



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

Critérios de Escolha e Opiniões de Academias de Jiu-Jitsu

Bernardo Parente R. M. Guarçoni

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, novembro de 2021.



Bernardo Parente R. M. Guarçoni

**Cr terios de Escolha e Opini es de Acdemias de
Jiu-Jitsu**

Trabalho de Conclus o de Curso

Trabalho de Conclus o de Curso, apresentado ao programa de gradua o em Administra o da PUC-Rio como requisito parcial para a obten o do t tulo de gradua o em Administra o.

Orientador(a) : Barbara Levy

Rio de Janeiro
novembro de 2021.

“O Jiu-Jitsu que eu criei foi para dar chance aos fracos enrentarem os mais pesados e Fortes” (Hélio Gracie)

Agradecimentos

Agradeço aos meus familiares, que sempre me apoiaram. Em especial ao meu pai, Alvaro Mansor, que me apresentou o Jiu-Jitsu.

Gostaria de agradecer a minha orientadora, Barbara Levy, sem ela este trabalho de conclusão de curso não teria sido realizado.

Agradeço ao Kalleo Aires por sempre ter me incentivado a fazer o curso de Administração, aos amigos que a PUC-Rio meu deu, aos meus amigos do colégio que sempre estiveram ao meu lado.

Agradeço a academia Soul Fighters e por ser uma família para mim.

Resumo

GUARÇONI, Bernardo Parente R M. Opiniões de Academias de Jiu-Jitsu - Como os critérios de escolha e opiniões de uma academia está atrelada ao Marketing. Rio de Janeiro, 2021. Número de páginas 52. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este trabalho consiste em uma análise de academias de Jiu-Jitsu da Barra da Tijuca – Rio de Janeiro, entendendo as opiniões e os critérios de escolha dos praticantes da região ao ingressar em uma academia e suas opiniões das academias que praticam ou já praticaram o esporte. Será analisada a academia Soul Fighters que se localiza na região, contendo no término propostas de melhoria para que ela se diferencie com mais relevância no mercado do Bairro da Barra da Tijuca de acordo com os resultados obtidos durante o estudo. Foram realizadas pesquisas de campo com os praticantes da região para um melhor entendimento do público. Com os resultados obtidos houve uma comparação entre as academias da região com a academia Soul Fighters para melhores recomendações.

Palavras- chave

Jiu-Jitsu, Academia, Marketing, Opiniões, Critérios de Escolha

Abstract

GUARÇONI, Bernardo Parente R M. Opiniões de Academias de Jiu-Jitsu - Como os critérios de escolha e opiniões de uma academia está atrelada ao Marketing. Rio de Janeiro, 2021. Número de páginas 52. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This work consists of an analysis of Jiu-Jitsu academies in Barra da Tijuca - Rio de Janeiro, understanding the opinions and selection criteria of practitioners in the region when joining a gym and their opinions of the academies that practice or have practiced the sport . The Soul Fighters gym located in the region will be analyzed, with proposals for improvement in the end so that it can differentiate itself with more relevance in the market of Bairro da Barra da Tijuca, according to the results obtained during the study. Field research was carried out with practitioners in the region for a better understanding of the public. With the results obtained, there was a comparison between the academies in the region with the Soul Fighters gym for better recommendations.

Key-words

Jiu-Jitsu, Academy, Opinion, Marketing, Choice Criteria

Sumário

1	Introdução	1
1.1.	Situação Problema	1
1.2.	Objetivo do Estudo e suas Delimitações	1
1.3.	Oportunidade e Relevância	1
2	Contextualização	3
2.1.	Origens do Jiu-Jitsu	3
2.2.	Linhagem Mansor	4
2.3.	Soul Fighters	4
2.4.	Soul Fighters Barra da Tijuca – RJ	4
2.5.	Mercado de Academias de Jiu-Jitsu na Barra da Tijuca	5
3	Pesquisa de Campo	7
3.1.	Entrevista – Primeira Etapa	7
3.2.	Questionário – Segunda Etapa	9
3.2.1.	Resultados Questionário	10
3.2.1.1.	Informação dos Respondentes	10
3.2.1.2.	Prática no Jiu-Jitsu	11
3.2.1.3.	Critérios de Escolha	14
3.2.1.4.	Opiniões da Academia do Respondente	19
3.2.1.4.1.	Opiniões Soul Fighters	20
3.2.1.4.2.	Opiniões Kotait Jiu-Jitsu	27
3.2.1.4.3.	Opiniões Gordo Jiu-Jitsu	33
3.3.	Oportunidades Identificadas	39
4	Propostas de Mudança	41
4.1.	Proposta de Melhoria para a Soul Fighters	41
5	Conclusões	43
5.1.	Relevância do TCC	43

	VII
5.2. Estudos Futuros	43
6 Referências Bibliográficas	45
Anexo 1	49
Anexo 2	50
Anexo 3	52

Lista de figuras

Figura 1: Mapa das academias de Jiu-Jitsu na Barra da Tijuca (GOOGLE, 2021)	6
Figura 2: Quadro resumo com respostas dos entrevistados (Imagem do autor) .	7
Figura 3: Gráfico com idades dos respondentes do questionário (Imagem do autor)	10
Figura 4: Gráfico com quantidade de respondentes por academia de Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	11
Figura 5: Gráfico com percentual sobre a prática do Jiu-Jitsu nos respondentes (Imagem do autor)	12
Figura 6: Gráfico com percentual do tempo de prática do Jiu-Jitsu dos respondentes (Imagem do autor)	12
Figura 7: Gráfico com quantidade de respondentes por academia de Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	13
Figura 8: Gráfico o percentual de motivação dos respondentes (Imagem do autor)	14
Figura 9: Gráfico do critério de escolha Profissionais (Imagem do autor).....	14
Figura 10: Gráfico o do critério de escolha Preço (Imagem do autor).....	15
Figura 11: Gráfico o do critério de escolha Localização (Imagem do autor).....	16
Figura 12: Gráfico o do critério de escolha Horário (Imagem do autor)	16
Figura 13: Gráfico o do critério de escolha Instalações da Acadmia (Imagem do autor)	17
Figura 14: Gráfico o do critério de escolha Metodologia de Ensino (Imagem do autor)	17
Figura 15: Gráfico o do critério de escolha Estacionamento (Imagem do autor)	18
Figura 16: Gráfico o do critério de escolha Pessoal (Imagem do autor)	19
Figura 17: Quadro resumo das cinco academias com mais respostas (Imagem do autor)	20
Figura 18: Gráfico da opinião Profissionais da Soul Fighters (Imagem do autor)	20
Figura 19: Imagem dos profissionais exercendo sua profissão da Soul Fighters (Imagem do autor)	21
Figura 20: Gráfico da opinião Estacionamento da Soul Fighters (Imagem do autor)	22
Figura 21: Mapa da Localização da Soul Fighters (GOOGLE, 2021)	22

Figura 22: Gráfico da opinião Pessoal da Soul Fighters (Imagem do autor).....	23
Figura 23: Imagem com Pessoal da Soul Fighters (Imagem do autor).....	24
Figura 24: Gráfico da opinião Preço da Soul Fighters (Imagem do autor).....	25
Figura 25: Gráfico da opinião Instalações da Academia da Soul Fighters (Imagem do autor)	26
Figura 26: Imagem das Instalações da Academia Soul Fighters (Imagem do autor)	26
Figura 27: Gráfico da opinião Horário da Soul Fighters (Imagem do autor).....	27
Figura 28: Gráfico da opinião Preço da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor).....	28
Figura 29: Gráfico da opinião Horário da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	29
Figura 30: Gráfico da opinião Metodologia de Ensino da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	29
Figura 31: Gráfico da opinião Profissionais da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	30
Figura 32: Gráfico da opinião Instalações da Academia da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	30
Figura 33: Imagem das Instalações da Academia e Pessoal da Kotait Jiu-Jitsu (INSTAGRAM, 2021).....	31
Figura 34: Gráfico da opinião Localização da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	31
Figura 35: Mapa da Localização da Kotait Jiu-Jitsu (GOOGLE, 2021).....	32
Figura 36: Gráfico da opinião Horário da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	32
Figura 37: Imagem do Horário de aulas da Kotait Jiu-Jitsu (INSTAGRAM, 2021)	33
Figura 38: Gráfico da opinião Estacionamento da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	34
Figura 39: Mapa da Localização da Gordo Jiu-Jitsu (GOOGLE, 2021)	35
Figura 40: Gráfico da opinião Horário da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor).....	35
Figura 41: Imagem do Horário de aulas da Gordo Jiu-Jitsu (INSTAGRAM, 2021)	36
Figura 42: Gráfico da opinião Pessoal da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor)....	36
Figura 43: Imagem do Pessoal da Gordo Jiu-Jitsu (INSTAGRAM, 2021).....	37
Figura 44: Gráfico da opinião Preço da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor).....	37
Figura 45: Gráfico da opinião Instalações da Academia da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor)	38
Figura 46: Imagem das Instalações da Academia da Gordo Jiu-Jitsu	38

1 Introdução

1.1. Situação Problema

Por conta do grande avanço da arte marcial em todo o mundo, fez com que diversas academias de Jiu-Jitsu fossem criadas por diversos professores com diferentes propostas e metodologias de ensino. O Jiu-Jitsu é um esporte que já está no Brasil há 107 anos. Desde sua chegada, o esporte mudou muito, assim como suas academias. No entanto, o posicionamento das academias – novas ou mais tradicionais – muitas vezes não é tão claro aos seus praticantes. Principalmente em vista de um mercado com concorrência crescente, há uma oportunidade de se melhor entender os consumidores dessas academias e criar um posicionamento que permita que elas ocupem seu espaço no mercado. Logo, esse estudo busca entender as opiniões e os critérios de escolha dos consumidores entre as academias de Jiu-Jitsu.

