

6º

Fórum Sebrae Mercado Fitness

24 de novembro/2017 • Shopping Nova América

Soluções personalizadas para o Fitness

6º Fórum fecha calendário de um ano dedicado ao setor. É hora de ações personalizadas

O 6º Fórum Sebrae Mercado Fitness, realizado em 24 de novembro, no Shopping Nova América, com a presença de cerca de 70 empresários e profissionais da área, fechou com chave de ouro um ano dedicado ao setor. Foi um ano de aproximação entre o Escritório Regional do Sebrae Zona Norte da Cidade do Rio de Janeiro e as academias de ginástica, tempo de conhecer mais profundamente o mundo fitness e de várias ações efetivas.

Segundo o Coordenador do Escritório da Zona Norte, Leandro Marinho, uma pesquisa realizada no início do ano e os resultados de todas as ações promovidas permitem que em 2018 o Sebrae/RJ apresente ações efetivas para o setor. "Vamos começar o ano com soluções personalizadas para atender as academias que estão em processo

de maturação, academias já maduras, profissionais do setor que estão amadurecendo seu trabalho e aqueles que já se encontram em um estágio mais avançado. Serão ações personalizadas, à partir de demandas apresentadas pelos próprios atores", garante Leandro.

O gestor do projeto Sebrae Fitness, Bruno Cortines Linares Fernandes, diz que a experiência acumulada é um rico material, que revela como o setor funciona no Rio de Janeiro. "O 1º Fórum foi realizado em maio do ano passado. Em um ano e meio o Sebrae realizou seis encontros. Mais de 500 pessoas, entre empresários e profissionais, participaram. Foi uma troca de experiências muito rica. No primeiro encontro, por exemplo, trouxemos para palestrar o Luiz Urquiza, um dos donos da Bodytech, e o Edgard Corona, um dos sócios da Smart Fit", conta ele.

Além dos seis fóruns e de um curso

voltado para recepcionistas de academia, foram produzidos quatro relatórios de inteligência setorial: formação de preço no segmento fitness, marketing - agregando valor para sua marca, serviço - a entrega de valor para o cliente, e modelo de negócios - preparando as empresas para a competição. São relatórios profundos, que tratam de temas essenciais para a gestão de uma academia, que foram entregues nesse 6º Fórum e que estarão disponíveis, para download, no nosso portal, em www.sebraerj.com.br.

"O setor de fitness é muito forte no Brasil. Somos o segundo país do mundo com mais academias, perdendo apenas para os EUA. No Rio de Janeiro, temos quase seis mil academias. Estamos realizando um trabalho com consistência e continuidade", finaliza Bruno, pontuando que o trabalho em 2018 será intensificado e resultados começarão a aparecer.



O grupo que participou do 6º Fórum Sebrae Mercado Fitness



Alessandro Mendes falou sobre marketing e modelos de negócio; Leo Cabral sobre formação de preço e excelência nos serviços

Preço, marketing, excelência e modelos de negócios são os temas do 6º Fórum

O6º Fórum Sebrae mercado Fitness explorou quatro temas demandados pelo próprio setor, e que geraram quatro relatórios entregues aos participantes, no evento, e que estarão disponíveis no portal do Sebrae, em www.sebraerj.com.br: "Como formar preço e ter lucro no mercado de academias?", "O que você precisa saber sobre marketing para ter sucesso no mercado fitness", "Como aplicar o conceito de excelência em prestação de serviços em academia?", e "Quais são os modelos de negócios do mercado Fitness? Como podem afetar o seu negócios?". Os temas foram desenvolvidos pelos consultores Léo Cabral e Alessandro Mendes.

Preço e lucro - O Brasil é o 2º país do mundo com o maior número de academias, perdendo apenas para os EUA. De 2016 para 2017, esse número cresceu 8,5%, apesar da crise. Mas muitas academias fecharam, e o ticket médio caiu 9,2% de um ano para o outro. "Mais do que nunca é preciso entender de técnica de formação de preço. As academias abaixam seus preços por conta da concorrência, e acabam

inviabilizando o negócio. Não se pode olhar apenas para a concorrência. Quais serviços você presta? O que está entregando ao seu cliente? Que valor isso tem? É preciso estudar o mercado, colocar no papel todos os gastos, determinar uma margem de lucro, estimar a capacidade máxima operacional e, assim, viabilizar o negócio", resumiu o consultor Léo Cabral.

Marketing e sucesso - "Marketing não é panfleto. É planejamento de mercado". Foi assim que o consultor Alessandro Mendes abriu sua palestra, trazendo uma série de cases para ilustrar o tema. Ele explicou que é preciso criar uma proposta de valor e fazer com que ela chegue ao mercado. "É preciso promover essa proposta, divulgá-la no mercado. E entregar o que está sendo prometido. Precisamos conhecer nosso mercado, o consumidor e a concorrência. Marketing não é apenas produzir um panfleto e distribuir nos arredores da academia. O trabalho deve ser contínuo", disse ele.

