

RESUMO - GESTÃO E MARKETING NO EXERCÍCIO E NO ESPORTE.

**ESTRATÉGIAS DE DIFERENCIAÇÃO E SUSTENTABILIDADE PARA  
ACADEMIAS DE BAIRRO EM UM CENÁRIO DOMINADO POR REDES LOW  
COST.**

*Adeliana Rangel Tonassi Occhi (adelianatonassi@yahoo.com.br)*

*Professor Occhi (andersonocchi@yahoo.com)*

*Rômulo Meira Reis (romulomreis@hotmail.com)*

*Silvio Telles (silviotelles@terra.com.br)*

*Hely Toledo Loque (hely.loque@gmail.com)*

*Carla Isabel Paula Da Rocha De Araújo (carla\_mpompilho@hotmail.com)*

*Pietro Nogueira Fávero César (pietronfc@gmail.com)*

Introdução: O número de academias no Brasil vem crescendo de forma significativa nos últimos anos. Este artigo investiga as estratégias de diferenciação e sustentabilidade adotadas por academias de bairro em um mercado quem vem a cada dia sendo dominada por redes low cost em várias cidades do país. Objetivo: O objetivo é analisar como esses pequenos empreendimentos podem entender e explorar suas vantagens competitivas locais, como atendimento personalizado, proximidade com a comunidade e flexibilidade operacional, além de uma proximidade com proprietários e gestores, a fim de garantir relevância e sustentabilidade financeira, algo inimaginável a grandes redes pelo número acentuado de clientes e o formato informal que acabam tendo como seu modus operandi. Metodologia: A

pesquisa utiliza abordagem mista, combinando métodos qualitativos e quantitativos, incluindo revisão de literatura especializada, estudos de caso de academias de bairro bem-sucedidas e levantamento de práticas de marketing local e esportivo, além de organização financeira. Resultados: Os resultados indicam que academias de bairro podem se diferenciar por meio de personalização de serviços, inovação contínua, engajamento comunitário e compreensão aprofundada do perfil de seus clientes, o que a capacidade operacional racional proporciona. Além disso, a gestão eficiente de recursos, financeiro com a reserva de emergência sendo mantida, estratégias de marketing local e ações voltadas à fidelização contribuem significativamente para a sustentabilidade do negócio. Conclusão: Conclui-se que academias de bairro possuem potencial para competir com redes low cost ao focar em diferenciação, atendimento de qualidade e fidelização de clientes, fornecendo recomendações práticas para gestores e abrindo caminhos para futuras pesquisas sobre inovação e sustentabilidade em pequenos empreendimentos do setor fitness. Também um grande senão, deve ser não cair no erro de perder sua identidade e não manter fundos como o de reserva e o emergencial intactos para o confronto inicial no mercado no momento de instalação da concorrente.

Palavras-chave: academias de bairro; diferenciação competitiva; sustentabilidade; gestão fitness.