

Evolution Wellness & Fitness Center

UM CENTRO DE EXCELÊNCIA PARA A PROMOÇÃO DA SAÚDE

Com pouco mais de dois anos de existência, o Evolution Wellness & Fitness Center é um caso ímpar em que a capacidade de gestão e organização se traduzem em resultados positivos, mesmo sem possuir o atractivo do plano de água. Com um conceito bem definido e uma proposta de valor comunicada eficazmente, este clube faz da formação e da motivação dos colaboradores o seu grande elemento de diferenciação, percorrendo todos os caminhos para a verdadeira personalização do serviço.

Texto: Miguel Boavida, Fotos: Sérgio Saavedra



«Tratar cada sócio como se o sucesso do Evolution dependesse exclusivamente daquele indivíduo é o lema do clube»

inaugurado a 26 de Julho de 2005, o Evolution Wellness & Fitness Center está implantado numa zona central da cidade do Montijo, beneficiando de facilidade de acesso e estacionamento. Mauro Frota, sócio-gerente e responsável técnico, aponta que o empreendimento representou um investimento que rondou os 800 mil euros e, «como todos os clubes, constitui um negócio de proximidade, contando com uma área que vai até aos 10 a 12 minutos de distância. No nosso caso, falamos essencialmente de uma abrangência que passa pelo Montijo, Alcochete, Pinhal Novo e Moita».

Com uma área global de 1200 m², a luz natural é uma das características que mais se destaca no *lay-out* da infra-estrutura. «Temos praticamente 360° de luminosidade e janelas enormes a toda a volta e isso atraiu-nos bastante, pois é fundamental para este tipo de projectos que as pessoas não se sintam presas e claustrofóbicas. Tem que haver liberdade», sublinha Mauro Frota.

Referindo-se à componente operacional do *health club*, o gestor realça que pretende distinguir-se do mercado numa área essencial: o atendimento ao cliente. «Sabemos que os clubes têm tido uma preocupação crescente com o *design* e a apresentação, mas também sabemos que a surpresa que um espaço “bonito” pode causar dura pouco mais de uma semana. A partir deste momento, são os profissionais que deverão proporcionar ao cliente uma sensação de ‘UAU!’ constante», afirma.

É neste contexto que o responsável se mostra convicto de que o elemento humano é o mais importante nesta actividade. «Os nossos profissionais são treinados constantemente em três

Ficha técnica

Designação	Evolution Wellness & Fitness Center
Localização	Montijo
Abertura	26/07/2005
Investimento	800 000 euros
Área global	1200 m ³
Sala de cardio/fitness	350 m ²
Estúdios	5
Balneários	masculino e feminino
Serviços complementares	bar, cabeleireiro/estática, sauna, banho turco, jacuzzi e baby sitting
Estacionamento	200 lugares
N.º de sócios	1300



vertentes essenciais de competências: paixão pelas pessoas, desejando, com sinceridade, mudar a qualidade de vida das pessoas, ser um exemplo em todos os momentos e despoletar nos associados o interesse por um estilo de vida activo e saudável, através de uma abordagem técnica, comportamental e motivacional. Num outro plano, devem ter paixão pelos números e desejar, diariamente, colocar números no *scoreboard*, trabalhando para cumprir e ultrapassar as me-



tas propostas pela empresa e conciliar a paixão pelas pessoas com fortes estratégias de rentabilização dos serviços prestados pela empresa. E, finalmente, devem ter paixão pelo conhecimento, procurando evoluir diariamente e apostar na formação pessoal, empenhando-se diariamente para a manutenção de um conhecimento actualizado, que vá de encontro às necessidades dos nossos clientes, colegas e empresa».

Treino personalizado

Desenhado praticamente em *open space*, o Evolution Wellness & Fitness Center possui uma ampla área de acesso da qual se transita para todas as zonas de treino e serviços de apoio, e conta com um espaço de *cardiofitness*/musculação com 350 m² e cinco estúdios de aulas de grupo temáticos: *mind & body studio* com 60 m², *martial arts studio* com 60m², *dance studio* com 60 m², *master class*

studio com 120 m² e *bike studio* com 60m². É servido por um parque de estacionamento com 200 lugares e tem acesso directo por elevador. Os balneários estão equipados com sauna, banho turco e *jacuzzi* e, como serviços de apoio, destacam-se o espaço de *babysitting* e o restaurante e salão de cabeleireiro/estética associados. Em termos de equipamento salientam-se as máquinas de *cardio* Precor e musculação Nessfit.

