

MOTIVOS QUE LEVAM A DESISTÊNCIA DA PRÁTICA DE EXERCÍCIOS FÍSICOS EM UMA ACADEMIA NA CIDADE DE CRUZ DAS ALMAS-BA: UMA VISÃO DE MARKETING DOS GESTORES

Larissa Oliveira*

Nailton Cerqueira de Souza**

O exercício físico é uma prática muito antiga que já era exercitada pelos homens ancestrais, com o passar dos anos eles perceberam os benefícios estéticos e principalmente em sua saúde e tornaram-se aderentes a prática, com isso houve um crescimento exorbitante das academias de musculação. Porém há um grande índice de abandono nesses ambientes e o grande desafio é fazer com que os alunos fidelizem-se nas academias. Desse modo os gestores deveriam mostrar evoluções mercadológicas e principalmente desenvolver estratégias de marketing para atrair e reter os seus clientes/alunos. Com isso o objetivo do estudo é: Analisar os motivos determinantes para o abandono da prática de exercícios físico em 3 academias da cidade de Cruz das Almas-BA. Tendo como objetivos específicos: Identificar o conceito e as estratégias de marketing utilizadas pelos proprietários das academias e descrever como as estratégias de marketing utilizadas pelas academias de musculação influenciam na desistência de alunos na prática de musculação. No que refere-se aos procedimentos metodológicos, trata-se de um estudo descritivo de abordagem qualitativa, obtendo como participantes do estudo proprietários de três academias, contendo como fatores de inclusão: Academias da cidade de Cruz das Almas que permitam acessar o banco de dados de alunos ativos e inativos e que os proprietários aceitem participar da pesquisa. A coleta de dados será realizada através de uma entrevista com os proprietários das academias, além do acesso as informações contidas no banco de dados do estabelecimento, para a análise das entrevistas será feita a análise textual discursiva proposta por Moraes e Galiuzzi (2007), que sugere três fases: Pré análise, exploração do material e tratamento e interpretação dos resultados. Como resultados parciais, percebe-se uma falta de entendimento dos entrevistados perante o conceito de marketing e as estratégias de atração e fidelização que devem ser utilizadas para o sucesso de um estabelecimento, também houve uma grande inclinação para o trato do marketing, pois foi tratado como apenas divulgação de eventos e patrocínio para a exibição da marca. Assim deixando de lado toda a potencialidade estratégica/mercadológica oferecida pelos conhecimentos inerentes no mundo do marketing.

Palavras-chave: Marketing nas academias, Academias de musculação, Desistências. Exercício Físico.

* Estudante 6º Semestre da Graduação de Licenciatura em Educação Física – Faculdade Maria Milza Email: larisantos5@hotmail.com

** Mestrando em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente – FAMAM e Prof. Da Faculdade Maria Milza Email: cerqueiranailton@hotmail.com