Excelência nos serviços - O consultor Léo Cabral diz que a excelência nos serviços começa quando a gente se

coloca no lugar do cliente. É preciso criar empatia. E isso deve, diz ele, ser feito por toda equipe, pois o atendimento deve ser um dos diferenciais. "Como seu cliente se sente? Depois que você o conquistou, qual é sua preocupação com ele? O que faz para mantê-lo? Temos o cliente satisfeito, o frustrado e o encantado. Esse que vai promover sua academia. A excelência começa quando a gente aprende a olhar para nossos clientes. E isso tem que ser feito por toda equipe. A equipe é o maior ativo da academia", afirmou Léo Cabral.

Modelos de negócios - O que você vende, como, para quem e como executa essa venda e o que efetivamente entrega ao cliente. Isso é, bem resumidamente, o modelo de negócio. "Há academias que sabem cobrar menos, outras mais, e tantas outras que cobram menos ou mais sem saber fazê-lo. Uma cobra uma mensalidade baixa, mas se planejou para isso. Outra, faz o mesmo e quebra. É preciso buscar um posicionamento, um propósito. E não adianta copiar o concorrente. Temos que ser únicos", garante Alessandro Mendes.



Jogo estimula a troca de ideias e a inovação

À tarde do 6º Fórum Sebrae Mercado Fitness foi toda preenchida por um game de liderança e estratégia, cujo objetivo foi praticar todos os temas amplamente discutidos pela manhã. Os participantes foram divididos em grupos, e tinham a missão de criar uma academia, com nome, produtos, preço, estratégia de marketing e diferenciais. Eles precisavam convencer o investidor da viabilidade do negócio. Cada grupo apresentou sua ideia e, ao final, eles votaram na melhor proposta.

- Eles tiveram que analisar a concorrência, pensar em propaganda e criar estratégias de negócio. O que a gente percebe é que eles acabam reproduzindo, ao longo do game, os erros e acertos de suas próprias experiências reais. Assim, pudemos discutir, de forma lúdica, o que acontece no dia a dia deles - explicou o consultor Alessandro Mendes.

Sebrae apresenta portais

Os participantes do fórum foram apresentados aos dois portais mantidos pelo Sebrae/RJ: sobre inteligência setorial (www.sebraeinteligenciasetorial.com.br) e sobre oportunidades de negócios (www.rioportunidadedenegocios.com.br). A analista Poliana Dutra explicou o funcionamento dos portais e contou que a área de Fitness vai ser estimulada no portal sobre inteligência setorial. Os empresários puderam se inscrever gratuitamente em ambos os portais, durante o evento.

Depoimentos

"Este fórum traz maturidade para tomada de decisões, mais assertividade e faz com que tenhamos condições de oferecer um diferencial no mercado. A partir deste evento, a gente pode construir uma melhor visão de mercado, se posicionar e passa a não temer mais a concorrência. Aprendemos a inovar e valorizar o mercado e nosso trabalho. As academias acabam diminuindo o valor das mensalidades, mas o consumidor não deve procurar pelo que é mais barato, mas sim o que é melhor para sua saúde" (*Rosilene Pereira - Studio Mulheres que Encantam - Freguesia*)

"A gente ganha muita experiência participando de eventos como este. Ouvimos palestrantes que rodam o Brasil e sabem da necessidade do mercado fitness. Podemos aprender e não cometer certos deslizes. Tenho dificuldades com a gestão, então é importante estar aqui para aprender. O Sebrae nos dá esse suporte" (*Raphael Máximo - Academia Máximo - São Gonçalo*)

"Temos a oportunidade de ouvir profissionais tão renomados, com experiência prática. Isso agrega valor à minha realidade. Já estou pensando nos ajustes que farei em meu negócio" (*Thiago Porrozzi, Circuito da Praia, Flamengo*)

"Meu estúdio tem 130 alunos. Às vezes a gente fica meio perdido na parte da gestão. Quero melhorar, e o Sebrae é especialista nisso. Sigo o Sebrae, já fiz outros cursos online, e esse foi o primeiro evento que participei presencialmente. Achei excelente. Aprendi muita coisa nova. É fundamental poder trocar experiências com outros empresários do setor" (*Rodolpho Guimarães, Studio Movicorpus, São João de Meriti*)

"Vir a um evento como este é buscar conhecimento para melhorar o dia a dia da nossa academia. Queremos crescer, mas precisamos saber como fazer isso corretamente. O Sebrae nos ensina o caminho. No almoço, já estava pensando como vou implementar na minha academia tudo o que aprendi. O Sebrae é uma referência, nos transmite muita credibilidade. Preciso estar sempre me atualizando, conhecendo a realidade do meu mercado, as experiências de outros empresários, e vendendo os erros e os acertos. O Sebrae nos mostra tudo isso" (*Janir Carvalho - Academia Vibração - Coelho Neto*)