1.2. Objetivo do Estudo e suas Delimitações

O estudo tem como foco a academia Soul Fighters em sua filial na Barra da Tijuca, na cidade do Rio de Janeiro, e academias concorrentes em suas redondezas. A Soul Fighters Barra da Tijuca foi criada há mais de dez anos, com uma trajetória de tradição no esporte e respeitada no meio. Por meio deste estudo, pretende-se propor um posicionamento de mercado para a Academia Soul Fighters.

O artigo se delimita em estudar e compreender as opiniões dos consumidores, não sendo abordados processos internos ou resultados financeiros das academias. Tampouco se pretende investigar academias de Jiu-Jitsu de outras localidades.

1.3. Oportunidade e Relevância

A oportunidade encontrada foi de se buscar um posicionamento mais claro para a Soul Fighters em sua unidade na Barra da Tijuca, com base nos critérios

de escolha de academias por praticantes de Jiu-Jitsu na região, assim como em suas opiniões sobre algumas dessas academias.

Tal estudo possui relevância para o gestor da academia Soul Fighters Barra da Tijuca, ao conhecer melhor seus consumidores; para gestores de academias de Jiu-Jitsu, podendo entender melhor seu cliente e como atingir ele com o melhor serviço; para o praticante do esporte, assim ele poderá entender e escolher melhor uma academia de acordo com os critérios de escolha levantados; para o profissional de marketing, já que o esporte tem crescido muito no mundo e com isso irá ajudar a entender melhor atletas e gestores para seu trabalho de marketing ou marketing esportivo; para o acadêmico, pois conseguirá observar na prática as aplicações do marketing de serviços no Jiu-Jitsu.

2 Contextualização

2.1. Origens do Jiu-Jitsu

A origem do Jiu-Jitsu ainda é discutida até os dias de hoje, sendo aceitas três possibilidades de locais de origem. A primeira é da Índia, onde os monges budistas não poderiam utilizar armas para se defender, desenvolvendo então a arte marcial para se defender em suas jornadas. A segunda possibilidade indica origem no Japão, onde os samurais teriam desenvolvido a arte para se defender quando o samurai estivesse desarmado, dando-lhe um diferencial para vencer seu oponente. Já a terceira possibilidade é que a arte foi difundida na China.

A alternativa mais comumente aceita é a origem no Japão. No entanto, a chegada da arte marcial no Brasil não deixa muitas dúvidas. O Jiu-Jitsu foi trazido ao país por Mitsuyo Maeda (aluno da escola Kodokan, no Japão), como parte de seu objetivo de levar a arte para todo o mundo. Em 1915, Mitsuyo Maeda chegou ao Brasil, ficando depois conhecido futuramente como Conde Koma, em Belém do Pará (JABJJ, 2021).

Logo em seguida, começa-se o legado da família Gracie, que foi uma das grandes precursoras da arte marcial no Brasil, desenvolvendo novas técnicas que constituíram o Jiu-Jitsu Brasileiro, posteriormente difundido em todo o mundo. Teve início com um adolescente chamado Carlos Gracie, que ficou fascinado em um dos eventos de Maeda, em que este dominou grandes lutadores facilmente. Carlos Gracie teve a oportunidade de aprender a arte diretamente do japonês Mitsuyo Maeda. Teve então sua estreia em um evento sem regras, onde competiam praticantes de diferentes artes marciais, contra um atleta de capoeira no Rio de Janeiro, em 1924, (GRACIEMAG, 2021).

Carlos Gracie teve vinte e um filhos, sendo que treze deles se tornaram faixas-pretas. Um de seus filhos começou a se destacar entre seus irmãos: Hélio Gracie. Juntamente com sua família, continuou a dar aulas no Rio de Janeiro e a lutar em eventos pela família. Em seguida, Carlson Gracie, sobrinho de Hélio, deu sequência à prática e divulgação do Jiu-Jitsu em lutas de “vale-tudo”, tendo como regras de base aquelas do Jiu-Jitsu, fazendo com que em 1967 fosse criada a Federação de Jiu-Jitsu da Guanabara, no Rio de Janeiro. Por conta de toda essa história é possível ter praticantes do atual esporte em todo o mundo, isto também

ocorreu por conta do crescimento das artes marciais mistas ou MMA, e com a grande dominância dos praticantes de Jiu-Jitsu em eventos, fazendo com que o esporte se espalhasse pelo mundo (BLUM, 2016). Infelizmente os dados oficiais não são disponibilizados pelas confederações.

2.2. Linhagem Mansor

Hélio Gracie teve vários alunos. Um deles se chamava Francisco José Mansor, também conhecido como “Chico”, que foi um dos poucos alunos fora da família Gracie a ser graduado com a Faixa Vermelha Nono Grau (última faixa a ser conquistada no Jiu- Jitsu) pelo Grande Mestre Hélio Gracie.

O Grande Mestre Francisco Mansor posteriormente criou sua própria academia, em 1965: a Kioto, muito tradicional e respeitada no meio esportivo, localizada no bairro da Tijuca no Rio de Janeiro, mais especificamente na Rua Jurupari. Seu sobrinho, Alvaro Mansor, depois se tornou seu um de seus faixas pretas. Conforme o tempo passou, “Chico” foi morar nos Estados Unidos e deixou a academia Kioto para a responsabilidade de Alvaro Mansor e seu filho Kraus Mansor.

2.3. Soul Fighters

Em 2008, Alvaro Mansor deixou a academia Kioto e criou a academia Soul Fighters juntamente com quatro sócios. Atualmente, academia tem três sócios: Alvaro Mansor, Augusto Mendes “Tanquinho” (aluno do Mestre Alvaro Mansor e lutador do “Ultimate Fighting Championship – UFC”) e Bruno “Tanque” Mendes (também aluno do Mestre Alvaro Mansor).

Atualmente, a Soul Fighters está presente em vários locais pelo mundo. São 19 filiais nos Estados Unidos, 12 filiais em Israel, 11 filiais no Brasil, 1 filial na Austrália, 1 filial na Colômbia e 1 filial na Espanha, totalizando 45 unidades.

2.4. Soul Fighters Barra da Tijuca – RJ

Uma dessas filiais é a Soul Fighters Barra da Tijuca, localizada na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro. Antes de se tornar Soul Fighters, o mesmo gestor já tinha sua uma filial da academia Kioto no mesmo local desde 1996. Em 2008 foi fundada por ele e seus sócios a Soul Fighters, transacionando de Kioto para Soul Fighters. Tal informação é importante para contextualizar que mesmo antes de se tornar Soul Fighters o gestor já estava presente na Barra da Tijuca a muitos anos. Esta

filial é gerida pelo próprio Mestre Alvaro Mansor. Atualmente, a filial tem 39 alunos, 2 professores e 3 instrutores. Os alunos têm idades variadas, divididos em Infantil, de 3 a 18 anos, e Adulto, para os maiores de 18 anos.

Esta academia é o foco central do presente trabalho. Foi escolhida por ser a academia onde o pesquisador pratica Jiu-Jitsu, além de ter contato direto com o gestor e, conseqüentemente, mais acesso tanto a informações, quanto espaço para recomendações derivadas deste estudo.

2.5. Mercado de Academias de Jiu-Jitsu na Barra da Tijuca

Com o passar dos anos o mercado do Jiu-Jitsu mudou consideravelmente. Desde a criação da Soul Fighters Barra em 2008, cresceu o número de academias na região da Barra da Tijuca, possivelmente abrindo espaço para diferentes posicionamentos em busca de diferenciação.

Conversando com o mestre Alvaro Mansor, ele apontou que havia muito menos academias de Jiu-Jitsu na Barra da Tijuca quando ele chegou para dar aulas no bairro, tendo somente três academias de Jiu-Jitsu, sendo elas: Gracie Barra, Infight e Akxe. Atualmente há mais de 22 academias de Jiu-Jitsu mapeadas no Google Maps e academias cadastradas no Google Meu Negócio. Além do Google, fez-se uma pesquisa nas redes sociais, encontrando três outras academias pelo Instagram: Roleta Jiu-Jitsu, Fight Room e Brigadeiro Jiu-Jitsu. No total, encontrou-se assim cerca de 25 academias de Jiu-Jitsu atualmente na região. A Figura 1 mostra a localização daquelas encontradas no Google Maps.

