAIS EM:

[aqua-academy.pt](http://aqua-academy.pt)

AQUA  
**ACADEMY**

p.30



# CONVERSA PUXA CONVERSA

Apaixonado pela comunicação e com um estilo de vida onde o exercício físico não pode faltar, **Jorge Gabriel** fala sobre o que valoriza no seu treino e de que forma os Clubes de Fitness poderiam comunicar para chegar mais facilmente à população inactiva.

p.08



**Marketing e Vendas:** As equipas comerciais na nova jornada de compra dos futuros clientes dos ginásios

p.14



**Ética e Direito no Desporto:** Crianças ativas, se possível num ginásio, mas sempre na idade e na actividade certas

## 08 · Marketing e Vendas

As equipas comerciais na nova jornada de compra dos futuros clientes dos ginásios

## 10 · Notícias Portugal Activo

## 12 · Notícias Nacionais

## 13 · Notícias Internacionais

## 14 · Ética e Direito no Desporto

Crianças ativas, se possível num ginásio, mas sempre na idade e na actividade certas

## 16 · Agenda

## 18 · Ray Algar

Olhar para além da pandemia

## 20 · Em Destaque

14º Congresso Nacional Portugal Activo

## 22 · Laura McStay

A maneira mais rápida de colocar o seu clube em plena forma

## 24 · Barómetro

Impacto da pandemia Covid\_19 na indústria do Fitness

## 28 · Populações Especiais

A utilização do termo funcional na conceção de programas de exercício para a população idosa

## 30 · Conversa Puxa Conversa

Jorge Gabriel

## 34 · Gestão, Empreendedorismo e Liderança

As aplicações (Apps) de fitness dos ginásios

## 35 · IPDJ

Semana Europeia do Desporto 2021

## 38 · Quero Saber Gedipe

## 40 · Formação

## 41 · Publicações

## 42 · Especialistas

## 43 · Parceiros Portugal Activo

p.18



**Ray Algar:** Olhar para além da pandemia

p.28



**Populações Especiais:** utilização do termo funcional na conceção de programas de exercício para a população idosa

n.20



**Em Destaque - 14º Congresso Nacional Portugal Activo**

p.34



**Gestão, Empreendedorismo e Liderança:** As aplicações (Apps) de fitness dos ginásios: características, vantagens de utilização e o comportamento dos membros

# PEÇA JÁ O SEU!





# AS EQUIPAS COMERCIAIS NA NOVA JORNADA DE COMPRA DOS FUTUROS CLIENTES DOS GINÁSIOS

**Bruno Baliza**

Diretor Comercial do Fitness Hut

**A angariação de novos sócios sempre foi um fator decisivo no sucesso dos clubes de Fitness, seja pelas altas taxas de abandono de clientes que temos no nosso país, seja pela constante procura de aumento de faturação com vista ao aumento da rentabilidade do negócio.**

Desde a década de 90, com a entrada dos primeiros *Health Clubs* no nosso país, que o mercado de *Fitness* tem uma estratégia comercial focada no modelo **AIDA** criado por *St. Elmo Lewis* em 1898, onde a principal responsabilidade do marketing é despertar a **Atenção** de potenciais clientes (prospeto) e consequentemente angariar contactos, denominados habitualmente de leads, sendo esta a primeira etapa de funil comercial.

As restantes etapas do funil comercial, a partir daí, ficavam a cargo das equipas comerciais, sendo estas, responsáveis por levar o prospeto ao longo do funil passando pelas fases de **Interesse**, **Desejo** e com sucesso levando-o à **Ação**. Habitualmente, através de contactos telefónicos, convidavam-se os prospectos a visitar o clube, local onde todas as informações relativas à adesão, incluindo o preço, seriam reveladas, mesmo as que o potencial interessado já tivesse naquele momento ao telefone.

Ao longo dos últimos 20 anos, assistimos a uma revolução. Entrámos na era da informação, acessível a toda a hora, em qualquer lugar e com um simples toque de ecrã. Incrivelmente, hoje, os nossos telefones têm mais poder tecnológico do que toda a tecnologia que permitiu o ser humano fazer uma viagem à lua em 1969. Com esta revolução, os nossos potenciais clientes mudaram, assumindo maior controlo sobre as suas decisões de compra.

Os potenciais clientes, hoje, têm acesso à informação que pretendem, no momento, quer seja através de busca autónoma de clubes de fitness, quer seja através das redes sociais ou outras plataformas. Mais, os potenciais clientes querem obter a informação que desejam e, não apenas, a informação que os clubes pretendem entregar, com respeito pelo canal de comunicação preferencial para os mesmos.

Os potenciais clientes, que hoje usam plataformas de mensagens instantâneas, querem receber as respostas de imediato pelo mesmo canal e não, que lhes seja pedido o seu contacto telefónico para que, em chamada telefónica, lhes sejam explicadas condições de adesão e possam comprar. O risco desta estratégia é que, logo de seguida,

um concorrente seu, através de um anúncio pago nas redes sociais, capte estes prospectos, simplesmente porque está disposto a fornecer toda a informação ou muitas vezes, apenas esclarecer dúvidas à distância. Este risco aumenta se os potenciais clientes já visitaram páginas nas suas redes sociais, viram comentários positivos em publicações e, até mesmo, já trocaram mensagens com amigos que são, ou foram, clientes destes clubes. As empresas que não se adaptem a este novo mundo tecnológico terão, a cada ano que passa, mais dificuldade na angariação de novos clientes, em especial se não prepararem a sua jornada para ter as equipas comerciais prontas a vender, independentemente da plataforma em que o cliente esteja e comunique.

A nova jornada de cliente e o papel das equipas comerciais é, assim, completamente diferente do passado e é exigido a todos os clubes que preparem o seu negócio para essa mudança.

A informação dos clientes, passados e futuros, deve estar integrada, por forma a que as equipas comerciais possam agir eficazmente e, assim, poderem levar os potenciais clientes prontos a escolher e a comprar de imediato o seu clube.

A tecnologia e integração de sistemas serão fundamentais. Os clubes que não tenham integrada a informação dos seus prospetos, ou seja, fontes de angariação, campanha que os atraiu, mensagens instantâneas e/ou emails trocados, passado como sócio no clube e.g., não estarão a dar às suas equipas comerciais, todas as ferramentas necessárias e indispensáveis para fazer mais vendas.

O marketing das empresas terá, cada vez mais, um papel ativo em algo mais do que apenas despertar **Atenção** nos prospetos, como por exemplo, levar o cliente até a fase da **Ação**, muitas vezes sendo a venda terminada sem qualquer interação humana. E o papel das equipas comerciais? Serão elas alvo de uma substituição pelo marketing e tecnologia? Não, de todo.

Nesta recuperação pós-covid, a gestão criteriosa de recursos levará a que os gestores tenham especial atenção ao CAC (*Costumer Aquisition Cost*) ou CPA (*Cost Per Aquisition*), e cada vez mais a equipa comercial terá de estar integrada na jornada dos clientes, devendo estar sempre pronta para fazer a venda no momento que o prospecto esteja pronto para comprar, seja em que plataforma for.

Isto vai exigir que os ginásios preparem as suas equipas e as dotem de ferramentas para poderem rapidamente recuperar os níveis de sócios que tinham em 2019, com perspetivas de continuar a crescer, num mundo cada vez mais competitivo e, onde cada cliente dá cada vez mais importância à atenção, ao tempo e ao dinheiro.

As equipas comerciais caminharão para um modelo de produtividade de actividade, mais do que de mensuração simples do número de vendas total ou por consultor, que terá como pilares de base:

- *Revenue* por chamada/atendimento
- Custo por interação
- Produtividade pós venda (*after sale work time*)
- Produtividade por consultor
- Tempo médio de interação

“ Desde a década de 90, com a entrada dos primeiros *Health Clubs* no nosso país, que o mercado de Fitness tem uma estratégia comercial focada no modelo AIDA “



# ACTUALIZAÇÃO CHECKLIST DE OBRIGAÇÕES LEGAIS PORTUGAL ACTIVO

O Checklist de Obrigações Legais, disponibilizado pela Portugal Activo aos seus Associados, foi actualizado no passado mês de junho, nomeadamente, nos pontos relativos ao licenciamento da instalação desportiva e redacção de cláusulas contratuais. Foi, também, criada uma versão para os Açores, dada a especificidade da legislação da Região.



# PROTOCOLO IPLEIRIA PORTUGAL ACTIVO



A Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria e a Portugal Activo, formalizaram um protocolo de cooperação. Este protocolo visa fortalecer a relação da Associação com os institutos de ensino nacionais, nomeadamente, no âmbito da formação profissional, divulgação de informação, colaboração em eventos, projetos e outras iniciativas.

# ASSEMBLEIA-GERAL ORDINÁRIA PORTUGAL ACTIVO

Realizou-se a 30 de junho, uma Assembleia-Geral Ordinária para apresentação, discussão e deliberação sobre o Relatório de Actividades e Contas e respectivo parecer do Conselho Fiscal relativos ao ano de 2020.

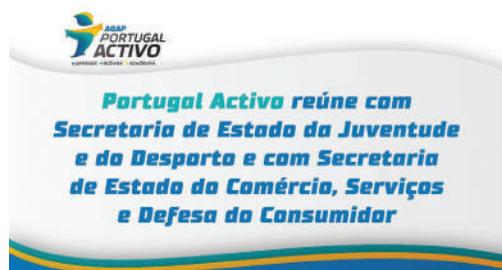
# LANÇAMENTO BARÓMETRO DO FITNESS 2020



Dia 06 de Agosto, foi lançado o Barómetro do Fitness 2020. Este documento apresenta os resultados de um estudo realizado em parceria entre a Portugal Activo e a Universidade Autónoma de Lisboa. Enquadra-se num projeto de médio prazo, assente numa metodologia científica de recolha de informação anual, de forma a permitir a caracterização da actividade nacional dos Clubes de Fitness.

## REUNIÃO PORTUGAL ACTIVO IPDJ

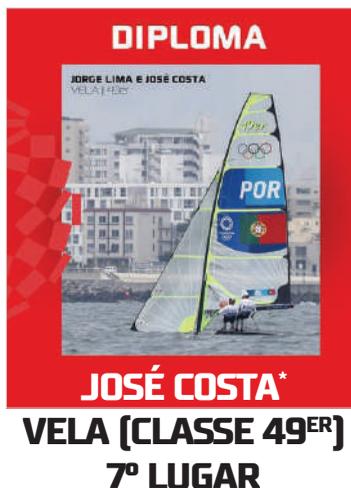
A Direcção da Portugal Activo reuniu no passado mês de julho com a Direcção do IPDJ para apresentar o projecto das Plataformas Regionais Portugal Activo. As Plataformas Regionais têm feito um trabalho extraordinário nas diferentes regiões do país, existindo já exemplos concretos de apoios atribuídos pelas Autarquias aos Clubes de Fitness locais entre outras iniciativas de sucesso.



A Portugal Activo reuniu no dia 30 de julho com as duas Secretarias de Estado para sensibilizar sobre as especificidades do Sector do Fitness e os problemas que o Coronapass irá trazer. Foi igualmente discutido o enquadramento do Sector nas diversas fases de desconfinamento apresentadas ontem pelo Governo.

## PROTOCOLO COM O COMITÉ OLÍMPICO DE PORTUGAL

Durante o Ciclo Olímpico Tóquio 2020, vigorou uma parceria entre a Portugal Activo e o Comité Olímpico de Portugal (COP) que permitiu aos atletas integrados no Programa de Preparação Olímpica (PPO) - Projeto Tóquio 2020 e no Projeto de Esperanças Olímpicas (PEO), a frequência gratuita em Clubes de Fitness & Saúde Associados. O balanço desta parceria é extremamente positivo, com cerca de 35 atletas a beneficiar do protocolo, dos quais 13 com participação nos Jogos Olímpicos de Tóquio. Destacamos o resultado de 2 atletas que conquistaram diploma Olímpico: Catarina Costa e José Costa. Um agradecimento a todos os atletas, treinadores e Clubes de Fitness associados!



\*AO LADO DE JORGE LIMA

NOTÍCIAS NACIONAIS

## GRUPO BALANCE COMPANY



O Grupo Balance Company aumentou a sua rede com 6 novos clubes em menos de 2 meses. Aproveitando a saída do lockdown em abril, a empresa abriu 5 novas unidades Fitness Factory (SmartCost) e 1 unidade Balance Club (Fitness Club Boutique).

NOTÍCIAS NACIONAIS

## SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DESPORTIVA

O Sistema Nacional de Informação Desportiva solicita inscrição e actualização dos dados de todos os Clubes na plataforma SNID.

