

PORTUGAL ACTIVO



#23

MAIO a AGOSTO / 2026

QUADRIMESTRAL
DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

Em Destaque

Barómetro do Fitness em Portugal:
da recuperação à consolidação do
fitness 2023-2025

p.08

Gestão, Empreendedorismo e Liderança

O consumidor aumentado: como
o digital, a pandemia e as novas gerações
estão a redefinir o desporto e o fitness

p.30

Conversa Puxa Conversa com Paulo Azevedo

p.24

ÉTICA E DIREITO DO FITNESS

IVA & atividade física
e desporto: mudar a lei
p.34

MARKETING E VENDAS

A bioquímica do cérebro
aplicada à decisão de
praticar exercício
p.16

GESTÃO, EMPREENDEDORISMO E LIDERANÇA

Liderar equipas 23-35:
como entregar mais e melhor
p.22



E tu, já és ativo?

AGORA TU
ATIVA-TE



Descarrega
a **apptiva**



Editorial

CÁTIA VELEZ
PRESIDENTE PORTUGAL ACTIVO

Caros Associados e Parceiros,

O Novo Ciclo do Fitness: Do Ginásio à Transformação de Vidas

O mercado do fitness em Portugal está a crescer; mas em breve irá viver uma metamorfose profunda. Como bem aponta o especialista brasileiro Eduardo Netto, o "jogo mudou". Para quem gere clubes e ginásios no nosso país, entender esta evolução já não é apenas uma questão de estratégia — é uma condição imperativa de sobrevivência.

Historicamente, o setor alicerçou-se em dois grandes pilares. O primeiro ciclo foi o da infraestrutura: o foco era a expansão física e a corrida pelo equipamento mais moderno. O segundo trouxe a democratização através do modelo low cost, que permitiu a milhares de portugueses o acesso ao treino. No entanto, esta evolução "equalizou" o produto. Hoje, máquinas de ponta e balneários impecáveis são o básico esperado, não o diferencial.

Estamos agora a entrar com força no Terceiro Ciclo: a Era da Experiência e da Identidade.

O cliente português amadureceu e as suas prioridades mudaram. Ele já não procura apenas "músculo" ou "emagrecimento"; ele busca saúde metabólica, longevidade e, acima de tudo, bem-estar mental. Num país com cerca de 1.100 unidades, o risco da saturação de modelos genéricos é real. O diferencial já não reside no betão ou no aço, mas na capacidade de oferecer algo que o mundo digital ou o ginásio "ao virar da esquina" não conseguem replicar: o sentido de pertença.

O futuro do fitness nacional será conquistado por quem for capaz de desenvolver pessoas e criar comunidades reais. O treino deixou de ser um gasto para passar a ser visto como um investimento estratégico em vida. O desafio para os gestores e profissionais portugueses é a transição do modelo transacional — focado na venda da mensalidade — para o modelo protagonista.

Ser protagonista significa assumir a responsabilidade pela saúde de toda uma comunidade. Portugal tem um potencial de crescimento imenso, mas esse caminho faz-se pela especialização. Seja no treino personalizado, no foco em populações clínicas ou na criação de ambientes de "tribo", a oportunidade reside em ser relevante na vida do cliente muito para além das quatro paredes do clube.

O jogo mudou. A tecnologia e o preço são ferramentas, mas a conexão humana é o coração do negócio. Ao folhear esta edição, convidamo-lo a refletir: o seu ginásio é apenas um local de treino ou é um verdadeiro agente de transformação na saúde de Portugal?

É tempo de deixar de vender acessos e começar a liderar transformações.



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



PORTUGAL ACTIVO

NÚMERO 23
MAIO a AGOSTO / 2026

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@portugalactivo.pt

Design e Produção Gráfica

ArtFinalizar
art_master@artfinalizar.com

Periodicidade

Quadrimestral

Número de Registo ERC

ERC 127250

Depósito Legal

452254/19

Estatuto Editorial

Disponível em <https://portugalactivo.pt/estatuto-editorial-da-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.

EM 2026

APRENDE.
APLICA.
TRANSFORMA-TE!

#TrainingForGreatness



FITNESS ACADEMY



Entidade
Formadora
Certificada
dgeert

João Matos

Capitão da equipa de Futsal do Sporting C.P.
e Seleção Nacional e aluno do CET TEEF

Duração

825 h
+ estágio

Regime

55% presencial
45% online

Atribui

Título Profissional

Emprego

98,5% de
empregabilidade

CURSO TÉCNICO ESPECIALISTA EM EXERCÍCIO FÍSICO

INSCREVE-TE EM

[FITNESSACADEMY.PT](https://www.fitnessacademy.pt)

Pós-Graduações em
parceira com:



PÓS-GRADUAÇÕES / ESPECIALIZAÇÕES INTERNACIONAIS

- DIRETOR DE GINÁSIO/HEALTH CLUB
- FISILOGIA DO EXERCÍCIO CLÍNICO
- PERSONAL TRAINING AVANÇADO
- INTEGRATIVE MOVEMENT AND PERFORMANCE TRAINING
- TREINO TERAPÊUTICO
- PILATES
- TREINO HÍBRIDO E CROSS TRAINING

INSCREVE-TE EM

[FITNESSACADEMY.PT](https://www.fitnessacademy.pt)



PÓS-GRADUAÇÕES / ESPECIALIZAÇÕES INTERNACIONAIS

- SPORTS PERFORMANCE

INSCREVE-TE EM

[SPORTS-ACADEMY.PT](https://www.sports-academy.pt)



PROGRAMA AVANÇADO

- NUTRIÇÃO NO DESPORTO E EXERCÍCIO

INSCREVE-TE EM

[NUTRITION-ACADEMY.PT](https://www.nutrition-academy.pt)

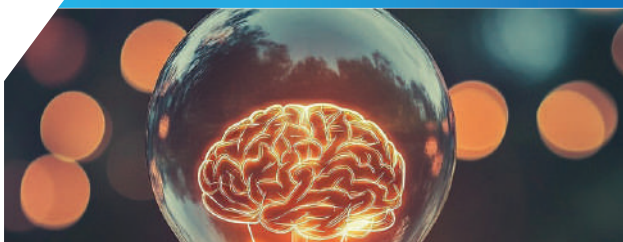
08**Em Destaque**

Barómetro do Fitness em Portugal: da recuperação à consolidação do fitness 2023-2025

10 · Notícias Portugal Activo

12 · Notícias Nacionais

14 · Notícias Internacionais

16**Marketing e Vendas**

A bioquímica do cérebro aplicada à decisão de praticar exercício

20 · Agenda Nacional e Internacional

22**Gestão, Empreendedorismo e Liderança**

Liderar equipas 23-35: como entregar mais e melhor

24

CONVERSA PUXA CONVERSA

Paulo Azevedo é um exemplo de resiliência e uma voz inspiradora em Portugal.

Ator, autor e palestrante motivacional, tem dedicado o seu percurso a desafiar os limites do potencial humano e a promover a inclusão através da comunicação.

Com uma trajetória marcada pela determinação no desporto e nas artes, é o mentor da filosofia "Não há impossíveis", utilizando a sua experiência para capacitar equipas e líderes a superarem as suas próprias barreiras e a transformarem obstáculos em oportunidades.

30

Gestão, Empreendedorismo e Liderança

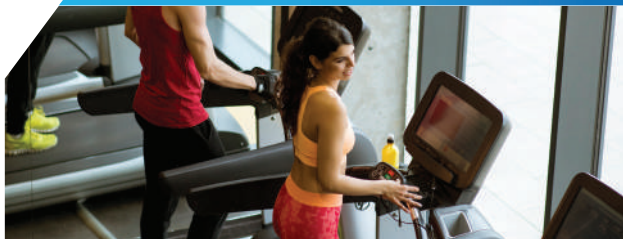


O Consumidor aumentado: Como o digital, a pandemia e as novas gerações estão a redefinir o desporto e o fitness

32 · Equipamento

34

Ética e Direito do Fitness



IVA & atividade física e desporto: mudar a lei

36 · Equipamento

38

Gestão, Empreendedorismo e Liderança



A retenção começa no dia 1

40

Gestão, Empreendedorismo e Liderança



Da geração de *leads* à conversão: o novo desafio estratégico dos negócios de fitness

42 · Formação

41

Espaço Universidade



Tendências do fitness em Portugal para 2026

46 · Especialistas

47 · Parceiros

PEÇA JÁ O SEU!



BARÓMETRO DO FITNESS 2025

BARÓMETRO DO FITNESS EM PORTUGAL: DA RECUPERAÇÃO À CONSOLIDAÇÃO DO FITNESS 2023-2025



Vera Pedragosa

Professora Associada e Coordenadora Científica da Licenciatura em Gestão do Desporto Investigadora

ICEE – Centro de Investigação em Ciências Económicas e Empresariais da Universidade Autónoma de Lisboa



Alan Ferreira

Professor Adjunto da Escola Superior de Desporto de Rio Maior – Instituto Politécnico de Santarém

Professor Auxiliar da Faculdade de Educação Física e Desporto da Universidade Lusófona

Investigador SPRINT – Sport Research and Innovation Centre

A análise do mercado do fitness em Portugal, entre 2023 e 2025, evidencia uma evolução clara ao longo de três momentos distintos: **recuperação**, **aceleração** e **consolidação**. Mais do que a leitura isolada de cada ano, a comparação direta dos principais indicadores permite compreender a transformação estrutural em curso na indústria e a forma como o setor evoluiu do período **pós-pandemia** para uma fase de maior maturidade e previsibilidade.

Em 2023, o setor iniciou uma recuperação sólida após o impacto da pandemia de **Covid-19**. Portugal contava com **1.056 clubes de fitness**, registando um aumento significativo face a 2022, e agregava cerca de **708.568 praticantes**. O volume global de faturação atingiu aproximadamente **270 milhões de euros (sem IVA)**, enquanto a **taxa de penetração na população** se situava em **6,9%**, ainda abaixo dos valores de referência europeus. Apesar do crescimento, os indicadores operacionais refletiam uma indústria em reconstrução, com níveis de utilização e fidelização ainda instáveis, sendo a **taxa anual média de retenção de sócios-membros de 54,7%**.

O ano de **2024** marcou uma aceleração clara no crescimento. O número de clubes aumentou para **1.282 unidades**, representando um crescimento de **21,4%** face a 2023, enquanto o número de praticantes subiu para **780.130**, um aumento próximo de **10%**. A faturação registou um salto expressivo para **345 milhões de euros**, correspondendo a um crescimento anual de cerca de **27%**, e a taxa de penetração evoluiu para **7,6%**. Em simultâneo, **observou-se um reforço do emprego**, com o número total de trabalhadores (instrutores e staff) a crescer **8,4%**, confirmando que a recuperação não era meramente conjuntural, mas sustentada.

Em 2025, o crescimento **manteve-se**, embora a ritmos mais moderados, sinalizando a entrada da indústria numa fase de **consolidação**. O número de clubes aumentou para **1.366** (mais **6,6%** face a 2024), enquanto o número de praticantes atingiu **851.730**, um crescimento de **9,2%**. A faturação global ultrapassou os **375 milhões de euros**, com um crescimento anual de **8,7%**, e a taxa de penetração subiu para **8,2%**, aproximando-se progressivamente da média europeia (**9,3%** – EuropeActive, 2026).

Relativamente ao perfil dos praticantes, a utilização dos centros de fitness em Portugal mantém-se maioritariamente feminina. Em 2025, **55,3% dos utilizadores são mulheres**, enquanto **44,7% são homens**, assegurando a coerência com a série histórica dos Barómetros do Fitness anteriormente realizados em Portugal e confirmando a tendência consistente de **maior adesão e frequência feminina** face ao público masculino.

A evolução do **preço médio das mensalidades (com IVA)** acompanha de forma coerente estas diferentes fases do mercado. Em 2023, o valor médio situava-se em **34,09€**, refletindo ainda um contexto de contenção comercial e recuperação da procura. Em 2024, registou-se um aumento para **37,69€**, associado à aceleração do crescimento e à incorporação dos custos operacionais. Já em 2025, verificou-se uma **ligeira correção para 36,70€**, não configurando uma inversão estrutural, mas antes um ajustamento típico de um mercado em consolidação, marcado por maior concorrência e foco na retenção.

Esta estabilização dos preços ocorre em paralelo com a **melhoria dos indicadores operacionais**. Entre 2024 e 2025, a **frequência média mensal por sócio** aumentou de **9,7 para 10,4 visitas**, enquanto a **taxa anual média de retenção** continuou a crescer, passando de **54,7% em 2023 para 58,4% em 2024** e atingindo **61,5% em 2025**, o valor mais elevado da série histórica. Em conjunto, estes indicadores evidenciam uma base de sócios-membros mais estável, padrões de utilização dos clubes de fitness mais consistentes e uma indústria em clara fase de consolidação.

Também ao nível do **emprego** se observa esta maturidade crescente. Entre 2024 e 2025, o número total de trabalhadores aumentou 4,7%, impulsionado pelo crescimento do número de **instrutores (+4,3%)** e de **staff (+5,3%)**, refletindo um reforço estrutural dos recursos humanos.

Em termos de **tipologia de clubes**, o mercado português continua a ser maioritariamente dominado pelos **Ginásios / Health Clubs (76,6%)**. No entanto, em 2025 **reforça-se** o peso relativo dos formatos especializados, com as **Boutiques de Fitness (8,8%)**, os **Estúdios de Treino Personalizado (5,8%)** e as **Box de Crosstraining (5,3%)** a representarem, em conjunto, cerca de 20% do mercado, consolidando uma tendência já visível em 2024.

Esta evolução ocorre num contexto de **estrutura de faturação estável**, em que as **mensalidades continuam**

a **representar 75% da receita total**, enquanto os restantes **25% resultam de receitas complementares**. O **Treino Personalizado destaca-se** como a principal fonte adicional de faturação (**15,0%**), seguido pelos **estúdios de Pilates com máquinas (4,3%)** e pelas **consultas de nutrição (1,2%)**, mantendo-se os restantes serviços com expressão residual.