O grande aumento das academias se deu muito por conta da época em que o esporte estava grande exposição conforme é mencionado por Anderson Rodrigues em sua pesquisa:

“O aumento considerável de professores faixas pretas desde a época que o Jiu-Jitsu estava em alta, anos 1996 a 1998 ocasionando a abertura de novas academias e divisão da demanda de alunos.” (RODRIGUES, 2006, pg.41)



Figura 1: Mapa das academias de Jiu-Jitsu na Barra da Tijuca (GOOGLE, 2021)

3 Pesquisa de Campo

Para poder entender um pouco melhor as opiniões dos praticantes e seus critérios de escolha foi feita uma pesquisa de campo em duas etapas com os praticantes de Jiu-Jitsu em academias da Barra da Tijuca. A primeira etapa consiste em entrevistas com um número reduzido de praticantes para saber quais os critérios mais relevantes nas escolhas. Com estes critérios apontados nas entrevistas, foram feitos como base de opções de critérios para a segunda etapa de pesquisa, que consiste em um questionário com algumas perguntas para praticantes de Jiu-Jitsu na Barra da Tijuca.

3.1. Entrevista – Primeira Etapa

Na primeira etapa foram feitas cinco entrevistas com praticantes da academia Soul Fighters Barra. Esses entrevistados têm idades e tempo de prática distintos, de modo a se buscar uma maior variedade de possíveis critérios de escolha de academias. Dois entrevistados têm mais de dez anos de prática do esporte e os outros três com um a três anos no esporte. O perfil dos entrevistados pode ser visto na Figura 2, a seguir.

Entrevistado:	Idade	Tempo de Pratica	Graduação
Entrevistado 1	44	15 anos ou mais	Faixa Marrom
Entrevistado 2	34	15 anos ou mais	Faixa Preta
Entrevistado 3	19	Entre 1 e 2 anos	Faixa Azul
Entrevistado 4	36	Entre 2 e 5 anos	Faixa Azul
Entrevistado 5	19	Entre 1 e 2 anos	Faixa Azul

Figura 2: Quadro resumo com respostas dos entrevistados (Imagem do autor)

A entrevista foi feita com três perguntas, sendo elas:

- 1) O que você busca ao praticar Jiu-Jitsu?
- 2) Quais os seu critérios de escolha ao escolher uma academia?
- 3) Se você já praticou Jiu-Jitsu em outra academia, você mudou por quê?

Com a primeira pergunta é possível diferenciar qual é a motivação do praticante. As respostas foram interessantes abrangendo principalmente o motivo como: aprender a se defender, saúde mental, saúde física e estilo de vida. Vale ressaltar uma resposta de um dos entrevistados: “Sou apaixonado pelo esporte. Comecei no judô aos 3 anos de idade, migrei pro Jiu-Jitsu aos 16 e se tornou um estilo de vida pra mim.”, mostrando como o esporte se torna um estilo de vida para os praticantes.

A respostas da primeira pergunta, levando os fatores que motivam a prática do esporte, estão muito de acordo com a pesquisa feita por Ranna Gracie onde os resultados da sua pesquisa sobre os fatores que motivadores do Jiu-Jitsu foram:

“Verificou-se que o aspecto motivacional mais relevante foi o de prazer, seguido, em segundo lugar, pela dimensão saúde. Esses resultados indicam que os praticantes de jiu-jitsu pesquisados praticam o esporte mais focados na obtenção de momentos de prazer inerentes que a própria atividade proporciona e no desenvolvimento e manutenção da saúde.” (GRACIE, 2018, p.37)

A segunda pergunta já está mais voltada ao tema deste estudo, auxiliando na construção do questionário a ser utilizado na segunda etapa da pesquisa. As respostas obtidas podem ser agrupadas da seguinte forma: pessoas, preço, metodologia de ensino e localização. Vale ressaltar a grande ênfase dos entrevistados na importância das pessoas, sendo elas os próprios professores e instrutores das academias, assim como a camaradagem entre os próprios praticantes, como ilustra a fala de outro entrevistado: “Minha escolha foi voltar a praticar com o professor que me deu aula quando era criança. Não teria voltado em outra academia. Nesse caso a opção foi por uma questão de confiança e didática”, mostrando como as pessoas são de extrema importância como critério de escolha.

A terceira pergunta da entrevista ajudou a complementar critérios que não tinham sido ainda citados na pergunta anterior. Dois dos entrevistados mudaram de academia por conta da localização, ou seja, estavam morando em outros lugares e com isso tiveram que praticar em outro local. Os outros três não frequentaram outra academia de Jiu-Jitsu antes da atual.

Esta entrevista foi muito importante para poder atrelar a pesquisa com a teoria do Marketing de Serviços, utilizando-se o conceito dos 7P's do composto do Marketing de Serviços já que por ser um serviço acaba abrangendo mais do que o tradicional 4P's do composto de Marketing.

“Além disso, o tradicional composto de marketing não abrange a administração da interface com os clientes. Em consequência, precisamos ampliar o composto, acrescentando três novos elementos associados à entrega de serviços: processos, ambiente físico (“P” de physical environment, em inglês) e pessoas.” (LOVELOCK, 2011, p.28)

Além dos critérios encontrados nas respostas dos entrevistados, foram adicionados outros critérios que possuem conexão ao Marketing de Serviços e relevância para um critério de escolha, sendo eles: estacionamento, horário e instalações da academia.

3.2. Questionário – Segunda Etapa

Nesta segunda etapa da pesquisa de campo foi feito um questionário no Google Forms com 24 perguntas para praticantes de toda a Barra da Tijuca do Rio de Janeiro. A coleta de dados foi não probabilística. A distribuição do questionário foi feito por meio de redes pessoais de praticantes de Jiu-Jitsu na região, tendo esses contatos também distribuído o questionário para suas redes. Estas perguntas são importantes para o desenvolvimento do trabalho para poder entender os critérios e opiniões de pessoas com diferentes idades, academias e tempo no esporte.

Este questionário contém quatro partes. A primeira parte consiste em saber a idade, região em que a pessoa mora, qual o nome da academia que ela pratica ou praticou Jiu-Jitsu e onde ela pratica ou praticou o esporte. Assim já pode ser feita uma separação das pessoas que não se adequaram para as respostas do questionário, caso não morassem na Barra da Tijuca.

Na segunda parte foi tratada a relação do praticante com o Jiu-Jitsu, para ter informações como: se pratica ou não o esporte, a quanto tempo pratica ou praticou Jiu-Jitsu, a sua graduação dentro do esporte (coloração da faixa) e qual sua motivação para praticar o esporte. A terceira parte consiste nos critérios de escolha do praticante ao escolher uma academia de Jiu-Jitsu, utilizando-se escala Likert de 1 (um) a 5 (cinco), sendo 1 (um) com baixo e 5 (cinco) como alto, nos seguintes critérios: Profissionais (Mestre, Professores e Instrutores), Preço (Mensalidade), Localização, Horário, Instalações da Academia, Metodologia de Ensino, Estacionamento e Pessoal (camaradagem entre os praticantes).

Na quarta parte foi pesquisada a opinião sobre diferentes aspectos em relação à academia em que o respondente pratica ou praticou Jiu-Jitsu. Utilizou-se novamente escala Likert de cinco pontos, sendo 1 (um) como Pouco Satisfeito

e 5 (cinco) Muito Satisfeito, contendo exatamente os mesmos itens da parte anterior.

3.2.1. Resultados Questionário

Obteve-se 110 respostas e, dessas, 100 respostas válidas. As dez respostas descartadas foram fornecidas por praticantes de Jiu-Jitsu fora da região da Barra da Tijuca. Das respostas válidas, estão ali representadas 19 academias diferentes na Barra da Tijuca e respondentes com idades de 15 a 64 anos. Resultados mais detalhados sobre esse perfil da amostra são exibidos a seguir.

A academia com mais respondentes foi a Soul Fighters por conta do envolvimento do autor com a academia em que pratica o esporte.

3.2.1.1. Informação dos Respondentes

Na primeira parte do questionário foi muito interessante observar a grande diferenciação das idades, obtendo-se uma grande diversificação de respostas. A distribuição de idades dos praticantes pode ser vista na Figura 3 a seguir.

Qual a sua idade ?

110 respostas

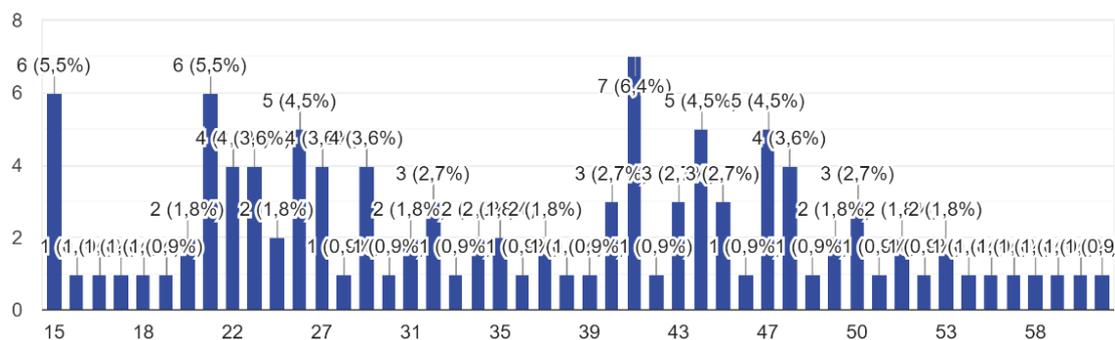


Figura 3: Gráfico com idades dos respondentes do questionário (Imagem do autor)

Além da diversidade nas idades dos respondentes, foi possível ter também no quesito de quantidade de academias de Jiu-Jitsu. O gráfico abaixo mostra como a academia Soul Fighters Barra, Gordo Jiu-Jitsu, Double Five e Kotait Jiu-jitsu têm maior número de respondentes em relação às demais academias.

