

REVISTA

# EMPRESÁRIO

Ano V - nº 27 - 2007

*Fitness & Health*



## Arquitetura de Resultados

Por Patricia Totaro

***As melhores dicas***

***para reformar sua academia***

# Tendências em arquitetura para academias de ginástica



Projeto: Barbra Coutinho

Por  
**Patricia Totaro**

**N**ossos clientes frequentam vários espaços e possuem diferentes relações com cada um deles: como Primeiro Espaço há o lugar onde moram, como Segundo Espaço, o lugar onde trabalham ou estudam. E o Terceiro Espaço? É o seu local de lazer.

Queremos que o local de lazer de nossos clientes seja a Academia. Para isso precisamos efetivamente transformar a Academia em um local atraente, que vai concorrer com a praia, o parque, o cinema, o bar...

As instalações da academia têm que ser reinventadas. A academia deve ser vista não somente como um espaço

para atividade física. É o lugar onde os clientes buscam o equilíbrio entre o corpo e a mente, o lugar de se fazer amigos, o lugar de relaxar e de se divertir. Quem entender que o nosso novo foco é fazer as pessoas felizes através da atividade física já está na frente na corrida pela busca dos alunos.

## E onde entra a arquitetura?

O ser humano busca experiências positivas em todos os aspectos da sua vida, especialmente hoje em dia, que o seu tempo destinado ao lazer é cada vez menor. A arquitetura da academia é peça fundamental para encantar e proporcionar conforto ao aluno.

Um bom projeto começa por uma boa distribuição dos espaços e pelo seu correto dimensionamento. Para começar, o proprietário deve ter muito claro quantos alunos ele espera matricular. O tamanho das instalações deve ser proporcional ao número de alunos esperado. Isso evita o efeito de salas muito vazias ou o desconforto de instalações sempre cheias.

A proporção que está sendo atingida hoje é entre 1,2 e 1,4 alunos / 1 m<sup>2</sup> de área construída (excluindo os estacionamentos). Por exemplo, uma academia com 1000 m<sup>2</sup> deve atender

entre 1200 e 1400 alunos. Para atingir esta proporção, 65% da área da academia deve ser dedicada à área de produção (musculação, piscinas, salas de aula). O restante é dedicado a vestiários (no mínimo 10% da área total), áreas operacionais e serviços de conveniência.

Para você, que já tem uma academia funcionando, vale a pena verificar se suas áreas estão dentro dos parâmetros atuais e adequá-las se for preciso.

## Estacionamento

Os americanos dizem "no parking, no business", algo como "se não há estacionamento, não há negócios". Eles estão certíssimos. A questão de vagas para estacionar já é muito crítica em diversas cidades e em um curto espaço de tempo será um problema em praticamente todas as cidades, pequenas e grandes. Para saber quantas vagas você precisa, você deve saber quantos alunos entram na academia no horário de pico. E atende-os seja em estacionamento próprio ou com convênios. Na média, uma academia precisa de 1 vaga para cada 10 alunos matriculados.

## A distribuição dos espaços

Para que o aluno sinta-se sempre bem recebido, a recepção deve ficar totalmente em evidência na entrada. O cliente que visita a academia pela primeira vez não pode ter nenhuma dúvida para onde deve dirigir-se e o aluno que já é frequentador deve receber um bom dia da pessoa na recepção.

Assim que o aluno passa pela catraca, o ideal é que ele visualize vários ambientes ao mesmo tempo: tanto os

**Quem entender que o nosso novo foco é fazer as pessoas felizes através da atividade física já está na frente na corrida pela busca dos alunos.**

espaços de exercícios e aulas como os espaços de convivência. Isso cria uma vontade instintiva de se integrar ao ambiente e consequentemente o induz ao exercício.

A circulação deve ser sempre ampla: para academias com até 500 alunos matriculados, os corredores mínimos são de 1,20m de largura. Para academias com 1000 alunos, eles passam para 1,50m. Lembre-se sempre que a saída das salas de ginástica é um lugar que junta muita gente ao mesmo tempo. É uma boa idéia criar um hall na frente das salas.

#### Arquitetura ajudando a vender

O cliente tem que estar emocionado para comprar. Isso vale para lojas, restaurante e também para a academia.

