



**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE  
MBA EM MARKETING ESTRATÉGICO**

**ANANÍLIA SALUSTINO SOARES NETA**

**CASO PARA ENSINO: ACADEMIA ATLÂNTICO**

Disciplina: Metodologia e Projeto de Pesquisa  
Profa. Dra.: Maria Valéria Pereira de Araújo

**NATAL  
2014**

## **ACADEMIA ATLÂNTICO**

Ananília Salustino Soares Neta

### **INTRODUÇÃO**

É o final do ano de 2012, com academia desportiva bem estrutura e com clientela fiel no mesmo endereço por dezoito anos, Arthur Costa, professor de Educação Física e proprietário, vê-se obrigado ou como ele mesmo diz, diante de um novo desafio: mudar-se para um novo endereço, com clientes e bairro desconhecidos.

Esse novo desafio surge depois que o dono/locador do prédio solicita o local justificando que irá montar seu próprio negócio.

### **A EMPRESA E O FUNDADOR**

Academia desportiva com aulas de ginástica (aeróbica e localizada), *step* e musculação foi fundada no ano de 1995 pelo educador físico Arthur Costa, com o nome de Academia Atlântico. Localizada no bairro de Petrópolis um local bem arborizado, de ruas largas, onde vivem famílias tradicionais e abastadas da cidade do Natal.

A Atlântico permaneceu por vários anos oferecendo esses serviços. No início Costa tinha um funcionário que ficava orientando os alunos na musculação enquanto que ele dava as aulas de ginástica.

Com um tempo percebeu que os clientes mais antigos e fiéis eram adeptos basicamente da musculação, que incluía também a parte aeróbica (bicicleta ergométrica, esteira e elíptico). De uns dez anos pra cá resolveu dedicar-se ao condicionamento físico personalizado, com um trabalho diferenciado, individualizado, adaptado a cada um dos alunos de acordo com suas necessidades. A academia funciona das 6h às 22h, de segunda-feira à sexta-feira e aos sábados, das 8h às 12h.

Com a mudança para a nova academia, no início de 2013, aperfeiçoou essa ideia e como já estava com a marca consolidada no mercado mudou o nome da academia para seu nome e o serviço ofertado. É considerada uma academia de pequeno porte (possui menos de 400 alunos).

A mudança para um novo bairro se deu da solicitação do locador/proprietário do prédio de desocupá-lo. O locatário, professor Costa, já estava com academia fixa nesse endereço há dezoito anos. Apesar de ter sido uma mudança “forçada” ele fala que se adapta

facilmente a elas, com bom humor diz que “as mudanças tendem a nos levar a evoluir, começar o novo”, pois para ele tudo é novidade, o ambiente, a vizinhança, o movimento, dando a oportunidade de conquistar novos alunos, mas não deixando de atentar para a manutenção daqueles mais antigos.

Formado em 1985 em Educação Física pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Costa está no mercado desportivo há vinte e sete anos, tem especialização em Massoterapia (há mais de 20 anos) e experiência em Avaliação Física (postura, articulações).

Apaixonado por esportes desde cedo, sempre gostou de praticá-los, tinha aptidão para vários, era reconhecido pelos seus professores como um aluno muito dedicado e disciplinado. Destacou-se no caratê, modalidade essa que o iniciou na carreira de professor, ainda era apenas um estudante universitário, quando foi convidado por um sargento para ser voluntário ensinando caratê na Legião Brasileira de Assistência – LBA, entidade filantrópica que tinha vários programas sociais. Foi professor dessa atividade por vários anos, depois instrutor de academia, onde dava aulas de ginástica e musculação. Depois montou sua própria academia com essas modalidades, hoje em dia está só com a musculação, mas ainda trabalha com recuperação postural (problemas de coluna) e massoterapia.

## **O MERCADO DE FITNESS**

Dados do Conselho Regional de Educação Física – CREF apontam que foram cadastradas, em 2011, na cidade de Natal-RN, 226 academias.

Uma justificativa para essa expansão está no relatório da IHRSA (*Association International Health, Racquet & Sportsclub*) (apud Jornal Estadão, 2010), que avalia que a combinação entre aumento da renda da população e disseminação de um estilo de vida saudável, aliada à definição do Brasil como sede dos dois mais importantes eventos esportivos do mundo – Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016 – está aquecendo negócios ligados a atividades físicas no País. De 2007 para cá, o número de academias no Brasil dobrou para 15.551, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Esse setor gerou receitas de US\$ 1,11 bilhão no último ano.