Quantidade versus Academias

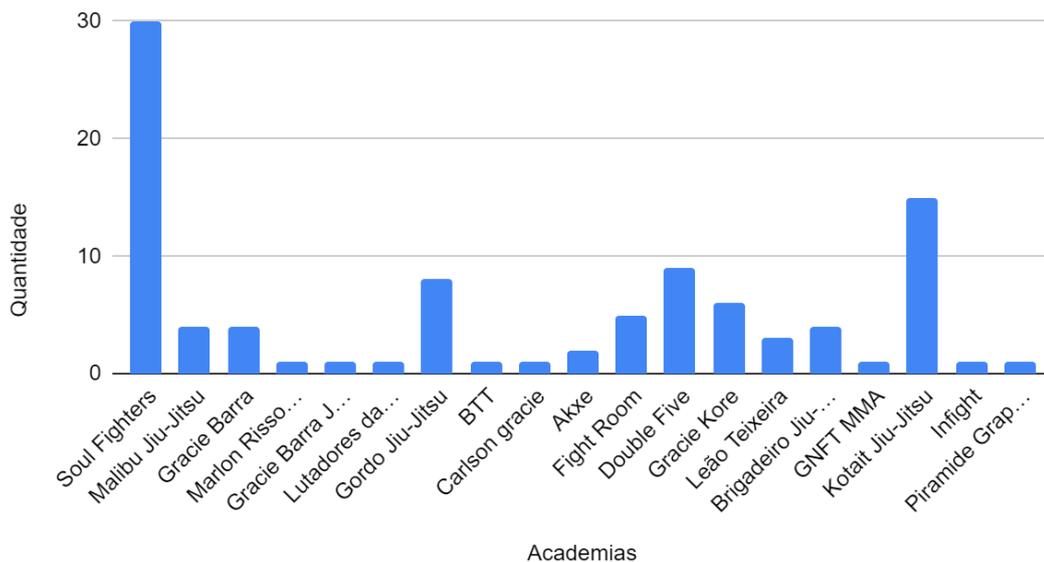


Figura 4: Gráfico com quantidade de respondentes por academia de Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

3.2.1.2. Prática no Jiu-Jitsu

Pelas informações do questionário foi possível perceber teve pessoas que atualmente não estão praticando Jiu-Jitsu, mesmo sendo uma parcela de 17% dos respondentes, mas eles ainda sim são relevantes para a pesquisa, já que eles já praticaram o esporte e possuem suas opiniões sobre, sendo até mesmo relevantes para a escolha de uma nova academia, hipoteticamente.

Atualmente está praticando Jiu-Jitsu ?

100 respostas

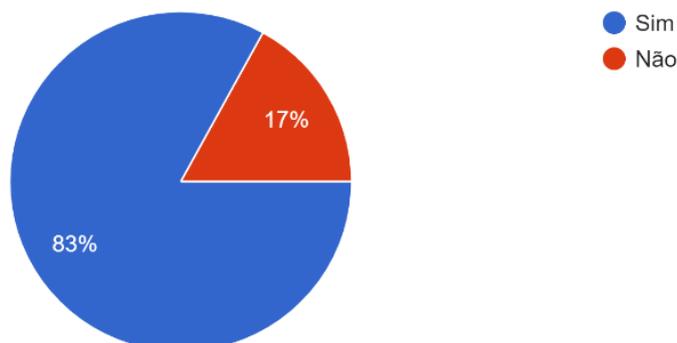


Figura 5: Gráfico com percentual sobre a prática do Jiu-Jitsu nos respondentes (Imagem do autor)

Ainda nesta parte do questionário foi possível ver através das respostas do questionário como há uma grande quantidade de respondentes com 15 (quinze) ou mais que pratica ou praticou o esporte, e isto está muito atrelado a graduação (Faixa) do respondente, já que a maioria deles são Faixas Pretas (39% dos respondentes), ou seja, uma faixa que é necessário muito tempo de prática para ser adquirida. Vale ressaltar que a segunda maior parte dos respondentes são Faixa Azul, ou seja, praticantes com menos tempo no esporte, sendo ela a segunda faixa com mais adultos praticantes de Jiu-Jitsu (IBJJF, 2015).

A quanto tempo pratica ou praticou Jiu-Jitsu ?

100 respostas

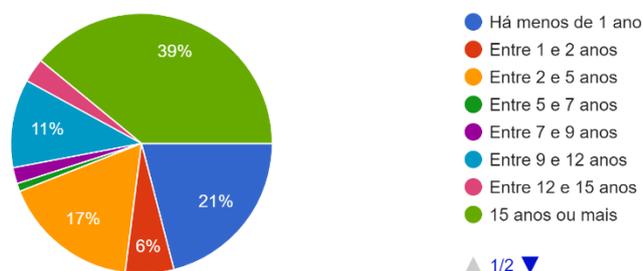


Figura 6: Gráfico com percentual do tempo de prática do Jiu-Jitsu dos respondentes (Imagem do autor)

A Figura 7 mostra qual a graduação dos respondentes, ou seja, qual a faixa em que o respondente possui ao praticar Jiu-Jitsu. Esta informação está muito

atrelada ao tempo de prática do respondente, já que é necessário um tempo mínimo em cada faixa (IBJJF, 2014).

Qual a sua graduação no Jiu-Jitsu ?
100 respostas

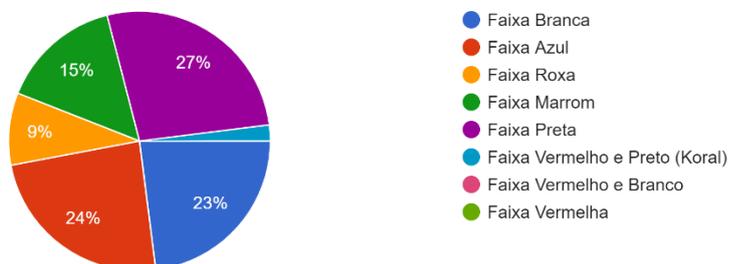


Figura 7: Gráfico com quantidade de respondentes por academia de Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

A última pergunta da segunda parte do questionário visava entender melhor o que motivam esses respondentes a praticar o Jiu-Jitsu. Essa questão permitia múltiplas respostas dos respondentes. Por meio dos resultados, mostrados no gráfico a seguir, foi possível perceber como a grande massa dos respondentes visam o Jiu-Jitsu como atividade física (89%), e muito atrelada a ela está a Saúde Mental (80%). Vale ressaltar que o pesquisador, também praticante de Jiu-Jitsu, esperava resultado diferente: que a principal motivação seria aprender a se defender. Também aparecem de modo importante as motivações de prática como hobby (66%), aprender a se defender (60%) e a busca por um ambiente de camaradagem entre os participantes (51%). Em menor grau, há ainda a prática visando competição (25%) ou para se tornar professor de Jiu-Jitsu (14%).

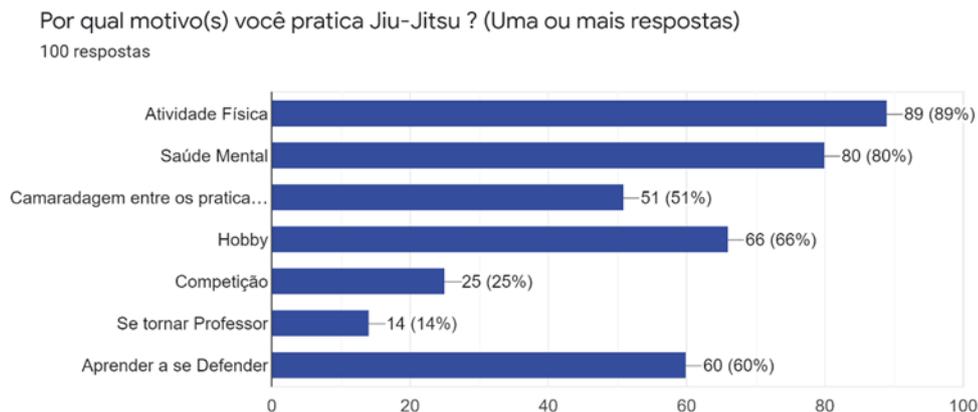


Figura 8: Gráfico o percentual de motivação dos respondentes (Imagem do autor)

3.2.1.3. Critérios de Escolha

O primeiro item avaliado no questionário dentre os critérios de escolha são os Profissionais (Mestre, Professores e Instrutores). O gráfico a seguir mostra um altíssimo grau de importância desse critério na escolha de uma academia de Jiu-Jitsu – inclusive, o mais importante entre todos os critérios avaliados. Esse critério está associado ao P de Pessoas dentro do composto de Marketing de Serviços (7Ps), em linha com “Pessoas refletem, em parte, o marketing interno e o fato de que os funcionários são fundamentais para o sucesso do marketing.” (KOTLER, 2013, p.24), possui grande influência no momento da escolha do praticante.