O principal objectivo do SNID é ser um instrumento de suporte para o cidadão, no sentido de os aproximar dos Clubes, promovendo e divulgando uma rede de infraestruturas desportivas.



NOTÍCIAS NACIONAIS

## IPDJ PROGRAMA REATIVAR DESPORTO



O IPDJ criou o programa REATIVAR DESPORTO. Este programa disponibilizará um montante de mais 30 milhões de euros, a fundo perdido, para apoio direto a clubes desportivos, no processo de retoma da actividade desportiva federada.

NOTÍCIAS NACIONAIS

## PASSMÚSICA REDUÇÃO DE TARIFAS 1º E 2º TRIMESTRES 2021



PASS MÚSICA

A PassMúsica alargou a campanha de desconto de 30% nas tarifas relativas aos 1º e 2º trimestres de 2021, a novos Clubes.

Esta iniciativa, vem no seguimento da suspensão de cobranças por parte da entidade, durante o período em que os ginásios estiveram encerrados obrigatoriamente.

NOTÍCIAS NACIONAIS

## ESTUDO PRICE WATER HOUSE COOPERS

A PwC desenvolveu um estudo intitulado "Estudo Caracterizador do Setor do Desporto em Portugal e Impacto da Covid-19". Concluiu-se com este estudo que o desporto sofreu um abalo enorme no que diz respeito ao capital humano e financeiro, não tendo sido dada uma resposta concordante por parte das políticas governamentais. Apesar de um crescimento estimado para 2021, o sector estará longe dos valores pré-COVID.



NOTÍCIAS INTERNACIONAIS

## EUROPEAN HEALTH & FITNESS MARKET REPORT 2021



O novo European Health & Fitness Market Report 2021, publicação conjunta da EuropeActive e Deloitte, revela que o número de membros activos nos Clubes de Fitness e Saúde europeus caiu cerca de 10 milhões em 2020, representando uma perda de 15,4%.

NOTÍCIAS INTERNACIONAIS

## ELIZABETH CLARK – NOVA PRESIDENTE E CEO IHRSA

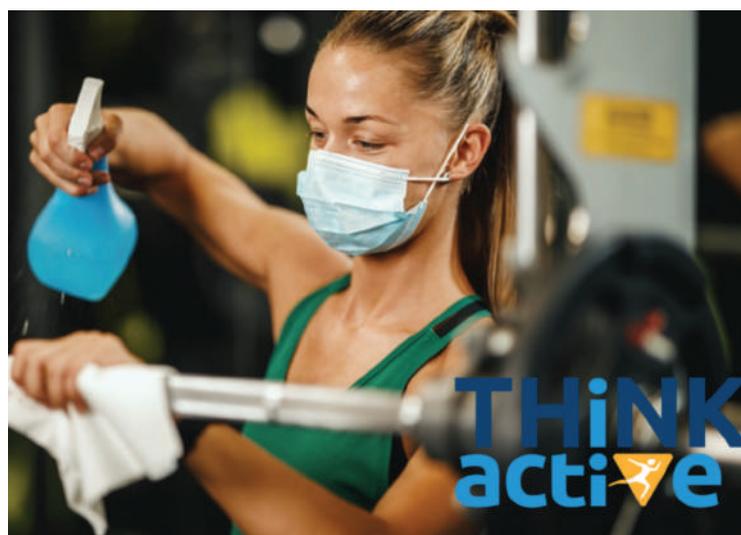


A IHRSA anunciou a nomeação de Elizabeth Clark, como a próxima Presidente e CEO da organização. Greta Wagner, directora executiva aponta Clark como a pessoa indicada para a posição e diz que, a nova CEO, trará uma nova energia nesta missão de defesa da indústria e expansão de negócios.

NOTÍCIAS INTERNACIONAIS

## SEGUNDO CICLO DO ESTUDO SAFEACTIVE

A EuropeActive está a desenvolver o segundo ciclo do estudo SafeACTIVE sobre o risco de infecção de COVID-19 em Clubes de Fitness em toda a Europa. O principal objectivo do estudo será analisar os casos reais de COVID-19 confirmados em Clubes de Fitness europeus em comparação com o número real de visitas às mesmas instalações.



NOTÍCIAS INTERNACIONAIS

## GYM FACTORY PABLO VIÑASPRE



A Gym Factory e o consultor Pablo Viñaspre, desenvolveram uma série de 6 programas sobre os desafios para acelerar a recuperação do Sector do Fitness, como melhorar a competitividade, sobre diferenciação e tecnologia, entre outros. Os programas poderão ser visualizados no canal de YouTube da Gym Factory.



NOTÍCIAS INTERNACIONAIS

## FIBO ADIADA PARA 2022

A FIBO, originalmente marcada para 4 a 7 de novembro de 2021, foi suspensa devido à pandemia de Covid-19 e às incertezas globais que ainda existem. A feira volta em 2022 e decorrerá em Colónia entre os dias 7 e 10 de abril.





# CRIANÇAS ATIVAS, SE POSSÍVEL NUM GINÁSIO, MAS SEMPRE NA IDADE E NA ATIVIDADE CERTAS

Alexandre Miguel Mestre  
Advogado e Docente Universitário

Sempre que, como no corrente ano, se realizam Jogos Olímpicos, e se assiste a fenómenos de jovens atletas, com apenas 12, 13 ou 14 anos, a obterem medalhas ou diplomas, regressa o debate em torno da especialização precoce, reiterando-se a questão: não deveria haver uma idade mínima de participação em grandes eventos desportivos internacionais? Estarão atletas tão jovens devidamente preparados física e psiquicamente para as exigências do alto rendimento? Estarão esses atletas já dotados da devida maturidade? Não se estará a colocar em crise a sua integridade física e moral, expondo-os a sobrecargas intensivas de treinos e a pressões e exigências psicológicas de diversa índole? A decisão, para já, recai nas federações internacionais, de acordo com a Carta Olímpica. Em todo o caso, findos os Jogos Olímpicos parece que o debate se desvanece, como se já não houvesse quadros competitivos...

Vem este introito a propósito de um outro debate que, a meu ver, também é útil fazer-se (mais) e que se prende com a questão da idade a partir da qual uma criança/um jovem pode frequentar um ginásio.

A 'Lei dos Ginásios'<sup>1</sup> é omissa a este respeito, pelo que cada ginásio se autorregula. Consultados diversos contratos de adesão/regulamentos internos de ginásios, constata-se diferentes soluções consagradas

relativamente aos menores. Assim, em alguns casos, menores de certa idade (v.g. 12 anos) apenas podem frequentar aulas de grupo dirigidas especificamente a essa faixa etária; noutros casos por vezes prevê-se que menores com idade compreendida entre os 13 e os 15 anos só podem frequentar a sala de exercícios se acompanhados de um *Personal Trainer*; também há normas que preveem que menores dos 16 aos 17 anos apenas podem treinar com termo de responsabilidade assinado por quem exerce responsabilidades parentais<sup>2</sup> ou a obrigatoriedade de os menores estarem sempre acompanhados de um adulto na execução do treino. Já no domínio da balneoterapia, verifica-se que vários ginásios não autorizam menores de 16 anos a utilizar a sauna e o banho turco ou ainda não autorizam os menores a utilizar a piscina sem a supervisão de um adulto. Por seu turno, em regra os ginásios que prestam serviços de electroestimulação/electrofitness indicam que tais serviços não são indicados a menores, ou chegam mesmo a proibi-los.

Vejamos agora se, tais exemplos e outros que restrinjam o acesso ou o exercício dos menores num ginásio têm, ou não, cobertura legal.

“ Estarão atletas tão jovens devidamente preparados física e psiquicamente para as exigências do alto rendimento? ”

É verdade que, constitucionalmente, “[t]odos têm direito à cultura física e ao desporto”<sup>3</sup>. Mas verdade também é que, também de acordo com a nossa Constituição, “[a]s crianças têm direito à proteção da sociedade e do Estado”<sup>4</sup> e os jovens “gozam de proteção especial para efetivação dos seus direitos económicos, sociais e culturais, nomeadamente (...) [n] a educação física e no desporto” e “no aproveitamento dos tempos livres”<sup>5</sup>, pelo que o direito ao desporto (numa conceção ampla do termo – a que sempre seguimos – que inclui a atividade física) pode ser restringido se necessário para a proteção das crianças e jovens. E não se esqueça ainda o direito fundamental à proteção da saúde<sup>6</sup>, e, bem assim, o direito dos consumidores [*in casu* os utentes dos ginásios] “à qualidade dos bens e serviços e à “proteção da saúde”<sup>7</sup>.

Ademais, não se desconhece o artigo 14.º, n.º 4 do ‘Regime Jurídico do Contrato de Seguro’, sob a epígrafe “Seguros proibidos”, segundo o qual “[n]ão é proibida a cobertura do risco de morte por acidente de crianças com idade inferior a 14 anos, desde que contratada por instituições escolares, desportivas ou de natureza análoga que dela não sejam beneficiárias”.

Daqui pode resultar a interpretação de que o legislador admite que a partir de 14 anos uma criança pode e deve aceder a um ginásio. Todavia, esse direito, tal como resulta das diversas normas constitucionais acima referidas, não é um direito absoluto, devendo ser sopesado com outros direitos.

Por outro lado, há que ter presente a Convenção Europeia dos Direitos da Criança, da UNESCO<sup>8</sup>. Há várias disposições sobre fixação de idades mínimas, mas não no âmbito do desporto<sup>9</sup>. Em todo o caso, mesmo na ausência de norma específica, penso que não se deve entender que os Estados tenham querido significar que noutros domínios da sociedade não se possa impor limites mínimos de idade, e para esta minha conclusão concorre o artigo 3.º, cujo n.º 1 dispõe que “[t]odas as decisões relativas a crianças, adoptadas por instituições públicas ou privadas de protecção social, por tribunais, autoridades

*administrativas ou órgãos legislativos, terão primacialmente em conta o interesse superior da criança*” – ora, salvo melhor opinião, é do interesse superior da criança protegê-la de eventuais ameaças à sua integridade física e moral que poderiam advir do uso de máquinas ou da participação em aulas desadequados ao seu desenvolvimento psíquico-motor.

Aqui chegados, julgo ser de concluir que só mesmo com uma resposta multidisciplinar das Ciências do Desporto poderemos ter mais certezas quanto à defesa dos superiores interesses das criança, que queremos que pratique atividade física, designadamente nos ginásios, o mais cedo possível, para ser ativa, não obesa e não sedentária, integrada socialmente, mas que igualmente pugnamos que o faça com saúde e segurança, nos exatos moldes adequados à sua idade, nos planos físico e psíquico.

<sup>1</sup> Cf. Lei n.º 39/2012, de 28 de Agosto.

<sup>2</sup> Nos termos do artigo 123.º Código Civil, “[s]alvo disposição em contrário, os menores carecem de capacidade para o exercício de direitos”. O suprimento dessa incapacidade é assegurado mediante o instituto da representação. Por seu turno, o artigo 1877.º do Código Civil disciplina que “os filhos estão sujeitos às responsabilidades parentais até à maioridade e emancipação”.

<sup>3</sup> Cf. artigo 79.º, n.º 1 da Constituição da República Portuguesa.

<sup>4</sup> Cf. artigo 69.º, n.º 1 da Constituição da República Portuguesa.

<sup>5</sup> Cf. artigo 70.º, n.º 1, alíneas d) e) da Constituição da República Portuguesa.

<sup>6</sup> Cf. artigo 64.º, n.º 1 da Constituição da República Portuguesa.

<sup>7</sup> Cf. artigo 60.º da Constituição da República Portuguesa.

<sup>8</sup> Adoptada pela Assembleia Geral nas Nações Unidas em 20 de Novembro de 1989 e ratificada por Portugal em 21 de Setembro de 1990.

<sup>9</sup> O artigo 32.º prevê a possibilidade de os Estados fixarem uma idade mínima ou idades mínimas para a admissão de um emprego; o artigo 38.º institui o dever de os Estados adoptarem medidas para impedir que crianças com menos de 15 anos participem directamente em guerra/nas hostilidades; o artigo 40.º incide sobre o “estabelecimento de uma idade mínima abaixo da qual se presume que as crianças não têm capacidade para infringir a lei penal”.