Com ponto estratégico no bairro de Petrópolis, boa estrutura, ótima cartela de clientes (muitos estão na academia desde a sua fundação) a academia do professor de Educação Física Arthur Costa tinha tudo para dar certo. Lá não era só sua empresa, seu local de trabalho, sua fonte de renda, mas também seu lar. Só que o prédio não era dele, era alugado. Ele sabia que a

qualquer momento o proprietário poderia solicitar a desocupação, inclusive ele insistia que um dia abriria um negócio naquele local, um ótimo ponto com localização privilegiada.

A academia fica em um ponto alto da avenida em que se situa, facilitando sua visualização para quem trafega naquela avenida, ampla, arejada, com serviços de musculação, massoterapia e avaliação física. Com uma boa quantidade de clientes, que variam de adolescentes e adultos, que vão em busca de uma melhoria em sua estrutura muscular, melhorar a postura, perder ou ganhar peso, aumento da massa muscular, a idosos, que em sua maioria vão em busca da massoterapia, sendo alguns adeptos também da musculação a fim de buscar fortalecimento dos músculos, indicados pelo fisioterapeuta.

Entre as partes, locador e locatário, havia um contrato de períodos curtos, de início era trimestral depois passou a ser semestral, que sempre era renovado. O dono do prédio não tinha o que reclamar do inquilino ele pagava em dia o aluguel, era respeitado e querido na vizinhança. Com o passar dos anos como o tal projeto nunca criou forma, o locatário acomodou-se e a ideia de um dia ter que sair dali foi ficando cada vez mais distante, esquecida...

Até que, no final do ano de 2012, o locador procurou o professor e solicitou a desocupação do estabelecimento afirmando que finalmente o projeto para construir no local sairia do papel. A Academia Atlântico já totalmente adaptada nesse local, afinal foram dezoito anos, com sua marca conhecida e bem conceituada no mercado de *fitness*, estabilizada financeiramente, tem agora que enfrentar essa nova situação.

## **SITUAÇÃO – PROBLEMA**

Costa se vê num dilema: sair de sua zona de conforto com tudo já organizado para recomeçar em um novo local. A partir daí começam a surgir as consequências causadas por esse forte impacto. Um local para montar outra academia, felizmente ele já tinha, mas teria que correr atrás de pessoas (engenheiro, arquiteto) para trabalhar e acompanhar a obra, se não encontrasse quem ficaria cuidando da academia e acompanhando os seus alunos? E tudo isso em curto prazo para não correr o risco de perder clientes.

## **NOTAS DE ENSINO**

### **Resumo do Caso**

O caso para ensino trata de uma situação difícil enfrentada pelo empreendedor Arthur Costa, proprietário da Academia Atlântico, que recebe o pedido do proprietário do imóvel para cancelar o contrato de locação, depois de mais de dezoito anos localizado no mesmo endereço (funcional e residencial), em um local próximo a tudo, com clientela fiel formada, estabilizado financeiramente, o professor de Educação Física se vê em um dilema, sair da zona de conforto em que se encontrava para iniciar uma nova etapa, um novo desafio em um novo local, outra vizinhança, outra clientela. Uma nova mudança a essa altura parecia uma coisa boa, um novo começo, mas não foram “só flores”, apesar de estar estabilizado financeiramente a mudança para outro prédio viria a ter muitos problemas, pois ele, infelizmente, não teve a sorte de conseguir empreiteiros de confiança, ele tinha que deixar os alunos sozinhos na outra academia enquanto vinha fiscalizar o serviço no novo prédio, se ele não estivesse à frente da obra ou o serviço não saia ou saia mal feito, isso gerou além de estresse, despesas desnecessárias e consequentemente atraso na reforma.

### **Utilização Recomendada**

Caso para discussão em classes de pós-graduação em Administração de Empresas, Gestão Estratégica de Negócios e Marketing. Servindo também de texto de apoio para classes de graduação nestas mesmas disciplinas com o intuito de fazer com que os alunos adquiram a capacidade de aprender a identificar falhas e problemas existentes numa empresa a fim de buscar estratégias para solucioná-los.

### **Fonte de obtenção dos dados**

As informações foram coletadas a partir de observações e entrevistas com o proprietário/instrutor da Academia.

### **Análise do Caso**

A discussão desse caso pode ser iniciada levando em conta a importância da atividade física para uma melhoria na qualidade de vida uma vez que proporciona benefícios à saúde e a estética entre outras coisas, aliada a um acompanhamento de um profissional dedicado e comprometido com a eficiência e resultados de seus trabalhos.