Profissionais (Mestre, Professores e Instrutores)
100 respostas

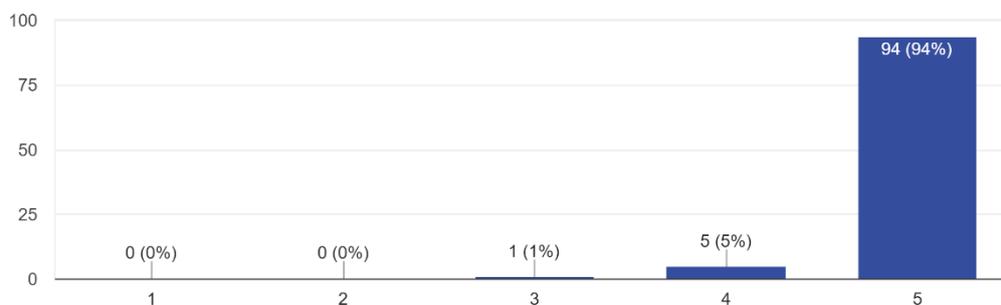


Figura 9: Gráfico do critério de escolha Profissionais (Imagem do autor)

O segundo item avaliado foi o Preço (Mensalidade). Através dos resultados obtidos é possível perceber que é um critério em que os praticantes levam em consideração, já que a maioria das respostas estão no número três com 47% dos respondentes. De acordo com Kotler, o novo P de preço possui uma moderna administração passando para P de Performance, logo:

“Definimos que performance, assim como o desempenho no marketing holístico, captura o leque de possíveis indicadores de resultado que tenham implicações financeiras e não financeiras (lucratividade, bem como brand equity e customer equity) e implicações que transcendem a própria empresa (responsabilidade social, no contexto jurídico, ético e comunitário).” (KOTLER, 2013, p.24)

Preço (Mensalidade)

100 respostas

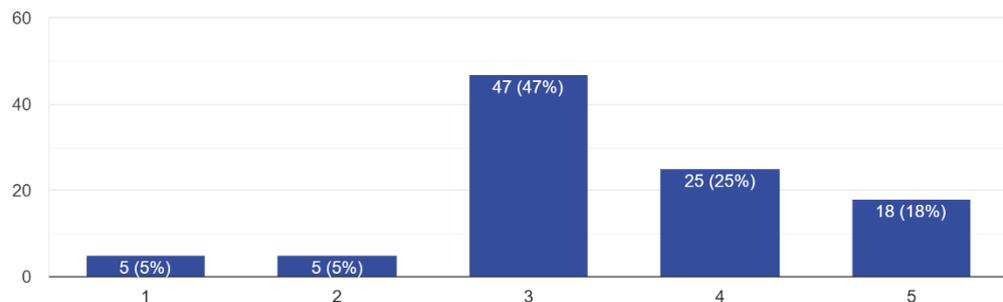


Figura 10: Gráfico o do critério de escolha Preço (Imagem do autor)

O terceiro item é a Localização, os resultados mostram que este critério está entre os três mais influentes em relação aos outros critérios, possuindo 53% dos respondentes no número 5. Já que para cada respondente leva em consideração o local em que a academia de Jiu-Jitsu se localiza. A Localização é um critério que está muito atrelado ao P de Praça do Composto de Marketing, segundo Kotler (2013) pode ser considerado com canais, cobertura, locais, estoque, transporte, entre outros.

Localização

100 respostas

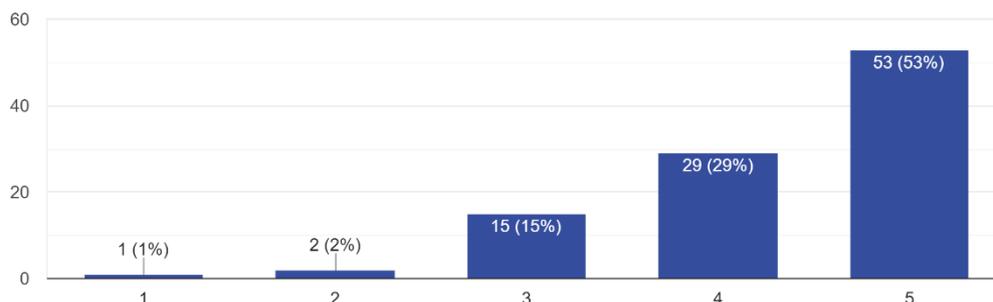


Figura 11: Gráfico o do critério de escolha Localização (Imagem do autor)

O quarto item é o Horário, sendo este o último item dos três critérios mais influentes em relação aos outros critérios, mostrando como o horário possui grande importância com 59%, já que se o praticante não conseguir um horário para praticar o esporte não será possível praticar na academia sem o seu horário ideal. Segundo Kotler e Keller, o horário é de extrema importância: “O fator tempo com frequência assume grande importância.” (KOTLER e KELLER, 2013, p.24)

Horário

100 respostas

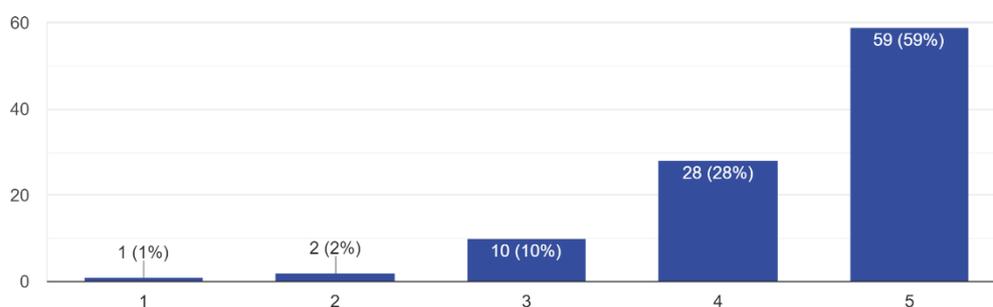


Figura 12: Gráfico o do critério de escolha Horário (Imagem do autor)

O quinto item dos critérios são as Instalações da Academia, ou seja, o tatame, higiene do local, banheiros, entre outros. Este item está muito associado ao P de Evidências Físicas, através dos resultados é possível perceber que também possui grande influência no critério de escolha, tendo 40% dos respondentes no número 3.

“A aparência de edifícios, paisagismo, veículos, mobiliário, equipamento, uniforme do pessoal, sinalização, material impresso e outros elementos visuais proporcionam evidências tangíveis da qualidade de serviço de uma empresa, facilitam sua entrega e orientam os clientes por seu processo.” (LOVELOCK, 2011, p.35)

Instalações da Academia

100 respostas

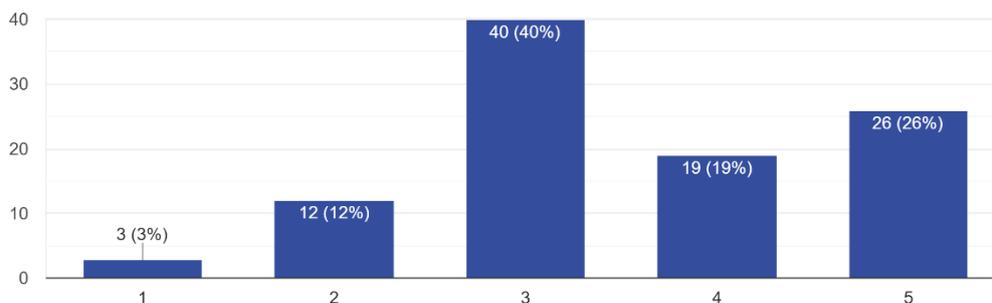


Figura 13: Gráfico o do critério de escolha Instalações da Acadmia (Imagem do autor)

O sexto item é a Metodologia de Ensino, os resultados do questionário mostram que 64% dos respondentes consideram de alta importância no critério de escolha da academia de Jiu-Jitsu, logo possui grande relevância.

Metodologia de Ensino

100 respostas

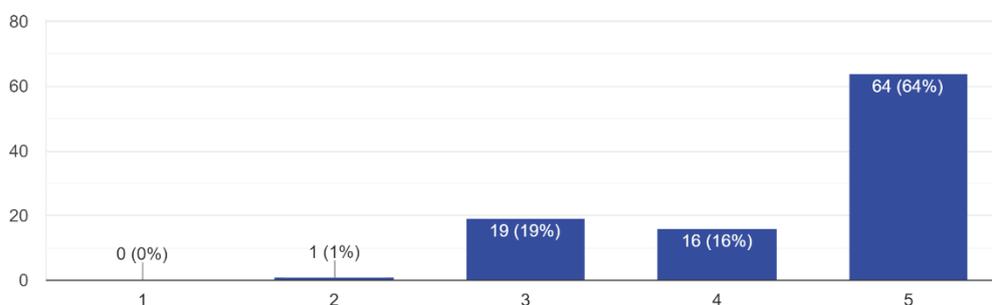


Figura 14: Gráfico o do critério de escolha Metodologia de Ensino (Imagem do autor)

O sétimo item é o Estacionamento, através dos resultados obtidos é possível perceber que este critério não é tão relevante no momento da escolha da academia, mesmo possuindo os respondentes bem divididos entre si, este item tem muita relação ao respondente, se ele precisa estar de carro para ir à academia ou não. As academias, muita das vezes, localizam-se perto de condomínios e centros empresariais da Barra da Tijuca, com isso alguns praticantes não precisam, necessariamente, de carro para poder praticar o esporte, mas isso é uma generalização. Este item foi colocado por conta da Barra da Tijuca ser muito extensa e grande parte dos moradores utilizam carros para se locomover. Segundo Lovelock este item também possui extrema importância.