“ (...) é do interesse superior da criança protegê-la de eventuais ameaças à sua integridade física e moral que poderiam advir do uso de máquinas ou da participação em aulas desadequados ao seu desenvolvimento psíquico-motor. ”



# AGENDA

## NACIONAL

### 17-18 de Outubro

Congresso Internacional Online para Profissionais de Atividades Aquáticas

### 22-23 de Outubro

14º Congresso Nacional Portugal Activo Lisboa

### 20-21 de Novembro

XX Convenção Internacional – Aqua Academy Mundo Hidro

## INTERNACIONAL

### 13-15 de Outubro

IHRSA International Convention & Trade Show Dalas, USA

### 28-30 de Outubro

Dubai Active Dubai

### 3 de Novembro

8th European Health & Fitness Forum (EHFF) Online

### 18-19 de Novembro

IHRSA SMART Summit (Sales, Marketing, Analysis, Retention, Technology) Solutions Munique, Alemanha

# FITNESS CARTOON

## PLATAFORMAS REGIONAIS



Sara Costa  
saracosta92@hotmail.com

PUB

## The new international trade show for fitness, health and sports

18–20 November 2021 · Messe München

## FitnessConnected

part of the ISPO-Network

innovative · focused · smart

# BE PART OF THE PIONEERS!

The fitness industry lives on innovations – in the future more than ever. This is exactly the focus of FitnessConnected, the new international B2B trade show.

The platform for products, services and concepts, that will keep people moving.

Be a driver of innovation – and actively help shape change!

**FitnessConnected – trade show rethought**



[www.fitness-connected.com](http://www.fitness-connected.com)

trade show  
web platform  
additional

# #BEACTIVE

«#BEACTIVE Em Qualquer Lugar  
em Qualquer Momento,  
Sempre em Segurança!»



<https://beactiveportugal.ipdj.pt>

 ipdj.gov.pt

 IPDJ IP

 [instagram.com/ipdj\\_ip](https://www.instagram.com/ipdj_ip)

 [facebook.com/IPDJip](https://www.facebook.com/IPDJip)

 [twitter.com/IPDJ\\_IP](https://twitter.com/IPDJ_IP)

 Cofinanciado pela  
União Europeia

 REPÚBLICA  
PORTUGUESA  
EDUCAÇÃO

 INSTITUTO PORTUGUÊS  
DO DESPORTO E JUVENTUDE, I. P.

 DESPORTO  
PARA TODOS  
PROGRAMA NACIONAL

# OLHAR PARA ALÉM DA PANDEMIA

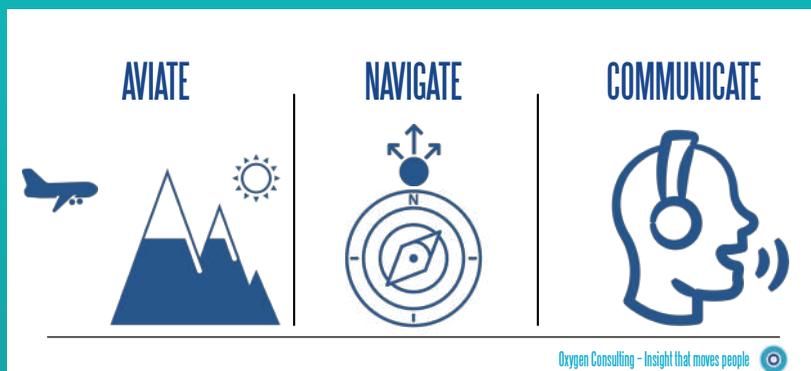
**Ray Algar**  
CEO of Oxygen Consulting

Há alguns anos atrás, numa festa com família e amigos, comecei a falar com um piloto da British Airways (BA). Começámos a discutir o treino de pilotos durante uma emergência.

Com a adrenalina ao máximo e inúmeras chamadas de atenção, qual é a prioridade imediata do piloto para garantir a segurança dos passageiros? Os pilotos seguem a mnemónica A-N-C – Voar (Aviate), Navegar, Comunicar.

Em primeiro lugar, eles voam, o que significa manter o avião e todos os passageiros seguros, verificando a velocidade no ar e a altitude. Isto porque a comunicação não importa se estamos prestes a bater na encosta de uma montanha. Somente quando o avião está seguro, os pilotos se posicionam de forma a definir um curso. É neste ponto que eles "comunicam".

“...em 2020, foram lançadas 71.000 novas aplicações de saúde e fitness...”



## Voar (Aviate), Navegar, Comunicar (A-N-C) - Voo 401

Um exemplo famoso de falha a seguir a mnemónica A-N-C aconteceu, em 1972, com a queda do voo 401 em rota de Nova York para Miami. A experiente tripulação de quatro pessoas estava concentrada no mau funcionamento de uma lâmpada indicadora de posição do trem de aterragem, enquanto o avião descia e colidia com o Everglades, na Flórida, matando 101 pessoas. Aqui, há uma lição importante da indústria da aviação para os líderes empresariais da indústria de Fitness. A maioria das empresas conseguiu "superar" a pandemia com sucesso - evitaram "voar para a montanha," mas agora, o foco muda para "navegar" para uma posição futura onde os clientes possam ser atendidos e apoiados de forma lucrativa.

### Conduzir o ecossistema da indústria do fitness e exercício físico

Todos devemos estar cientes de que, a forma como as pessoas podem aceder e "consumir" exercícios, mudou drasticamente na última década. Isto faz com que, o poder e a influência dos clubes relativamente aos clientes, esteja a mudar.

Por exemplo, de acordo com um relatório da App Annie, em 2020, foram lançadas 71.000 novas aplicações de saúde e fitness. Sim, a competição entre os clubes ainda existe mas, cada vez mais os consumidores olham para além de uma única solução ou local. E, portanto, a pergunta que agora deve ser feita é: "como é que a minha empresa pode continuar a desempenhar um papel valioso na vida dessas pessoas?"

Algumas das maiores empresas de tecnologia do mundo estão, direta e indiretamente, envolvidas com a nova plataforma de exercício da Apple (93€ por ano, para até cinco membros da família) e com a Netflix, cuja missão é ganhar uma participação cada vez maior do tempo livre das pessoas - mais tempo gasto a assistir à

Netflix normalmente significa menos tempo gasto a praticar exercício. Portanto, a mensagem aqui é que, os consumidores, têm uma escolha abundante e os gestores e as empresas devem estar com os sentidos muito apurados para entender o que os sócios procuram realizar nos seus clubes.

### Um pé no futuro

Esta pandemia perturbou a vida a uma escala global e não devemos presumir que as coisas voltarão a ser como eram. Após a crise financeira de 2008, notei como os consumidores estavam a migrar para clubes low-cost que, começavam a abrir em toda a Europa. Muitos consumidores estavam agora, à procura de experiências de exercícios mais acessíveis, o que surpreendeu muitos operadores de clubes existentes com preços duas a três vezes mais elevados. Portanto, não se surpreendam quando sairmos desta pandemia.

Acredito que, uma grande empresa, tem um pé no presente e outro no futuro. Isso permite que, uma empresa, identifique novas oportunidades antes de outras, evitando ser surpreendida por uma mudança repentina no comportamento do consumidor.

“...como é que a minha empresa pode continuar a desempenhar um papel valioso na vida dessas pessoas?”

Podemos usar mecanismos de previsão para examinar o mundo à procura de sinais de mudança, que possam provocar novas ideias, produtos e serviços. Partilharei alguns destes mecanismos no próximo Congresso Nacional Portugal Activo em outubro.

Até lá, recomendaria a todos que refletissem profundamente sobre o propósito central do seu negócio - a razão pela qual existem e o porquê de serem necessários, agora mais do que nunca, à medida que emergimos desta enorme pandemia.



### SEXTA-FEIRA - DIA 22

**15:30**



**Ray Algar**

Olhar para além da pandemia

**16:15**



**Bruno Baliza**

As equipas comerciais na nova jornada de compra dos futuros clientes dos ginásios

**17:30**



**Manuel Brito**

Suplementação em contextos de clube de Fitness e Saúde

**18:15**



**Rod Hill**

Estão prontos para o boom do fitness pós-Covid? Descubra a razão pela qual esta poderá ser a melhor altura de sempre para entrar no Sector do Fitness!

### SÁBADO - DIA 23

**10:00**



**Vera Pedragosa**

Barómetro do Fitness em Portugal 2020 – impacto do Covid\_19 na Indústria do Fitness

**11:20**



**Ross Campbell**

As últimas tendências e desenvolvimentos no Fitness digital/virtual

**14:30**



**Laura McStay**

Vencer na nova era do Fitness

**16:15**



**Nadim Habib**

Vencer num mundo em mudança

# WORKSHOPS

## SÁBADO - DIA 23

09:15



**Sónia Abrantes / Jorge Pereira**

Pilates e atletas

12:05



**António Sampaio**

Repensar para recuperar: o negócio sempre em primeiro lugar

10:05



**Tiago Baptista**

Conceitos chave para melhorar a qualidade do movimento

15:45



**Nuno Pinho**

Profissional de exercício - onde e como te poderás diferenciar, acrescentando valor ao mercado

11:20



**Vânia Prudêncio**

Happy manager e a importância da formação na construção de equipas e clientes felizes

16:30



**Ana Lúcia Silva**

Alterações no comportamento alimentar e de actividade física Induzidas pelos confinamentos durante a pandemia Covid-19



## FEIRA DE FITNESS PARCEIROS CONFIRMADOS

**FITNESS ACADEMY**

**dinamic MATRIX**

**BH FITNESS**

**FATTECH**  
EQUIPAMENTOS GINÁSIOS

**FITBEN**

SPACE PLACE

URBAN SPORTS CLUB

alm

**CEFAD**  
Associação de Educação Física

veo

fitness KPI

**bwizer.**  
jornal fitness

BRICKS SCHOOL

**CIMAI**  
ENGENHARIA E GINÁSTICA, S.A.

HURIC

**GTE**

DC  
DIOGO CÉSAR

**SABSEG SEGUROS**

**zumub**

**GIMNICA**  
DESDE 1986

**LG**

**BOXPT**  
EQUIPMENT

**CEDIS**  
EASY CLOUD SOFTWARE

**nutrium**



# A MANEIRA MAIS RÁPIDA DE COLOCAR O SEU CLUBE EM PLENA FORMA

**Laura McStay**

Diretora dos Parceiros Internacionais Les Mills

**Durante o ano passado, as nossas equipas enfrentaram enormes pressões, os nossos membros foram afastados uns dos outros e, uma armada de fitness digital lutou pelo seu lugar no mercado. Existem muitas barreiras para a nossa recuperação, mas, com a vacina COVID e a reabertura dos clubes, há luz no fim do túnel.**

Os operadores responderam ao surto de COVID-19 com uma agilidade impressionante, implementando soluções de treino digital em questão de semanas para manter os seus membros ativos e envolvidos. A pandemia acelerou a mudança, que nós, como operadores, precisávamos fazer de qualquer maneira.

Hoje, os consumidores exigem uma experiência de fitness perfeitamente conectada, que se adapte ao seu estilo de vida e que permita que eles se exercitem nos seus próprios termos. Mas a maneira mais rápida de fazer com que nossos clubes voltem à plena forma nos próximos meses, será aumentar a nossa vantagem no fitness presencial.

## O renascimento do presencial

Um relatório da IHRSA de outubro de 2020 afirma que, 95% dos sócios, sentiram falta de, pelo menos, um aspeto no seu clube e que, mais de metade, estavam insatisfeitos com as suas rotinas de exercício durante o confinamento.

Nos nossos clubes Les Mills, na Nova Zelândia, em janeiro de 2021 registámos um retorno massivo, correspondendo a cerca de 94% de membros do registado em janeiro de 2020.

“Entrar pela porta do estúdio pela primeira vez foi, definitivamente, um momento emocionante para alguns”, explica Ish Cheyne, da Les Mills. O reencontro dos membros com os instrutores e treinadores pessoais foram uma parte crítica para eles voltarem rapidamente. Os rostos amigáveis contam muito, assim como serem muito claros e consistentes na comunicação sobre os protocolos de limpeza e como será a experiência de treino no clube.

A Exercise New Zealand fez um ótimo trabalho ao criar diretrizes muito claras para a indústria de fitness sobre como os clubes, estúdios e profissionais de exercícios devem operar em cada nível de confinamento. Podemos competir uns com os outros nos negócios, mas quando se trata do COVID-19, precisamos de trabalhar juntos, como uma equipa da indústria, para garantir

que as pessoas se sentem seguras ao praticar exercício.”

## Essencial para a sociedade

Enfatizar o papel essencial dos clubes na recuperação pós-covid será a chave para trazer os sócios de volta. Um dos pontos mais positivos do ano passado, foi a importância que os governos - e a sociedade em geral - atribuíram à saúde e à boa forma. Fortes esforços de lobby de órgãos da indústria e da HCM Magazine – a trabalhar em estreita colaboração com clubes e instrutores - resultaram em vitórias de políticas para o setor.