No que respeita aos **serviços oferecidos**, em 2025 o núcleo central da oferta **mantém-se** claramente orientado para o **exercício físico estruturado**. As **áreas de treino funcional**, presentes em **83,8% dos clubes**, **afirmam-se** como o elemento mais transversal da oferta. A presença de **equipamento cardiovascular (79,4%)**, de **máquinas de musculação (79,6%)** e de **aulas de grupo (76,6%)** confirma a centralidade da sala de exercícios. Como evolução particularmente relevante, os **estúdios de Pilates com máquinas**, presentes em **22,5% dos clubes**, passam a integrar este núcleo central, refletindo a valorização crescente de modalidades dirigidas e tecnicamente acompanhadas.

Em síntese, a comparação direta entre **2023, 2024 e 2025** demonstra uma transição clara da **recuperação para a consolidação**. O crescimento mantém-se, mas assenta cada vez mais na estabilidade operacional, na retenção e na utilização regular, posicionando a **indústria do fitness** em Portugal numa fase de maior maturidade, previsibilidade e sustentabilidade. Neste enquadramento, o setor afirma-se simultaneamente como um **ator relevante na promoção da saúde pública e da prática regular de atividade física** e como um **mercado cada vez mais atrativo para investimento nacional e internacional**, apoiado em fundamentos económicos sólidos e numa procura em consolidação.

”

A ANÁLISE DO MERCADO DO FITNESS EM PORTUGAL, ENTRE 2023 E 2025, EVIDENCIA UMA EVOLUÇÃO CLARA AO LONGO DE TRÊS MOMENTOS DISTINTOS: RECUPERAÇÃO, ACELERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO.

”

Para aceder ao artigo completo "Tendências do Fitness em Portugal para 2026": <https://doi.org/10.47197/retos.v69.112240>

Para responder ao questionário "Tendências do Fitness em Portugal para 2027": <https://pt.surveymonkey.com/r/LBQ5D5Y>

Gostaríamos de contar com a opinião de TEFs/DTs, formadores/professores, proprietários/gestores de instalações de fitness e profissionais de saúde ligados ao exercício sobre as Tendências do Fitness para 2027. Basta aceder ao questionário através do link (até 10 de junho de 2026).



Notícias Portugal Activo

JORNADAS REGIONAIS 2026 OBRIGADO A TODOS!

É com um balanço extremamente positivo que a Portugal Activo encerra o ciclo de sete Jornadas Regionais que percorreram o país. Mais do que eventos de proximidade, estas jornadas foram marcos essenciais para o associativismo, permitindo-nos reafirmar os pilares que sustentam a nossa federação: **Legalidade, Integridade e Responsabilidade.**

Um agradecimento especial a todas as Plataformas Regionais pelo suporte incondicional e a cada Associado que caminhou connosco. Esta rede de partilha é o que nos torna mais fortes. O compromisso continua e, no final do ano, voltamos à estrada para os nossos **Encontros Regionais.**



PORTUGAL ACTIVO EM SKOPJE: **PREPARAR O #BEACTIVEDAY 2026**

A Portugal Activo marcou presença na Macedónia do Norte, num workshop organizado pela EuropeActive, para delinear as estratégias da edição 2026 do #BEACTIVEDAY.

Como parceiros deste projeto, reafirmamos o nosso compromisso com o grande dia: 23 de setembro. A edição de 2026 assume um compromisso renovado com o bem-estar integral, elegendo a Saúde Mental como o pilar central da programação.



PORTUGAL ACTIVO PARTICIPA NO GENERAL ASSEMBLY 2026 E NO EFAF

A Portugal Activo reforçou a sua presença internacional ao participar, no passado dia 14 de abril, na **General Assembly 2026 da EuropeActive** e no **European Fitness Associations Forum (EFAF)**, em Colónia, Alemanha. A Associação esteve representada por Bernardo Novo, Vice-Presidente da Portugal Activo.

Estes fóruns de alta relevância permitiram alinhar estratégias com parceiros europeus e participar ativamente na discussão de propostas que visam um setor mais robusto, eficiente e unido à escala continental.



NOVO LIVRO “SETE CONTRIBUTOS PARA PARTILHAR INTERPARES”

Foi publicada uma nova edição do livro “Sete Contributos para Partilhar Interpares”.

Esta publicação conta com o contributo dos preletores das Jornadas Regionais 2025, sendo o tema base a liderança e gestão de pessoas.



ELEIÇÕES PLATAFORMAS REGIONAIS



Pela primeira vez, o universo de associados de todo o país foi chamado a decidir, através de um processo democrático e descentralizado, os rostos que irão coordenar as nossas Plataformas Regionais durante o biênio 2026-2027.

Este é um passo decisivo para fortalecer a presença da Portugal Activo em todo o território nacional, garantindo que a nossa missão de promover um Portugal mais saudável chegue com a mesma energia a todos os distritos.

REUNIÃO DE PARCEIROS PORTUGAL ACTIVO 2026

A Reunião Anual de Parceiros, realizada a 20 de fevereiro, marcou mais um passo importante na nossa missão comum. A Portugal Activo agradece a dedicação e o apoio constante de todas as marcas que caminham connosco.

Este encontro foi um viveiro de ideias e soluções que visam, acima de tudo, elevar os padrões de saúde e atividade física em Portugal. Obrigado a todos os que contribuem diariamente para este objetivo comum.





Notícias Nacionais



ELEIÇÕES CCP PORTUGAL ACTIVO MANTÉM-SE NOS ÓRGÃOS SOCIAIS

A Confederação do Comércio e Serviços de Portugal (CCP) elegeu, no passado dia 29 de abril, a sua nova direção para o mandato 2026-2029. Gustavo Paulo Duarte sucede a João Vieira Lopes na presidência, liderando uma lista de consenso que reflete a diversidade do setor.

A Portugal Activo orgulha-se de fazer parte da lista eleita, estando representada por Bernardo Novo, Vice-Presidente da Portugal Activo, que assume o cargo de Vogal Suplente do Conselho Fiscal nos Órgãos Sociais da CCP. Esta eleição reforça a presença ativa da Associação nos órgãos de decisão da Confederação, garantindo que os interesses do setor do Fitness e Saúde continuam representados ao mais alto nível institucional no comércio e serviços.

APRESENTAÇÃO DIA MUNDIAL DA ATIVIDADE FÍSICA 2026

A convite da Câmara Municipal de Lisboa, a Portugal Activo, representada pelo seu Vice-Presidente, Paulo Morais, esteve presente na apresentação oficial do Dia Mundial da Atividade Física 2026.

A apresentação decorreu na Fundação Champalimaud e contou, na sua abertura, com a intervenção do investigador Pedro Saint-Maurice, que reforçou junto dos presentes aquilo que a ciência hoje demonstra de forma clara: o exercício físico não é apenas prevenção — é também parte integrante do tratamento da doença oncológica, com impacto real na qualidade de vida, funcionalidade e prognóstico dos doentes.



FITNESS PARK VAI INVESTIR 100 MILHÕES DE EUROS PARA ABRIR 50 GINÁSIOS EM PORTUGAL



Fitness Park reforçou a sua aposta no mercado nacional com um ambicioso plano de expansão: o investimento de 100 milhões de euros para a abertura de 50 novos clubes em Portugal.

Após a estreia em Carnaxide, a insígnia deu mais um passo nesta estratégia com a inauguração, no passado mês de março, da sua segunda unidade, localizada no Guimarães Shopping.

Este movimento consolida a entrada da marca em território luso, prometendo dinamizar o setor com uma oferta de larga escala.

IV CONGRESSO LUSO-BRASILEIRO DE DIREITO DO DESPORTO



No passado dia 21 de abril, a Universidade Autónoma de Lisboa (UAL) foi o palco do IV Congresso Luso-Brasileiro de Direito do Desporto.

O evento reuniu especialistas de renome de Portugal e do Brasil para uma análise profunda dos desafios jurídicos, éticos e económicos que moldam o desporto contemporâneo.

Através de painéis de elevada qualidade científica, o congresso consolidou-se como um espaço privilegiado de diálogo internacional, promovendo a partilha de conhecimento e contribuindo decisivamente para a afirmação do Direito do Desporto num contexto global.

10.º CONGRESSO INTERNACIONAL DE ATIVIDADE FÍSICA E DESPORTO

Beja foi o centro do debate científico e pedagógico com a realização do 10.º Congresso Internacional de Atividade Física e Desporto, nos dias 17 e 18 de abril.

O evento reuniu especialistas, académicos e profissionais para partilhar avanços e boas práticas no setor, reafirmando-se como um espaço fundamental para a promoção da saúde e o desenvolvimento de estratégias inovadoras no contexto do desporto e do exercício físico.



INAUGURADA PRIMEIRA UNIDADE DA MY TEMPUS DO GRUPO FOREVER FITNESS

O grupo Forever Fitness, fundador do ginásio MyFit Club, inaugurou a primeira unidade da sua nova marca, a My Tempus, uma Boutique de Pilates que coloca a modalidade no centro de uma experiência diferenciadora e altamente especializada.

Mais do que um espaço de treino, propõe uma vivência onde o Pilates é trabalhado de forma completa, combinando precisão, controlo e acompanhamento próximo. Este é o primeiro passo de um projeto pensado para crescer e levar a experiência My Tempus a mais pessoas.





Notícias Internacionais

FIBO 2026



A edição de 2026 em Colónia reafirmou a vitalidade e a força do setor a nível global, alcançando números impressionantes com a presença de 175,173 visitantes e 1.133 expositores provenientes de 140 países.

Perante este cenário de escala mundial, a Portugal Activo mantém o seu firme compromisso de levar cada vez mais empresários e profissionais nacionais à linha da frente da inovação, acreditando que o contacto direto com as tendências globais é a chave fundamental para elevar o padrão do fitness em Portugal.



EHFF 2026

Na véspera da FIBO, a 15 de abril, a EuropeActive organizou a 13.ª edição do Fórum Europeu de Saúde e Fitness (EHFF). O evento, consolidado como o principal ponto de encontro para a liderança do setor, reuniu em Colónia mais de 500 decisores globais.

Durante um dia intensivo, discutiram-se as tendências mais inovadoras e as estratégias que vão moldar o futuro do mercado de saúde e fitness a nível mundial.



REPORT DELOITTE/EUROPEACTIVE 2026

Deloitte
Together makes progress

europe active
EUROPEAN FITNESS ASSOCIATION



O setor do fitness na Europa continua a demonstrar uma resiliência e um dinamismo assinaláveis, segundo os dados mais recentes do **Relatório do Mercado Europeu de Saúde e Fitness 2026**, desenvolvido pela EuropeActive em parceria com a Deloitte.

O mercado registou um crescimento sólido, com as receitas globais a subirem 9,1%, atingindo os **39,1 mil milhões de euros**. Este progresso é acompanhado por uma expansão física da rede, que viu o número de clubes crescer 2,8%, passando de 64.000 para as atuais **65.792 unidades**.

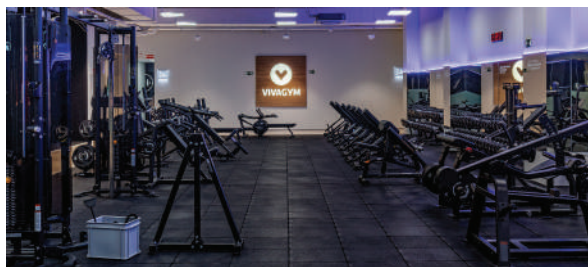
No que diz respeito à adesão dos cidadãos, o setor atingiu um marco histórico ao superar a barreira dos **75 milhões de membros**, o que representa um aumento de 5,8% face ao período anterior.

Estes números confirmam que a indústria está no caminho certo para cumprir a meta estratégica da EuropeActive: alcançar os 100 milhões de praticantes até 2030, reforçando o papel vital do fitness na saúde pública europeia.

VIVAGYM COMPRA SYNERGYM

O panorama do fitness ibérico registou uma movimentação histórica com a aquisição da Synergym pelo Grupo VivaGym.

Esta operação estratégica resulta na criação de uma rede com mais de 450 estabelecimentos espalhados por Portugal e Espanha, consolidando a posição do grupo como um dos principais operadores da região.



UCRÂNIA ACTIVE HOMENAGEADA COM O PRIMEIRO 'BEACTIVE AWARD' NO EHFF



Um dos momentos mais marcantes da 13.ª edição do EHFF foi a entrega do primeiro BeActive Award à Ukraine Active. A distinção reconhece a resiliência e o sucesso da organização em manter a atividade física viva apesar do conflito em curso.

O desporto tem sido utilizado como uma ferramenta vital de apoio à saúde física e mental e como um elemento de união das comunidades em tempos de crise.

Ao subir ao palco com a bandeira da Ucrânia, o presidente Andrii Boliak foi recebido com uma ovação de pé, num dos momentos de maior solidariedade do evento.

A BIOQUÍMICA DO CÉREBRO APLICADA À DECISÃO DE PRATICAR EXERCÍCIO



José Carlos Pereira

Especialista em vendas fitness e professor universitário

Depois de ler este artigo, talvez fique mais claro que a decisão de praticar exercício não é apenas racional. Não é só uma questão de preço, localização, equipamentos, horário ou plano de treino. Tudo isso conta, claro. Mas, quimicamente, através de neurotransmissores, hormonas, estados emocionais e percepções de segurança, há muita coisa a acontecer antes, durante e depois da decisão.

Somos seres biológicos. Ou seja, somos lógicos, mas com muita biologia à mistura. E somos também seres regulados por sistemas nervosos, mecanismos de recompensa, medo, pertença, antecipação e confiança. A pergunta a fazer, quando falamos de clubes, ginásios e sócios, talvez não devesse ser apenas: “Como aumentamos o número de sócios, mensalidades e vendas?” A pergunta certa deveria ser: “Porque é que alguém decide começar, continuar ou abandonar a prática desportiva?”

É aqui que a neurobiologia da decisão pode ajudar.

Não quero com este artigo dar uma aula de bioquímica. Nada disso. Quero apenas, num formato simplificado e com base científica, olhar para alguns elementos que condicionam a decisão de praticar exercício físico, a experiência dentro do clube e a fidelização do sócio. Porque, na prática, a adesão a um ginásio raramente é apenas uma compra. É uma promessa pessoal, uma tentativa de mudança e uma expectativa de futuro. E, muitas vezes, é também uma luta contra hábitos antigos.