“A facilidade de acesso e de estacionamento, o cuidado do manobrista, a fachada ou vitrine, a atenção da recepcionista e dos seguranças, os outros clientes que frequentam o ponto: tudo é importante.” (LOVELOCK, 2011, p.35)

Estacionamento (não necessariamente próprio)

100 respostas

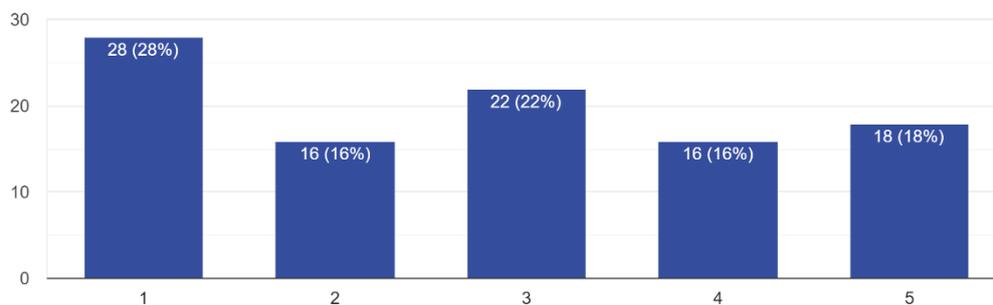


Figura 15: Gráfico o do critério de escolha Estacionamento (Imagem do autor)

O último item é o Pessoal (camaradagem entre os praticantes), possuiu um grande “peso” no momento da escolha da academia, assim como se torna um estilo de vida, mencionado anteriormente, e para isso ser possível é muito importante uma boa relação entre os praticantes. Este item possui 64% dos respondentes no número cinco do gráfico sendo alto. Lovelock mostra como este critério possui importância em um serviço.

“Interações entre clientes afetam a experiência do serviço. Quando você encontra outros clientes em um ponto de serviço, sabe que eles também podem afetar sua satisfação” (LOVELOCK, 2011, p.33)

Pessoal (camaradagem entre os praticantes)

100 respostas

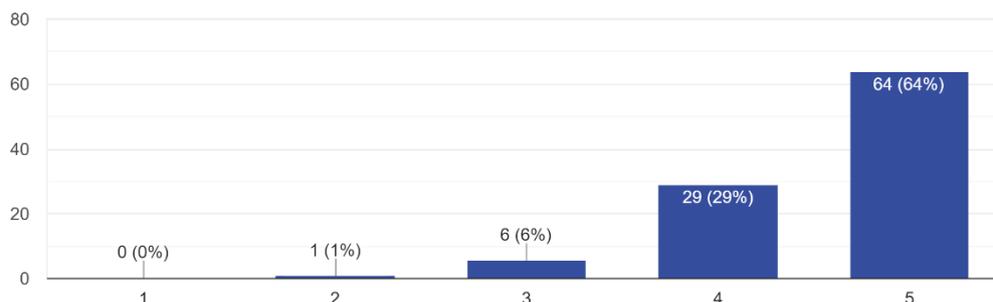


Figura 16: Gráfico o do critério de escolha Pessoal (Imagem do autor)

3.2.1.4. Opiniões da Academia do Respondente

Neste subcapítulo serão levadas em consideração somente as três academias de Jiu-Jitsu com mais respostas do questionário, por apresentarem um volume maior de respostas cada uma. A academia com mais respondentes é a Soul Fighters com 30 (trinta) respondentes, a segunda academia é a Kotait Jiu-Jitsu com 15 (quinze) respondentes e a terceira academia é a Gordo Jiu-Jitsu com 8 (oito) respondentes. Com isso, serão analisadas as opiniões mais relevantes para cada academia com mais respondentes.

“A decisão de comprar ou usar um serviço é desencadeada pela necessidade básica de uma pessoa ou empresa ou pelo despertar da necessidade. A necessidade surge a partir da percepção de desequilíbrio entre uma situação real do consumidor e uma situação desejada, que ele gostaria de alcançar.” (LOVELOCK, 2011, p.49)

Na Figura 17 é possível ver um quadro resumo dos respondentes das cinco academias com mais respostas.

Academia	Respostas
Soul Fighters	30
Gordo Jiu-Jitsu	8
Double Five	9
Kotait Jiu-Jitsu	15
Gracie Kore	6

Figura 17: Quadro resumo das cinco academias com mais respostas (Imagem do autor)

3.2.1.4.1. Opiniões Soul Fighters

As opiniões dos respondentes da academia Soul Fighters ao critério Profissionais são muito positivas, já que este critério é o mais atendido na academia, com 100% dos respondentes colocando como um grande possibilidade de alta opinião com muita satisfação no serviço prestado.

Soul Fighters - Profissionais

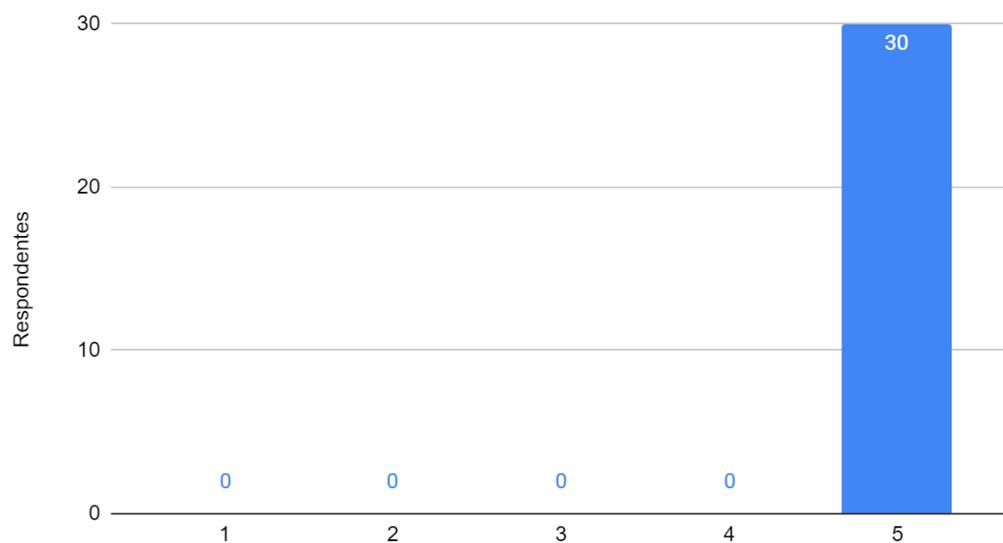


Figura 18: Gráfico da opinião Profissionais da Soul Fighters (Imagem do autor)

A imagem 18 abaixo representa como são os profissionais da academia Soul Fighters.



Figura 19: Imagem dos profissionais exercendo sua profissão da Soul Fighters (Imagem do autor)

No quesito Estacionamento é possível perceber diferentes opiniões, como praticante da filial Soul Fighters, esta opinião é muito influenciada pela Localização, já que a academia se encontra perto de muitos prédios residências, com isso os praticantes vão a pé e levando muita consideração ao Estacionamento. No entanto, é do conhecimento do pesquisador que há uma grande preocupação dos alunos que moram distante da academia de Jiu-Jitsu. E no ano de 2009 a academia tinha estacionamento próprio e este foi perdido. Como consequência, houve saída de praticantes por conta deste fato. Com isso, por conta de alguns praticantes da academia terem que estacionar o carro “na rua”, faz com que isso não possa não ser uma satisfação para alguns.

Soul Fighters - Estacionamento

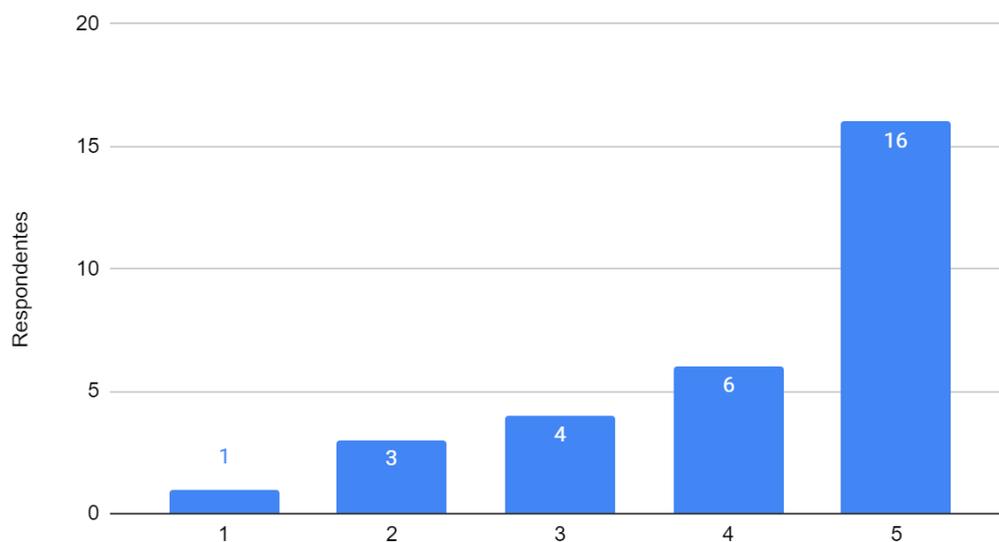


Figura 20: Gráfico da opinião Estacionamento da Soul Fighters (Imagem do autor)

Na Figura 20 mostra onde localiza a academia Soul Fighters no bairro da Barra da Tijuca.

