

4

Descrição do caso

4.1.

A empresa e o negócio

A *RacingThePlanet* foi fundada em 2002 pela americana Mary K. Gadams. Sua sede foi instalada em Hong Kong, de onde iniciou, neste mesmo ano, o planejamento e a organização de seu primeiro evento no exterior, ou seja, suas operações internacionais (*RACINGTHEPLANET*, 2011b).

Atualmente, com sede também no Reino Unido, a *RacingThePlanet* tem uma presença mundial, por meio de seus 11 escritórios de representação na Bélgica, Brasil, Chile, China, Dinamarca, França, Alemanha, Itália, Japão, Coréia, México, África do Sul, Taiwan e Espanha (*RACINGTHEPLANET*, 2011b).

A empresa emprega 30 funcionários, em tempo integral, em Hong Kong e no Reino Unido, mais 160 contratados, em todo o mundo, e mais de 100 voluntários por ano, em seus eventos (*RACINGTHEPLANET*, 2011b).

Além da atividade principal (organização das *footraces* de resistência), a *RacingThePlanet* possui unidades de negócios que incluem uma loja on-line de produtos para praticantes de esportes ao ar livre, produção cinematográfica, parcerias em P & D de novos produtos e sua própria linha de produtos, que levam sua marca registrada (*RACINGTHEPLANET*, 2011a).

Quantos aos eventos realizados, tratam-se de corridas a pé em áreas remotas do mundo, divididas em seis estágios, com duração de sete dias e distância de 250 quilômetros. Os participantes têm que levar sua comida e todo tipo de equipamento necessário para percorrer esse desafio. A *RacingThePlanet* provê somente água, serviços de suporte e uma tenda com capacidade para dez pessoas, em um acampamento noturno (ISENBERG, 2006).

Já a comercialização de produtos ocorre de três maneiras:

- vendas relacionadas a eventos;
- venda de produtos por meio de lojas virtuais; e
- venda de produtos licenciados por meio de representantes.

A venda relacionada a eventos ocorre quando participantes compram os produtos recomendados pela empresa para uma determinada prova, tais como: logo, banners e a própria lista de equipamentos necessários para se participar dos percursos com segurança. São itens especificados e endossados pela empresa. Nesta modalidade, a *RacingThePlanet* consegue margens de lucro que chegam a 40%, sobre os cerca de mil a dois mil dólares gastos pelos participantes, mas o ganho é limitado pelo número destes em cada evento (ISENBERG, 2006).

Na loja *online*, é possível encontrar comidas nutritivas, óculos, tênis, relógios, barracas, bonés e uma série de outros artigos, voltados para os praticantes de esportes em ambientes abertos (*RACINGTHEPLANET*, 2011a).

Além dessas formas, há representantes que vendem produtos licenciados, em diversos países do mundo, como Bélgica, França, Alemanha, Japão, África do Sul, Taiwan, Chile, dentre outros.

Os centros de distribuição da empresa estão localizados em Hong Kong e Reino Unido.

Recentemente, em 2010, a empresa adquiriu a *Expedition Foods*, uma fabricante de refeições desidratadas e congeladas, do Reino Unido, que as comercializa para esportistas de montanhismo, exploradores, dentre outros. Com esta ação, a *RacingThePlanet* pretende expandir seus negócios e associar sua marca a este nicho de mercado (*RACINGTHEPLANET*, 2011b).

Juntamente com o fortalecimento da marca, cresce o licenciamento de produtos. Vários fabricantes de produtos, voltados para o esporte ao ar livre, contataram a empresa no intuito de que esta testasse seus produtos. Dentre elas, destaca-se a Philips Eletronics, que pediu a *RacingThePlanet* que testasse um aparelho de MP3 durante o evento de travessia do Saara.

Outros fabricantes famosos solicitaram o lançamento de produtos sob a licença da marca *RacingThePlanet*, como é o caso de uma faca da Victorinox (ISENBERG, 2006).

Recentemente, a empresa vem testando a durabilidade dos *notepads* da Intel dentre outros produtos de diversas marcas de fabricantes de roupas desportivas especiais (*RACINGTHEPLANET*, 2011c).

4.2. A indústria e o mercado

A ATTA (*Adventure Travel Trade Association*) classifica uma viagem como sendo de turismo de aventura, se nela estiverem presentes dois, dos três elementos a seguir: interação com a natureza, interação com a cultura local ou atividade física, realizada em uma viagem que integre os dois elementos anteriores (ATDI, 2010).

Pode-se dizer, então, que a *RacingThePlanet* atua na indústria de turismo de aventura, especificamente, em um mercado de nicho, organizando corridas de aventuras extremas à pé, ao ar livre, em locais inóspitos do planeta, exigindo de seus participantes preparo físico e espírito aventureiro.