Quem trabalha em clubes e ginásios sabe isto melhor do que ninguém: uma coisa é uma pessoa inscrever-se; outra, bem diferente, é aparecer. Uma coisa é fazer uma avaliação inicial; outra é manter consistência. Uma coisa é comprar uma mensalidade; outra é construir identidade de praticante.

É é precisamente nesta passagem entre intenção, ação e continuidade que entra o nosso cérebro.

Existem elementos que estimulam as sinapses dos nossos neurónios de diferentes formas: os neurotransmissores. Entre os mais conhecidos estão a dopamina, a serotonina,

A criatividade, a colaboração e a saúde estão na ordem do dia para resolver problemas complexos, muito para além do próprio conhecimento técnico.

Mas será que a neurobiologia ajuda a entender porque é que uma pessoa decide entrar num ginásio, continuar a treinar, desistir ao fim de poucas semanas ou transformar-se num verdadeiro embaixador de um clube?



É por isso que a primeira experiência de um sócio num clube é tão importante.

Não basta apresentar equipamentos e explicar modalidades. Não basta vender mensalidades (os famosos “packs”). É preciso baixar a ameaça e aumentar segurança. E a segurança, neste contexto, não é apenas segurança física. É segurança psicológica, emocional e social. É a sensação de que “este lugar também é para mim”.

Muitas desistências começam antes do primeiro treino.

Começam quando a pessoa se sente deslocada. Quando não sabe o que fazer e não percebe os códigos do espaço. Quando compara o seu corpo com o dos outros e sente que está a ser avaliada. Quando recebe um plano que não entende ou o contacto inicial foi demasiado transaccional. Quando a promessa feita na venda não se transforma numa experiência acompanhada.

É aqui que a neurobiologia se cruza com gestão, vendas e retenção.

A decisão de aderir a um ginásio pode nascer de uma dor: excesso de peso, falta de energia, recomendação médica, autoestima baixa, stress, solidão, envelhecimento, pós-parto, performance, estética ou saúde. Mas a decisão de continuar nasce quase sempre de outra coisa: progresso sentido, relação, pertença e confiança.

Por isso, quando falamos de benefícios num processo de venda ou acompanhamento em clubes de fitness, devemos pensar em três dimensões: funcional, emocional e social.

O benefício funcional responde à pergunta: “O que é que este clube me ajuda a conseguir?” Pode ser perder peso, ganhar força, melhorar mobilidade, dormir melhor, reduzir dores, preparar uma prova, recuperar condição física ou simplesmente criar uma rotina saudável.

a endorfina e a oxitocina. A isto podemos juntar hormonas como o cortisol e a testosterona, entre muitas outras. Não é preciso transformar área managers, gestores de clubes, diretores técnicos, nutricionistas ou consultores comerciais em neurocientistas. Mas é útil perceber que a experiência de um sócio é também uma experiência química.

A dopamina está relacionada com antecipação, recompensa, objetivo e sensação de progresso. É ativada quando sentimos que estamos mais perto de algo que desejamos. Num ginásio, pode estar presente quando o sócio vê uma evolução, cumpre um plano, perde peso, ganha massa muscular, melhora tempos, recebe feedback positivo ou simplesmente sente que “está a conseguir”.

A serotonina está ligada ao humor, bem-estar, reconhecimento, estabilidade e sensação de valor pessoal. Num clube, pode aparecer quando a pessoa se sente respeitada, acompanhada, identificada pelo nome, integrada num ambiente em que sente que pertence e onde o seu esforço é validado.

A endorfina surge muito associada ao exercício físico. Ajuda a reduzir a perceção de dor, aumenta a sensação de prazer e pode gerar aquela espécie de euforia pós-treino que muitos praticantes conhecem bem. A tal frase “não me apetecia vir, mas ainda bem que vim” tem muita bioquímica lá dentro.

A oxitocina está relacionada com ligação, confiança, vínculo e segurança social. É o químico da relação. E aqui os clubes e ginásios têm uma grande oportunidade, por vezes esquecida. Porque um ginásio não é apenas um espaço com equipamentos, aulas e balneários. Um ginásio pode, e deve, ser uma comunidade. Pode ser o lugar onde alguém se sente acompanhado, reconhecido e menos sozinho no seu processo de mudança.

E depois temos o cortisol. O famoso químico associado ao stress. O cortisol não é um inimigo e tem funções importantes. O problema está no excesso e na permanência. Quando uma pessoa entra num ginásio sentindo vergonha, comparação, medo de julgamento, insegurança física ou desconforto social, o seu cérebro pode interpretar aquele espaço como ameaça. E quando o cérebro interpreta ameaça, fecha-se. Protege-se, evita, adia e pode mesmo desaparecer.

”

**PORQUE, NA PRÁTICA,
A ADESÃO A UM GINÁSIO
RARAMENTE É APENAS UMA
COMPRA. É UMA PROMESSA
PESSOAL, UMA TENTATIVA
DE MUDANÇA E UMA
EXPECTATIVA DE FUTURO.
E, MUITAS VEZES, É TAMBÉM
UMA LUTA CONTRA
HÁBITOS ANTIGOS.**

”



O benefício emocional responde à pergunta: “Como é que este clube me faz sentir?” Mais confiante? Mais capaz? Menos sozinho? Mais acompanhado? Mais respeitado? Mais disciplinado? Mais orgulhoso de mim?

O benefício social responde à pergunta: “A que comunidade passo a pertencer?” A uma aula de grupo, a um clube, a um desafio, a uma tribo, a uma cultura de saúde, a uma identidade de pessoa ativa.

E quando estas três dimensões se encontram, a proposta de valor deixa de ser apenas “temos equipamentos únicos e bons horários”. Passa a ser: “ajudamos pessoas a mudar comportamentos, num ambiente onde se sentem acompanhadas, capazes e integradas”.

Isto pode mudar muita coisa no processo de decisão, no grau de satisfação e, acima de tudo e mais importante, na fidelização.

Porque uma pessoa não compra apenas acesso a uma infraestrutura de treino. Compra uma versão futura de si própria. Compra energia, autoestima, saúde, disciplina e sensação de pertença. Compra, muitas vezes, uma tentativa séria de voltar a gostar ainda mais de si.

E, se isto é verdade, a venda num ginásio não pode ser apenas uma inscrição. Tem de ser uma ponte entre a intenção e o comportamento.

Aqui entra a dopamina. O cérebro gosta de objetivos, mas precisa de objetivos próximos. Um objetivo demasiado distante, como “perder 20 quilos” ou “ficar em forma”, pode parecer motivador no início, mas também pode tornar-se esmagador. O cérebro precisa de pequenas vitórias. Primeira semana cumprida, primeiros três treinos, primeira aula e primeiro check-in. Primeira evolução registada, primeiro elogio e o primeiro “já noto diferença”.

Os clubes que sabem desenhar estes pequenos momentos de progresso têm uma vantagem competitiva. Porque não estão apenas a gerir treino. E sim a gerir a recompensa.

Aqui entra também a endorfina. O exercício físico, quando bem ajustado ao nível da pessoa, pode gerar bem-estar, energia e clareza mental. Mas quando é mal ajustado, pode gerar dor excessiva, frustração e rejeição. Há uma diferença enorme entre desafiar e esmagar. O corpo precisa de estímulo e o cérebro precisa de sentir que é possível repetir.

E a repetição é a base de qualquer hábito. Vou partir do princípio que na boa direção!

Depois temos a serotonina. O reconhecimento tem impacto. Um instrutor que sabe o nome do sócio, que nota a evolução, que celebra a consistência, que valida o esforço e que não reduz a pessoa ao seu resultado físico está a trabalhar muito mais do que técnica. Está a construir autoestima operacional e a ajudar o sócio a associar aquele espaço a uma sensação de valor pessoal.

E, finalmente, a oxitocina. Talvez uma das mais importantes para a retenção e fidelização. Porque as pessoas podem entrar por uma promoção, mas ficam por uma relação. Podem aderir por proximidade geográfica, mas continuam porque se sentem parte de algo superior a elas. Podem experimentar por curiosidade, mas recomendam quando sentem confiança.

Um clube forte cria vínculos. Entre sócios e equipa, entre sócios e sócios, entre professores, PTs e turmas. Entre objetivos individuais e cultura coletiva. A aula de grupo, o treino acompanhado, o desafio interno, a conversa breve à entrada, a mensagem de acompanhamento, o cuidado quando alguém falta vários dias, tudo isto parece pequeno. Mas, bioquimicamente, pode ser bem grande.

A retenção começa na experiência emocional do sócio.

E isto deve fazer-nos pensar. Quando um sócio deixa de aparecer, o problema raramente é apenas financeiro. Pode ser perda de motivação, falta de progresso percebido, vergonha, agenda, ausência de relação, excesso de esforço inicial, falta de acompanhamento ou simplesmente a sensação de que ninguém deu pela sua ausência.

No limite, um sócio que não treina é um sócio em risco. Mesmo que continue a pagar.

E talvez esta seja uma das grandes provocações para o setor: um sócio ativo administrativamente não é necessariamente um praticante ativo. Pode estar na base de dados, pode pagar a mensalidade, pode contar para os indicadores, mas, se não utiliza o clube, a relação está fragilizada. E uma relação fragilizada acaba, mais cedo ou mais tarde, por se transformar numa desistência.

A neurobiologia da decisão mostra-nos que a adesão, a frequência e a fidelização dependem de um cocktail complexo: recompensa, bem-estar, confiança, pertença e baixa ameaça. Isto não substitui gestão, marketing, vendas, qualidade técnica ou instalações. Mas dá-lhes uma camada com maior profundidade.

Porque um clube de fitness não vende apenas exercício. Vende um comportamento continuado. E o comportamento continuado pode ser desenhado com processos e com a equipa.

Desenha-se com boas primeiras experiências. Com um onboarding inteligente, metas curtas, acompanhamento, feedback, comunidade, linguagem simples e com planos que façam sentido para a vida das pessoas. Com equipas que percebam que a técnica é essencial, mas a relação é muitas vezes o que mantém o sócio dentro do processo.

Para terminar em alta, com dopamina bem lá para cima, deixo uma ideia simples: quando uma pessoa se apaixona por uma prática, por uma comunidade ou por uma nova versão de si própria, há química envolvida. A Dopamina pelo progresso. A Endorfina pelo prazer do movimento. A Serotonina pelo bem-estar e reconhecimento. A Oxitocina pela ligação ao clube, aos professores e às pessoas.

Talvez seja isto que os melhores clubes fazem bem: não vendem apenas treino. Criam condições para que o sócio se apaixone pelo processo.

E quando isso acontece, a venda deixa de ser uma transação e passa a ser uma transformação.

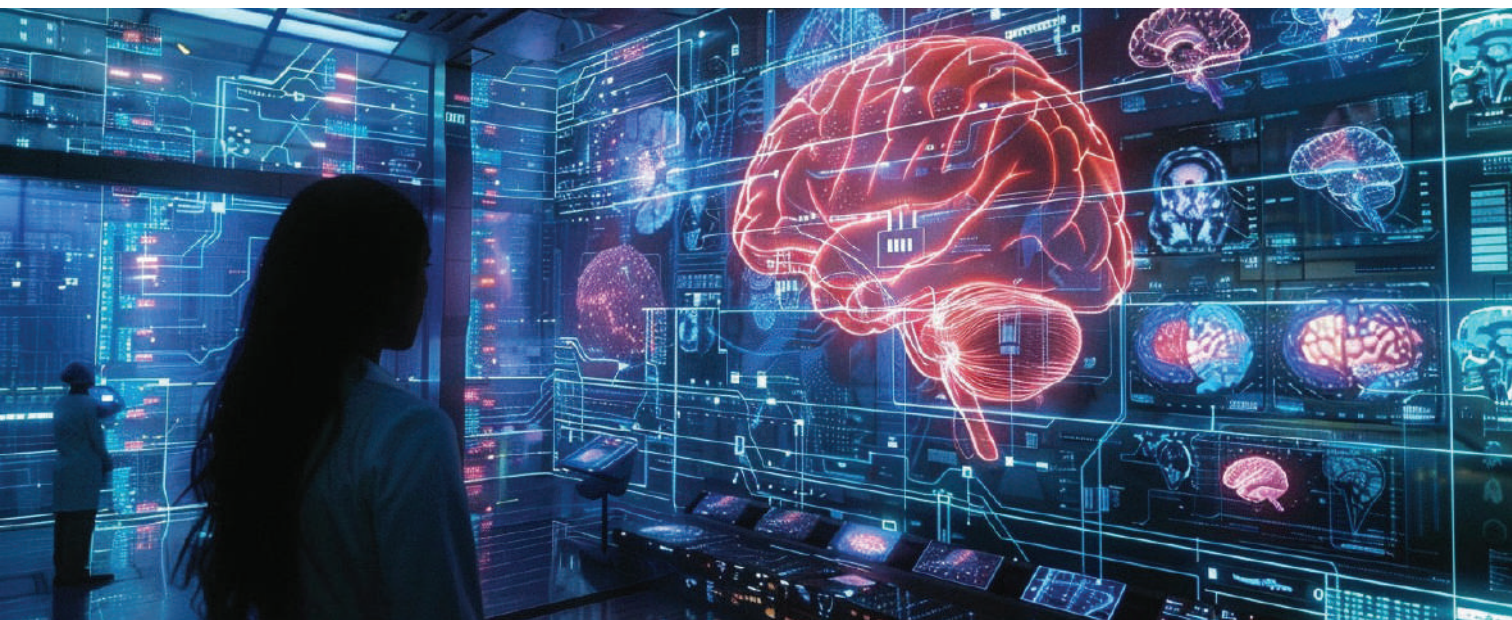
É incrível, o nosso próprio corpo fornece pistas para muitos dos mistérios que ainda tentamos resolver na gestão de clubes, na venda de adesões e na retenção de sócios. Porque, no fundo, praticar exercício também é uma decisão biológica, emocional e social.

E talvez seja precisamente aí que esteja uma das maiores oportunidades dos clubes e ginásios: compreender melhor o cérebro para ajudar melhor o corpo!