Antes de mais nada temos que entender quem é o nosso público-alvo: objetivamente temos que saber qual a sua idade, seu nível socioeconômico e seu nível cultural. Mas neste entendimento entra também a parte subjetiva: quais as suas expectativas.

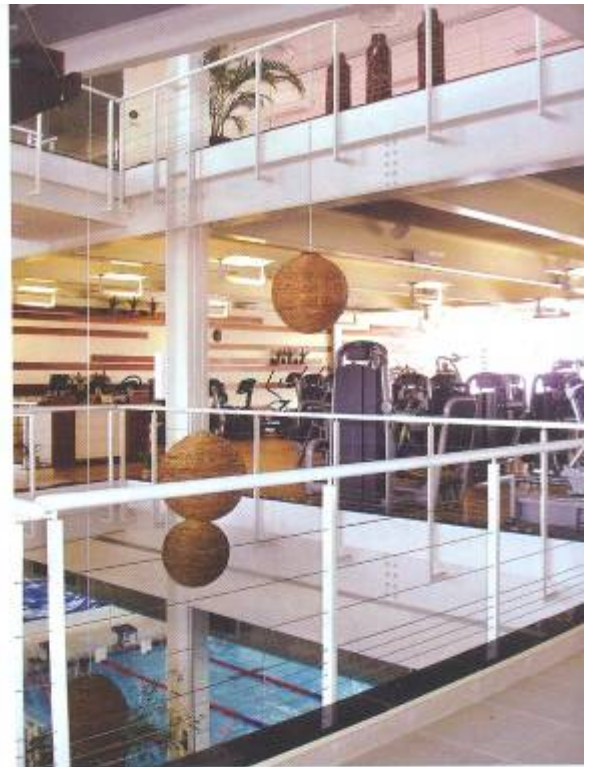
As pessoas em geral querem participar de um grupo. Elas vão eleger a academia que as fazem sentir-se parte de determinado grupo. O aspecto visual da academia deve refletir o gosto deste grupo. Uma academia para público A deve ser diferente de uma para público C, da mesma forma que a academia de um bairro residencial é diferente de outra do bairro comercial. É

importante destacar que o visual da academia não precisa ser bonito para o dono ou para o arquiteto. Precisa estar alinhado com as aspirações do público-alvo.

#### A Fachada

O primeiro passo para ajudar a vender é garantir um bom número de visitas ao espaço: para isso a fachada deve ser atraente e refletir o que se passa lá dentro. É sempre uma boa idéia usar a musculação ou a área de equipamentos cardiovasculares como vitrine. Lembre-se de não expor demais o aluno: nunca o coloque de costas para a rua, sempre de lado ou de frente. Lembre-se também que o sol incomoda quem está praticando exercícios físicos. Caso bata muito sol na sua fachada coloque uma persiana por dentro nos horários incômodos ou algum elemento arquitetônico por fora, como brises, marquises ou árvores.

A fachada tem também que ter um espaço previsto para o logotipo e o nome da academia, de preferência aplicados em parede, que destaca mais a marca. A cor das paredes da fachada não precisa ser da mesma cor do logo, pelo contrário, tem que ser uma cor que realce a marca e destaque o pré-



dio. Se o logo for cor de laranja, por exemplo, a cor de fundo pode ser branca (cor neutra) ou azul (cor complementar).

#### O Primeiro Impacto

A primeira imagem do cliente dentro da academia deve ser um cenário que cause uma primeira impressão de impacto. O planejamento dos elementos decorativos garante que o cliente olhe para onde nós queremos. Se a intenção é fazê-lo olhar para uma direção, basta colocar um foco para este lado. O foco pode ser um quadro, uma imagem, uma iluminação especial ou qualquer outro objeto que chame atenção.

#### O tour de vendas

Depois do primeiro impacto, devemos continuar surpreendendo o cliente durante todo o tour. Devemos definir dentro dos lugares da visita qual o cenário mais bonito para ser visto. A musculação, por exemplo, é sempre bonita quando vista de cima, pois parece mais ampla. Já as salas de ginástica ficam vazias a maior parte do dia, então os acessórios de aulas devem estar bem arrumados e distribuídos de forma a preencher a sensação de vazio. Quando existem ventiladores na sala eles podem ficar ligados em rotação bem baixa, pois ajudam a criar o movimento.



Projeto: Barbosa e Corbucci

A sala de bike também deve estar preparada para ser "vendida". Alguma luz colorida, de baixo consumo, deve ficar sempre ligada, dando também a sensação de movimento.