Considerando que a indústria de eventos já possui provas corridas de resistência, como as dos eventos *Eco Challenge* e *Iron Man*, pode-se dizer que a *RacingThePlanet* não inventou esta modalidade. Contudo, a empresa inovou, ao criar um modelo de negócio onde as corridas são oferecidas a um público maior de aventureiros, em vez de somente esportistas de ponta, bem como, seus eventos são realizados em locais diferentes do planeta, normalmente, exóticos e desafiadores.

O mercado desse tipo de turismo tem demonstrado um crescimento de 17% entre dezembro de 2009 e dezembro de 2010. Em 2010, 26% dos turistas viajaram por causa do turismo de aventuras, movimentando US\$ 89 bilhões (ATDI, 2010).

4.3. Histórico

A primeira corrida foi realizada em 2003, no deserto de Gobi March, perto de Dunhuang, na China. Essa foi a primeira corrida da série anual “4 Deserts” (quatro desertos) que atualmente é reconhecida como a série de maior prestígio em todo o mundo e contou com participantes provenientes de 20 países (*RACINGTHEPLANET*, 2011b).

Em seguida, foi organizada uma travessia do deserto do Atacama, no Chile, que ocorreu em julho de 2004. A seguir, ocorreu a Sahara Race, no Egito, em setembro de 2005 e, finalmente, um percurso na Antártica, em janeiro de 2006 (*RACINGTHEPLANET*, 2011b).

Em 2008, a empresa já estava conseguindo organizar o circuito dos 4 Desertos dentro de um único ano (*RACINGTHEPLANET*, 2011B).

Neste mesmo ano, em fevereiro, um quinto evento foi adicionado ao calendário da *RacingThePlanet*. Essa prova, de formato semelhante, muda-se para um local diferente a cada ano. A primeira edição foi realizada entre os terraços de arroz de Sapa, no noroeste do Vietnã. A segunda, em 2009, o *Fish River Canyon* e *Skeleton Coast* da Namíbia. A terceira, no sertão da Austrália. Neste ano de 2011, a corrida acontecerá no Nepal (*RACINGTHEPLANET*, 2011b).

A fim de organizar e manter a atratividade de seus eventos, a empresa conta com uma área de negócio dedicada exclusivamente para esta função. A realização do evento itinerante é uma das estratégias adotadas para continuar atraindo novos adeptos. Outra boa inovação foi o lançamento de eventos mais curtos, de 100km, como a *Racing the Planet 100*, realizada, em 2010, no deserto de Taklamakan, na China, e a ultramaratona de 2011, em Kimberley, na Austrália. Deste modo, a empresa buscou expandir seu nicho para aqueles que não dispunham de tempo para uma corrida mais longa (como as originais de 250km), que demoravam cerca de uma semana para serem realizadas (*RACINGTHEPLANET, 2011B*).

Em geral, o público participante dos eventos da empresa possui a seguinte composição: 80% homens, com idade média de 38 anos, sendo cerca de um terço de americanos, um terço de europeus e um terço de asiáticos, segundo Isenberg (2006). No ano de 2010, 158 pessoas participaram da travessia do deserto de Gobi March, na China (*GROOM, 2010b*)

Os eventos contam com apoio de governantes locais e com a ajuda de voluntários. Outra peculiaridade é que ocorrem em localidades rurais, em busca de onde estão as mais belas paisagens (*RACINGTHEPLANET, 2011B*).

Um resumo histórico dos principais acontecimentos é apresentado no Quadro 7.