"A ACAD busca o bem-estar de seus associados. Participar de um evento realizado pelo Sebrae agrega conhecimento de qualidade, e posso levar o que aprendi para as reuniões de nossa associação para oferecermos insumos às academias. Nossa objetivo é provê-las de meios para crescerem, e o Sebrae nos ajuda muito. É um grande parceiro. O Sebrae nos oferece um diagnóstico do mercado, e assim podemos traçar ações. Juntos, somos mais fortes" (*Jorge de Lellis Evangelista, diretor financeiro da ACAD - Associação Brasileira das Academias*)

Pesquisa inédita é um raio-X do setor

A partir dos dados colhidos e analisados, o Sebrae/RJ promoverá ações personalizadas

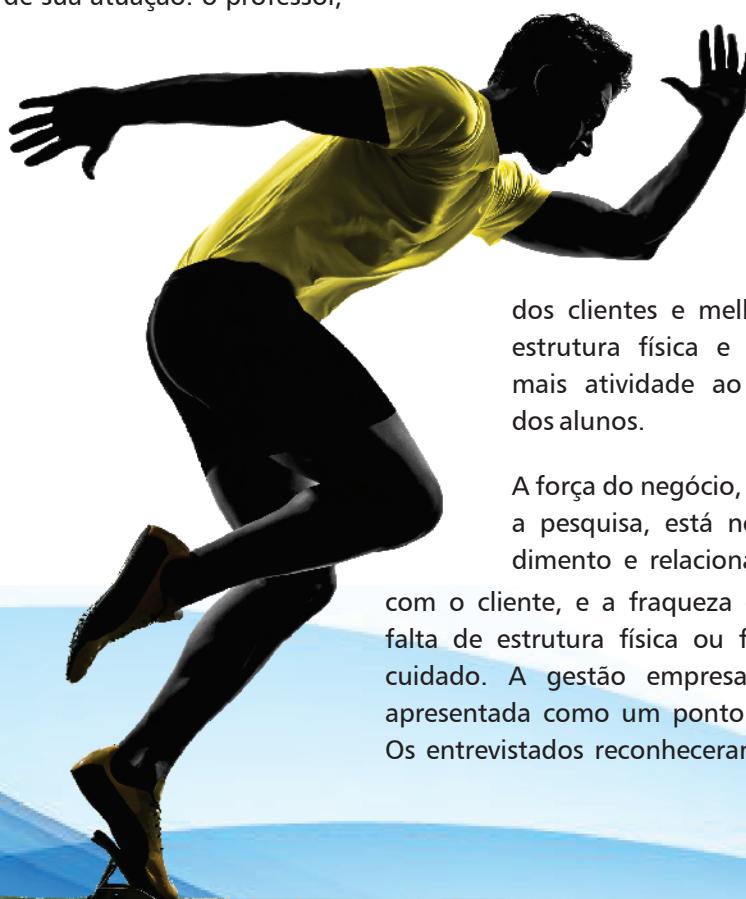
No início deste ano, e por três meses, o Sebrae/RJ realizou uma profunda pesquisa para entender melhor o setor de fitness, conhecer suas dificuldades, problemas, desafios e particularidades, para que esses dados, tabulados, servissem de base para a promoção de ações efetivas e personalizadas. Foram feitas entrevistas com 30 donos de academia - onze do centro e zona sul do Rio de Janeiro, oito da zona norte da cidade, um da zona oeste e dez de Niterói e São Gonçalo.

A pesquisa revelou que a maioria dos empresários são formados em educação física, todos sentiram falta de informações sobre gestão empresarial durante a faculdade e a maioria, após abrir a academia, procurou informações e cursos sobre gestão por conta própria. Os donos de academia foram classificados com arquétipos, para um melhor entendimento de sua atuação: o professor,



A pesquisa foi realizada no Rio de Janeiro, Niterói e São Gonçalo

o professor-empreendedor e o empreendedor. Segundo os entrevistados, o setor vive os efeitos da crise no país e no Estado e se veem às voltas com uma concorrência cada vez mais forte, principalmente das academias em rede. Para eles, para haver aumento de faturamento é preciso melhorar o atendimento e fidelização



dos clientes e melhorar a estrutura física e colocar mais atividade ao dispor dos alunos.

A força do negócio, apurou a pesquisa, está no atendimento e relacionamento com o cliente, e a fraqueza está na falta de estrutura física ou falta de cuidado. A gestão empresarial foi apresentada como um ponto crítico. Os entrevistados reconheceram a ne-



cessidade de trabalhar o intraempreendedorismo, mostraram interesse sobre marketing digital e apontaram que um aplicativo será "o ápice do sucesso", mas que isso é "uma realidade distante".

A partir dos dados alinhados, a pesquisa apresenta como o Sebrae/RJ poderá agir: promoção de cursos sobre retenção e captação de clientes, atendimento/recepção, marketing digital, gestão para recém formados e curso de gestão avançado e curso de retenção de funcionários. O Sebrae/RJ poderá ser um articulador para a criação de uma linha de crédito específica para o setor, poderá promover parcerias com entidades como IRHSA, ACAD e CREF, atuar como um fomentador de associativismo.