### Área de negociação

Acabado o tour, o cliente deve ser encaminhado ao espaço de vendas. O ideal é que este espaço seja separado do balcão de recepção e que tenha cadeiras para ele sentar. As técnicas de venda garantem que é mais fácil convencer um interlocutor estando ao lado dele e não de frente, então as mesas redondas caem muito bem nesta área. Lembre-se de providenciar cadeiras confortáveis e que não causem constrangimentos, como quebrar ou cair com o seu futuro aluno em cima!

Este espaço deve ser especialmente aconchegante. O uso de elementos naturais como plantas, pedras e água, ajuda a compor o ambiente. Se a opção for pelo uso de imagens, devem ser sempre fotos discretas, que transmitam emoção.

### Arquitetura ajudando a reter

É muito mais barato manter um cliente fiel do que conseguir um novo cliente. Uma das chaves de sucesso na retenção dos alunos é o ambiente que ele encontra na academia. Faz parte deste ambiente os professores, o serviço prestado, a simpatia do dono ou do responsável pela unidade e também a arquitetura do lugar.

Da mesma forma que devemos encantar o cliente no tour de vendas, temos que encantar o aluno no seu dia a dia. Temos que transformar o cotidiano em uma experiência incrível.

Para começar a manutenção deve funcionar bem. O projeto ajuda com a especificação de materiais de acabamento resistentes e fáceis de limpar. No projeto de iluminação devemos usar poucos tipos diferentes de lâmpadas, para que o estoque e a troca sejam mais fáceis.

### Iluminação

Falando em lâmpadas, vale lembrar que quando se compra uma lâmpada, além de escolher a voltagem (110 ou 220V), a potência (número de Watts) deve-se também especificar sua Temperatura de Cor. Este fator é medido em Kelvin e quanto mais baixo (de 2700 a 3000 Kelvin) mais amarelada é a lâmpada.

A tendência dos projetos luminotécnicos é usar as lâmpadas mais amareladas, afinal estamos no Terceiro Espaço e não queremos que a academia tenha o mesmo visual do trabalho ou da escola, onde a luz é normalmente branca.

A iluminação é uma aliada poderosa na criação de novidades para os alunos e a conseqüente retenção. Com a luz, pode-se criar diversos cenários. As salas de bike costumam tirar partido deste efeito, com o uso de luz negra, luz colorida, globos e luzes seqüenciais. Estes diferentes cenários são controlados pelo professor, que pode acender um tipo de luminária de cada vez (não se esqueça de deixar o interruptor acessível a ele).

Mas o efeito de iluminação pode ser usado também em outros espaços da academia, criando cenários diferen-



tes para o dia e para a noite, ou ainda uma iluminação diferenciada para determinado dia da semana ou evento.

No bom projeto de iluminação o que aparece é o efeito final e não necessariamente as luminárias. Há projetos que nem usam luminárias, somente sancas com luz indireta para

criar um efeito de aumento de pé direito ou de maior intimidade.

### Vestiários

No vestiário temos a chance de proporcionar a sensação de conforto para os alunos. Os cuidados no projeto dos vestiários são facilmente percebidos pelo cliente.

O vestiário deve ser dividido em áreas: vasos sanitários, cubas, chuveiros e área de troca. Sempre que possível estas áreas devem ser separadas e sua circulação bem definida. Por exemplo, o aluno que vai só deixar suas coisas no armário não precisa passar por quem está tomando banho. Da mesma forma que quem entra somente para usar o vaso sanitário precisa passar pelas cubas e sair, sem cruzar com ninguém molhado. Este cuidado, além de proporcionar conforto e intimidade aos cliente, ajuda a economizar na obra. Podemos usar piso antiderrapante ou piso elevado somente na área molhada. E na área seca, não é necessário usar azulejo.

Dentro do conceito de conforto, vale criar um espaço para os clientes se arrumarem, com espelhos individuais, tomada para secador de cabelo e boa iluminação. Com este espaço o número de cubas (e bancadas, torneiras, sifão, encanamento) diminui e além de proporcionar um ambiente diferenciado para o aluno, você economiza na obra.