”

**TALVEZ SEJA ISTO QUE OS MELHORES CLUBES
FAZEM BEM: NÃO VENDEM APENAS TREINO.
CRIAM CONDIÇÕES PARA QUE O SÓCIO
SE APAIXONE PELO PROCESSO**

”





Agenda

NACIONAL

30 maio

Les Mills Experience
LX Factory Lisboa
<https://fitness.manz.pt/experience/>

4 e 5 de julho

RFM Performance Manz Games
Estádio 1º Maio, Lisboa
<https://fitness.manz.pt/experience/>

23 a 30 setembro

Semana Europeia do Desporto
Todo o país

Outubro e novembro

Encontros Regionais Portugal Activo
Todo o país

INTERNACIONAL

19 e 20 de maio

Fitness Technology Summit
Londres
<https://thefitnesstechsummit.com/summits/europe/>

28 a 31 de maio

Expo Centre & Riviera di Rimini
Itália
<https://www.riminiwellness.com/en>

1 a 3 de junho

Active Aging & Physical Activity
França
<https://egrapa.sciencesconf.org/>

24 a 25 junho

Beyond Active Europe
Madrid, Espanha
<https://beyondactiv.com/events/europe>

7 a 10 julho

31st Annual Congress European
College of Science
Suíça
<http://ECSS Lausanne 2026 - Sport Science>

29 a 30 agosto

Sense4fitsummit
Roménia
<https://sense4fitsummit.com/>

24 a 26 setembro

HFA European Congress
Londres
<https://hub.healthandfitness.org/european-congress>

2 dezembro

Exercise for Health 2026
Brussels

Está a recrutar?

PORTUGAL ACTIVO / Associação de Clubes de Fitness e Saúde

RECRUTAMENTO

TEM UMA OFERTA DE EMPREGO?

TODOS OS DISTRITOS

TODOS OS CONCELHOS

- Instrutor de aulas de grupo e PT
Entidade: Academia 718a
Candidaturas até: 30-09-2026
- Monitor de Sala / Personal Trainer / Aulas de Grupo
Entidade: BEST GYM
Candidaturas até: 30-09-2026
- Instrutor de sala
Entidade: BEST GYM
Candidaturas até: 30-09-2026
- Instrutor de Aulas de Grupo
Entidade: Liforma Health Club-Sol
Candidaturas até: 31-08-2026
- Instrutor de Fitness e Aulas de grupo
Entidade: Non Fitness & Wellness
Candidaturas até: 01-09-2026

CONTACTOS
Rua Rodrigo de Faria, 56 Casa 1260-481 Lisboa
218 242 607 // 218 242 512

ser@activo.pt

SER ASSOCIADO

<https://portugalactivo.pt/recrutamento/>



PROTEÇÃO PARA PROFISSIONAIS DE FITNESS

Soluções de seguros ajustadas às exigências do setor

PARA INSTRUTORES

SEGURO DE ACIDENTES DE TRABALHO

Proteção obrigatória em caso de acidente durante aulas, treinos e deslocações profissionais.

Desde 154,56€/ano
+ custo da apólice.

O valor tem por base o salário mínimo nacional referência 2026 e a subscrição conjunta do Seguro de Responsabilidade Civil.

SEGURO DE RESPONSABILIDADE CIVIL

Proteção jurídica e financeira contra danos causados a terceiros no exercício da sua profissão.

Apenas 53,50€/ano
+ custo da apólice.

PARA GINÁSIOS

SEGURO DE ACIDENTES DE TRABALHO

Proteção obrigatória dos colaboradores.

SEGURO DE MULTIRRISCOS COMERCIAL

Espaço e equipamentos protegidos.

Desde 35€/ano
+ custo da apólice.

SEGURO DE RESPONSABILIDADE CIVIL EXPLORAÇÃO

Danos causados a clientes ou terceiros.

A partir de 150 €/ano
+ custo da apólice.

PARA PRATICANTES

SEGURO DE ACIDENTES PESSOAIS

Segurança obrigatória e essencial durante a prática desportiva.

Desde 150€/ano
+ custo da apólice.

CONHEÇA OUTRAS SOLUÇÕES PARA A SUA VIDA PRIVADA DO PROTOCOLO PORTUGAL ACTIVO/SABSEG



AUTOMÓVEL



MULTIRRISCOS
HABITAÇÃO



SAÚDE



VIDA CRÉDITO
HABITAÇÃO



RESPONSABILIDADE
CIVIL FAMILIAR



ACIDENTES
PESSOAIS



INTERMEDIÇÃO
DE CRÉDITO

**Comece já a poupar
Peça a sua simulação!**

Saiba mais em:



Ou contacte:

☎ 808 201 341

(dias úteis das 9h00 às 13h00
e das 14h00 às 18h00)

✉ portugalactivo@sabseg.pt

LIDERAR EQUIPAS 23-35: COMO ENTREGAR MAIS E MELHOR



Rui Lança

Licenciado em Ciências do Desporto e Mestrado em Gestão do Desporto, ambos pela Faculdade de Motricidade Humana - UL.

Doutorando em Comportamento Organizacional pelo ISCSP - UL.

A verdade sobre a performance da geração dos 23-35 anos:

- O problema da performance está no contexto e em quem as lidera. Até porque é a única coisa que realmente depende apenas do líder: ele mesmo.
- Esta geração, por norma, olha para o trabalho com um significado e propósito diferentes. Estas palavras têm de estar na cabeça de um líder todos os dias.
- Dá mais importância ao que faz, como o faz e quem os lidera.
- Muda mais facilmente de trabalho, não porque desiste mais rápido, mas porque a autonomia, a familiarização com a tarefa e o significado estão em primeiro lugar.
- Por fim, não quer assumir cargos de liderança, porque, por norma, os mesmos não permitem autonomia. E o cargo não casa com as prioridades.

Têm uma exigência elevada sobre aquilo que fazem e sobre quem os lidera. Têm uma confiança e ambição diferente, menos tolerância a estruturas que não entregam valor, a ambientes tóxicos e lideranças nas quais não reconhecem competência. Não seguem hierarquia porque sim. Avaliam constantemente o sentido daquilo que fazem.

É exatamente aqui que a liderança entra mais uma vez. O método e perfil. A predisposição para se adaptar, a empatia, o conjunto de ações diárias em prol de retirar o melhor das pessoas que gere.

O líder é o Sistema aqui. E a questão é: rendemos por causa do sistema ou apesar do sistema?

A performance de uma equipa não depende da motivação do dia, mas do sistema em que essa equipa opera. E esse sistema é desenhado, mantido ou destruído pelo líder e pela cultura que se vive no ambiente de trabalho.

Há uma conversa que se repete em quase todas as organizações: "esta geração não quer trabalhar", "não aguentam pressão", "saem por tudo e por nada". É confortável, mas é falso. E torna-se numa conversa enganadora por não olhar para o espelho. Esta geração não exige mais ou melhor. Exige algo diferente para o qual fomos habituados e provavelmente treinados a liderar.

É aí que a maioria das lideranças falha. E como em quase todos os temas da liderança e de pessoas, e porque não há estilos de liderança eficientes em todos os contextos, há naturalmente líderes mais preparados para estes novos desafios e exigências. Porque é disso que se trata: gerir pessoas e equipas com um perfil diferente.

Por norma, na maioria das organizações uma pessoa entrega ao final do dia menos do que pode entregar. Não é um crime, mas uma organização não sobrevive a isto, especialmente num mercado supercompetitivo.

Quando há pessoas a render abaixo do potencial, temos obrigatoriamente de descobrir porquê. Cinco razões:

1. Muitos de nós não sabe o que tem impacto sobre a nossa performance diária e porque a mesma sobe ou baixa. Nem como encontrar esses indicadores.
2. O líder não ter os skills necessários, sejam eles técnicos ou comportamentais.
3. O contexto não permitir que sejam realizadas as ações necessárias para aumentar essa performance.
4. A organização não ter uma cultura organizacional eficiente.
5. Os liderados não serem as pessoas certas por um conjunto de razões (e o despedimento deve ser encarado como uma solução, desde que o liderado seja realmente o problema).

Isto também nos remete para outro tema que vale a pena abordar futuramente: o recrutamento.

Na prática, a lacuna entre o que as pessoas poderiam entregar e o que efetivamente entregam, tem de ser analisada naquilo que o líder controla: a clareza, o contexto e a estrutura.

E existem dados que devem incomodar quem gere equipas, seja com pessoas de 23 anos ou de 50:

- 41% do tempo de trabalho é gasto em tarefas que não criam valor. É um problema de desenho do sistema.
- O líder em média disponibiliza apenas 13% do seu tempo a desenvolver pessoas.
- Só 27% dos líderes em média estão comprometidos, sendo que têm um impacto de 56% no compromisso das suas equipas.
- 55% dos líderes sentem solidão na tomada de decisão, 65% reporta níveis elevados de stress e frustração, 36% não se sentem preparados para liderar.

No lado das equipas que entregam de forma consistente, há seis dimensões alinhadas:

- Liderança
- Estrutura e papéis
- Objetivos e estratégia
- Comunicação
- Clima e relações
- Recursos e competências

Se há ambiguidade nos papéis, o líder (e a cultura organizacional) tem de a resolver. Se a estratégia não chega ao terreno, tem de ser traduzida. Se a comunicação interna é caótica, tem de ser estruturada. Se o clima é tóxico, alguém o permitiu.

Nenhuma destas coisas se resolve com reuniões.

Três exigências para quem lidera 23-35

Dá contexto antes de dares instruções. Esta geração quer perceber o porquê, o impacto e o caminho. Quando não percebe, não se dedica nem se compromete. Não é capricho, é o contexto.

Cria ritmo. Estas equipas precisam de exigência e de progressão. Não funcionam em ambientes confortáveis demais, nem em contextos caóticos. O líder eficaz define prioridades claras, reduz complexidade, dá feedback frequente e instrutivo, e cria espaço para aprender. Pressão sem propósito gera fuga.

Treino/formação. No desporto de alto rendimento, mais de 90% do tempo é treino. No corporate é diferente, mas isso não justifica o pouco feedback instrutivo e o pouco tempo semanal dedicado à motivação e acompanhamento.

Ceticismo e as três coisas que um líder não pode fazer

Esta geração parte de um ponto de ceticismo saudável. Não atribui autoridade pelo cargo, quer validá-la todos os dias pelo comportamento. Isto obriga a uma liderança mais assente em consistência. Confiança constrói-se com coerência e justiça nas decisões. E perde-se em três coisas que o líder não pode fazer: mentir, ser incoerente e não ser exemplo.

Para alguns isto é desconfortável. Tira o peso da hierarquia e devolve-o ao comportamento. Mas é precisamente isso que separa a performance consistente da esporádica. Num setor onde a energia, a relação humana e a consistência operacional são tudo, o líder não é mais um fator de performance. É o fator.

A tua equipa entrega aquilo que tu fores capaz de construir à volta dela (com a permissão da cultura organizacional). A equipa é, por norma, o reflexo daquilo que tu decides, comunicas e toleras todos os dias.

A pergunta não é se a geração 23-35 está à altura do teu desafio. É se tu, com as tuas qualidades e com a tua predisposição para trabalhares o que é necessário em ti, estás à altura dela.

”

**TÊM UMA EXIGÊNCIA ELEVADA
SOBRE AQUILO QUE FAZEM E SOBRE
QUEM OS LIDERA. (...)
NÃO SEGUEM HIERARQUIA
PORQUE SIM**

”



CONVERSA PUXA CONVERSA

Paulo Azevedo é um exemplo de resiliência e uma voz inspiradora em Portugal.

Ator, autor e palestrante motivacional, tem dedicado o seu percurso a desafiar os limites do potencial humano e a promover a inclusão através da comunicação.

Com uma trajetória marcada pela determinação no desporto e nas artes, é o mentor da filosofia "Não há impossíveis", utilizando a sua experiência para capacitar equipas e líderes a superarem as suas próprias barreiras e a transformarem obstáculos em oportunidades.



99

**...O QUE REALMENTE DEFINE UM
ESPAÇO INCLUSIVO É A ACEITAÇÃO
E A MENTALIDADE HUMANA.**

99



PA - Qual o impacto do exercício físico no teu bem-estar físico e mental?

Paulo Azevedo - É muito significativo. Diria que tem um impacto de cerca de 50% para cada lado. Se não treinar, não me sinto bem nem fisicamente nem psicologicamente. Para além de ser um complemento ao meu dia a dia, o exercício físico faz-me sentir leve e bem psicologicamente, mais motivado e com mais vontade de enfrentar os desafios diários. Fisicamente, sinto-me muito mais preparado para tudo o que tenho de enfrentar, seja andar com as minhas próteses que são pesadas, os espetáculos de teatro, que são bastante físicos, ou as minhas palestras.

PA - Em que momento sentes mais que a atividade física te ajuda a nível pessoal?

Paulo Azevedo - Sinto que a atividade física me ajuda sobretudo na minha independência e na minha locomoção com as minhas próteses. Estas pesam cerca de 22 quilos e todo o esforço é feito sobretudo a nível abdominal e lombar. Por isso, é na minha mobilidade com as próteses que sinto mais o impacto da atividade física, por me ajudar a estar melhor preparado e mais funcional no dia a dia.

Portugal Activo - O que significa para ti ser uma pessoa ativa no dia a dia?

Paulo Azevedo - Sou uma pessoa ativa por natureza. Quando não tenho nada para fazer, tento sempre encontrar algo para ocupar o meu tempo, por isso estou constantemente em movimento. Considero-me uma pessoa muito ativa, tanto fisicamente como mentalmente, pois, para mim, ser ativo no dia a dia é quase como almoçar ou jantar. O exercício físico faz parte da minha vida e, se pudesse, praticava-o todos os dias.

PA - O que significa para ti hoje a palavra superação?

Paulo Azevedo - Superação é, numa só palavra, o resumo de toda a minha vida. Para mim, superação não é apenas ultrapassar obstáculos ou tentar dar a volta aos desafios da vida, mas sim uma forma de viver. Passo a minha vida a superar-me de diferentes maneiras, seja num simples degrau, a conduzir o meu carro ou a realizar as minhas tarefas do dia a dia.



