

11 DICAS para o investidor levar em conta, na hora de fazer a expansão de sua academia, franquia ou até mesmo abrir seu primeiro negócio:

- 1. Consulte a área técnica (EF) se possível desde a definição do projeto.** Temos vários clientes com academias lindas cheias de erros de projeto: tomadas de som no local oposto onde o professor tem que dar aula, quadra de esportes com medidas erradas, piscinas com medidas erradas que impedem a aplicação de aulas específicas, falta de locais planejados para guarda de materiais, manutenção de equipamentos, área para crianças com cantos vivos e riscos de acidentes, vestiários mal dimensionados e com seu lay out extremamente confuso gerando uma concentração de alunos desnecessária, entre outros...
- 2. Contrate alguém que entenda da operação e concentre-se em sua área de influência:** Os investidores brasileiros confundem o papel de investidor e operador. Quem não conhece do negócio deve se contratar gente experiente para tocar seu negócio, dar condições de trabalho, deixá-lo trabalhar e cobrar resultados! Deve definir o posicionamento e planejamento estratégico e representar a empresa na captação de recursos, parcerias, novas unidades e áreas de negócios. A máxima “O olho do dono nem sempre é o que engorda o porco” nem sempre dá certo porque olha e toma decisões sem experiência ignorando a opinião de seus profissionais. Imagine se o dono for míope...
- 3. Compre os equipamentos com um profissional idôneo e capacitado ao seu lado:** As empresas que vendem equipamentos atendem normalmente o investidor, que senta direto com o vendedor para montar sua academia. Todos estão com boas intenções; a empresa quer vender o melhor que tem e o investidor comprar o melhor para sua academia. Ótimo! O único detalhe é lembrar que nem o vendedor e nem o investidor dão aula e não participam do dia a dia da academia, não estão participando de congressos científicos para ver o que está mudando na área de exercícios e saúde. Resultado... academias compram equipamentos que não precisam, deixam de comprar os que precisariam, esgotam seus recursos e depois se queixam de “filas” em alguns equipamentos enquanto outros viram apoio de bolsas e casacos.
- 4. Planeje o investimento total do negócio prevendo uma boa capacitação, com profissionais contratados antes de inaugurar:** São milhões investidos em estrutura para ser operado por pessoas que apesar de bem intencionadas não tem a cultura da sua empresa. **Estruture o projeto de capacitação com o mesmo cuidado que o projeto arquitetônico e estrutural!**

5. **Know How e conhecimento também custam:** Na hora de adquirir um equipamento de musculação de primeira linha, todos sabem que estes custam mais caro, porque tem embutido naquela peça muita tecnologia, experiência, ciência e notoriedade que irão valorizar seu negócio e torná-lo diferente perante a concorrência. Para contratar um profissional que OPERE seu negócio não adianta querer pagar pouquinho, dar um jeitinho chamando seu professor de “personal” para “ajudar” a comprar os equipamentos, o cunhado que pratica academia para dizer como funciona, colocar a esposa para tomar conta... Montar, administrar ou gerenciar uma academia demandam know How, é a parte mais estratégica do negócio! Deve ser contratado com cuidado e esse serviço de qualidade deve ser bem pago! Quanto custa fazer errado e ter que refazer (o famoso retrabalho)?
6. **Coloque em sua conta investimentos com capacitação permanente:** Esta área de negócios é muito nova e está crescendo muito rápido, segundo pesquisa do “Data Popular” cresceu 21 vezes de 2001 a 2010. O mercado não produziu profissionais capacitados para esta demanda, as faculdades não tem seu currículo ajustado para esta nova realidade, então a formação de professores, coordenadores e gerentes acaba ficando por nossa conta. As academias maiores, grandes redes assumem a capacitação de suas próprias equipes, já as menores devem fazer uma reserva para enviar seus profissionais para cursos, congressos, convenções como a IHRSA, por exemplo, que a cada ano traz uma nova visão e compartilha experiências de sucesso do mercado nacional e internacional.
7. **Ouçá seu aluno e sua equipe:** Na cabeça do investidor o que é caro e o que é barato às vezes não reflete a realidade do dia a dia da operação. Às vezes investem em coisas que o aluno nem repara, ou não faz a menor diferença para o profissional que está atendendo aquele cliente e coisas básicas deixam de ser feitas, uma muito comum que vemos é: Compram novas esteiras que drenam boa parte dos recursos para o ano todo e atendem no máximo 2 alunos por hora, porém deixam de trocar caneleiras e colchonetes de aulas coletivas que são baratos e atendem 15 a 20 alunos por hora. Converse com sua equipe antes de fazer novas aquisições, pergunte e ouça o que é mais importante na ótica dos seus clientes internos e externos para ajudar na sua tomada de decisão, PESQUISE!
8. **Quem paga pelo mercado perde para o mercado** - “Eu pago dentro do valor de mercado” traz consequências que devem estar previstas no planejamento estratégico. Existem academias que investem muito em capacitação e não investem nos profissionais diferenciados, em nome da saúde financeira do negócio. Perder

