



DICAS PRÁTICAS DO SEBRAE PARA O  
SEGMENTO FITNESS





## FICHA TÉCNICA

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro

Sebrae/RJ

Rua Santa Luzia 685, 7º andar, Centro – Rio de Janeiro – RJ – CEP 20030-041

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

### **Presidente do Conselho Deliberativo Estadual**

Carla Pinheiro

### **Diretor superintendente**

Cezar Vasquez

### **Diretor de Desenvolvimento**

Evandro Peçanha Alves

### **Diretor de Produto e Atendimento**

Armando Augusto Clemente

### **Gerência de Soluções e Inovação**

Ricardo Wargas - Gerente

Miriam Guimarães Ferraz – Analista

Marcelo Chang - Analista

### **Metodologia /Coordenação técnica**

Miriam Guimarães Ferraz



## SUMÁRIO

1 Em tempos de crise econômica, como diminuir o impacto sobre o resultado financeiro da minha academia?.....	5
2 O mercado de academias no Brasil já chegou a sua capacidade máxima ou ainda pode crescer?.....	7
3 Devo reajustar a tabela de preços da minha academia? .....	9
4 Cartão de crédito: devo incluir essa forma de pagamento na minha academia?.....	11
5 Como identificar se um cliente apresenta sinais de que não renovará contrato com minha academia?.....	13
6 Como controlar as ações e os movimentos estratégicos dos concorrentes?.....	15
7 O que fazer se uma academia <i>low cost</i> (academias que cobram entre R\$49 – R\$79 - valores de novembro de 2016 - e possuem equipamentos modernos) abrir na minha região? .....	17
8 Para ter uma academia competitiva preciso adquirir equipamentos importados? .....	19
9 O que fazer para melhorar a frequência de clientes da grade de aulas coletivas? .....	21
10 Como tornar minha equipe mais engajada na busca da melhoria dos resultados financeiros? .....	23



# 1

## **EM TEMPOS DE CRISE ECONÔMICA, COMO DIMINUIR O IMPACTO SOBRE O RESULTADO FINANCEIRO DA MINHA ACADEMIA?**

O primeiro passo é buscar oportunidades para a redução de custos operacionais, como por exemplo, trocando lâmpadas comuns por lâmpadas de LED. Crie rotinas de controle operacional que evitem desperdícios de energia elétrica e água, retire aulas coletivas vazias ou com baixa frequência e desenvolva ações para reduzir a conta telefônica. O segundo passo é negociar com os fornecedores. Busque a redução do aluguel, reúna-se com os principais fornecedores, negocie reduções de preços e revise a necessidade da manutenção de todos fornecedores. Por último, crie estratégias promocionais e desenhe benefícios especiais para não perder os clientes mais antigos.



# 2

## **O MERCADO DE ACADEMIAS NO BRASIL JÁ CHEGOU A SUA CAPACIDADE MÁXIMA OU AINDA PODE CRESCER?**

O mercado brasileiro está longe de atingir sua capacidade máxima. Atualmente no mundo, o Brasil é o segundo em relação ao número de academias e o quarto no número total de praticantes.

O país está entre os cinco primeiros no *ranking* mundial e apresenta a maior oportunidade de crescimento para os próximos anos. Um bom exemplo deste cenário foi a manutenção do crescimento do mercado nos anos de 2015 e 2016, mesmo com a crise econômica vivida no período.



# 3

## **DEVO REAJUSTAR A TABELA DE PREÇOS DA MINHA ACADEMIA?**

Todos os anos boa parte dos custos operacionais do negócio são reajustados, por exemplo, os contratos de aluguel são reajustados anualmente e os dissídios sindicais acontecem também anualmente. Considerar a inflação de cada ano como critério de correção anual da tabela de preços é uma ótima forma de evitar a diminuição da margem de lucratividade.

# 4

## **CARTÃO DE CRÉDITO: DEVO INCLUIR ESSA FORMA DE PAGAMENTO NA MINHA ACADEMIA?**

Muitos donos de academias têm medo de adquirir uma máquina de cartão de crédito, pois quando os clientes pagam suas mensalidades ou seus planos através deste método o repasse do dinheiro demora pelo menos 30 dias. Atualmente, boa parte dos brasileiros utiliza o cartão de crédito como a principal forma de pagamento. Por isso, não disponibilizar esse canal de recebimento pode ser um fator que limite a capacidade de vendas.



