

RESUMO - GESTÃO E MARKETING NO EXERCÍCIO E NO ESPORTE.

**ACADEMIAS DE REDE LOW COST NO BRASIL: CUSTOS DE
IMPLANTAÇÃO, ESTRATÉGIAS DE MARKETING, MANUTENÇÃO
FINANCEIRA E PERCEPÇÃO DO CLIENTE.**

Professor Occhi (andersonocchi@yahoo.com)

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

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 Brasil vem tendo um aumento substancial de academias nos últimos anos. O modelo low cost de academias tem se destacado como uma alternativa competitiva ao modelo tradicional, oferecendo mensalidades reduzidas e priorizando eficiência operacional, uso de tecnologia, padronização de processos e escalabilidade. Objetivo: O objetivo deste estudo é analisar os custos de implantação e manutenção para franqueadores e franqueados, as estratégias de marketing adotadas pelas redes low cost e a percepção do cliente, incluindo dados extraídos do Reclame Aqui, além de comparativos internacionais para compreender a eficiência operacional e a satisfação do cliente. Metodologia: Foram utilizados prospectos de franquias, relatórios setoriais e plataformas de avaliação, combinados com revisão bibliográfica e

levantamento de dados secundários, visando analisar a sustentabilidade e escalabilidade do modelo e identificar fatores críticos de sucesso no contexto nacional e internacional. Resultados: Os resultados indicam que, apesar de fornecer acesso democratizado ao fitness e permitir rápida expansão, as redes enfrentam desafios relacionados à experiência do cliente, manutenção de equipamentos e gestão de superlotação. A eficiência das unidades brasileiras depende de gestão eficiente, padronização de processos, fidelização de clientes e presença digital, mantendo atratividade devido a preço acessível e infraestrutura moderna. Conclusão: Conclui-se que o modelo low cost é viável quando sustentado por controles operacionais rigorosos e estratégias eficazes de retenção e minimização dos descontentamentos de clientes (onde atendimento questionável e dificuldade de cancelamento quando desejado por parte do mesmo, se torna algo de grande dificuldade), oferecendo contribuições práticas e acadêmicas ao setor, além de indicar tendências futuras a serem seguidas e outras vezes não, e fatores críticos de sucesso para academias low cost.

Palavras-chave: academias low cost; fidelização; percepção do cliente; sustentabilidade; reclame aqui.