

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O SETOR DOS GINÁSIOS/HEALTH CLUBS – A ABORDAGEM DA ESTRATÉGIA OCEANO AZUL

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR DE LOS GINÁSIOS / HEALTH CLUBS - EL ENFOQUE DE LA ESTRATEGIA OCÉANICA AZUL

CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR THE GYM / HEALTH CLUBS SECTOR - THE BLUE OCEAN STRATEGY APPROACH

Elsa Regina Monteiro Vieira *
elsavieira@esdrm.ipsantarem.pt

João José de Matos Ferreira**
jjmf@ubi.pt

* Escola Superior de Desporto de Rio Maior, Instituto Politécnico de Santarém, Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE) – Portugal

** Universidade da Beira Interior Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE) - Portugal

Resumo Resumen Abstract

A essência da estratégia oceano azul é reconstruir as fronteiras do mercado, afastar-se da concorrência e criar um novo mercado. Para a concretização desta missão, Kim e Mauborgne (2005) advogam uma estrutura das seis opções estratégicas, que são caminhos alternativos capazes de conduzir as empresas até ao corredor das ideias oceano azul. O objetivo deste ensaio é apresentar caminhos alternativos para o setor dos ginásios/*health clubs*, a partir da referida estrutura (Kim & Mauborgne, 2005), de forma a proporcionar a sua análise por parte dos gestores dos ginásios, bem como a seleção da opção estratégica que seja mais adequada ao contexto específico do negócio. Como metodologia é utilizada uma descrição detalhada de cada uma das seis opções estratégicas a partir de uma reflexão da situação atual e das tendências/desafios do setor dos ginásios. Nesta sequência, é realizada uma análise das indústrias alternativas, dos grupos estratégicos dentro da indústria, da cadeia de compradores, dos produtos e ofertas de serviços complementares, do estímulo funcional/emocional oferecido aos compradores e do contexto temporal do setor. Como consideração final, é de realçar que a visualização do desporto praticado em ginásios à luz desta estrutura de opções estratégicas conduzirá a ideias de negócio que mudarão o contexto da prática, os grupos-alvo e os serviços prestados nas cidades do futuro.

PALAVRAS CHAVE: Estratégia oceano azul; Gestão do Desporto; Ginásios; Health clubs.

...

La esencia de la estrategia oceánica azul es reconstruir las fronteras del mercado, alejarse de la competencia y crear un nuevo mercado. Para la concreción de esta misión, Kim y Mauborgne (2005) abogan una estructura de las seis opciones estratégicas, que son caminos alternativos capaces de conducir a las empresas hasta el corredor de las ideas oceánicas azul. El objetivo de este ensayo es presentar caminos alternativos para el sector de los gimnasios / *health clubs*, a partir de la referida estructura (Kim & Mauborgne, 2005), para proporcionar su análisis por parte de los gestores de los gimnasios, así como la selección de la opción estratégica que sea más adecuada al contexto específico del negocio. Como metodología se utiliza una descripción detallada de cada una de las seis opciones estratégicas a partir de una reflexión de la situación actual y de las tendencias / desafíos del sector de los gimnasios. En esta secuencia, se realiza un análisis de las industrias alternativas, de los grupos estratégicos dentro de la industria, de la cadena de compradores, de los productos y ofertas de servicios complementarios, del estímulo funcional / emocional ofrecido a los compradores y del contexto temporal del sector. Como consideración

final, es de destacar que la visualización del deporte practicado en gimnasios a la luz de esta estructura de opciones estratégicas conducirá a ideas de negocio que cambiarán el contexto de la práctica, los grupos destinatarios y los servicios prestados en las ciudades del futuro.

PALABRAS CLAVE: Estrategia océano azul; Gestión del deporte; Gimnasio.

...

The essence of the blue ocean strategy is to rebuild the boundaries of the market, move away from the competition and create a new market. To accomplish this mission, Kim and Mauborgne (2005) advocate a structure of the six strategic options, which are alternative ways of leading companies to the blue ocean corridor. The objective of this essay is to present alternative ways for the gymnasiums / health clubs sector, from the aforementioned structure (Kim & Mauborgne, 2005), in order to provide their analysis by gymnasium managers, as well as the selection of the option that is more appropriate to the specific context of the business. As a methodology, a detailed description of each of the six strategic options is used, based on a reflection of the current situation and the trends / challenges of the gyms sector. In this sequence, an analysis of the alternative industries, the strategic groups within the industry, the chain of buyers, the products and offers of complementary services, the functional / emotional stimulus offered to the buyers and the temporal context of the sector is carried out. As a final consideration, it should be noted that viewing sport in gyms in the light of this strategic choice structure will lead to business ideas that will change the practice context, target groups and services provided in cities of the future.

KEYWORDS: Blue ocean strategy; Gymnasiums; Health clubs, Sport Management.

Agradecimentos

Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia – no âmbito do projeto UID/GES/04630/2013.

Referências

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make competition irrelevant*. Boston: Harvard

Business School Press.

Endereço para correspondência:
Elsa Regina Monteiro Vieira
elsavieira@esdrm.ipsantarem.pt



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons Attribution 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/)