Para conseguir novos alunos o professor terá que se esforçar ainda mais buscando ampliar essa força já existente na sua marca expandindo seu diferencial na dedicação e seriedade nos serviços por ele oferecidos já conhecidos por seus alunos.

Como a atual situação financeira da empresa não está dando possibilidade em investir em recursos de marketing ele tem mesmo é que manter a qualidade dos seus serviços, pois serviço bom, de qualidade, com atendimento diferenciado, preço acessível, dedicação exclusiva tudo isso atrai consumidores cada vez mais exigentes, as pessoas comentarão e o boca a boca funcionará, aliás, como já vem funcionando desde a abertura da academia.

Como a academia fica num ponto alto da avenida para atrair a atenção de quem por ali passa, seja de ônibus, de carro ou a pé, pode-se investir na fachada, ampliando a placa na entrada destacando as letras ou cores.

Nesse bairro a academia tem tudo para dar certo e o negócio progredir, possui ótima localização geográfica, grande fluxo de pessoas e baixa concorrência, algumas das academias que ficam nas proximidades não ficam abertas até às 22h.

No momento, a preocupação maior que o proprietário deve ter é a de manter os clientes já existentes, a fim de conseguir recursos para as melhorias na academia, e para isso é continuar oferecendo um tratamento personalizado dedicando-se totalmente aos seus alunos, procurando mantê-los confortáveis, com sala ventilada (ventiladores sempre limpos e funcionando), som ambiente com músicas boas e apropriadas as atividades lá oferecidas, com volume adequado que permita aos alunos conversarem e desempenharem tranquilamente suas práticas esportivas, bebedouro limpo com água gelada; e seguros (com equipamentos bem arrumados e de fácil acesso), cuidando sempre da manutenção das máquinas, preocupando-se com a higiene do local (banheiros, piso, máquinas e equipamentos sempre asseados), enfim, dedicando-se sempre a manter e aprimorar a qualidade de seus serviços.

### **Questões para discussão:**

1. O que fazer para prospectar novos clientes, pois não investe em Marketing, mas se utiliza da força que tem seu nome (marca)?
2. Como fazer para atrair o público jovem (estudantes das escolas vizinhas)?
3. Como atrair a atenção do público que passa todos os dias pela circunvizinhança?
4. Como se beneficiar da localização geográfica do novo bairro?
5. Quais estratégias seriam mais adequadas para aumentar a cartela de clientes, levando em conta a atual situação financeira da empresa?

6. Nesse momento, onde o proprietário planeja conseguir mais recursos para melhorar a estrutura física da academia, e sabendo-se que trata de uma coisa que leva tempo, que não é imediata, como proceder para que os clientes já existentes e os que já passaram por uma transição não troquem de academia?

## **BIBLIOGRAFIA**

ANDRADE, F. A. **Análise da satisfação dos clientes das academias de ginástica da cidade de João Pessoa (PB)**. 2007. Dissertação (Mestrado em administração) – Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa. 2007

CARREIRA, Natany. **A história do mundo fitness**. Disponível em: <<http://tribodocorpo.blog.com/2011/07/01/a-historia-do-fitness/>>. Acesso em: 30.set.2013

CARREIRA, Natany. **Pilates a nova moda da saúde**. Disponível em: <<http://tribodocorpo.blog.com/2011/05/07/pilates-a-nova-moda-da-saude/>>. Acesso em: 30.set.2013

CULTURISMO, Fitness. **A história da musculação**. Disponível em: <<http://www.fitnessculturismo.com/culturismo-historia-da-musculacao.html>>. Acesso em: 30.set.2013

ESTADÃO. **Brasil só Perde para EUA em Números de Academias**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,brasil-so-perde-para-eua-em-numero-de-academias,585706,0.htm>>. Acesso em: 18 de ago. 2013

FURTADO, Roberto Pereira. **Do Fitness ao Wellness**: os três estágios de desenvolvimento das academias de ginástica. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/fef/article/view/4862/4516>>. Acesso em: 18.ago.2013

SABA, Fabio. **Liderança e Gestão**: para academias e clubes esportivos. São Paulo: Phorte, 2006

SABA, Fabio; PIMENTA, Marco Túlio. **Vendas e Retenção**: 83 lições para academias e clubes esportivos. São Paulo: Phorte, 2008

WIKIPEDIA. **Ginástica**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Gin%C3%A1stica>>. Acesso em: 29.jul.2013

ZANETTE, Elisangela Torrilla. **Análise do perfil dos clientes de academias de ginásticas**: O primeiro passo para o planejamento estratégico. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2003