Os dados mais recentes da ukactive (publicados em 17 de fevereiro) mostraram que para cada 100.000 visitas a clubes e centros de lazer do Reino Unido durante 2020, apenas 1,7 pessoas tiveram resultado positivo para a COVID-19, sem evidência de que a transmissão ocorreu nos clubes. Manter um ritmo constante de notícias sobre a segurança nos clubes, será fundamental para amenizar as preocupações e influenciar a política em torno das restrições

“ Entrar pela porta do estúdio pela primeira vez foi, definitivamente, um momento emocionante para alguns ”

do COVID-19, mas, devemos também, destacar nosso impacto no esforço de vacinação. Vários estudos sugeriram que o exercício físico pode ajudar a aumentar a eficácia das vacinas.

### Proporcionar a experiência social

Depois de meses de isolamento para grande parte da população mundial, os clubes estão numa posição ideal para atender ao anseio por comunidade e interação humana que todos sentimos durante o confinamento. Em todos os mercados que já foram reabertos, proporcionar a experiência social foi a chave para envolver os membros.

### Usando o digital para impulsionar o crescimento do clube

Muitos previram que o aumento da aptidão digital iria canibalizar as adesões aos clubes, mas os números não confirmam isso. À medida que a revolução do fitness digital ganhou força nos últimos anos, as taxas de adesão aos clubes e as taxas de penetração continuaram a aumentar.

Com uma estimativa de 375.000 aplicações de fitness existentes, as evidências sugerem que o fitness digital está a trazer mais pessoas para o mundo do exercício. Ao levar a experiência do clube para as casas das pessoas, os operadores têm a oportunidade de alcançar uma grande percentagem da população que, normalmente, não visitaria um clube.

### Uma experiência de clube totalmente conectada

O digital é agora um pilar fundamental para o sucesso do clube, e é a sua combinação com experiências de treino presencial que pode dar aos clubes uma vantagem sobre os produtos de fitness apenas digitais.

O surgimento de ofertas de fitness digital de empresas como Apple e Google não irá facilitar a vida dos clubes, mas, com cada desafio vem uma nova oportunidade. Os clubes podem não ter o poder financeiro

ou o poder da marca das grandes empresas de tecnologia, mas têm ativos que a Big Tech ainda não consegue igualar: comunidades altamente envolvidas, centradas em relações humanas autênticas e experiências presenciais.

No lado digital, a parte crucial para os clubes é oferecer conteúdo de exercício físico on-demand de alta qualidade e aulas de transmissão ao vivo que sejam motivadoras, divertidas e voltadas para resultados. O Youtube está repleto de conteúdo de fitness gratuito, por isso, as ofertas dos nossos clubes têm de ter grande qualidade para que os clientes continuem a pagar por elas.

### Afunilar para o exercício presencial

Aproveitar as soluções digitais para envolver os membros e fazer com que voltem aos treinos presenciais, é o plano para uma recuperação em expansão. É importante ser proativo em todos os canais de comunicação do clube, enfatizando como é bom para as pessoas estar de volta ao ginásio. E, embora muito tenha mudado, alguns princípios permanecem

os mesmos. “Os instrutores prendem o coração dos sócios mais do que qualquer outra pessoa no clube e isso é necessário agora mais do que nunca”, acrescenta Carrie Kepple, presidente interina da IHRSA e médica da Styles Studios Fitness em Illinois.

O confinamento trouxe um grande progresso no leque de opções para as pessoas se manterem ativas em casa, mas permanece o fato de que, os membros do clube são, em média, 14 vezes mais ativos do que os não membros. Isso deve-se em parte à praticidade - a maioria das pessoas não tem espaço, dinheiro ou equipamento para um treino doméstico replicável - mas a razão mais convincente é que os clubes não servem apenas para fazer exercícios, eles fornecem motivação.

A motivação continua a ser essencial para a adesão ao exercício regular, e dois dos motivadores mais poderosos são a responsabilidade e o sentido de pertença que obtemos ao trabalhar com outras pessoas. É por isso que, o nosso pessoal, continua a ser o maior patrimônio dos nossos clubes e por isso que as experiências de fitness social são a chave para uma recuperação estrondosa.



# IMPACTO DA PANDEMIA COVID\_19 NA INDÚSTRIA DO FITNESS

## PRINCIPAIS INDICADORES DO BARÓMETRO DO FITNESS EM PORTUGAL 2020<sup>1</sup>

**Vera Pedragosa**

Coordenadora científica e professora associada na licenciatura em Gestão do Desporto (UAL)

**Eduardo Cardadeiro**

Investigador CEEI/UAL – Centro de Estudos Económicos e Empresariais/Universidade Autónoma de Lisboa

O Barómetro do Fitness em Portugal tem como objetivo principal apresentar indicadores que permitam caracterizar o setor ajudando a explicar os comportamentos do mercado do fitness, ao longo do tempo. Para a concretização deste objetivo, anualmente têm sido aplicados questionários aos gestores dos clubes de fitness procurando responder a várias questões: perfil dos sócios; frequência semanal, ano de abertura do clube; a localização geográfica; tipologia de clube; serviços oferecidos; número de sócios ativos; as angariações; reativações e desistências; faturação anual; sua evolução no último ano e expectativas de evolução no corrente ano; investimento realizado; rentabilidade; emprego; entre outros.

Verificou-se que o impacto da pandemia Covid\_19 quebrou com a tendência temporal de crescimento da atividade apresentado nos últimos barómetros (Pedragosa & Cardadeiro, 2021; 2020; 2019), nomeadamente, em relação ao crescimento do número de clubes, número de praticantes, volume de faturação, e taxa de penetração no mercado, sendo que o emprego já não estava a acompanhar essa tendência. Assim, o número de clubes decresceu 27% (1100 clubes em 2019 para 800 clubes em 2020), o número de praticantes decresceu 29% (688 210 praticantes em 2019 para 491 355 praticantes em 2020), o volume de faturação decresceu 42% (289 371 mil euros em 2019 para 167 408 mil euros em 2020), o número de trabalhadores (instrutores

e staff) decresceu 15% (20 012 em 2019 para 16 952 em 2020) e a taxa de penetração no mercado, para 10,3 milhões de habitantes, decresceu 1,9 pontos percentuais (6,7% de 2019 para 4,8% em 2020).

No quadro resumo abaixo é possível visualizar o impacto que a pandemia Covid\_19 teve nos principais indicadores, ao longo do tempo.

Para além destes indicadores o valor médio da mensalidade (valor com IVA à taxa em vigor) caiu 20%, de 37,71 euros em 2019 para 30,25 euros em 2020. Esta tendência de decrescimento verifica-se desde 2018, ano em que atingiu o valor máximo de 39,96 euros. Para além do valor da mensalidade, a pandemia Covid\_19 atingiu

### Quadro 1: Impacto da pandemia Covid\_19 nos principais indicadores

	2020	2019	2018
<b>Número de ginásios</b>	800	1 100	1000
<b>Praticantes</b>	491 355	688 210	592 834
<b>Faturação global (sem IVA)</b>	167 408 mil€	289 371 mil€	264 170 mil€
<b>Taxa de penetração na população</b>	4,8%	6,7%	5,8%
<b>Número de instrutores FTE</b>	9 822	12 086	12 872
<b>Número de staff FTE</b>	7 130	7 926	9 082

Fonte: Pedragosa & Cardadeiro (2021)

igualmente de forma grave as taxas de retenção apresentadas ao longo de tempo, que vinham a melhorar no setor em geral (2018 35%; 2019 40% de retenção dos sócios-membros, ou seja, em cada 100 sócios-membros 40 ficavam no clube ao longo de todo o ano). Em 2020 a taxa de retenção foi de 2%, ou seja, em cada 100 sócios-membros dois ficaram no clube, não cancelando a sua inscrição.

Relativamente, a outras variáveis do estudo, verifica-se que se mantêm as tendências ao longo do tempo. Nomeadamente, serem mais mulheres (53%) a praticarem atividade física nos clubes comparativamente aos homens (47%). Que Lisboa (33%) e Porto (17%) mantêm-se como os locais com maior número de clubes.



As instalações dos clubes individuais são menores (45% tem menos de 500m<sup>2</sup>) que as instalações das cadeias (71% tem mais de 1000 m<sup>2</sup>). Nas tipologias, os clubes convencionais (i.e., ginásios, health clubs e clubes de fitness e saúde) são os que caracterizam maioritariamente o setor (79%) verificando-se uma tendência para o aumento de unidades franchisadas (9%), aumento dos estudos de treino personalizado (8%) e o aumento das boutiques de fitness (6%). Nos serviços oferecidos pelos clubes mantem-se a preponderância das máquinas

de musculação (84%), o equipamento cardiovascular (89%), as aulas de grupo (90%) e treino funcional (92%) nos serviços maioritariamente oferecidos no conjunto e por tipologia de clube.

Verifica-se que tendencialmente, ao longo do tempo, o volume de faturação é maioritariamente representado resultado das mensalidades (73%) e que os remanescentes 27% são oriundos de outras receitas (i.e., resultantes da venda de serviços de treino personalizado, estética, consultas de nutrição, psicologia ou outras, venda de produto e complementos alimentares, etc.).

Neste contexto de pandemia Covid\_19 procurou-se, pela primeira vez, mensurar os serviços oferecidos de base tecnologia, virtual e fora das instalações, com o objetivo de promoção da atividade física aos sócios-membros, atenuando os efeitos da crise. Assim, em 2020 67% dos clubes usou Apps, 65% ofereceu aulas virtuais, 20% ofereceu treinos através de Wearable Fitness Technology e 63 % dos clubes ofereceu aulas outdoor.

De acordo com Europe Active (2020) de salientar que os líderes de mercado em número de clubes são: Fitness Hut (42 clubes); SC Fitness (36 clubes); Holmes Place (21 clubes); Fitness Up (20 clubes); Kalorias Fitness Clubs (13 clubes); Viva Fit (13 clubes); Rapid Fit & Well (7 clubes); Personal 20 (11 clubes); Time do Fitness 24h (7 clubes).

Apesar de em fevereiro 40% dos clubes ter a expectativa de registar em 2021 um crescimento da faturação superior a 2,5% e de 60% prever um melhor desempenho em 2021 do que em 2020, tendo em consideração a incerteza que perdura quanto à pandemia e o facto de poder estar a iniciar-se uma 4.ª vaga (julho) Pandémica Covid\_19 em Portugal, acreditamos que os efeitos desta retração serão ainda sentidos no corrente ano. Seguramente que o profissionalismo e amadurecimento do setor permitirá mitigar os abruptos

efeitos desta crise pandémica, para cujo o combate também tem colaborado, mas são igualmente relevantes ações do governo mais precisas para o fitness, que compensem (ainda que parcialmente) os efeitos das restrições impostas pelas políticas sanitárias, a que o setor do fitness é totalmente alheio.

A representatividade e grau de adesão dos resultados apresentados à realidade do setor é tanto maior quanto maior for a participação dos gestores de fitness nos questionários anuais do barómetro ao longo do tempo, pelo que aproveitamos para agradecer a disponibilidade manifestado por todos os que nele têm participado.

“ O Barómetro do Fitness em Portugal tem como objetivo principal apresentar indicadores que permitam caracterizar o setor ajudando a explicar os comportamentos do mercado do fitness, ao longo do tempo. “

1. O Barómetro do Fitness é um relatório anual realizado entre Centro de Estudos Económicos e Institucionais da Universidade Autónoma de Lisboa (CEEI/UAL) e a Portugal Activo desde 2016. O objetivo deste estudo é a caracterização estatística anual das principais variáveis do mercado do fitness, verificando tendências temporais, de forma a servir os interesses dos investidores, gestores, trabalhadores, praticantes, investigadores e demais interessados na informação estatística do setor.

#### Referências

Europe Active (2020). European health and fitness market: report 2019. Edições Deloitte.

Pedragosa, V., & Cardadeiro, E. (2021). Barómetro do fitness em Portugal 2020. Edições: AGAP .

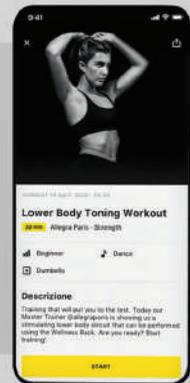
Pedragosa, V., & Cardadeiro, E. (2020). Barómetro do fitness em Portugal 2019. Edições: AGAP .

Pedragosa, V., & Cardadeiro, E. (2019). Barómetro do fitness em Portugal 2018. Edições: AGAP .



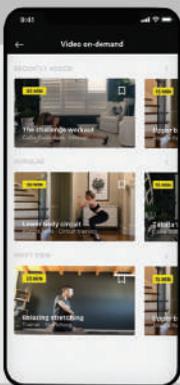
## 01 Aulas Live

Envolve a tua comunidade conectando os teus clientes e instrutores através de aulas ao vivo. Cria um ambiente social antes e depois das aulas para criar lealdade e comunidade.