PA - Como é que transformas as dificuldades em forças no teu dia a dia?

Paulo Azevedo - Aprendi ao longo da minha vida a recarregar-me muitas vezes nos “nãos” que as pessoas me davam, quer a nível profissional quer pessoal. Por isso uso essas dificuldades como motivação e transformo-as em forças. Acabo por fazer das fraquezas forças.

PA - O que te ajuda a manter a disciplina nos momentos mais exigentes?

Paulo Azevedo - A força de vontade, sem dúvida.



PA - O que é que ainda hoje te desafia mais a nível mental?

Paulo Azevedo - Quando me dizem “tu não consegues” ou que “é impossível”, isso acaba por me dar ainda mais força para me desafiar a nível mental. Ou seja, ouvir que algo não é possível, para mim é um dos maiores impulsos para tentar ultrapassar essa barreira.

PA - O que é que aprendeste sobre ti próprio através dos desafios que enfrentaste?

Paulo Azevedo - Aprendi que somos capazes de coisas extraordinárias e que o impossível é muitas vezes uma escolha. Somos nós os donos das nossas decisões, e somos nós que definimos aquilo que conseguimos construir na vida, bem como os desafios que conseguimos enfrentar e vencer.

PA - Sentes que a tua história mudou a forma como vês os limites?

Paulo Azevedo - Talvez, de alguma forma, sim. Passei a vida a ouvir que não me conseguia sentar, quanto mais andar. No entanto, acabei por ser a primeira pessoa com um grau de amputação tão grande a conseguir andar com duas próteses. Também fui a primeira pessoa, a nível nacional com uma condição de quadriamputado, a participar numa novela. Por isso, acredito que a minha história acabou por mudar um pouco a forma como vejo os limites.

PA - Achas que Portugal está realmente preparado para uma sociedade mais inclusiva?

Paulo Azevedo - Está mais preparado agora do que estava há uns anos. Já se fez muito, mas ainda falta fazer muito mais, sobretudo a nível mental. As pessoas têm de deixar de olhar para as minorias, sejam elas relacionadas com deficiência, etnia, religião ou orientação sexual como diferentes e passar a vê-las como iguais. Só assim é que a mudança acontece de forma mais profunda e consistente.

PA - Sentes alguma evolução na forma como o desporto e os ginásios lidam com a inclusão?

Paulo Azevedo - Sim, claro. Os ginásios estão muito mais preparados para receber pessoas com limitações para treinar. Os personal trainers têm também muito mais formação nesta área e estão mais capacitados para incluir pessoas com necessidades especiais no treino, sem dúvida.

PA - Para ti, o que define um espaço verdadeiramente inclusivo?

Paulo Azevedo - Para além das barreiras arquitetónicas, como rampas, elevadores, portas largas, casas de banho e balneários adaptados, acredito que o que realmente define um espaço inclusivo é a aceitação e a mentalidade humana. Se as pessoas estiverem preparadas para receber alguém com uma condição especial, então o espaço torna-se automaticamente mais inclusivo.



PA - O que dirias aos ginásios em Portugal sobre a acessibilidade e a adaptação?

Paulo Azevedo - Primeiro diria que os ginásios em Portugal têm de ser espaços para todos, incluindo pessoas com limitações. Para isso, é preciso haver vontade, acima de tudo de receber estas pessoas. Depois, as barreiras arquitetónicas, rampas de acesso ou adaptações, são aspetos que podem ser resolvidos com obras e planeamento. Quando existe vontade de incluir, torna-se tudo mais fácil.

PA - Na tua opinião, a inclusão depende mais de estruturas ou de mentalidade?

Paulo Azevedo - Depende muito mais da mentalidade, da forma como se aceitam pessoas com condições especiais para treinar. As barreiras arquitetónicas acabam por ser mais uma questão técnica e estrutural, que pode ser resolvida. O mais importante é mesmo a atitude e a abertura das pessoas.

PA - Qual é a importância de treinar com um personal trainer no teu caso?

Paulo Azevedo - É muito importante. Um personal tainer como o Crashá, por exemplo, tem formação e consegue corrigir a minha postura, evitar lesões e adaptar os exercícios às minhas condições. Todos os personal trainers com quem treinei ao longo da minha vida tiveram de aprender sobre o meu corpo e perceber que exercícios consigo fazer. Por isso, para mim, é muito mais seguro e eficaz treinar com um personal trainer do que sozinho.

PA - O que te levou ao caminho das palestras motivacionais?

Paulo Azevedo - Quando foi escrito o meu primeiro livro autobiográfico sobre a minha vida, comecei a ir às escolas falar sobre a minha experiência. Percebi então que a mensagem que transmitia era muito importante. No entanto, o momento decisivo foi quando estagiei no Real Madrid, com o Mr. Mourinho. Tive a oportunidade de falar para a equipa e, depois ele disse-me que o meu lugar era “dentro da cabeça das pessoas” e que eu podia levar aquilo muito mais a sério. Esse foi o momento de mudança.



PA - O que te dá mais realização hoje?

Paulo Azevedo - A representação e a paixão pelo que faço, sem dúvida. Sou ator, e isso é a minha grande paixão. Mas as palestras também me dão uma enorme realização, porque perceber que posso fazer a diferença na vida de alguém é uma responsabilidade muito grande, e ao mesmo tempo, muito gratificante.



PA - Olhando para o teu percurso, qual foi o momento mais marcante até hoje?

Paulo Azevedo - Talvez a primeira novela a nível nacional. Fui a primeira pessoa com um grão de amputação tão elevado a participar numa novela, num meio em que muitas vezes o aspeto exterior ainda prevalece e o talento pode ser deixado para segundo plano. Conseguir fazer parte desse projeto, com a minha condição, foi sem dúvida o momento mais marcante do meu percurso.

PA - Sendo ator e figura pública, sentes que a tua presença ajuda a mudar mentalidades sobre a deficiência?

Paulo Azevedo - Sim, acima de tudo ajuda a que as pessoas com condição especial, como eu, tenham coragem de arriscar e de lutar pelos seus sonhos, tanto a nível profissional como pessoal.

PA - Como é que é um dia normal na tua vida, fora das palestras e dos eventos?

Paulo Azevedo - É muito marcado pela minha vida de pai. Tenho dois filhos, por isso toda a logística de os levar à escola e ir buscá-los faz parte da rotina. Quando não estou a trabalhar, tento treinar todos os dias, mas acima de tudo o meu dia é organizado em torno da vida familiar e também dos meus negócios, já que tenho alguns.



PA - O que te ajuda a recarregar energias e a manter o equilíbrio?

Paulo Azevedo - Os momentos que passo com os meus filhos. As férias com eles também são muito importantes. Às vezes até volto mais cansado do que descansado, mas sem dúvida que vê-los felizes e a sorrir é o que mais me recarrega.

PA - Há algum hábito diário que consideras essencial para ti?

Paulo Azevedo - Sim, em primeiro lugar, treinar. Depois tenho um dia sempre muito organizado, com horários definidos. Mesmo quando não estou a trabalhar, gosto de manter essa organização. No final do dia, conseguir cumprir todas as tarefas é essencial para mim.

PA - Se tivesses de deixar uma mensagem, qual seria?

Paulo Azevedo - A mensagem que deixo é que não sei se existe algum caminho para a felicidade ou não, mas se existir, o primeiro passo é gostarmos de nós próprios como somos, aceitarmos-nos tal e qual como somos, com os nossos defeitos e as nossas virtudes. E depois perceber que o difícil não significa impossível. Muitas vezes passamos a vida a confundir estas palavras.



”

AS BARREIRAS ARQUITETÓNICAS, RAMPAS DE ACESSO OU ADAPTAÇÕES, SÃO ASPETOS QUE PODEM SER RESOLVIDOS COM OBRAS E PLANEAMENTO. QUANDO EXISTE VONTADE DE INCLUIR, TORNA-SE TUDO MAIS FÁCIL.

”

RESPOSTAS RÁPIDAS

LIVRO Uma vida normal

MÚSICA Música Sertaneja

UMA CIDADE Lisboa

PERSONALIDADE José Mourinho

HOBBIES Treinar



O CONSUMIDOR AUMENTADO: COMO O DIGITAL, A PANDEMIA E AS NOVAS GERAÇÕES ESTÃO A REDEFINIR O DESPORTO E O FITNESS



Luis Rasquilha

CEO do Ecosistema Inova.
Professor da Fundação Dom Cabral
e do Hospital Israelita Albert Einstein

Do espaço físico ao ecossistema digital

Durante décadas, o modelo de fitness foi relativamente estável: um espaço físico, equipamentos, aulas e acompanhamento técnico. Hoje, esse paradigma é insuficiente.

O digital deixou de ser um complemento e passou a ser a infraestrutura invisível que sustenta toda a experiência. Aplicações móveis, plataformas de treino, inteligência artificial, wearables e sistemas de análise de dados estão a redefinir a relação entre o consumidor e o exercício físico. O treino deixa de ser episódico e passa a ser contínuo. Deixa de ser genérico e torna-se personalizado. Deixa de estar limitado a um espaço físico e passa a acontecer em qualquer lugar.

O consumidor já não compra acesso a um ginásio. Compra **um ecossistema integrado de bem-estar**, onde físico e digital coexistem de forma fluída.

A pandemia como ponto de viragem

Se a tecnologia abriu caminho, a pandemia acelerou a transformação. Em poucos meses, milhões de pessoas tiveram de reinventar rotinas, espaços e prioridades. O trabalho tornou-se híbrido, o tempo ganhou novas configurações e a saúde — física e mental — assumiu um papel central.

No fitness, esta mudança foi particularmente evidente:

- O treino em casa generalizou-se
- As plataformas digitais escalaram rapidamente
- A flexibilidade tornou-se uma exigência

Vivemos um momento de rutura silenciosa, mas profundamente transformadora. O comportamento do consumidor está a ser redesenhado pela convergência de três forças estruturais: a aceleração tecnológica, o impacto pós pandemia e a emergência de novas gerações com códigos de consumo radicalmente distintos. Em conjunto, estas forças não apenas alteram hábitos — redefinem expectativas.

No centro desta mudança surge o **consumidor aumentado**: mais informado, mais exigente, mais autónomo, mas também mais consciente, seletivo e orientado para valor e propósito. E poucos setores sentem esta transformação de forma tão intensa como o desporto e o fitness.

Mais do que uma resposta circunstancial, este novo comportamento consolidou-se. O consumidor quer agora controlar quando, onde e como treina. Neste novo contexto, a concorrência deixou de ser linear. Um ginásio já não compete apenas com outro ginásio — compete com aplicações, conteúdos digitais, médias sociais, influenciadores e soluções personalizadas acessíveis a partir de qualquer dispositivo.

Gerações que mudam as regras

A transformação ganha ainda mais profundidade quando analisada à luz das novas gerações. A Gen Z — e, em breve, a Gen Alpha — são nativas digitais. Para estas gerações, não existe distinção entre online e offline. Existe apenas experiência.

Mas a mudança vai além da tecnologia. Estas gerações valorizam experiências em detrimento da posse, procuram autenticidade e propósito nas marcas, exigem personalização e integram o bem-estar como parte da sua identidade. No desporto e fitness, isto traduz-se numa expectativa clara: não basta oferecer treino. É necessário oferecer significado, evolução pessoal e pertença.

O fitness deixa de ser uma atividade e passa a ser um **lifestyle integrado**.

O fitness como plataforma de vida

O setor está a evoluir para um novo posicionamento. O fitness deixa de ser uma indústria isolada e aproxima-se de um modelo de plataforma, onde diferentes dimensões se interligam: saúde preventiva, performance física, nutrição, recuperação, bem-estar mental e comunidade. Esta convergência redefine o papel dos operadores. De prestadores de serviços, passam a **orquestradores de experiências integradas de bem-estar**. O valor deixa de estar apenas no acesso a equipamentos ou aulas, e passa a estar na capacidade de acompanhar o consumidor ao longo da sua jornada, de forma contínua e personalizada.

Novas regras, novos desafios

Perante este novo contexto, emergem implicações estratégicas claras.

A primeira é a necessidade de hibridização. O futuro não é físico nem digital — é híbrido, fluido e omnipresente.

A segunda é a centralidade dos dados. Conhecer o utilizador, antecipar necessidades e personalizar experiências torna-se o principal fator de diferenciação.

A terceira é o papel da comunidade. A relação deixa de ser transacional e passa a ser relacional, contínua e emocional.

A quarta é a expansão da proposta de valor. O treino, por si só, já não é suficiente. O consumidor procura soluções integradas que impactem a sua vida como um todo.

Do consumidor ao protagonista

Talvez a mudança mais relevante seja esta: o consumidor deixou de ser um utilizador passivo para se tornar protagonista da sua própria jornada.

Escolhe, adapta, combina e experimenta. Move-se entre plataformas, formatos e experiências com uma fluidez que desafia modelos tradicionais. Para as organizações, o desafio não é apenas acompanhar esta mudança. É antecipá-la, interpretá-la e traduzi-la em propostas de valor relevantes.

Uma transformação ainda em curso

Apesar da velocidade das mudanças, estamos ainda no início desta transformação. A próxima fase será marcada por uma maior integração entre tecnologia, dados e biologia humana. A personalização tornar-se-á mais profunda, a prevenção mais eficaz e a experiência mais imersiva. Mas, paradoxalmente, quanto mais tecnológico o setor se torna, mais humana se torna a expectativa.