Outro item importante é o número de peças e chuveiros. O número que atualmente é trabalhado é 1 chuveiro para cada 100 alunos matriculados. Este número pode variar de acordo com a região em

que a academia se encontra e também se ela tem ou não piscina. A proporção de vasos sanitários é de cubas é 1 para cada 200 alunos matriculados. Um erro muito comum é esquecer a área de troca. Ela é tão ou mais importante que o número de chuveiros e é usada mesmo por clientes que não tomam banho na academia. O que também não



deve faltar nos vestiários é o espelho de corpo inteiro, a balança e o relógio.

#### **Espaços para fazer amigos**

Se um dos motivos para o cliente procurar a academia é pertencer a um grupo, a arquitetura da academia deve propiciar os espaços adequados para as pessoas se encontrarem, conversarem e tornarem-se amigas. Estes espaços podem ser desde um simples sofá no centro da musculação até uma lanchonete, salas de estar ou salões de jogos. Mesmo as menores academias podem e devem ter este espaço. O importante é agrupar os alunos.

Este espaço deve ser um lugar próximo a passagem obrigatória dos alunos, para serem efetivamente utilizados.

Uma maneira fácil de agrupar pessoas é a lanchonete. É muito mais fácil falar para um conhecido "Vamos tomar um café!" do que dizer "Vamos nos sentar e conversar!". Hoje a tendência é localizar as lanchonetes integradas ao centro da academia, junto à musculação ou às salas de ginástica.

Outro espaço que facilmente vira um ponto de encontro é um espaço de jogos. Pode ser uma sala especial para isso (sempre vista por quem está de fora) ou somente uma pequena mesa de pebolim próxima à musculação.

As quadras poliesportivas ou de futsal também funcionam bem como área de convivência, desde que a academia "empreste" aos alunos para recreação.

Em suma vários espaços podem ser ambientados para funcionarem como áreas de convivência, sempre com foco no público alvo.

#### **As salas especiais**

As salas especiais, como sala de bike, sala zen, sala de lutas criam novidades para o cotidiano dos alunos, se bem trabalhadas. Além de ajudar na retenção dos clientes, ajudam também no tour de vendas, deixando marcado na lembrança do clientes a diversidade de espaços da academia. Não é preciso gastar muito para se transformar uma sala comum em uma temática.

Veja por exemplo a sala zen: ela deve ser localizada em um espaço mais reservado e silencioso da academia. Sua iluminação deve ser indireta para não ofuscar a vista do aluno nos exercícios deitados e deve ter alguma decoração que remeta ao espírito zen: cortinas, elementos naturais como palha ou pedra nas paredes, bancos para tirar os sapatos antes da aula e um vaso ou então uma fonte.

Outro exemplo é a sala de bike. Apesar de grande parte dos proprietários de academia ainda pedirem salas de bike escuras, elas também podem ser claras e terem efeitos bacanas durante as aulas. Seja qual for a opção, a sala de bike indoor precisa ter vários cenários: telão ou TV, luzes diferenciadas.

Quando o pé direito da sala permitir, a forma de anfiteatro é muito interessante, tanto para o professor, que enxerga melhor todos os alunos quanto para os alunos que tem visão privilegiada da aula.



### Cada academia é única...

...e o cliente deve perceber isso. A arquitetura deve explorar ao máximo os 5 sentidos do cliente, inclusive o olfato, que ainda é pouco explorado. O logotipo da academia deve ser aplicado em diversos locais, definidos estrategicamente para não sobrecarregar o ambiente, mas deixar o nome bem marcado. Da mesma forma que cada academia tem professores, sistemas de avaliação e funcionários únicos, sua arquitetura também deve ser exclusiva e marcante.

A primeira visita a academia deve ser uma experiência inconfundível para o cliente. O projeto deve ter per-

sonalidade e os espaços devem ser facilmente entendidos pelos visitantes. E os alunos devem ter prazer em frequentá-la, sempre surpreendendo-se com o espaço.

Bom projeto!

### Check list do projeto

- Está adequado ao tour de vendas.
- É fácil de ser modificado quando novas necessidades surgirem.
- Foi pensado no público-alvo.
- Usa os 5 sentidos do visitante para fidelizar o aluno. ●

O Proprietário deve:	O Arquiteto deve:
Definir o número de alunos que a academia deve comportar	Dimensionar a academia baseado no número de alunos nas horas de pico
Definir o público-alvo	Fazer um projeto que encante a este público
Definir o valor do investimento em infra-estrutura	Adequar o projeto ao valor estipulado