## 02 Aulas On-Demand

Fornecer à tua comunidade variedade e flexibilidade: eles podem realizar as suas aulas favoritas, com os instrutores que eles já conhecem, em qualquer lugar. É fácil: basta arrastar e soltar os vídeos.



## 03 Virtual

Além das tuas próprias aulas, tens uma biblioteca de aulas virtuais prontas para o uso e de alta qualidade na ponta dos dedos. Criado pela Technogym e nossos parceiros, existe conteúdo para toda a família, de pilates a ioga, cardio e exercícios de dança e muito mais.



## 04 Rentabiliza as Tuas Aulas

Apresenta novas opções aos alunos, usando a aplicação Mywellness para vender as experiências que podem ser desfrutadas nas tuas instalações e em qualquer lugar com o Live & On Demand Streaming.

Oferece experiências de treino incomparáveis, transmitindo aulas ao vivo e on-demand à tua comunidade. Os teus clientes, podem agora, fazer as suas aulas favoritas em qualquer lugar, a qualquer momento com MYWELLNESS APP 5.0.

É streaming à tua maneira.

DESCOBRIR MAIS EM: [www.technogym.com/PTAT](http://www.technogym.com/PTAT)

**AULAS EM  
DIRETO OU  
ON-DEMAND,  
SEMPRE  
CONTIGO**



**TECHNOGYM®**



# A UTILIZAÇÃO DO TERMO FUNCIONAL NA CONCEÇÃO DE PROGRAMAS DE EXERCÍCIO PARA A POPULAÇÃO IDOSA

**Vera Moniz-Pereira**

Professora auxiliar na Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa

**O termo funcional tem vindo a ganhar relevância e é, desde há mais de duas décadas, utilizado frequentemente, tanto no contexto do treino desportivo, como do exercício para a saúde.**

**A conceção de programas de exercício para a população idosa não é exceção, sendo frequente ouvir-se falar em avaliação e/ou treino da aptidão funcional em vez de treino da aptidão física. Estaremos a utilizar o termo funcional de forma correta?**

A aptidão física tem assumido diferentes definições compreendendo dois conceitos fundamentais. O primeiro é que a aptidão física é a “habilidade de realizar as atividades de vida diária com vigor e alerta, sem fadiga e com ampla energia para disfrutar dos tempos de lazer e conseguir responder a emergências” <sup>(1)</sup>. O segundo é que a aptidão física é “um conjunto de atributos que a pessoa tem ou adquire que se relacionam com a habilidade em realizar atividade física” <sup>(2,3)</sup>.

Podemos então dizer que a aptidão física é a habilidade de realizar diferentes atividades de vida diária (das mais básicas às mais avançadas) sem fadiga ou com vigor, sendo constituída por uma série de atributos ou componentes. Por sua vez, estas componentes são usualmente divididas em duas categorias: as componentes relacionadas com a saúde - resistência cardiorrespiratória, composição corporal, força máxima,

força de resistência e flexibilidade - e as componentes relacionadas com as habilidades (skills) – agilidade, coordenação, equilíbrio, potência, tempo de reação e velocidade <sup>(1,2)</sup>. São estas componentes que o profissional do exercício avalia para fazer a prescrição e o controlo do programa de exercício.

Quando falamos de indivíduos idosos, no entanto, é comum falar-se em avaliação da aptidão funcional e não da aptidão física! A título de exemplo referimos uma das baterias de testes mais utilizada para avaliar idosos independentes a viver na comunidade, a Senior Fitness Test <sup>(4)</sup>. Ao considerar a definição de aptidão funcional referida pelas próprias autoras, “a capacidade fisiológica do indivíduo para realizar as atividades normais de forma segura e independente sem fadiga indevida” <sup>(4)</sup>, observam-se apenas ligeiras alterações em relação à definição de aptidão física. De entre as definições de aptidão funcional, encontramos também as “componentes de aptidão (força, potência, flexibilidade, equilíbrio e resistência) necessárias para a realização das atividades de vida diária de forma segura e independente sem fadiga indevida” <sup>(3)</sup>. Portanto, os conceitos que estão associados à definição de aptidão física parecem ser comuns aos da aptidão funcional e, embora identifiquemos alguma diferença na sua descrição, nomeadamente no nível de dificuldade das atividades realizadas

e no nível de “energia” requerida para a sua realização, os testes utilizados para avaliar a aptidão funcional focam exatamente os mesmos parâmetros ou componentes mencionados para a aptidão física.

Esta utilização de dois termos diferentes para abordar o mesmo constructo poderá estar relacionada com o facto de um dos objetivos mais frequentes que se estabelecem para os indivíduos mais velhos, aquando do planeamento do seu programa de exercício, ser a manutenção da independência, da “função”. No entanto, fica claro, analisando o modelo de habilidade funcional (functional ability) criado por Rikli & Jones <sup>(4)</sup>, que o que o profissional do exercício avalia são os parâmetros físicos (também denominados por componentes da aptidão física <sup>(1,2)</sup>). E é também sobre estes que o profissional de exercício concebe o programa de exercício, com o objetivo de promover a manutenção ou melhoria da “função”.

Da leitura do relatório em envelhecimento saudável, elaborado pela Organização Mundial de Saúde <sup>(5)</sup>, é possível constatar que a habilidade funcional, inclui, não apenas a capacidade intrínseca (i.e. capacidades físicas e mentais) do indivíduo, mas também características do envolvimento. Consideremos o exemplo de dois indivíduos, com as mesmas limitações

na sua capacidade física, mas que o indivíduo A tem uma habilidade funcional superior ao indivíduo B por viver perto de transportes públicos acessível para pessoas com dificuldades de mobilidade<sup>(5)</sup>. A partir deste exemplo, fica patente que a aptidão física é apenas um dos parâmetros que podemos modificar para melhorar a habilidade funcional de um indivíduo e que, por isso, será redutor chamarmos aptidão funcional quando nos referimos à avaliação e/ou prescrição dos parâmetros de aptidão física.

Confusão semelhante pode ser identificada na utilização do termo funcional para classificar exercícios ou tipos de treino, já reportada e discutida num número anterior nesta revista, embora noutra contexto<sup>(6)</sup>.

Quando se trabalha com a população idosa, para além da manutenção da independência, um outro objetivo frequente é a prevenção de quedas.

“ (...) a habilidade funcional, inclui, não apenas a capacidade intrínseca (i.e. capacidades físicas e mentais) do indivíduo, mas também características do envolvimento.”

Pela revisão da literatura, verificamos que os programas que têm mais efeito na prevenção das quedas são os que envolvem exercícios de equilíbrio e exercícios funcionais (e a combinação destes com treino de força)<sup>(7)</sup>. Os autores utilizam a definição do ProFaNE (*Prevention of Falls Network Europe*) preconizando que “o treino funcional utiliza atividades funcionais como estímulo de treino e é baseado no conceito teórico de especificidade da tarefa”<sup>(8)</sup>. Não fica claro, no entanto, se o conceito teórico de especificidade da tarefa se refere ao princípio de treino da especificidade. Importa salientar que o princípio de treino da especificidade não refere que se tenha de executar sempre o movimento alvo para que o treino gere adaptações. Como exemplo extremo, basta pensar que o treino de um atleta de salto em comprimento inclui muito mais do que a reprodução da prova e que um maratonista não corre a distância da maratona todos os dias. O princípio da

especificidade enuncia que a adaptação gerada é específica ao estímulo (músculos envolvidos, amplitudes articulares, velocidades de movimento, volume de treino, entre outros)<sup>(9)</sup>, existindo, por isso, exercícios que têm mais transferência para a adaptação que se pretende alcançar, do que outros<sup>(10)</sup>.

Por outro lado, isto também não significa que o treino de determinadas habilidades (skills), gestos técnicos ou movimentos não seja importante. Retomemos o exemplo da população idosa. Uma componente importante do programa de exercício é o treino de marcha. Mas também para este tipo de treino, o treino das habilidades, em que uma das fases do treino é a repetição do gesto técnico/movimento, existe, há bastante tempo, uma denominação específica no contexto desportivo, que é a de treino da técnica<sup>(11)</sup>.

Perante esta reflexão, se, para além do

treino de equilíbrio e da marcha, o treino de força é dos que tem mais efeito na prevenção das quedas em idosos<sup>(7)</sup>, e se um dos indicadores mais fortes do risco de queda é a força dos membros inferiores<sup>(12)</sup>, será coerente dizer que o primeiro é um treino mais funcional que o segundo?

#### Referências

1. Riebe D, K. Ehrman J, Liguori G, Magal M, editors. ACSM's Guidelines for Exercise Testing and Prescription. 10th ed. Wolters Kluwer; 2017.
2. Caspersen C, Powell K, Christenson G. Physical activity, exercise, and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research. Public Health Rep [Internet]. 1985 [cited 2014 Oct 23];100(2):126-31. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/pmc1424733/>
3. Spirduso W, Francis K, MacRae P. Physical dimensions of aging. Champaign, IL: Human Kinetics; 2005.
4. Rikli, Roberta E; Jones CJ. Development and Validation of a Functional Fitness Test for Community-Residing Older Adults. J Aging Phys Act. 1999;7(2):129-61.
5. Beard JR, Officer AM, Cassels AK. World report on ageing and health [Internet]. World Health Organization. 2015. Available from: <http://www.who.int/ageing/publications/world-report-2015/en/>
6. Tavares C. O treino de integração neuromuscular. Portugal ativo no 3. 2019;32-3.
7. Sherrington C, Fairhall NJ, Wallbank GK, Tiedemann A, Michaleff ZA, Howard K, et al. Exercise for preventing falls in older people living in the community. Cochrane database Syst Rev. 2019 Jan 31;1(1):CD012424.
8. ProFaNE [Internet]. Available from: <http://www.profane.eu/taxonomy.html>
9. American College of Sports Medicine. American College of Sports Medicine position stand. Progression models in resistance training for healthy adults. Med Sci Sports Exerc [Internet]. 2009 Mar [cited 2014 Jul 10];41(3):687-708. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19204579>
10. Zatsiorsky VM. Science and Practice of Strength Training. 2nd ed. Human Kinetics; 2006.
11. Bompa TO, Buzzichelli CA. PERIODIZATION Theory and Methodology of Training. 6th ed. Human Kinetics; 2019.
12. Lusardi MM, Fritz S, Middleton A, Allison L, Wingood M, Phillips E, et al. Determining Risk of Falls in Community Dwelling Older Adults: A Systematic Review and Meta-analysis Using Posttest Probability. J Geriatr Phys Ther [Internet]. 2017;40(1):1-36. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27537070>





"O exercício é o melhor  
antibiótico natural que  
podemos administrar."



## CONVERSA PUXA CONVERSA

Apaixonado pela comunicação e com um estilo de vida onde o exercício físico não pode faltar, **Jorge Gabriel fala sobre o que valoriza no seu treino** e de que forma os Clubes de Fitness poderiam comunicar para chegar mais facilmente à população inactiva.

### **Portugal Activo:**

É notória a sua paixão pela comunicação, e como comunicador nato, questionamos: O que está a faltar na comunicação do sector do exercício físico para chegar aos cerca de 93% da população inactiva? De que forma os ginásios poderiam comunicar para serem mais eficazes?

### **Jorge Gabriel:**

Em primeiro lugar transparecer que é possível ter saúde, sentir-se e parecer melhor num lugar para todos.

O excessivo culto do corpo à medida causa afastamento porque se "vende" a possibilidade de silhuetas perfeitas em pouco tempo e com baixo sacrifício. Como sabemos, tal não é verdade e basta um mês de ginásio para se perceber tal.

Os preços continuam a ser igualmente um óbice.

**PA:** Quando e por que razão começou a treinar num Clube de Fitness?

**JG:** Saúde, saúde e mais saúde.

A nossa máquina (corpo) é imperfeita, se nada fizermos por ela a probabilidade de avaria é exponencialmente maior. Prefiro evitar ir ao "mecânico" dando ao corpo o exercício que ele precisa para não empenar. Há muitos anos que o faço, há pelo menos três décadas.

**PA:** Dentro do Clube, que tipo de treino/ aulas faz e que outros serviços utiliza?

**JG:** Prefiro PT pela atenção permanente do profissional que me acompanha e porque não me deixa preguiçar. Nas aulas de grupo a probabilidade de incorrerem em erro nos exercícios aumenta imenso.