profissionais diferenciados para o mercado as vezes custa muito pouco financeiramente e custa muito operacionalmente. As vezes por uma diferença pequena todo o know how adquirido e acumulado por anos de uma empresa escapam do seu negócio. Quanto custa perder um profissional chave? Quanto custa dizer que vende qualidade e é diferenciado no mercado, cobrar mais do aluno e na hora do atendimento receber a prescrição de um recém-formado? Quanto custa ter um aluno lesionado por falhas na prescrição de funcionários inexperientes? Esta conta invisível é alta e deve começar a fazer a diferença, na hora que o mercado brasileiro estiver mais consolidado.

9. **Respeite para ser respeitado** – O Brasil ainda passa por amadurecimento no setor e é natural que haja momentos de desgaste entre equipe e gestores, principalmente em fase de expansão do negócio. Ao comprar uma academia a primeira percepção que o aluno tem e talvez a mais importante para que o faça ficar é o clima. Relatam ser gostoso, agradável, animado, etc... Ninguém fica perto de pessoas desestimuladas, tristes ou insatisfeitas... O aluno conhece o professor pelo olhar, e vice-versa... O clima de uma academia é algo muito sensível, pois são pessoas atendendo pessoas dia sim, dia não, muito contato, muita conversa. Um professor que se sente desrespeitado seja por tratamento, por remuneração ou por reconhecimento e pede para ir embora não tem preço, pois vai ser detrator do seu negócio para o resto da vida, o que não vai embora será detrator dentro do seu negócio, então respeite, ouça, converse e explique sempre os motivos pelos quais algumas decisões mesmo que impopulares devem ser tomadas. Você passará a ter aliados...
10. **Valorize seus coordenadores e gestores** – Eles são estratégicos, comandam os botões e os fios, tem toda a responsabilidade pela operação e atualmente a maioria ganha menos que um professor que dedique suas horas fora de sala para dar aula de personal. Qual a consequência? Coordenadores e gestores experientes já são escassos em função do mercado ser novo e a faculdade não formar para isto. A concorrência cresce a cada dia e aumentam as possibilidades de migração para outras empresas e todo o dinheiro investido na capacitação do gestor migra junto. Os que se “cansam” ou “desencantam” com a função viram pessoais e as academias de milhões em investimentos são gerenciadas por pessoas cada vez menos experientes... Erros básicos na gestão de pessoas, produtos e processos corroem as estruturas que custam muito e produzem menos do que poderiam... E ainda se pensa que pagar pouco um gestor é ter inteligência financeira...
11. **Assuma a responsabilidade de INSPIRAR!** – As pessoas trabalham muito melhor quando sentem orgulho de representar alguém que elas admiram! Pense quando chegar no seu negócio o que você como proprietário poderá fazer hoje para inspirar seus



colaboradores, qual a dificuldade pela qual a sua academia está passando e qual será sua parte de responsabilidade para colaborar na resolução deste problema. **COMUNIQUE-SE BEM!** Sua equipe entenderá que vocês realmente trabalham na mesma empresa e com um objetivo comum.