# 5

## **COMO IDENTIFICAR SE UM CLIENTE APRESENTA SINAIS DE QUE NÃO RENOVARÁ CONTRATO COM MINHA ACADEMIA?**

Estudos realizados nos Estados Unidos e na Europa demonstram que clientes que, na média de 30 dias, frequentam a academia menos do que uma vez por semana, clientes que, de um mês para o outro reduzem em 50% sua frequência e clientes que, nos primeiros 90 dias de relacionamento com a academia, não conseguiram atingir uma média de frequência semanal de 3 vezes por semana são grandes candidatos a desistir no próximo mês. Tenha uma atenção especial à frequência dos seus clientes na academia e crie ações de prevenção para que comportamentos como esses sejam minimizados no negócio. Para que possa monitorar bem o comportamento dos clientes é fundamental ter um sistema informatizado de gestão de relacionamento.

# 6

## COMO CONTROLAR AS AÇÕES E OS MOVIMENTOS ESTRATÉGICOS DOS CONCORRENTES?

O primeiro passo é perceber que os concorrentes não são seus inimigos. Por isso, crie um bom relacionamento com os demais empreendedores desse segmento na região. Desenvolva encontros para discutirem dificuldades e faça visitas periódicas nas academias dos concorrentes.

O segundo passo é saber que, em um mundo totalmente globalizado, a internet e as redes sociais também são bons canais de controlar e acompanhar as ações dos concorrentes. Gerenciar os concorrentes deve fazer parte das ações estratégicas.



# 7

## **O QUE FAZER SE UMA ACADEMIA *LOW COST* (ACADEMIAS QUE COBRAM ENTRE R\$49 – R\$79 - VALORES DE NOVEMBRO DE 2016 - E POSSUEM EQUIPAMENTOS MODERNOS) ABRIR NA MINHA REGIÃO?**

O mais importante é não sair diminuindo loucamente a tabela de preços ou dando descontos sem nenhum tipo de planejamento estratégico. É preciso entender que o público-alvo pode ser diferente do seu negócio para o que está chegando na região. Por isso, ao invés de diminuir bruscamente a tabela de preços, invista em melhorar os pontos fortes e consertar rapidamente os pontos fracos. Foque, principalmente, em treinamentos que possam melhorar o atendimento na academia e, consequentemente, a experiência do consumidor.

# 8

## **PARA TER UMA ACADEMIA COMPETITIVA PRECISO ADQUIRIR EQUIPAMENTOS IMPORTADOS?**

Não necessariamente. A competitividade dependerá bastante do perfil dos concorrentes diretos e do tipo de público-alvo desejado. No entanto, mais importante do que equipamentos importados é possuir profissionais treinados para prestar o melhor atendimento. Crie processos e inovações que diferenciem sua academia na região e coloque o negócio em um patamar acima dos concorrentes.



# 9

## **O QUE FAZER PARA MELHORAR A FREQUÊNCIA DE CLIENTES DA GRADE DE AULAS COLETIVAS?**

O primeiro passo é controlar a frequência e a ocupação das aulas. Troque as aulas ou os profissionais com baixa performance. Entender se o problema é do horário que a aula é ofertada, se é do profissional que está ministrando a aula ou se é do tipo de atividade oferecida ajudará bastante na tomada de decisões. O próximo passo é acompanhar os lançamentos do setor e desenvolver um núcleo que possa pensar em criar novas aulas. É importante acompanhar as tendências do mercado visitando os principais eventos do setor ou assinando revistas específicas que ajudem a atualizá-lo sobre o tema. Por último, crie um planejamento pelo menos anual de lançamentos de novas aulas. Muitas vezes, as academias chegam a ficar dois ou três anos com a mesma grade de aulas coletivas e isso não é bom para o negócio.



# 10

## **COMO TORNAR MINHA EQUIPE MAIS ENGAJADA NA BUSCA DA MELHORIA DOS RESULTADOS FINANCEIROS?**

Crie metas e divida com sua equipe. Infelizmente isso não é uma prática comum no mercado de academias. O medo de dividir informações que possam ajudar a aumentar o resultado financeiro ou melhorar práticas pode limitar seu desempenho. Desenvolver políticas de bonificações e premiações para os funcionários que realmente fazem a diferença é uma prática comum nas empresas de sucesso.

***ESPECIALISTAS EM  
PEQUENOS NEGÓCIOS***

*0800 570 0800*

*www.sebraerj.com.br*

    /sebraerj