2002	<ul style="list-style-type: none"> - Fundação da <i>RacingThePlanet</i>, em Hong Kong - Preparação para o primeiro evento da série 4 Desertos
2003	<ul style="list-style-type: none"> - Corrida no Gobi March (China) – evento inaugural - Produção de um documentário do evento Gobi March pela <i>National Geographic Television</i> - Matéria sobre a Corrida do Gobi March é publicada no <i>The New York Times</i> e <i>Fortune magazine</i>
2004	<ul style="list-style-type: none"> - 1ª Travessia do Deserto de Atacama (Chile) - BBC anuncia a competição no deserto de Atacama
2005	<ul style="list-style-type: none"> - 1ª Corrida do Sahara (Egito) - CNN cobre o evento de Gobi March e a 1ª Corrida no Sahara - NBC Jeep World of Adventure Sports também cobre o evento de Gobi March
2006	<ul style="list-style-type: none"> - 1ª Corrida no Último Deserto – Antártica - Completado, pela primeira vez, o circuito dos “4 Desertos” - Lançamento da loja online da <i>RacingThePlanet</i>, em Hong Kong - NBC Jeep World of Adventure Sports cobre a Corrida do Sahara - O tailandês Kevin Lin ganha a competição global do circuito “4 Desertos”
2007	<ul style="list-style-type: none"> - Harvard Business School lança um estudo de caso sobre a <i>RacingThePlanet</i> - O italiano Francesco Galanzino vence a competição global do circuito “4 Desertos” - NBC Jeep World of Adventure Sports cobre o evento no Último Deserto
2008	<ul style="list-style-type: none"> - Estréia, no Vietnã, o evento itinerante da empresa, chamado <i>RacingThePlanet:Vietnã</i> - NBC Jeep World of Adventure Sports cobre o <i>RacingThePlanet: Vietnã</i> - The Washington Post cobre o evento de travessia do Atacama - The Times of London cobre a participação do famoso ultramaratonista Dean Kanarzes nos eventos da empresa - CNN.com cobre a Corrida do Gobi March - Paul Liebenberg, da África do Sul, se torna o primeiro do mundo a completar o circuito dos “4 Desertos” em um ano - Dean Karnazes vence a competição global dos “4 Desertos” - Time Magazine coloca o circuito dos “4 Desertos” na lista das melhores competições de enduro do mundo
2009	<ul style="list-style-type: none"> - Uma nova loja de produtos online, com centros de distribuição em Hong Kong e Reino Unido é lançada - A <i>RacingThePlanet: Namibia</i> é realizada (evento itinerante) - CNN.com cobre o <i>RacingThePlanet: Namibia</i> - <i>RacingThePlanet</i> anuncia seus planos para uma série global de provas de 100km, iniciando no Deserto de Taklamakan (China)
2010	<ul style="list-style-type: none"> - <i>RacingThePlanet</i> compra a Expedition Foods, uma fabricante de alimentos congelados de primeira linha para esportistas radicais, localizada no Reino Unido. - <i>RacingThePlanet: Australia</i> é realizada - <i>RacingThePlanet</i> lança sua nova série de provas de 100 km, com a ultramarotona no Deserto de Taklamakan (China). - <i>RacingThePlanet</i> anuncia os locais das próximas provas de 100km, dentre eles o Deserto de Kimberley (Australia), prevista para setembro de 2011. - Novamente, a Time Magazine cita a <i>RacingThePlanet</i> no ranking mundial das 10 melhores provas de enduro, classificando-a como a melhor prova de corrida à pé do mundo.

Quadro 7 - Resumo dos principais acontecimentos.

Fonte: RACINGTHEPLANET, 2011b.

4.4. A fundadora

Mary K. Gadams, fundadora da *RacingThePlanet* nasceu nos EUA e formou-se na universidade de Creighton, no estado de Nebraska (EUA). Cursou sua pós-graduação na London Business School, no Reino Unido, e completou estudos de língua em universidades francesa, chinesa e espanhola. Além disso, já morou em seis países: Estados Unidos, Espanha, França, China, Coreia e Inglaterra (ISENBERG, 2006).

Gadams começou sua carreira em um banco de investimento, mas largou seu emprego em 1995 para viajar por um ano ao redor do mundo, fazendo trabalho voluntário e cursando aulas de língua estrangeira. Quando retornou e foi admitida pelo mestrado, exercia também papel de voluntária da Marathon of 34 Sands e submeteu um projeto de livro sobre maratonas de aventuras para TheLonelyPlanet, mas esse foi rejeitado (ISENBERG, 2006).

Quando foi trabalhar em 1998 para o Samsung Group, na Coreia do Sul, elaborou uma proposta para a Samsung Electronic, referente ao desenvolvimento de uma série de ultramaratonas no deserto, como estratégia para posicionar a marca no mercado de aventuras *outdoor* e estimular a venda de produtos relacionados a esse conceito, como os relógios de alta tecnologia (ISENBERG, 2006).

A ideia não foi lançada, mas durante o desenvolvimento do projeto Mary Gadams conduziu estudos profundos a respeito da indústria de maratonas e percebeu que poderia aproveitar as oportunidades oferecidas pela situação favorável da indústria para realizar seu sonho (ISENBERG, 2006).

Um fato que merece ressaltar é que o planejamento, desenvolvimento, crescimento e consolidação da empresa foram alcançados com pouquíssima ajuda de qualquer outra organização, pessoa ou instituição, o que indica que a *RacingThePlanet* teve grande influência de sua fundadora, que a financiou com seus recursos próprios (THE ENTREPRENEURS CLUB, 2011).

Sua experiência em eventos *outdoor* vem desde 1992, quando começou a correr provas de maratonas, ainda na faculdade, e sua história no mundo dos esportes radicais ainda passaria por várias outras maratonas e disputas do *Eco Challenge* (uma corrida parecida com a que sua empresa produz hoje), quando teve a oportunidade de liderar uma equipe por três vezes (THE ENTREPRENEURS CLUB, 2011).

Além disso, Mary também se aventurou em esportes como o montanhismo, subindo vários picos famosos, mundo afora. Dentre eles, o Monte Fuji, no Japão (THE ENTREPRENEURS CLUB, 2011).

Mary Gadams temia que, com a globalização, o mundo se tornasse uma “massa homogênea” e as localidades mais espetaculares do planeta fossem desaparecer. Assim, ela teve medo de perder para sempre a oportunidade de conhecer tais paisagens e culturas que poderia alcançar por meio da *RacingThePlanet*, caso continuasse no mercado financeiro (GROOM, 2010a).