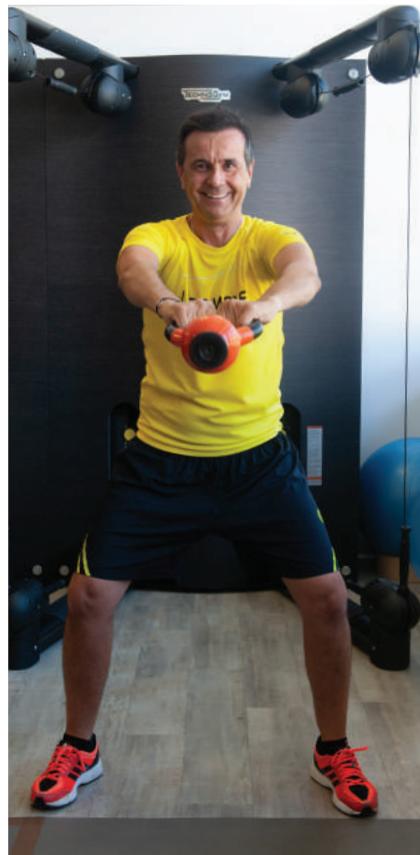
**PA:** O que mais valoriza dentro do seu Clube de Fitness?

**JG:** Higiene, organização, competência e simpatia.

**PA:** Sabemos que pratica golfe e frequenta o ginásio, apesar da agenda muito ocupada e da família numerosa. O que dizer a quem apresenta a falta de tempo como "desculpa" para deixar o exercício para segundo plano?

**JG:** Sem saúde, nada do que nos dá prazer e felicidade pode ser efetivo. Se o exercício for respeitado tal e qual como uma refeição nunca deixaremos de o fazer. O exercício é o melhor antibiótico natural que podemos administrar.

**PA:** Para quem tem vontade de iniciar a prática de exercício, que conselhos poderia dar a quem ainda não sabe se deve começar a fazer exercício sem estar enquadrado (sozinho com 1 parceiro na rua ou em casa) ou num clube de fitness?



**JG:** Dependendo da disponibilidade económica é sempre desejável fazê-lo junto de profissionais da área, logo num ginásio. Com companhia conhecida a integração será sempre mais rápida. Caminhar é um fantástico exercício para começar a mudar de vida.



“ Dependendo da disponibilidade económica é sempre desejável fazê-lo junto de profissionais da área, logo num ginásio. ”



**PA:** O resto da família, também tem rotinas de exercício? O que praticam?

**JG:** Em casa são todos mais furiosos do exercício do que eu. Com o confinamento a casa transformou-se no ginásio. Muito treino funcional.

**PA:** E o futebol? Que lugar ocupa actualmente na sua vida?

**JG:** Ocupa o meu sofá... ahahahahaha. São excessivas tricas e desconfianças para o meu gosto. O futebol na

Playstation é mais verdade e eu prefiro-o. Isto sem falar no melhor desporto do mundo... o golfe.

**PA:** Sabemos que o Sporting é o seu Clube do coração. Este ano teve um gosto especial?

**JG:** Teve um gosto limitado. Preferia num regime mais "normal", mas ganhar é sempre melhor.

**PA:** Durante alguns meses, a Praça da Alegria teve uma professora a dar aulas de Fitness aos espectadores. O Jorge e a Sónia deram sempre o exemplo e foram participantes exemplares. O que achou da iniciativa? Qual a importância e que impacto para os espectadores?

**JG:** As palavras serão sempre insuficientes. Ao nos envolvermos na prática daqueles simples exercícios estamos a dar ao telespectador uma constatação real das suas capacidades, que no fundo são as de todos, com as devidas exceções. Espero que se mantenha esse espaço na televisão.

**PA:** Como foi a adaptação a esta nova realidade de exercício?

**JG:** As minhas rotinas físicas tiveram que se alterar para o paradigma online. Até comprei uma bicicleta estática para não arranjar desculpas para não deixar de praticar exercício. Ainda me tornou mais atento às minhas necessidades para criar saúde física e mental. **Mente sã em corpo sã.**

“ A nossa máquina (corpo) é imperfeita, se nada fizermos por ela a probabilidade de avaria é exponencialmente maior. Prefiro evitar ir ao "mecânico" dando ao corpo o exercício que ele precisa para não empenar. ”

#### RESPOSTAS RÁPIDAS

<b>LIVRO</b>	"O meu pé de laranja lima" de José Mauro de Vasconcelos
<b>MÚSICA</b>	De entre muitas... a banda sonora do filme "Cinema Paraíso".
<b>VIAGEM</b>	Estados Unidos da América
<b>PERSONALIDADE</b>	Jesus Cristo
<b>HOBBIES</b>	Desporto e Lego
<b>MARCA DESPORTIVA</b>	Adidas



# AS APLICAÇÕES (APPS) DE FITNESS DOS GINÁSIOS: CARACTERÍSTICAS, VANTAGENS DE UTILIZAÇÃO E O COMPORTAMENTO DOS MEMBROS

**Vera Pedragosa**

Coordenadora científica e professora associada na licenciatura em Gestão do Desporto (UAL).

**Helena Barbosa**

Docente no Instituto Politécnico de Beja

## INTRODUÇÃO

O mercado das aplicações (Apps) de fitness tem vindo a crescer exponencialmente. Nos primeiros meses de 2020, as Apps de fitness foram descarregadas 593 milhões de vezes, evoluindo para 656 milhões de downloads. As últimas tendências de fitness mundiais colocam estas aplicações no top 20, revelando-se uma tendência crescente, tendo subido do 25º lugar nas tendências de 2020, para o 12º lugar em 2021 (Thompson, 2021). Este facto deve-se ao impacto da pandemia COVID-19 e ao confinamento associado, tendo levado a um aumento da prática de atividade física em casa e, assim, a uma maior utilização das Apps.

Especificamente quanto ao uso das Apps de fitness sabe-se que a sua utilização está fortemente associada à satisfação global dos membros com o ginásio.

No presente artigo, tendo por base os resultados de um estudo científico (Ferreira Barbosa et al., 2021), serão apresentadas as Apps de fitness mais utilizadas pelos ginásios em Portugal, as principais características das aplicações, as vantagens da utilização e os aspetos mais valorizados pelos membros que se relacionam com a satisfação e comportamentos futuros de utilização das Apps com esse mesmo ginásio.

Aplicações e comportamento dos membros dos ginásios

Os ginásios, com o objetivo de criarem valor para o membro e vantagem

competitiva, têm investido na inovação de serviços de fitness com base tecnológica (Pedragosa, 2021): Apps; aulas virtuais (no ginásio e / ou através das plataformas digitais, por exemplo zoom); Wearable Fitness Technology (WFT); Ondemand (Od). As Apps de fitness referem-se a softwares desenvolvidos para dispositivos eletrónicos como smartphones e tablets, que podem ser descritos com aplicativos para a gestão das instalações de fitness, por exemplo, marcação de aulas e de compra de serviços (Ferreira Barbosa et al., 2021).

As WFT são dispositivos eletrónicos que podem ser utilizados para a monitorização da atividade física dos membros, traçar objetivos e incluir o jogo e a competição (Lunney et al., 2016). O Od oferece, através de plataformas digitais, vários serviços de fitness (por exemplo, aulas em grupo pré-gravadas) que os membros podem utilizar de acordo com suas necessidades em qualquer lugar. Por norma a WFT e Od têm um preço agregado de utilização. Em Portugal, 66% dos ginásios possuem Apps de fitness, 65% aulas virtuais e 20% WFT (Pedragosa & Cardadeiro, 2021).

Neste estudo apresentamos o comportamento das Apps de fitness – gestão das instalações, especificamente em Portugal. De acordo com um estudo recente (Ferreira Barbosa et al., 2021) as aplicações mais utilizadas são a Regybox, OnVirtualGym, Trainingym e a myHut (aplicação do próprio ginásio).

## Apps de fitness dos ginásios mais utilizadas em Portugal.

Regybox

OnVirtualGym

Trainingym

myHut\*

Figura 1. Apps mais utilizadas em Portugal.

\*Aplicação do próprio ginásio.

## CARACTERÍSTICAS DAS APPS DE FITNESS DOS GINÁSIOS

As Apps utilizadas pelos ginásios são geralmente integradas no software de gestão que utilizam. Estas aplicações são uma ferramenta conveniente e facilmente acessível que permite aos ginásios permanecerem constantemente ligados aos seus membros. Algumas vantagens da utilização da maioria deste tipo de aplicação são:

1. Realizar o check-in no acesso ao ginásio: com a função QR code, reduzindo custos para a empresa com a impressão ou compra de cartões de sócio e liberta o tempo da equipa da receção para outras tarefas;
2. Verificar o horário do ginásio, horários das aulas, colocar questões, reportar problemas e dar feedback sobre uma variedade de situações, incluindo, por exemplo, o desempenho dos funcionários;
3. Possibilitar/facilitar a marcação de aulas de grupo, a compra de serviços como serviços de personal training, spa ou outros produtos;
4. Comunicar com os membros: através de notificações

- e comunicações push e pull (ir com os membros ou fazer com os mesmos venham ter o ginásio);
5. Reduzir custos: com a impressão de materiais de marketing (horários de aulas por exemplo) através da comunicação facilitada através das Apps;
  6. Organizar e avaliar desafios: os membros entram na aplicação, verificam os desafios, realizam e registam o seu resultado. Sem a necessidade de trabalho extra do staff.

Através de algumas Apps os ginásios podem também atribuir prémios ou pontos aos membros pela utilização da aplicação, por exemplo pelos treinos que realizam, pelo alcance de objetivos ou pelo feedback fornecido, que podem depois ser trocados por produtos ou serviços. Todos estes aspetos ajudam a tomar melhores decisões comerciais, a oferecer produtos e serviços com maior precisão. As Apps acabam também por funcionar como um empregado digital, um empregado que nunca falta ao trabalho, não faz pausa para almoço e nunca telefona a informar que adoeceu.

Aspetos mais valorizados pelos membros no uso das Apps De acordo com Ferreira Barbosa et al. (2021), os aspetos que mais contribuem para as intenções comportamentais de uso da aplicação são os aspetos relacionados com a expectativa de desempenho (i.e., “Acho a aplicação do meu ginásio útil”; “Em geral, a utilização da aplicação é vantajosa”) e o hábito (i.e., “Estou viciado na utilização da aplicação”; “Sinto necessidade de usar a aplicação do ginásio”). Quanto às

características mais valorizadas pelos membros relativamente à utilização da aplicação do ginásio verificou-se que as mais valorizadas são:

1. Clareza das Apps;
2. Facilidade de utilização;
3. Apps serem divertidas.

### UTILIZAÇÃO DAS APPS DE FITNESS, SATISFAÇÃO GLOBAL COM O GINÁSIO E COMPORTAMENTOS DOS MEMBROS

Recentemente foi realizado um estudo sobre a utilização das Apps de fitness e a sua relação com a satisfação do membro com o mesmo (Ferreira Barbosa et al., 2021). A recolha de dados para esse estudo foi efetuada com o apoio da Portugal Activo, com uma amostra de 1.600 membros de ginásios em Portugal. A amostra final consistiu em 1.338 membros, apenas aqueles que indicaram utilizar a aplicação do ginásio onde estão inscritos (832 mulheres e 506 homens). Através deste estudo foi possível verificar que a utilização das Apps de fitness tem uma relação direta com a satisfação global do membro com o ginásio. Verificaram-se também diferenças na utilização da aplicação tendo em conta as características dos utilizadores. Verificou-se que as faixas etárias mais jovens são as que fazem maior uso desta ferramenta, o que pode sugerir que as Apps devem ser melhoradas de modo a serem mais intuitivas e mais fáceis de utilizar pela população sénior. Verificou-se também que os membros que treinam mais frequentemente no ginásio por semana são os que indicam utilizar mais frequentemente as Apps. As mulheres e os membros no geral com menor nível de escolaridade demonstraram a maior intenção de utilizar estas Apps. A maioria da amostra (91,8%), revelou

uma utilização de “frequente” a “sempre” da App do seu ginásio (3 a 5 da escala de likert de 5 pontos). Estes dados revelam-se bastante importantes para os gestores, uma vez que se provou com esta análise que a intenção comportamental de utilizar a aplicação tem uma relação positiva com o comportamento de uso e com a satisfação global do membro com o ginásio. Por sua vez, o aumento dos níveis de satisfação está associado a um aumento da retenção de membros, um dos principais problemas com o qual se depara o setor do fitness. Este estudo destaca também o indicador que mais afeta a satisfação global do membro: satisfação relativamente aos programas e serviços dos ginásios.

### CONCLUSÃO

Em suma, a grande maioria dos membros utiliza as Apps do ginásio, o que indica que os gestores devem investir na aquisição de uma boa aplicação, uma vez que a sua utilização está relacionada com uma redução de custos de mão-de-obra, administrativos e, acima de tudo, com a satisfação e retenção de membros. Ao utilizar as Apps de fitness o ginásio melhora a interação com o membro e a sua reciprocidade, uma relação mais forte com ginásio e marca.