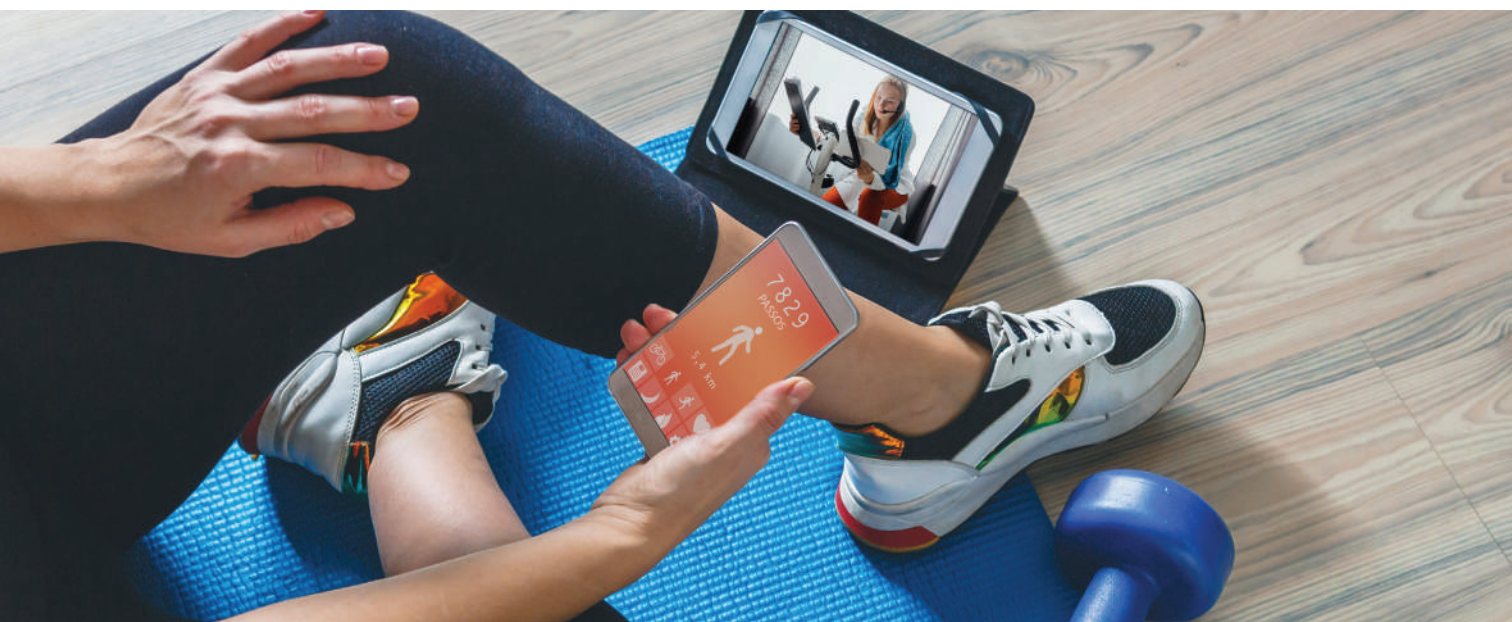
No final, o que o consumidor procura não é apenas performance. É equilíbrio.

Não é apenas treino. É bem-estar.

Não é apenas acesso. É pertença.

O futuro do desporto em geral e do fitness em particular será definido por quem conseguir equilibrar tecnologia com humanidade — dados com empatia, escala com personalização.

Porque o consumidor mudou. E não vai voltar atrás.





EQUIPAMENTO

BWH



IQ Touch & Drink System

Diz adeus à hidratação aborrecida. Com a **IQ Touch and Drink**, ofereces aos teus atletas uma experiência premium e tecnológica. Esta estação intuitiva permite personalizar cada bebida, aliando frescura e saúde num design futurista. É o investimento estratégico para diferenciar o teu clube e fidelizar quem procura a excelência.



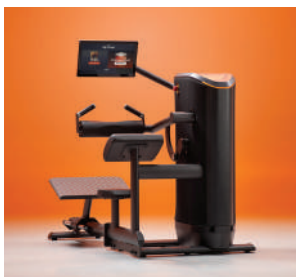
TRX Bandit

Leva o teu treino para o próximo nível com o **TRX Bandit**. Este par de pegas universais acaba com a pressão desconfortável das bandas de borracha na palma das mãos. Melhora a tua força, estabilidade e técnica com um acessório leve que cabe na tua mochila. Otimiza cada repetição agora!

Contacto: geral@bwh.pt

E G Y M

Smart Strength Series 3



Como parte do ecossistema EGYM, a nova linha Smart Strength conecta o treino a resultados mensuráveis que reforçam a retenção, a diferenciação e o retorno sobre o investimento. Baseada em IA e numa evolução contínua orientada pelo software, reduz o atrito operacional e garante uma relevância duradoura.





Worldwide Fitness Company

**THE FIRST AND
THE ORIGINAL**
ON THE WORLDWIDE
FITNESS MARKET

Panatta Total Back



A máquina mais viral de 2026, Total Back (patente pendente) combina quatro movimentos em um. Planos de trabalho ajustáveis a 45°, 90°, 135° e 180° permitem treinar toda a região dorsal. Pegas independentes e trajetórias convergentes garantem movimento natural e desenvolvimento completo e progressivo. A Primeira e a Original no mercado fitness.

ADJUSTABLE ROW



Inspirada na remada com barra, mas mais segura e precisa. A posição a 45° reduz o stress lombar enquanto maximiza a ativação das costas. Ângulos de convergência ajustáveis (30°, 15°, 0° – patente pendente) e braços independentes garantem carga direcionada e trabalho unilateral. Desenvolvida para um treino eficaz da parte superior e central das costas. A Primeira e a Original no mercado fitness.

Contacto: info@panattasport.com

FFITTECH

• EQUIPAMOS GINÁSIOS •

Pendulum Squat Machine



A Pendulum Squat Machine oferece um treino de pernas seguro e eficaz, com movimento guiado que imita o agachamento natural. Possui plataforma ajustável, suporte ergonómico e sistema de segurança. Ideal para todos os níveis, permite maior amplitude de movimento, promovendo melhor ativação muscular e ganhos consistentes de força e desempenho.

Eleve o seu treino de pernas a outro nível — com mais controlo, mais profundidade e melhores resultados.

Contacto: comercial@ffitness.pt



IVA & ATIVIDADE FÍSICA E DESPORTO: **MUDAR A LEI**

Alexandre Mestre

Advogado

Professor Auxiliar na Universidade Autónoma de Lisboa

Professor Adjunto Convidado na Escola Superior
de Desporto de Rio Maior

1. Portugal é uma República “baseada na dignidade da pessoa humana” (artigo 1.º), não se vislumbrando uma vida plenamente digna sem o acesso e o desenvolvimento da prática da atividade física e do desporto.

A atividade física e o desporto são, por outro lado, uma via de formação integral dos cidadãos, de serem reconhecidos os seus “direitos à identidade pessoal, ao desenvolvimento da personalidade” e “à cidadania” (artigo 26.º, n.º 1).

Se há fator de promoção do “bem-estar” e da “qualidade de vida” de um povo, esse fator é a prática desportiva. Nesse contexto, a promoção do bem-estar e da qualidade de vida constitui uma das “Tarefas fundamentais do Estado” (artigo 9.º, alínea d)) e uma “Incumbência do Estado no âmbito económico e social” (artigo 81.º, alínea d)). A “qualidade de vida do povo português” deve, aliás, ser um dos objetivos dos “Planos de desenvolvimento económico e social” (artigo 90.º).

Em outros três preceitos da nossa Lei Fundamental, inseridos no Título III – “Direitos e deveres económicos, sociais e culturais”, surgem relevantes referências expressas ao



desporto (interpretando-se, de modo atualista, a expressão “cultura física” como se referindo a atividade física, ou incluindo atividade física num conceito mais amplo de desporto): (i) “Todos têm direito à cultura física e ao desporto” (artigo 79.º, n.º 1); “Incumbe ao Estado, em colaboração com as escolas e as associações e coletividades desportivas, promover, estimular, orientar e apoiar a prática e a difusão da cultura física e do desporto, bem como prevenir a violência no desporto” (artigo 79.º, n.º 2); (iii) a “promoção da cultura física e desportiva” consta como instrumento do direito à proteção da saúde (artigo 64.º); e (iv) prevê-se a “proteção especial” dos “jovens” para a “efetivação dos seus direitos económicos, sociais e culturais”, nomeadamente “[n]a educação física e no desporto” (artigo 70.º, n.º 1, alínea d)).

Por outro lado, a CRP prevê o direito ao “repouso e aos lazeres” para todos os trabalhadores (artigo 59.º, n.º 1, alínea d)).

Por seu turno, o crescente e crucial papel do que a lei chama de “empresas prestadoras de serviços desportivos” - designadamente os ginásios, academias e clubes de saúde - funda-se desde logo na constituição da “iniciativa económica privada” (artigo 61.º, n.º 1).

Aqui chegados, cabe perguntar: por que razão ainda se aplica em Portugal uma taxa de 23% de IVA para a construção de infraestruturas desportivas e para o acesso a infraestruturas desportivas, designadamente ginásios, academias e clubes de saúde (*health clubs*)? Proponho as devidas alterações legislativas para um pleno respeito com a Constituição da República Portuguesa, passando a aplicar-se a taxa reduzida de 6%.

2. Em complemento com os referidos preceitos constitucionais, e em reforço do fundamento para o que pretendo concluir e propor a seguir, importa não esquecer que a referida LBAFD estabelece uma conexão forte entre atividade física, desporto e melhoria da condição física (em especial nos artigos 2.º, n.º 2 e 6.º, n.º 1), em linha com a Carta Europeia do Desporto, assinada pelo Estado Português (artigos 6.º, n.º 1 e 9.º). Não se esqueça ainda que os Técnicos de Exercício Físico (TEF) e os Diretores Técnicos (DT) de ginásios, academias, e clubes de saúde (*health clubs*), são

profissões regulamentadas por força de serem profissionais do exercício físico e saúde (artigo 35.º, n.º 2 da LBAFD), e, entre outros deveres genéricos têm o da “defesa da saúde dos praticantes” (artigo 8.º da Lei n.º 39/2012, de 28 de Agosto). Mais se lembra que quando, em 1996, na Madeira, se legislou pela primeira vez em Portugal na área do *fitness* (Decreto Legislativo Regional 12/96 M, de 16 de Julho), se invocou, entre outros fundamentos, a necessidade de orientação técnica para se garantir a saúde e segurança dos utentes.

Ora atento o que vimos de dizer, em complemento ao já exposto em 1, **entendemos que os TEF devem deixar de ser enquadrados no regime em que liquidam IVA à taxa normal de 23% sobre os serviços que prestam, para passarem a ser considerados como uma “profissão paramédica”,** na mesma linha com que, à inversa, há décadas, se incluiu expressamente o “*peçoal médico e paramédico*” na categoria legal de “*agentes desportivos*” (artigo 4.º da Lei de Bases do Sistema Desportivo e, ainda antes, artigo 1.º, alínea b) do Decreto-Lei n.º 98/85, de 4 de Abril). Isentar os TEF de IVA, enquanto “profissões paramédicas”, permitirá, ademais, em particular no caso dos *Personal Trainers*, diminuir o preço a repercutir nos utentes - aumentando o número destes, logo o número de cidadãos a praticar atividade física e desportiva, com reflexo na diminuição nos custos de saúde a suportar pelo Estado - sendo que a não oneração dos prestadores de serviços de saúde é precisamente o objetivo subjacente à concessão de isenções ao abrigo do artigo 9.º do CIVA.

Para alcançar tal desiderato são possíveis um de dois caminhos legais alternativos: (i) o Governo aditar os TEF à lista das “*profissões paramédicas*” constante da lista anexa ao Decreto-Lei n.º 261/93, de 24 de Julho, ou à lista das “*profissões de diagnóstico e terapêutica*” prevista no Decreto-Lei n.º 320/99, de 11 de Agosto; (ii) a Assembleia da República, à imagem e semelhança do que fez em sede de *Terapias Não Convencionais* (com a Lei n.º 1/2017, de 16 de Janeiro), aprove uma lei - que em lógica, aditaria um artigo à vigente ‘*Lei dos Ginásios*’ - na qual equipare, para efeitos fiscais, os TEF a “*profissões paramédicas*”.



EQUIPAMENTO

EQUI PILATES



Reformer Equipilates X

O Pilates evolui, e os estúdios acompanham essa transformação. Pensando nisso, a Equipilates apresenta o Reformer Equipilates X. Ideal para aulas em grupo, unindo tecnologia, conforto e eficiência. Uma solução que otimiza o espaço, valoriza a experiência do aluno e impulsiona o crescimento do seu estúdio.



Step Chair Equipilates

As aulas em grupo têm vindo a transformar o Pilates, trazendo mais dinamismo e interação aos estúdios. Nesse cenário, a Step Chair da Equipilates destaca-se como uma solução versátil e compacta, ideal para treinos eficientes, com ergonomia, estabilidade e alto desempenho para diferentes níveis de prática.

Contacto: vendasportugal@equipilates.com.br



Magnum High Row | MATRIX | MG-PL37



A Magnum High Row destaca-se pelas pegas rotativas, que permitem ajustar a posição das mãos durante o exercício, pelo movimento vertical que foca o trabalho nos músculos das costas e pelo design compacto, com suportes de discos próximos da zona de treino para ajustes rápidos.

Contacto: comercial@dinamic.pt



EQUIPAMENTO



O ginásio que imaginas, pronto a funcionar



Abre ou renova sem coordenar vários fornecedores. Tratamos de pavimento, máquinas e acessórios num único projeto. Evita atrasos, decisões erradas e tempo perdido. Ajudamos-te a criar um ginásio eficiente, durável e pronto a receber clientes.

Contacto: info@geometriktarget.com



Contrology by SEMPERFIT



Da precisão das máquinas ao detalhe dos acessórios. A gama Contrology by SEMPERFIT inclui reformers, colchões, elásticos e pesos, desenvolvidos para performance, conforto e durabilidade. Soluções pensadas para estúdios, hotéis e treino profissional de alto nível.

Contacto: info@semperfit.pt

FIT4LIFE PELVIX - Tecnologia que Fortalece



A PelviX fortalece o pavimento pélvico através de estimulação magnética focalizada, ativando profundamente a musculatura sem esforço. Melhora estabilidade do core, função sexual, incontinência, dor lombar e recuperação pós parto.

Uma solução rápida, eficaz e não invasiva para ginásios que integram saúde, performance e bem estar.

Contacto: info@fit4life.es

A RETENÇÃO COMEÇA NO DIA 1



Ivo Silva

Consultor Sénior
e Formador na Indústria Fitness

O ciclo de vida do sócio tem cinco fases. Quase ninguém as mapeia.