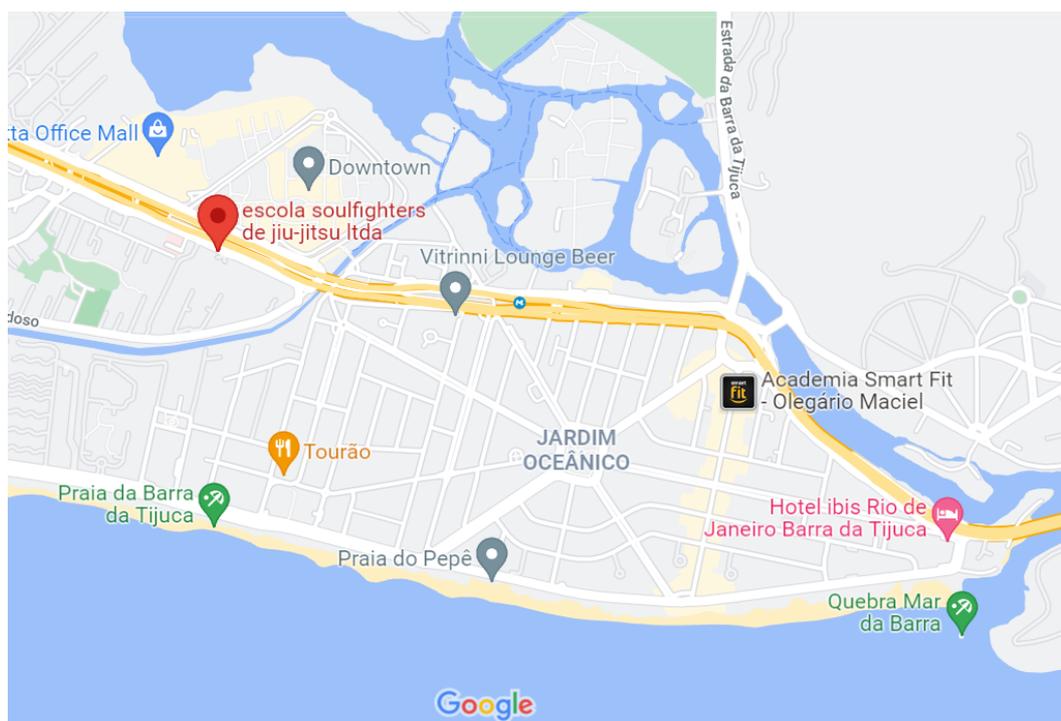


Figura 21: Mapa da Localização da Soul Fighters (GOOGLE, 2021)

A opinião da academia Soul Fighters em relação ao Pessoal (camaradagem entre os participantes) é de extrema importância para os praticantes da academia, tendo 93,3% dos respondentes da academia. Mostrando com isso também está

atrelado ao P de Promoção e Educação do Marketing de Serviços. E uma grande satisfação dos praticantes, há um grande discurso dentro da academia de Jiu-Jitsu sobre ser uma família, com isso este resultado demonstra a importância desta opinião entre os atletas.

“Interações entre clientes afetam a experiência do serviço. Quando você encontra outros clientes em um ponto de serviço, sabe que eles também podem afetar sua satisfação” (LOVELOCK, 2011, p.33)

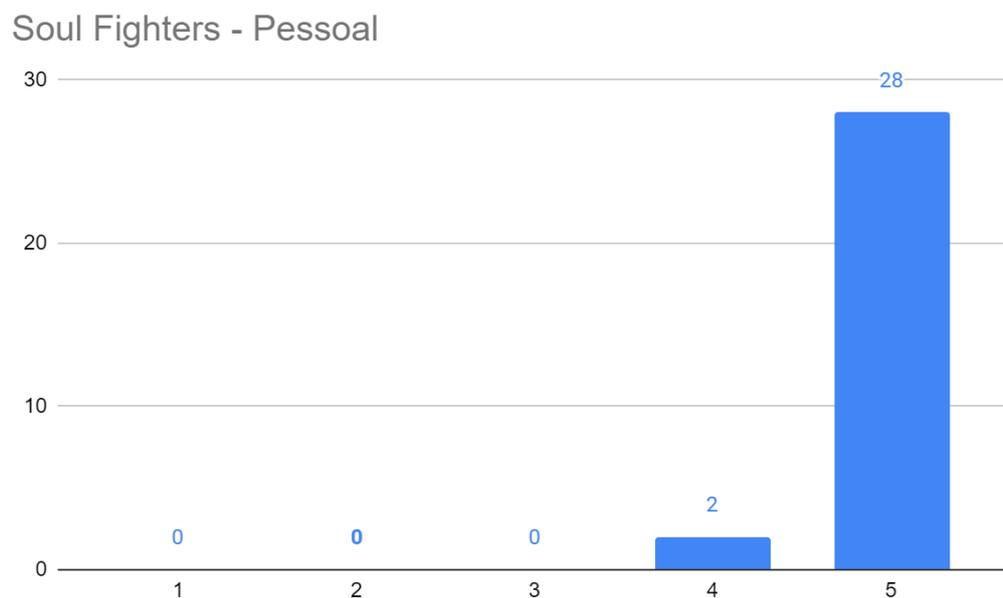


Figura 22: Gráfico da opinião Pessoal da Soul Fighters (Imagem do autor)

A Figura 22 mostra uma pequena representatividade do pessoal da academia, mostrando uma aula normal do dia a dia.



Figura 23: Imagem com Pessoal da Soul Fighters (Imagem do autor)

Pode-se perceber através dos resultados obtidos na opinião de Preço, sendo algo com muita satisfação dos praticantes em 19 (dezenove) dos 30 (trinta) respondentes da academia estão satisfeitos com a precificação realizada. A maior parte dos demais (8 respondentes) ainda avaliaram com nota 4, ou seja, ainda com alguma satisfação em relação ao preço praticado pela academia.

Soul Fighters - Preço

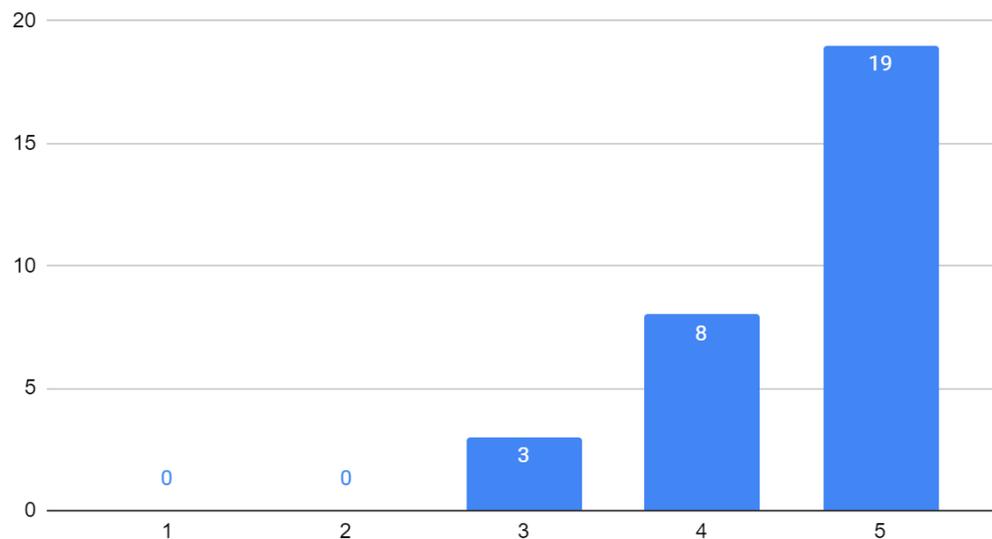


Figura 24: Gráfico da opinião Preço da Soul Fighters (Imagem do autor)

As opiniões sobre as Instalações da Academia tiveram resultados relevantes para a academia e está muito atrelado ao P de Evidências do Marketing de Serviços. Através dos resultados é possível ver uma certa satisfação com as instalações, tendo grande parte dos respondentes na parte positiva das respostas.