#### Referências

- Ferreira Barbosa, H., García-Fernández, J., Pedragosa, V., & Cepeda-Carrion, G. (2021). The use of fitness centre apps and its relation to customer satisfaction: a UTAUT2 perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, (ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJSMS-01-2021-0010>
- Lunney, A., Cunningham, N. R., & Eastin, M. S. (2016). Wearable fitness technology: A structural investigation into acceptance and perceived fitness outcomes. *Computers in Human Behavior*, 65, 114-120.
- Pedragosa, V. (2021). An overview of fitness in Portugal: business models, attraction and building members' loyalty. R., García-Fernández, J. & Gálvez-Ruiz, P. (Eds). *The Global Private Health & Fitness Business: A Marketing perspective* (pp. 25-31). Emerald Publishing Limited.
- Pedragosa, V., & Cardadeiro, E. (2021). *Barómetro do fitness em Portugal 2020*. Lisboa: Edições: AGAP (no prelo)
- Thompson, W. R. (2021). Worldwide Survey of Fitness Trends for 2021. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 25(1). Retrieved from [https://journals.lww.com/acsmhealthfitness/Fulltext/2021/01000/Worldwide\\_Survey\\_of\\_Fitness\\_Trends\\_for\\_2021.6.aspx](https://journals.lww.com/acsmhealthfitness/Fulltext/2021/01000/Worldwide_Survey_of_Fitness_Trends_for_2021.6.aspx)

Projeto realizado durante a permanência de 3 meses no Centro de Investigação em Psicologia – Universidade Autónoma de Lisboa.

## Características das Apps de fitness dos ginásios

- Realizar o check-in no acesso ao ginásio.
- Verificar informações sobre o ginásio, exemplo os horários.
- Facilitar a marcação de aulas de grupo e a compra de serviços.
- Comunicar com os clientes e obter feedback dos serviços.
- Reduzir custos com a impressão de materiais de marketing.
- Organizar e avaliar desafios.

Figura 2. Características das Apps dos ginásios.

# SEMANA EUROPEIA DO DESPORTO

23 A 30 DE SETEMBRO

TORNE-SE MAIS ACTIVO,  
MAIS SAUDÁVEL  
E MAIS FELIZ!

**Vítor Pataco**

Presidente do Instituto Português do Desporto e da Juventude

beactiveday.eu

©EuropeActive



#pessoas #activos #saudáveis



A Semana Europeia do Desporto (SED) constitui-se como uma iniciativa da Comissão Europeia que pretende dar resposta a uma outra «epidemia» do século XXI caracterizada pelo aumento do sedentarismo e pelo desenvolvimento de um conjunto de doenças não transmissíveis incluindo a obesidade, as doenças cardiovasculares, a diabetes mellitus, entre outras.

Desde 2015, ano em que foi criada, e através da promoção da participação em atividades desportivas e, por inerência, físicas, pretende envolver todos os cidadãos, independentemente da idade, sexo, origem social ou nível de aptidão física.

Neste ano de 2021 e considerando o período atípico que vivemos com alteração marcada do contexto epidemiológico em toda a Europa, procurar-se-á, através do desenvolvimento de uma estrutura de planeamento flexível, elevar ainda mais a fasquia do trabalho desenvolvido e encorajar as diferentes organizações a desenvolver as suas atividades tendo em consideração as recomendações definidas pela Direção Geral da Saúde e pelo Governo de Portugal.

O Instituto Português do Desporto e da Juventude (IPDJ, I.P.), como coordenador da Semana Europeia do Desporto em Portugal, conta com a colaboração de um vasto leque de parceiros, que, sob o lema #BeActive, procura incentivar os portugueses a serem ativos durante a Semana e ao longo de todo o ano. Várias evidências científicas têm demonstrado que a prática regular de atividade física contribui para a prevenção de diversas doenças, aumenta a longevidade, a saúde e o bem-estar.

Em Portugal, a SED tem vindo a crescer ao longo dos anos, chegando a todos os pontos do país. Durante a pandemia da doença COVID-19, o IPDJ, lançou a campanha #SerAtivoemCasa, a qual promoveu junto de todos os segmentos da população, a importância de adotar um estilo de vida ativo mesmo durante os diversos períodos de confinamento. As ações de promoção e disseminação desenvolvidas durante este período permitiram aumentar o alcance da mensagem #BeActive junto da população portuguesa, traduzindo-se em mais de 1 milhão de pessoas envolvidas e cerca de 1500 atividades desenvolvidas em 2020.

No presente ano de 2021, esperamos uma SED repleta de atividades, de norte a sul do país bem como nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores, ultrapassando os números de adesão registados nas edições anteriores. Esperamos ainda que, os apoios que o Governo de Portugal tem vindo a disponibilizar ao setor desportivo, nomeadamente o reforço do Programa Nacional de Desporto para Todos e do Programa de Reabilitação de Instalações Desportivas, bem como o Programa



Reativar Desporto, possam contribuir para a recuperação do setor desportivo e aumentar a participação dos cidadãos à prática regular.

A SED conta com o apoio dos nossos Embaixadores e de uma vasta rede de parceiros nacionais, regionais e locais, que, em conjunto, irão desenvolver um conjunto de atividades, eventos e campanhas dirigidas a toda a população, sejam elas em formato presencial, semi-presencial ou via plataformas digitais. Para além do destaque aos temas centrais – educação, trabalho, ar livre, clubes desportivos e centros de fitness – iremos acrescentar um novo tema, «casa», onde se pretende estimular e desenvolver atividades nesse contexto tendo como base o trabalho desenvolvido no âmbito da campanha #SerAtivoEmCasa.

experimentação de vários desportos, corridas noturnas, entre outras atividades.

Com a dinamização da Fitness Open Week e do #BeActiveDay, que voltarão a ser eventos centrais da Semana Europeia do Desporto, pretende-se, através do envolvimento massivo dos ginásios e health clubs do país, permitir o acesso de cada vez mais pessoas à prática regular de atividade física. O sucesso destas iniciativas em edições anteriores da SED tem permitido a disseminação da mensagem #BeActive em Portugal. Neste contexto, a estreita colaboração da Portugal Activo e de todas as instituições do setor tem sido determinante neste processo, contribuindo para incentivar os portugueses a serem mais ativos.



<https://beactiveportugalipdj.pt/>

Com o apoio da Comissão Europeia, da República Portuguesa e do IPDJ

# #BEACTIVE

## SEMANA EUROPEIA DO DESPORTO

Por outro lado, irão ser ainda desenvolvidas outras atividades integradas na SED tais como o Dia do Desporto Inclusivo, o Dia do Desporto Sénior e o Dia do Desporto Náutico. Esperamos ainda que seja possível celebrar este ano o Family Sport Fest, em Lisboa - Capital Europeia do Desporto 2021 e no Porto. Trata-se de um evento dirigido a famílias que conta com workshops, aulas de dança,

Durante esta edição iremos ainda marcar simbolicamente a passagem do testemunho da Presidência do Conselho da União Europeia de Portugal para a Eslovénia durante o evento #BeActiveNight, com transmissão em live streaming das atividades que decorrem em simultâneo em vários países e partilhando, desta forma, as atividades desenvolvidas em tempo real.

“ Em Portugal, a SED tem vindo a crescer ao longo dos anos, chegando a todos os pontos do país. Durante a pandemia da doença COVID-19, o IPDJ, lançou a campanha #SerAtivoemCasa.”

Nesta edição da SED 2021 iremos entregar ainda kits de material desportivo destinados a promover a prática junto da população mais sénior, nomeadamente através da rede de Universidades Seniores, bem como dos centros de apoio a idosos. Uma estratégia similar irá também ser desenvolvido com instituições de apoio às pessoas com deficiência, tais como as CERCIS. Outra área relevante a incluir neste âmbito será a distribuição de kits de material para a realização de Jogos Tradicionais portugueses em várias escolas do nosso país. A SED 2021 será concluída com a realização do II Fórum Nacional do Desporto para Todos, reconhecendo publicamente várias instituições que se têm destacado em Portugal na promoção do Desporto para Todos. Esperamos contar consigo na Semana Europeia do Desporto 2021, entre os dias 23 a 30 de setembro deste ano. Seja #BeActive em qualquer Lugar, em qualquer Momento, sempre em Segurança!

# QUEM É A GEDIPE?



**A GEDIP é uma entidade de gestão coletiva, que representa, em Portugal, os produtores cinematográficos e audiovisuais e ainda, as produções próprias das televisões generalistas.**

## **Quais são os direitos cobrados e geridos pela GEDIPE?**

Entre outros, a GEDIPE, no âmbito da sua atividade, cobra e distribui os direitos de comunicação pública em nome dos seus associados. São os direitos (conexos ao direito de autor) que pertencem aos seus titulares (produtores cinematográficos e audiovisuais e artistas audiovisuais) e que foram produzidos por eles, que se encontram incorporados nos conteúdos transmitidos nos diversos programas que são transmitidos, pelos diversos canais.

## **Quem está obrigado a licenciar-se junto da GEDIPE?**

Qualquer estabelecimento comercial que disponha de aparelhos de televisão ligados em áreas de acesso ao público.

## **E se os meus televisores apenas passarem conteúdos produzidos pelo meu ginásio como campanhas, preçários, atividades de desenvolvimento, etc?**

Neste caso, não está obrigado ao licenciamento junto da GEDIPE.

## **Tenho um contrato com uma emissora por cabo que autoriza a comunicação pública dos conteúdos das emissões aos utentes do ginásio. Mesmo assim tenho de pagar a GEDIP?**

As operadoras de televisão por cabo ou FTH não podem, por lei, cobrar direitos que pertencem às produtoras de videogramas, e bem assim aos artistas, intérpretes ou executantes, os quais são direitos conexos aos direitos de autor e só poderão ser cobrados por entidades de gestão coletiva que representem aquela categoria, ou seja, a GEDIPE, conforme decorre do art.º 184.º n.º 1 e 3 do CDADC e da lei que regula as entidades de gestão coletiva do direito de autor e conexos. Assim, o valor da subscrição que as operadoras por cabo

cobram, nada tem que ver com os direitos conexos de comunicação pública, cobrados pela GEDIPE.

O contrato celebrado com as operadoras de cabo e FTH não inclui o pagamento dos direitos de comunicação pública, apenas inclui o acesso ao serviço de distribuição de televisão prestado pela operadora, remunerando apenas aquela operadora, a qual não está obrigada a cobrar e a entregar o valor dos direitos de comunicação pública aos seus respetivos titulares, como está a GEDIPE.

## **Quais os produtores de conteúdos que a GEDIP representa? Os canais como a SIC, RTP 1 e 2 e TVI, enquanto serviço público, estão obrigados a emitir em sinal aberto. Se apenas passar estes canais tenho de pagar a GEDIP?**

No site da GEDIPE, na lista de Associados/beneficiários constam a RTP S.A., SIC S.A. e TVI S.A. (Inclusive também a Plural Entertainment S.A.). Naturalmente que todos os canais temáticos das estações de televisão não precisam de estar, porque são apenas diferentes serviços de programas, a operar em diferentes frequências, mas o que transmitem pertence às mesmas operadoras de televisão.

A GEDIPE tem os mandatos das três operadoras de televisão generalista também depositados na IGAC. Para além dos associados/beneficiários, a GEDIPE representa ainda, através de acordos de reciprocidade celebrados com outras entidades congêneres a nível internacional, várias outras produtoras audiovisuais conforme consta da página:

[https://www.gedipe.org/site\\_gedipe/main/quem\\_representamos](https://www.gedipe.org/site_gedipe/main/quem_representamos)

As televisões cobram às operadoras de distribuição o direito de retransmissão por cabo e não cobram o direito de comunicação pública.

## **Se eu não tiver televisores no espaço e apenas permitir que os meus clientes vejam os seus conteúdos no seu telemóvel? Tenho de pagar à GEDIP?**

Se o ginásio não tiver qualquer televisor em locais de acesso por parte dos seus clientes, ou permitir apenas que os seus clientes utilizem os seus próprios telemóveis para ver televisão enquanto fazem exercício, já não terão de pagar os direitos cobrados pela GEDIPE. Aliás, por essa razão, a GEDIPE só cobra pela área onde os seus utilizadores possam visualizar os conteúdos de televisão e não pela área total do ginásio, o que, demonstra bem que o objetivo é cobrar pela faculdade de utilizar as emissões de videogramas em espaços públicos.