Independentemente do modelo (low cost, boutique ou premium), o sócio atravessa fases previsíveis. Entrada nos primeiros 0 a 4 dias. Adaptação dos 5 aos 60. Consolidação dos 2 aos 6 meses. Depois a Rotina e a Saturação. Em cada fase há riscos diferentes e respostas diferentes. Quando uma fase não tem responsável definido, o sócio atravessa-a sozinho. E quem atravessa sozinho, costuma sair sozinho.

A primeira pergunta que faço quando entro num clube é simples. Quem acompanha o sócio nos primeiros 30 dias? Quem deteta as primeiras quebras de frequência? Quem agenda a primeira reavaliação? Se a resposta for "depende" ou "ninguém em concreto", o problema não é o sócio. É a ausência de processo.

O abandono é previsível. Falta leitura operacional.

A maioria dos clubes já tem CRM, dashboards e relatórios. Ferramentas não faltam. O que falta é alguém que transforme esses dados em decisão, todos os dias, no terreno. Uma quebra consistente de frequência, desmarcações sucessivas de PT ou de aulas, ausência de mais de sete dias num sócio novo são todos sinais. Aparecem antes do cancelamento, sempre.

O personal trainer sente quando um sócio perde motivação. A receção percebe quando alguém deixa de cumprimentar. Esta informação raramente entra num processo formal. Perde-se entre turnos, fica numa conversa de café, e o cancelamento aparece como surpresa. Não é surpresa. falta de leitura.

Os ginásios continuam a gastar dinheiro em marketing para captar sócios novos, e em paralelo perdem em silêncio os sócios que já pagaram para entrar. A maior parte dos clubes só age quando recebe o pedido de cancelamento. Nesse momento, já é tarde. A decisão foi tomada semanas, às vezes meses, antes.

A verdade é que a retenção não é um problema de marketing. É um problema de gestão da experiência ao longo de todo o ciclo de vida do sócio. E começa no primeiro contacto, na venda.

Descontos adiam o cancelamento. Programas é que fidelizam.

Quando o clube percebe que está a perder sócios, a tentação é responder com descontos, brindes ou campanhas pontuais. Nada disto resolve o problema, porque nada disto está ligado ao progresso real do sócio.

O que fideliza é o sócio sentir que está a evoluir (com ou sem medalhas), que alguém nota a sua presença e a sua ausência, e que o treino tem significado para a vida dele. Isto exige um programa contínuo, com objetivo individual claro, checkpoints regulares e feedback técnico visível. Uma ação é esquecida em dias. Um programa instala-se na rotina.

A reavaliação faz parte deste programa, e é também aqui que muitos clubes falham. Reavaliar não é medir peso, gordura e perímetros. É uma conversa de dez minutos com três perguntas. O que mudou desde a última vez? O que está a dificultar o progresso? Qual é o próximo objetivo? Aos 30 dias, aos 60, e depois trimestral. Sem improviso, sem "quando houver tempo".

Quando a prevenção falha, a recuperação tem de ser uma operação.

Mesmo com tudo isto bem feito, alguns sócios vão pedir para sair. E aqui a maioria dos clubes comete o último erro: responder com um email automático, ou com a primeira pessoa que tiver um minuto livre. Recuperação não é improviso.

Recuperar é uma chamada com quatro etapas. Escutar sem interromper. Validar o que o sócio sentiu, sem julgamento. Apresentar uma proposta concreta e adequada àquele caso (uma pausa programada, um técnico de referência diferente, um plano de 30 dias acompanhado). Fechar com um compromisso, com data, plano e responsável. Quem entrega esta conversa importa mais do que aquilo que se diz.

As pessoas entram por emoção. Ficam por identidade.

A motivação inicial é quase sempre externa e instável: estética, saúde, urgência. Curta. Não chega para reter ninguém. O sócio fica quando sente pertença, reconhecimento e progresso percebido. Sai quando deixa de sentir que aquele clube faz parte da vida dele.

Raramente um sócio sai por causa do preço. Sai porque deixou de sentir significado. Este é o ponto cego de muitos clubes. Estão preparados para gerir horários, planos e sistemas, mas não têm estratégia para gerir a experiência emocional do sócio. E a frustração emocional não aparece em reclamações. Aparece em desistência silenciosa.

Pergunta-te o seguinte. No teu clube, quem é responsável por cada fase do ciclo de vida do sócio? Quem deteta os sinais de risco e em quanto tempo alguém age? Se não consegues nomear pessoas, processos e prazos, a retenção que tens é apenas a sorte de os teus sócios ainda não terem decidido sair.

Reter é liderar a jornada inteira, todos os dias, com processo. Tudo o resto é reagir.

”

**UMA QUEBRA CONSISTENTE
DE FREQUÊNCIA, DESMARCAÇÕES
SUCESSIVAS DE PT OU DE AULAS,
AUSÊNCIA DE MAIS DE SETE DIAS
NUM SÓCIO NOVO SÃO
TODOS SINAIS.**

”



DA GERAÇÃO DE LEADS À CONVERSÃO: O NOVO DESAFIO ESTRATÉGICO DOS NEGÓCIOS DE FITNESS



Marisa Carvalho

Diretora Comercial de Consultoria e Formação
na Fitness Experts

Num contexto em que as estratégias digitais permitem gerar um elevado volume de contactos, a verdadeira diferenciação acontece na forma como essas leads são acompanhadas ao longo do processo comercial. A eficiência da conversão tornou-se um dos principais fatores de crescimento sustentável no setor do fitness.

A transformação digital trouxe profundas mudanças à indústria do fitness. Hoje, ginásios, estúdios e *health clubs* dispõem de ferramentas cada vez mais eficazes para captar atenção, gerar notoriedade e atrair potenciais clientes. Redes sociais, campanhas digitais, automação de marketing e estratégias de performance permitem alcançar públicos mais vastos e gerar um volume significativo de leads de forma relativamente rápida. Contudo, esta evolução trouxe também um novo desafio: se há alguns anos a principal preocupação dos operadores passava por aumentar o número de contactos, atualmente a grande questão está na capacidade de transformar esse interesse inicial em adesões concretas e sustentáveis.

Mas será que gerar mais contactos significa, de facto, crescer mais?

A resposta é, cada vez mais, **NÃO**. Muitos negócios conseguem captar dezenas ou centenas de contactos por mês, mas continuam a enfrentar dificuldades na conversão efetiva desses potenciais clientes em sócios ativos. É precisamente neste ponto que começa a surgir a diferença entre negócios que crescem de forma consistente e aqueles que permanecem estagnados. A conversão deixou de ser apenas uma etapa operacional do processo comercial para assumir uma dimensão claramente estratégica. Num mercado competitivo, pequenas diferenças na forma como a *lead* é tratada podem traduzir-se em impactos significativos nos resultados finais do negócio.

A indústria do fitness continua a atravessar uma fase de forte crescimento, impulsionada por uma maior consciencialização em torno da saúde, do bem-estar e da longevidade. No entanto, à medida que o mercado se torna mais competitivo e sofisticado, os desafios dos operadores deixam de estar apenas na atração de potenciais clientes e passam, cada vez mais, pela capacidade de os converter em novos sócios.

A experiência do potencial cliente desde o primeiro contacto tornou-se decisiva! A rapidez da resposta, a qualidade da comunicação, a capacidade de criar empatia e o acompanhamento realizado ao longo de todo o processo influenciam diretamente a percepção de valor e a decisão de adesão. Em muitos casos, não é a proposta comercial que falha, mas sim a forma como essa proposta é apresentada e acompanhada. Uma *lead* que demora demasiado tempo a receber resposta perde interesse rapidamente. Um acompanhamento inconsistente transmite falta de organização e reduz confiança. Uma comunicação excessivamente automatizada pode dificultar a criação de proximidade e ligação emocional com o potencial cliente.

Pelo contrário, processos comerciais estruturados, personalizados e consistentes tendem a gerar níveis superiores de conversão e fidelização. Neste contexto, as equipas comerciais assumem um papel cada vez mais relevante dentro da operação. A capacidade de comunicar de forma eficaz, interpretar necessidades, identificar motivações e conduzir o potencial cliente ao longo da jornada de decisão passou a ser uma competência essencial no setor do fitness.

Durante muitos anos, a área comercial foi frequentemente vista como um complemento operacional. Hoje em dia, essa visão tornou-se insuficiente. A performance comercial está diretamente ligada à sustentabilidade e à capacidade de crescimento do negócio. **Mas estarão os negócios de fitness verdadeiramente preparados para responder às exigências comerciais do mercado atual?** É precisamente por isso que a formação especializada em conversão de leads e angariação de novos sócios ganhou tanta relevância. Quando aplicada de forma prática e estruturada, permite criar processos mais consistentes, aumento das taxas de conversão e melhoria significativa da eficiência comercial das equipas. **Mais do que ensinar técnicas de venda, este tipo de formação contribuirá para desenvolver uma cultura de acompanhamento, rigor e excelência na relação com o cliente.**

”

**SE HÁ ALGUNS ANOS A PRINCIPAL
PREOCUPAÇÃO DOS OPERADORES
PASSAVA POR AUMENTAR
O NÚMERO DE CONTACTOS,
ATUALMENTE A GRANDE QUESTÃO
ESTÁ NA CAPACIDADE DE
TRANSFORMAR ESSE INTERESSE
INICIAL EM ADESÕES CONCRETAS
E SUSTENTÁVEIS.**

”



Porque converter não significa pressionar para vender. Significa compreender necessidades, criar confiança e acompanhar o potencial cliente até que este encontre segurança suficiente para tomar uma decisão.

Os negócios que conseguem implementar esta abordagem tendem não só a converter mais, mas também a construir relações mais duradouras e sustentáveis com os seus sócios. E num setor onde a retenção continua a ser um fator crítico, esta ligação torna-se ainda mais relevante. Ao mesmo tempo, importa reconhecer que o consumidor atual também mudou.

O cliente de fitness está mais informado, mais exigente e mais consciente das suas opções. Antes de tomar uma decisão, compara propostas, avalia experiências e procura identificar espaços que lhe transmitam confiança, profissionalismo e proximidade. **Nesse sentido, o processo comercial deixou de ser apenas uma ferramenta de venda para passar a fazer parte integrante da experiência do cliente.** Cada interação contribui para a construção da percepção da marca e influencia diretamente a decisão final.

Num setor em constante evolução, onde a competitividade aumenta e as margens de diferenciação se tornam mais reduzidas, a eficiência comercial assume um papel central. Os negócios que investem na otimização dos seus processos de conversão estarão naturalmente mais preparados para crescer de forma sustentada e consolidada.

Porque, num mercado cada vez mais competitivo como o do fitness, são os detalhes invisíveis do processo que acabam por construir os resultados mais sólidos. Gerar leads já não é suficiente! O verdadeiro desafio está em saber transformá-las em crescimento real.



Formação Contínua Certificada (TPTEF e TPDT)

ENTIDADE FORMADORA	AÇÃO DE FORMAÇÃO	Nº DE CRÉDITOS	DATA	LOCAL
	CURSO ONLINE: TREINO FUNCIONAL - PROPRIOCEPÇÃO, CONTROLO NEUROMUSCULAR E EXERCÍCIO	3	2026-06-01	ONLINE
	TREINO HÍBRIDO	5,4	2026-06-07	COIMBRA
	FISIOLOGIA DO ESFORÇO	3,2	2026-06-20	LISBOA
	PILATES PEQUENOS MATERIAIS	3,2	2026-06-20	BRAGA
	PILATES COM EQUIPAMENTOS: CERTIFICAÇÃO AVANÇADA APPI EQUIPMENT INSTRUCTOR	12,8	2026-07-04	LISBOA
	TREINO NA TERCEIRA IDADE	3,2	2026-07-04	PORTO
	TREINO HÍBRIDO	5,4	2026-07-11	LISBOA
	REFORMER - PILATES EQUIPMENT ESSENTIALS	9,6	2026-09-05	ESTORIL
	CADILLAC - PILATES EQUIPMENT ESSENTIALS	3,2	2026-09-05	ESTORIL
	PILATES MATWORK	19,2	2026-09-19	ESTORIL
	PILATES PRÉ E PÓS-PARTO CERTIFICAÇÃO APPI	3,2	2026-09-19	PORTO

RIMINIWELLNESS

THE WELLNESS EXPERIENCE SHOW

A INOVAÇÃO TECNOLÓGICA TRAÇA NOVOS LIMITES DO BEM-ESTAR E DO DESEMPENHO

A Área de Inovação será alargada para acolher 30 start-ups, reforçando o seu papel como polo estratégico de inovação tecnológica.

De 28 a 31 de maio, no Rimini Expo Centre, destaque para soluções em inteligência artificial, wearables e nutrição funcional.

Em foco: estratégias de negócio, longevidade, Reverse Pitching e projetos educativos.

Rimini, 7 de abril de 2026 – A RiminiWellness, evento internacional de referência da indústria do bem-estar, organizado pela IEG – Italian Exhibition Group, reforça em 2026 a integração entre tecnologia e saúde.

A Área de Inovação afirma-se como um observatório privilegiado das tendências mais avançadas, da medicina preventiva ao turismo desportivo.

SISTEMAS AVANÇADOS E BIOTECNOLOGIAS

Entre as principais inovações, destacam-se soluções que combinam automação e bioengenharia: a SmartBrush para higiene avançada, fatos de eletroestimulação sem fios para treino intensivo, e tecnologias inteligentes para gestão de clubes.

No bem-estar profundo, surgem equipamentos baseados em frequências harmónicas e sistemas de inteligência artificial capazes de monitorizar níveis de stress. A segurança dos atletas será também reforçada com novos materiais de proteção que reduzem o risco de lesões.

NUTRIÇÃO FUNCIONAL E MODELOS DIGITAIS

A nutrição funcional assume um papel central, com soluções orientadas para a longevidade, saúde feminina e prevenção da sarcopenia. Na recuperação física, destacam-se tecnologias de desintoxicação e regeneração.

ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIO E NETWORKING

O programa inclui workshops e encontros dedicados à inovação, internacionalização e financiamento de start-ups, reunindo especialistas, investidores e incubadoras. Um dos momentos-chave será o Reverse Pitching, onde investidores e aceleradores apresentam às start-ups os seus critérios e áreas de interesse.

LONGEVIDADE E INVESTIGAÇÃO

Com um valor global estimado em 500 mil milhões de euros, a longevidade será um dos temas centrais. Especialistas irão analisar tendências científicas e de mercado, bem como oportunidades de investimento e crescimento no setor. O programa científico culminará com o Prémio Ilenia Scarantino, que destacará investigação académica na área do desempenho desportivo.

Mais informações em www.riminiwellness.com

TENDÊNCIAS DO FITNESS EM PORTUGAL PARA 2026



Susana Franco, Rita Santos Rocha, Vera Simões, Fátima Ramalho, Isabel Vieira, Liliana Ramos

Escola Superior de Desporto de Rio Maior (ESDRM) – Instituto Politécnico de Santarém (IPS)

O mercado do Fitness em Portugal possui o maior número de sempre de ginásios, praticantes, receitas e taxa de penetração¹. O carácter contínuo e dinâmico do crescimento deste sector, bem como as suas particularidades, reforçam o papel da produção de conhecimento como uma mais-valia para todos os intervenientes e justificam a pertinência do presente estudo.

Foi aplicado um questionário com 55 tendências, disponibilizado online na plataforma SurveyMonkey entre 18 de abril e 1 de junho de 2025. Participaram neste estudo 630 PF (TEF, DT, professores/formadores e gestores/coordenadores), PSE e estudantes do ensino profissional e superior da área do fitness/desporto em Portugal.

O Infográfico 1 apresenta as principais tendências do Fitness em Portugal para 2026. O Top 2 mantém as duas tendências dos últimos cinco anos²⁻⁶, embora com nova inversão de posições. A tendência “Empregar profissionais de fitness certificados” regressa à 1.ª posição e a tendência “PT” desce para a 2.ª, após dois anos na liderança.

A contratação de profissionais certificados como a principal tendência reflete a maturidade do mercado nacional e o reconhecimento, por parte de especialistas e futuros intervenientes, de que a qualificação científica e técnica é o pilar fundamental para garantir segurança e eficácia a nível da avaliação e prescrição de exercício. Relativamente ao PT, de acordo com o Barómetro da Portugal Activo¹ (dados de 2024), este serviço tem apresentado um crescimento contínuo, mantendo-se como a segunda principal fonte de receita dos ginásios e health clubs (17% do total desse ano), evidenciando a sua ampla oferta e relevância económica para o sector. Com uma ascensão do 16.º lugar em 2025 para o 3.º em 2026, surge a tendência “Estúdios de Fitness Especializados”.

A alteração de terminologia (tendência anteriormente designada de “Estúdios de Fitness tipo Boutique”) pode ter contribuído para estes resultados. Estes espaços oferecem, predominantemente, serviços de PT ou PT em pequenos grupos, e têm apresentado um crescimento nos últimos

O estudo das Tendências do Fitness é uma iniciativa desenvolvida pelo *American College of Sports Medicine* (ACSM), adotada nos últimos anos a nível mundial, dando assim resposta à necessidade de exploração das particularidades e especificidades dos mercados do fitness de cada país. Em Portugal, este estudo realiza-se pelo 6.º ano consecutivo.

Os resultados apresentados têm por base a perspetiva dos profissionais de fitness (PF), dos profissionais da saúde relacionados com o exercício físico (PSE) e dos estudantes do ensino profissional e superior da área do fitness/desporto.

Neste artigo são apresentadas as principais tendências do fitness em Portugal para 2026, a caracterização e comparação das tendências entre grupos (título profissional, exerce ou não funções como profissional de fitness e sexo), e por fim, a confrontação com os resultados mundiais, de Espanha, e nacionais relativos a 2025.

anos¹. “Programas de Fitness para idosos”, sobe para 4.º lugar, mantendo-se no Top 10 há três anos consecutivos^{5,6}. Com o aumento do índice de envelhecimento em Portugal⁷ também a consciencialização sobre a importância da prática regular de exercício físico na população idosa tem vindo a aumentar, com a disponibilização de orientações⁸ e a promoção a implementação de programas específicos para esta faixa etária⁹.

“Exercício para a saúde mental” também sobe no Top 10, assumindo a 5.ª posição. O exercício físico pode assumir-se como um verdadeiro “medicamento” na prevenção e tratamento de doenças mentais. “Treino de força tradicional”, desce uma posição⁶ e ocupa agora o 6.º lugar.

As novas tendências do ACSM “Exercício para reabilitação física e treino adaptativo”, “Exercício para o controlo de doenças crónicas” e “Exercício para o controlo de doenças degenerativas” entraram diretamente para o Top 10 (7.ª, 8.ª e 10.ª posições, respetivamente). Programas de exercício utilizados em contextos de reabilitação, demonstram reduções significativas na mortalidade, menor probabilidade de internamento hospitalar e melhorias substanciais na qualidade de vida¹⁰.

“Exercício pré e pós-parto” surge na 9.ª posição, subindo três lugares relativamente a 2025⁶. O Top 10 português, reflete uma transformação estrutural no setor: a convergência crescente entre o exercício físico e os cuidados de saúde, alicerçada em diretrizes clínicas e em evidência científica consolidada e com intervenção de profissionais qualificados.

Na comparação entre grupos, verificaram-se 13 diferenças significativas entre sexos, um número muito inferior às 30 verificadas em 2025. Entre quem exerce e não exerce

funções como PF, verificaram-se diferenças significativas em 20 tendências, e relativamente aos grupos “DT”, “TEF” e “Sem título”, as comparações efetuadas revelam diferenças significativas em 21 tendências.

Para finalizar, a confrontação do Top 10 com os resultados mundiais¹¹ e de Espanha¹², revela apenas duas tendências coincidentes nos três estudos (“Programas de fitness para idosos” e “Treino de força tradicional”). Para além disso existe, ainda, mais uma tendência coincidente entre Portugal e Espanha (“PT”) e uma entre Portugal e a nível mundial (“Exercício para a saúde mental”). Considerando o Top 20, os três estudos revelam oito tendências convergentes, sendo que se somam mais três entre Portugal e o ranking mundial, e mais duas entre Portugal e Espanha.

A convergência de várias tendências entre Portugal, Espanha e o ranking mundial vem confirmar que o setor nacional acompanha as orientações globais, mantendo simultaneamente particularidades próprias já identificadas em estudos anteriores.

A monitorização anual das tendências do Fitness em Portugal permite identificar padrões de estabilidade, mudanças emergentes e necessidades específicas do mercado. Estas evidências constituem um contributo relevante para profissionais, gestores, entidades formadoras e decisores estratégicos, apoiando a definição de políticas, práticas e formações alinhadas com a evolução real do setor.

A continuidade desta linha de investigação permanece, assim, essencial para compreender e antecipar transformações futuras num mercado cada vez mais dinâmico, diversificado e orientado para a saúde.

”

**(...) DANDO ASSIM
RESPOSTA À NECESSIDADE
DE EXPLORAÇÃO DAS
PARTICULARIDADES
E ESPECIFICIDADES DOS
MERCADOS DO FITNESS
DE CADA PAÍS.
EM PORTUGAL, ESTE ESTUDO
REALIZA-SE PELO 6.º ANO
CONSECUTIVO.**

”

1. Pedragosa, V., F & Ferreira, A. (2025). Barómetro do Fitness em Portugal 2024. PortugalActivo.
2. Franco, S., Santos-Rocha, R., Ramalho, F., Simões, V., Vieira, I., & Ramos, L. (2021). Tendências do Fitness em Portugal para 2021. Cuadernos de Psicología del Deporte, 21(2), 242-258. <https://doi.org/10.6018/cpd.467381>
3. Franco, S., Santos-Rocha, R., Ramalho, F., Simões, V., Vieira, I., & Ramos, L. (2022). Tendências do Fitness em Portugal para 2022. Motricidade, 18(1). <https://doi.org/10.6063/motricidade.25847>
4. Franco, S., Santos-Rocha, R., Ramalho, F., Simões, V., Vieira, I., & Ramos, L. (2023). Tendências do Fitness em Portugal para 2023. Retos, 48, 401-412. <https://doi.org/10.47197/retos.v48.97094>
5. Franco, S., Simões, V., Santos-Rocha, R., Vieira, I., Ramalho, F., & Ramos, L. (2024). Tendências do Fitness em Portugal para 2024. Retos, 57, 88-100. <https://doi.org/10.47197/retos.v57.105198>
6. Franco, S., Simões, V., Santos-Rocha, R., Vieira, I., Ramalho, F., & Ramos, L. (2025). Tendências do Fitness em Portugal para 2025. Retos, 69, 45-61. <https://doi.org/10.47197/retos.v69.112240>
7. Pordata. (2024). Índice de envelhecimento e outros indicadores de envelhecimento. Pordata. <https://www.pordata.pt/pt/estatisticas/populacao/populacao-residente/indice-de-envelhecimento-e-outros-indicadores-de>
8. American College of Sports Medicine (2025). ACSM’s Guidelines for Exercise Testing and Prescription (12th Ed.). Wolters Kluwer.
9. Direção Geral da Saúde (2022). Programa Nacional para a Promoção da Atividade Física. Direção Geral da Saúde. Acedido em 12-01-2026: <https://www.dgs.pt/programa-nacional-para-a-promocao-da-atividade-fisica.aspx>
10. Dibbon, G., Faulkner, J., Oldridge, N., Rees, K., Thompson, D. R., Zwisler, A.-D., & Taylor, R. S. (2021). Exercise-based cardiac rehabilitation for coronary heart disease. Cochrane Database of Systematic Reviews, (11), CD001800. <https://doi.org/10.1002/14651858.CD001800.pub4>
11. McAvoy, C. R., Batrakoulis, A., Cambi, S. M., Sansone, J., Turpin Stanfield, J., & Reed, R. (2025). 2026 ACSM worldwide fitness trends: Future directions of the health and fitness industry. ACSM’s Health & Fitness Journal, 29(6), 16-33. <http://doi.org/10.1249/FIT.0000000000001110>
12. Veiga, O. L., Palos, J. J., & Valcarce-Torrente, M. (2025). Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en España para 2025 (National Survey of Fitness Trends in Spain for 2025). Retos, 62, 691-704. <https://doi.org/10.47197/retos.v62.109772>



ESPECIALISTAS



ALAN FERREIRA

Professor Adjunto da Escola Superior de Desporto de Rio Maior – Instituto Politécnico de Santarém
Professor Auxiliar da Faculdade de Educação Física e Desporto da Universidade Lusófona
Investigator SPRINT- Sport Research and Innovation Centre



ALEXANDRE MIGUEL MESTRE

Advogado
Professor Auxiliar na Universidade Autónoma de Lisboa
Professor Adjunto Convidado na Escola Superior de Desporto de Rio Maior



IVO SILVA

Consultor Sénior e Formador na Indústria Fitness



JOSÉ CARLOS PEREIRA

Especialista em vendas fitness e professor universitário



LUIS RASQUILHA

CEO do Ecosistema Inova.
Professor da Fundação Dom Cabral e do Hospital Israelita Albert Einstein



MARISA CARVALHO

Diretora Comercial de Consultoria e Formação na Fitness Experts



RUI LANÇA

Licenciado em Ciências do Desporto e Mestrado em Gestão do Desporto, ambos pela Faculdade de Motricidade Humana – UL.
Doutorando em Comportamento Organizacional pelo ISOSP – UL.



VERA PEDRAGOSA

Professora Associada e Coordenadora Científica da Licenciatura em Gestão do Desporto Investigadora
ICEE- Centro de Investigação em Ciências Económicas e Empresariais da Universidade Autónoma de Lisboa



SUSANA FRANCO, RITA SANTOS ROCHA, VERA SIMÕES, FÁTIMA RAMALHO, ISABEL VIEIRA, LILIANA RAMOS

Escola Superior de Desporto de Rio Maior (ESDRM) – Instituto Politécnico de Santarém (IPS)

PARCEIROS

DIAMANTE



PLATINA



GOLD



SILVER



BRONZE



INSTITUCIONAIS



PARCEIRO MEDIA



EM 2026

ENTRA NUM UNIVERSO DE POSSIBILIDADES INFINITAS!

#TrainingForGreatness

CERTIFICAÇÕES

regime

100% Online
ou B-Learning



- O MÉTODO PARA A CONSULTA DE NUTRIÇÃO PERFEITA
- NUTRIÇÃO PARA A SAÚDE MENTAL
- TRANSTORNOS DE COMPORTAMENTO ALIMENTAR

INSCREVE-TE EM [NUTRITION-ACADEMY.PT](https://www.nutrition-academy.pt)



- TREINO DE FORÇA: HIPERTROFIA E POTÊNCIA PARA PERSONAL TRAINERS
- DOENÇA ONCOLÓGICA E EXERCÍCIO FÍSICO
- PILATES CLÍNICO
- EXERCÍCIO NO PRÉ E PÓS-PARTO

INSCREVE-TE EM [FITNESSACADEMY.PT](https://www.fitnessacademy.pt)



- TREINO DE GUARDA-REDES: ESTRATÉGIAS AVANÇADAS
- TREINADOR DE GUARDA-REDES
- SCOUTING E ANÁLISE DE JOGO

INSCREVE-TE EM [SPORTS-ACADEMY.PT](https://www.sports-academy.pt)



ESCOLA ONLINE



- HIDROGINÁSTICA
- HIDROTERAPIA
- +40 CURSOS JÁ DISPONÍVEIS

INSCREVE-TE EM [AQUA-ACADEMY.PT](https://www.aqua-academy.pt)



CURSOS DE TREINADOR

regime

Presencial
ou B-Learning

SABE MAIS EM

[SPORTS-ACADEMY.PT](https://www.sports-academy.pt)



- TREINADOR DE FUTEBOL
Grau 1 Grau 2 Grau 3
- TREINADOR DE PADEL
Grau 1 Grau 2
- TREINADOR DE FUTSAL
Grau 1 Grau 2
- TREINADOR DE SURF
Grau 1
- TREINADOR DE NATAÇÃO
Grau 1 Grau 2