O clube conta actualmente com 1300 sócios activos, mas Mauro Frota explica que «o objectivo, indo ao encontro da nossa filosofia de trabalho, é trabalhar com 1,2 sócios/m², o que significa 1450 sócios activos». Para tal, além das modalidades, é oferecida uma gama de serviços complementar, como o treino personalizado (*Evolution plus*), a medicina tradicional chinesa, o curso Pilates avançado, o curso de *shantala* (massagem indiana para bebés), o pré



«Enquanto a maior parte dos colaboradores das empresas se preocupam em agradar aos administradores e coordenadores, no Evolution a preocupação e obsessão é com a atenção pelos clientes»

e pós parto, o programa de reabilitação cardíaca (em implementação) e o *Evolution outside walls* (Desporto Aventura).

Já na gama de modalidades, no Evolution Wellness & Fitness Center é possível praticar *body combat*, *body pump*, *RPM*, *body balance*, *power jump*, *body vive*, *yoga*, *chi kung*, *Pilates*, *karaté*, *karaté infantil*, *jiu-jitsu brasileiro*, *kick-boxing*, ritmos infantil, ritmos adulto, danças orientais, *ABS*, *step*, localizada e *power mix*.

Esclarecendo a filosofia de trabalhar com 1,2 sócios/m², o responsável refere que «a aposta é trabalhar com qualidade. Estamos preocupados desde o início da nossa actividade em criar uma marca com valor. E o nosso grande valor é o ambiente familiar e a alegria com que se trabalha. Temos, por exemplo, como norma que todo o nosso *staff*, que ascende aos 36 colaboradores, saiba os nomes e mais alguns dados acerca de cada sócio.

Programas de treino personalizado

Reduce Plus

Programa específico para redução de gordura corporal, promoção de uma mudança de hábitos alimentares e adopção de um estilo de vida activo. Melhora a resistência cardiovascular, capacidades funcionais e bem-estar geral.

Mass Plus

Programa específico para aumentar a massa muscular (hipertrofia) e definir a musculatura. Aumento da força e da potência, melhorias na postura, na qualidade de vida e no conhecimento da suplementação mais adequada e eficiente.

Performance Plus

Programa que ensina a vencer no desporto preferido do cliente. Um *personal trainer* acompanhará o cliente e ensiná-lo-á a melhorar a sua *performance* no desporto que escolher, seja na bicicleta, no *court* de ténis ou num desporto colectivo.

Align Plus

Programa destinado a reduzir/eliminar dores de costas, melhorar a postura, coordenação, equilíbrio, aumentar a produtividade no trabalho e qualidade de vida.

Para além disso, promete o aumento da flexibilidade, resistência muscular, energia, confiança e auto-estima, bem como a redução de *stress*.

Baby Plus

Programa pré e pós parto.

Medical Plus

Programa em que um *personal trainer* ajuda o cliente a prevenir e a melhorar condições específicas, nomeadamente, controlo e prevenção de patologias tais como: problemas cardiovasculares, hipertensão, diabetes, obesidade, dislipidémias, osteoporose e problemas osteo-articulares.

Wellness Plus

Programa que promete um acompanhamento de excelência no treino, e que se destina a melhorar os níveis de resistência cardiovascular, muscular, flexibilidade, mobilidade e postura e a ensinar a relaxar totalmente após o treino, aliviando o *stress* diário.

Group Plus

Programa para quem pretende iniciar uma modalidade de grupo, mas sente a falta de um “empurrãozinho” para entrar na sala...





«Temos praticamente 360° de luminosidade e janelas enormes a toda à volta. É fundamental nestes projectos que as pessoas não se sintam presas e claustrofóbicas; tem que haver liberdade»

É obvio que com um número de sócios exagerado não conseguiríamos cumprir esse objectivo».

Ao nível da selecção das actividades face à procura, o responsável elucida que a «aposta ouro da Evolution é o *personal trainer* (ver caixa). Começámos a implementar este serviço há cerca de um ano, após um período de preparação do *staff*, e hoje é uma realidade muito forte do nosso clube e com muita qualidade. Existe um leque alargado de opções de treino especializado e nós somos especialistas em pessoas com patologias e com factores de risco. Aí temos tido um sucesso muito grande».

Outra aposta que Mauro Frota realça é a do mercado empresarial. «Na área do *corporate*, estamos a desenvolver contactos com empresas nos últimos meses e a aceitação tem sido razoável. Temos sentido dificuldades, que julgo serem comuns a todos os clubes que actuam em Portugal, e que se prendem com a mudança de mentalidades. Parece que o empresário português ainda não percebeu que, ao investir na

qualidade de vida do seu funcionário, nomeadamente ao nível do exercício físico, consegue um retorno muito interessante desse investimento e isto ainda não é perceptível, mesmo que apontemos alguns números».