## **Quando me licencié na PASSMUSICA, estava incluído, o direito de exibição ou comunicação pública de videogramas musicais. Se nos televisores do ginásio apenas passar videoclipes, também tenho de me licenciar na GEDIP?**

Quanto à circunstância de a Passmúsica licenciar os canais de videoclipes, importa esclarecer que tal corresponde à verdade. No entanto, não há pacotes televisivos que seja apenas compostos por canais de videoclipes, pelo que pode sempre haver mudança de canal. Além disso, a GEDIPE representa também alguns produtores de videoclipes.

## **Como é feito o cálculo do que vou pagar à GEDIPE?**

O valor a pagar é calculado tendo em conta a área (m<sup>2</sup>) em que é possível visualizar o conteúdo emitido pelos aparelhos televisivos.

## **Sendo Associado Portugal Activo, terei algum desconto?**

Sim, a Portugal Activo assinou um protocolo com a GEDIPE, de forma aos seus associados beneficiarem de 15% de desconto sobre a tabela a vigorar. Se optarem pelo pagamento anual antecipado, gozarão de um desconto adicional de 5%.

**Condições de Segurança**

**TOSSE EFICAZ**

**Encorajar a tossir**

**Até resolver ou tosse ineficaz**

**TOSSE INEFICAZ**

**5 pancadas nas costas**

**5 compressões abdominais**

**Até resolver ou inconsciente**

**Se inconsciente, ligar 112**

**Iniciar SBV**

**1**

**PANCADAS INTERESCAPULARES**



1. Coloque-se por detrás da vítima mantendo uma posição de equilíbrio.
2. Segure o tórax da vítima passando um braço por baixo da axila.
3. Com a outra mão aplique até 5 pancadas vigorosas entre as omoplatas.

Caso a pessoa se mantenha engasgada, realize as compressões abdominais.

**2**

**COMPRESSÕES ABDOMINAIS**



1. Circunde o abdómen da vítima com os seus braços
2. Coloque uma mão fechada acima do umbigo e sobreponha-lhe a outra mão
3. Aplique até 5 compressões num movimento rápido para dentro e para cima

Mantenha o ciclo de até 5 pancadas interescapulares e até 5 compressões abdominais até que a situação fique resolvida (recomenda-se ida ao hospital) ou a vítima fique inconsciente.

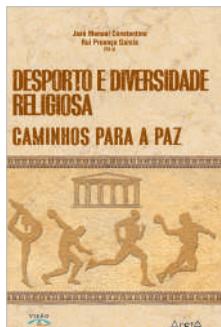
**3**

**Se a vítima ficar inconsciente, ligue 112 e inicie Suporte Básico de Vida**

# FORMAÇÃO CONTÍNUA CERTIFICADA (TPTEF É TPDT)

AÇÃO DE FORMAÇÃO	ENTIDADE FORMADORA	Nº DE CRÉDITOS	DATA	LOCAL
CURSO G-FUNCTIONAL COACH EXPERT		3.2	2021-09-25	LISBOA E PORTO
PÓS GRADUAÇÃO EM PERSONAL TRAINING		15	2021-09-26	ONLINE VIDEO CONFERÊNCIA
PILATES GROUP TRAINING		16.0	2021-10-02 - INÍCIO	ESTORIL
PÓS GRADUAÇÃO EM REABILITAÇÃO DE CONDIÇÕES MÚSCULO-ESQUELÉTICAS		17.5	2021-10-02	B-LEARNING LISBOA E PORTO
WORKSHOP PT - LIDAR COM A LESÃO		0.8	2021-10-03	ONLINE
WORKSHOP METODOLOGIAS DE EQUIPAMENTOS FUNCIONAIS		0.8	2021-10-09	LISBOA E PORTO
INDOOR CYCLE		5	2021-10-09	FUNCHAL
WORKSHOP KETTLEBELL MOVEMENT		0.8	2021-10-10	LISBOA E PORTO
PÓS GRADUAÇÃO EM FISIOLOGIA DA PERFORMANCE HUMANA		20.8	2021-10-10	B-LEARNING LISBOA
EXS CLINICAL		16.8	2021-10-13 - INÍCIO	LISBOA
PÓS-GRADUAÇÃO / ESPECIALIZAÇÃO INTERNACIONAL CROSS TRAINING		20	2021-10-16 e 23	AVEIRO E LISBOA
PÓS-GRADUAÇÃO / ESPECIALIZAÇÃO INTERNACIONAL PERSONAL TRAINING AVANÇADO		20	2021-10-16 e 23	LISBOA, PORTO E ONLINE
PÓS GRADUAÇÃO EM ALIMENTAÇÃO, NUTRIÇÃO E SUPLEMENTAÇÃO NO EXERCÍCIO		17.5	2021-10-16	ONLINE VIDEO CONFERÊNCIA
TRX FUNCTIONAL TRAINING COURSE		1.6	2021-10-30	LISBOA E PORTO
PÓS-GRADUAÇÃO / ESPECIALIZAÇÃO INTERNACIONAL SPORTS PERFORMANCE		20	2021-10-30   2021-11-06	LISBOA E PORTO
CERTIFICAÇÃO INTENSIVA AVANÇADA LEAD IN THE NEW WORLD: RECURSOS DE LIDERANÇA, COACHING E COMUNICAÇÃO		6	2021-11-05	ONLINE
STRENGTH AND POWER FOR ATHLETIC PERFORMANCE		4.8	2021-11-05 a 07	LISBOA
PÓS-GRADUAÇÃO / ESPECIALIZAÇÃO INTERNACIONAL PILATES		20	2021-11-06	LISBOA
PILATES GROUP TEACHER BY CAARM SYSTEM		14.6	2021-11-13	VIDEO CONFERÊNCIA
LOW PRESSURE FITNESS - HIPOPRESSIVOS		3	2021-11-13 e 14	PORTO
MENTORIA MATRIX		6.0	2021-12-01	ONLINE
ESPECIALIZAÇÃO EM EXERCÍCIO CLÍNICO		22.4	2021-11-20 a 2022-05-29	ONLINE
EXERCÍCIO FÍSICO NA GRAVIDEZ E NO PÓS PARTO		2.2	2021-11-24 a 28	ONLINE
ESPECIALIZAÇÃO INTERNACIONAL MARKETING E VENDAS		20	2021-11-27	ONLINE
GESTÃO DE CARREIRA		6.0	2021-12-01	ONLINE
EXS ENGAGE		2.8	2021-12-11 e 12	PORTO
PILATES PERSONAL TRAINING		8.0	2022-01-15 - INÍCIO	ESTORIL
AQUECIMENTO E A SUA APLICABILIDADE EM TREINO PERSONALIZADO E COLETIVO		4	Permanente	ONLINE
ACESSO À MAIOR ACADEMIA ONLINE DE CURSOS DE FITNESS E WELLNESS		18	Permanente	ONLINE
ACESSO À MAIOR PLATAFORMA PARA GESTORES E DIRETORES DE NEGÓCIOS DE FITNESS		6.4	Permanente	ONLINE

# PUBLICAÇÕES



## DESPORTO E DIVERSIDADE RELIGIOSA

### CAMINHOS PARA A PAZ

As diferentes religiões mantêm com o desporto uma relação própria e, em alguns casos, próxima a que as recentes tomadas de posição pública do Papa Francisco vieram evidenciar a respetiva atualidade....Mas, para além do catolicismo, outras religiões mantêm com o desporto uma relação peculiar que importa conhecer e recensear, pese embora a diversidade religiosa não afastar um entendimento comum do desporto como uma ferramenta para um itinerário de paz...Esta obra abriu espaço, ainda, para alguns testemunhos de fé ancorados em experiências desportivas que alimentaram dimensões religiosas e que nelas buscaram o respetivo cimento existencial.

*in Introdução, José Manuel Constantino*

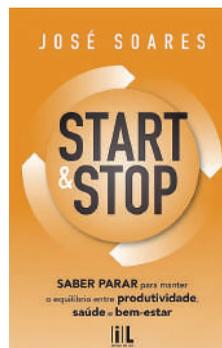
Desporto e Religião trilharam os seus caminhos próprios, afastando-se, por vezes desviando-se em relação às suas mensagens primordiais, degradando-se axiologicamente, mas nunca perdendo na totalidade os seus sentidos últimos – ou primeiros –, pelo que em pleno século XXI é possível intentar um diálogo entre estas duas formas de buscar a transcendência humana.

Sim, transcendência, porque esta busca não se esgota em formas religiosas, elementares ou complexas, mas no profundo sentido atribuído a práticas diversificadas. O desporto e a religião são formas radicalmente humanas de se perguntar pelo infinito, de se buscar as origens remotas do ser humano e de se orientar a vida na procura comum da transcendência.

*In Prefácio, Rui Proença Garcia*

**José Manuel Constantino,  
Rui Proença Garcia (ed.s)**

**Editora:** Editora Visão e Contextos



## START AND STOP

Sente que trabalha demasiadas horas? E, quando chega a casa e quer relaxar, só consegue pensar nas tarefas que deixou pendentes? Tem dificuldade em desligar e recuperar a energia de um dia para o outro?

Através da análise de casos reais, nos quais direta ou indiretamente nos revemos, o fisiologista e especialista em *performance* José Soares demonstra como os ambientes profissionais exigentes podem ter impacto negativo na nossa saúde física e mental, tornando cada vez mais frequentes os estados de cansaço, depressivos e até de *burnout*.

Com sugestões e estratégias fáceis de implementar, Start & Stop ensina-o a parar, a recuperar e a repor o equilíbrio necessário entre a vida pessoal e profissional, ajudando-o a melhorar a qualidade de vida sem comprometer a produtividade.

**José Soares**

**Editora:** Editora Ideias de Ler



## CRÓNICAS COVID 19 - GESTÃO DO DESPORTO EM TEMPOS DE CRISE

Com a coordenação dos professores Abel Correia, Rui Biscaia e Vera Pedragosa, este livro reúne um conjunto de artigos de vários **especialistas da área da Gestão dos Desporto**. Está organizado num conjunto de **capítulos**, a seguir mencionados:

- Introdução;
- Um outro dia;
- A Pandemia;
- O Desporto;
- O Gestor do Desporto;
- As Organizações;
- As Instalações;
- Os Ginásios;
- Para onde vamos?

**Abel Correia  
Rui Biscaia  
Vera Pedragosa**

**Editora:** Ed. Univ. Autónoma de Lisboa



**OMNISERVIÇOS**  
REPRESENTAÇÕES E SERVIÇOS

**Morada:**

Azinhaga dos Ulmeiros, nº 6-A  
1600 - 778 Lisboa (Telheiras)  
Tel: 21 754 01 91  
<http://www.omniservicos.pt/>  
[apoio.clientes@omniservicos.pt](mailto:apoio.clientes@omniservicos.pt)

# ESPECIALISTAS



## ALEXANDRE MIGUEL MESTRE

Advogado;  
Consultor na Abreu Advogados;  
Ex-Secretário de Estado do Desporto e Juventude.



## BRUNO BALIZA

Diretor Comercial do Fitness Hut  
Docente Fitness Academy  
Formação Avançada em Marketing Digital pela SBE Nova Lisboa



## EDUARDO CARDADEIRO

Investigador CEEI/UAL – Centro de Estudos Económicos e Empresariais/Universidade Autónoma de Lisboa



## HELENA BARBOSA

Doutorada em Gestión Estratégica y Negocios Internacionales pela Universidade de Sevilha  
Docente no Instituto Politécnico de Beja  
Autora de artigos científicos, capítulo de livro e de comunicações em conferências nacionais e internacionais.



## LAURA MCSTAY

Diretora dos Parceiros Internacionais Les Mills



## RAY ALGAR

CEO of Oxygen Consulting



## VERA MONIZ-PEREIRA - INVESTIGADORA E DOCENTE NA FMH

Doutorada em Motricidade Humana na especialidade de Biomecânica pela Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa  
Professora auxiliar na Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa  
Investigadora do Laboratório de Biomecânica e Morfologia Funcional do Grupo de Investigação em Neuromecânica do Movimento Humano do Centro Interdisciplinar para o Estudo da Performance Humana.



## VERA PEDRAGOSA – COORDENADORA CIENTÍFICA E DOCENTE NA UAL

Coordenadora científica e professora associada na licenciatura em Gestão do Desporto (UAL).



## VÍTOR PATACO

Presidente do Instituto Português do Desporto e Juventude

**PARCEIROS**

DIAMANTE



**The Wellness Company**

PLATINA



GOLD



SILVER



BRONZE



INSTITUCIONAIS





# EXPERTS LEARNING ACADEMY

**Programa de formação especializado  
para o teu clube de fitness!**

**Personalização de conteúdos**

**Formação nas próprias instalações**

**Créditos para renovação do TPTEF/TPDT**

GRUPO  
**ACADEMY**

[www.grupo-academy.pt](http://www.grupo-academy.pt)