Promoção da saúde

O gestor do Evolution Wellness & Fitness Center salienta que a vertente organizacional é fundamental para cumprir os objectivos de qualidade e diferenciação inscritos na proposta de valor do clube e explica que neste projecto a pirâmide organizacional e estrutural se encontra invertida. «No seu vértice, dois valores fundamentais equilibram a estrutura: a tolerância e a confiança. Por seu turno, a missão, visão e valores da empresa determinam o caminho empresarial a seguir».

Logo, aponta que «a função de cada colaborador de grau hierárquico superior é garantir que os seus coordenados possuem todas as suas necessidades físicas, materiais e emocionais para que possam fornecer um serviço de excelência



a quem mais interessa: os associados. Estes devem ser o centro da atenção de todos. Enquanto a maior parte dos colaboradores das empresas se preocupam em agradar aos administradores e coordenadores, no Evolution a preocupação e obsessão é com a atenção pelos clientes. Por isso estou sempre a citar Jack Welch, que foi brilhante ao afirmar que “enquanto os funcionários tentam agradar ao chefe, ignoram as necessidades dos clientes”»

Está bem presente em todo o universo de atividade do clube a sua missão, que «não é mais do que proporcionar aos nossos associados, colaboradores e comunidade, experiências únicas e repletas de emoção e bem-estar, promovendo comportamentos potencializadores da saúde, felicidade e sucesso».

Neste enquadramento, Mauro Frota destaca que a visão do clube assenta no facto de se constituir como um centro de «excelência na promoção da saúde, educação e consciência ecológica, caminhando lado a lado com os associados,

colaboradores e comunidade numa jornada de constante Evolução».

Além de apostar na inovação, que classifica com mais duas citações, nomeadamente, “Se você não for distinto, será extinto.” (Tom Peters) e “A única forma de criar uma nova marca de sucesso é ser o primeiro em determinada categoria. Já não é suficiente ter um melhor produto ou serviço. Não é suficiente ter um melhor preço. Para ter sucesso, hoje em dia, é preciso criar uma marca melhor. E o que é uma marca? A marca é uma percepção na mente do consumidor. Percepção é o nome do jogo, e estabelecer boas relações públicas com os *media*, através de uma nova categoria que se destaque pelo conceito inovador, é a única forma de criar uma melhor percepção” (Al Ries), Mauro Frota destaca que o lema da empresa é uma mensagem repetidamente processada a todos os intervenientes que procura simplesmente conduzir a que os colaboradores «tratem cada sócio como se o sucesso do Evolution dependesse exclusivamente daquele indivíduo».



Negócio de emoções

O clube tem um programa específico para a retenção de associados, que é trabalhado diariamente, maximizando os três pilares fundamentais da sua actuação: «excelência técnica e humana e ser claramente um *family club* e um *outdoor club*», sublinha Mauro Frota, explicando que se efectua um contacto permanente com os associados, com SMS e *e-mails*, por exemplo um SMS mensal aos pagantes que não frequentam (carácter motivacional), realizando telefonemas específicos para os vários programas que os sócios frequentam, atribuindo prémios, gerindo de forma eficaz os relacionamentos e registando pormenorizadamente todas as informações recebidas».

Outra vertente da estratégia de fidelização das pessoas está patente no seu acompanhamento. «Fazemos uma avaliação da condição física inicial muito pormenorizada e que depois é acompanhada, a qual se prende, não só nos aspectos físicos, mas também, e cada vez com mais ênfase, nos aspectos motivacionais e na vertente psicológica. Note-se que a “guerra” contra o sedentarismo vai ganhar-se, sobretudo, nas áreas da psicologia e da motivação. Por isso, todo o *staff* tem que ter formação para perceber as motivações do sócio, sabendo quem é, o que quer e o que precisa, para que a pessoa se torne fidelizada».

Ao nível do alargamento de mercado, o director do clube afirma que «as indicações internacionais são claras: os clubes que têm maior taxa de retenção são os que conseguem agregar a família, factor que trabalhamos deste o início. Por outro lado, desenvolvemos também acções específicas para a terceira idade, até porque, do ponto de vista estatístico internacional, é a população que mais cresce e temos que lhes dar atenção. Actuamos, não só na criação de programas concretos para os seniores, com também na vertente da prevenção dos riscos para a saúde, como os problemas cardiovasculares».

Considerando que existe um amplo espaço para o crescimento da actividade dos *health clubs* em Portugal, Mauro Frota acredita que com a «congregação de vontades e adopção de estratégias comuns a todos os operadores do mercado, é possível combater o sedentarismo da população portuguesa, o que será sempre mais positivo do que lutar pelo mesmo espaço concorrencial. Isto é um negócio de pessoas e emoções, logo, quanto mais se generalizar a prática desportiva no país, mais profícua será esta actividade». ■