“A aparência de edifícios, paisagismo, veículos, mobiliário, equipamento, uniforme do pessoal, sinalização, material impresso e outros elementos visuais proporcionam evidências tangíveis da qualidade de serviço de uma empresa, facilitam sua entrega e orientam os clientes por seu processo.” (LOVELOCK, 2011, p.35)

Soul Fighters - Instalações da Academia

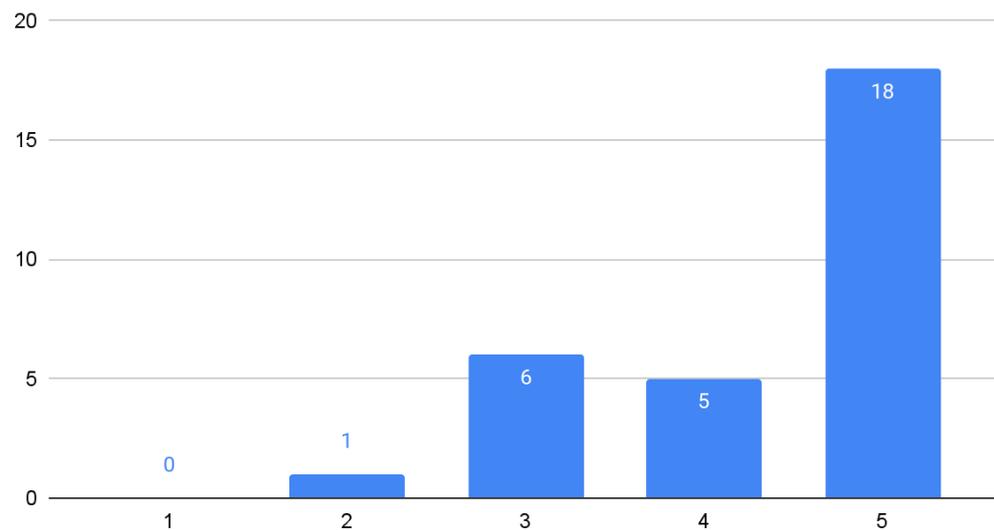


Figura 25: Gráfico da opinião Instalações da Academia da Soul Fighters (Imagem do autor)

A Figura 25 mostra uma parte de como são as instalações da academia, neste caso mostra somente o espaço do tatame, onde a prática do esporte é realizada.



Figura 26: Imagem das Instalações da Academia Soul Fighters (Imagem do autor)

As opiniões sobre os Horários oferecidos pela academia são positivas, mesmo tendo aulas somente na parte noturna do dia, de 18:00 às 22:00 e de segunda-feira a quinta-feira, mostrando que os horários oferecidos estão de acordo com as necessidades dos praticantes do esporte.

Soul Fighters - Horário

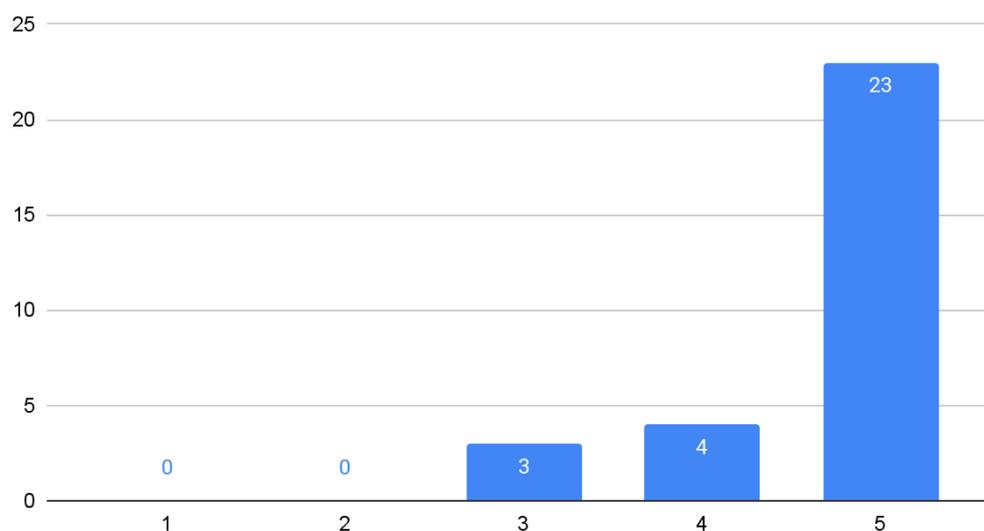


Figura 27: Gráfico da opinião Horário da Soul Fighters (Imagem do autor)

A academia Soul Fighters obteve através das opiniões dos respondentes resultados muito interessantes para análise, como os critérios profissionais e pessoal a grande massa dos praticantes da academia, possivelmente, estão muito satisfeitos, no critério estacionamento é possível observar que possivelmente existem praticantes que não estão muito satisfeitos com o tal, assim como o critério de instalações da academia.

3.2.1.4.2. Opiniões Kotait Jiu-Jitsu

A academia Kotait foi a segunda com mais respondentes do questionário, ela possui uma filosofia do Jiu-Jitsu como uma ferramenta para o desenvolvimento do corpo (KOTAIT, 2021). Possuindo o propósito de proporcionar ao praticante da academia o entendimento da força física mental e espiritual (KOTAIT, 2021).

Os resultados da opinião de Preço (Mensalidade) da academia mostram algumas pessoas medianamente satisfeitas com a precificação realizada na Kotait Jiu-Jitsu com 40% dos respondentes com este posicionamento, assim como o

outros 40% estando muito satisfeitos com os preços utilizados. Esta opinião é de extrema importância para o cliente de acordo com Kotler.

“Por outro lado, os clientes consideram o preço parte importante dos custos incorridos para obter os benefícios desejados, mas não o único fator. Para calcular se um serviço em particular entrega o valor percebido e esperado, eles vão além do valor monetário e avaliam os custos relativos a dispêndio de tempo e esforço.” (LOVELOCK, 2011, p.33)

Kotait Jiu-Jitsu - Preço

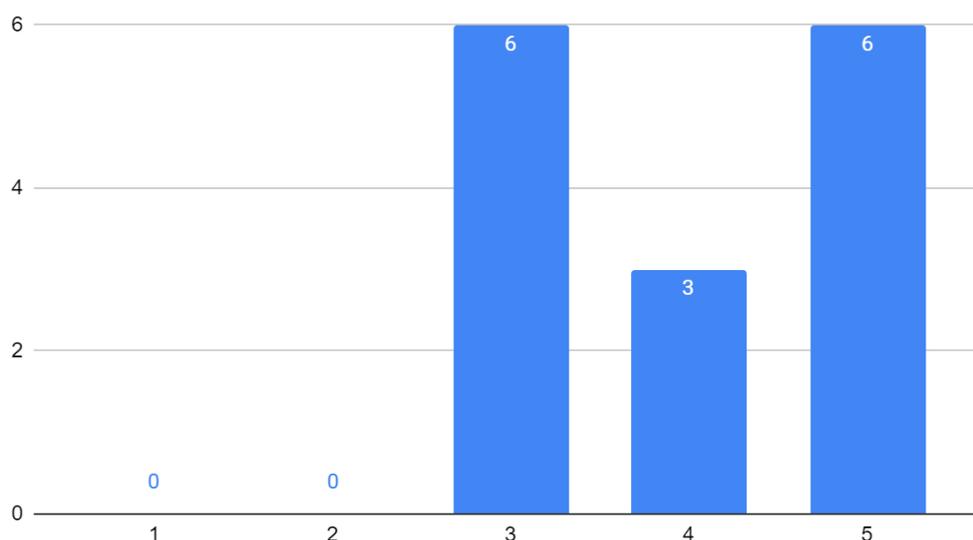


Figura 28: Gráfico da opinião Preço da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

As opiniões referentes ao Estacionamento, mostram uma grande diversidade nas respostas, tendo pessoas muito satisfeitas com 27% dos respondentes muito satisfeitos, no entanto possuindo uma pequena parcela de pessoas não muito satisfeitas com o estacionamento apresentado pela academia.

Kotait Jiu-Jitsu - Estacionamento

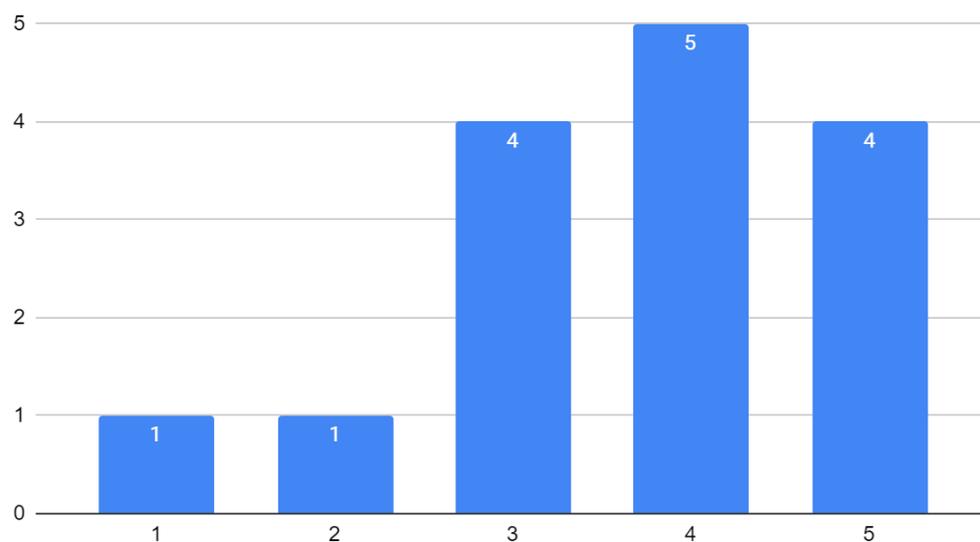


Figura 29: Gráfico da opinião Horário da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

As opiniões de Metodologia de Ensino e Profissionais da academia foram de grande satisfação dos praticantes da Kotait Jiu-Jitsu, com 93% dos respondentes muito satisfeitos com a metodologia de ensino e profissionais da academia.

Kotait Jiu-Jitsu - Metodologia de Ensino

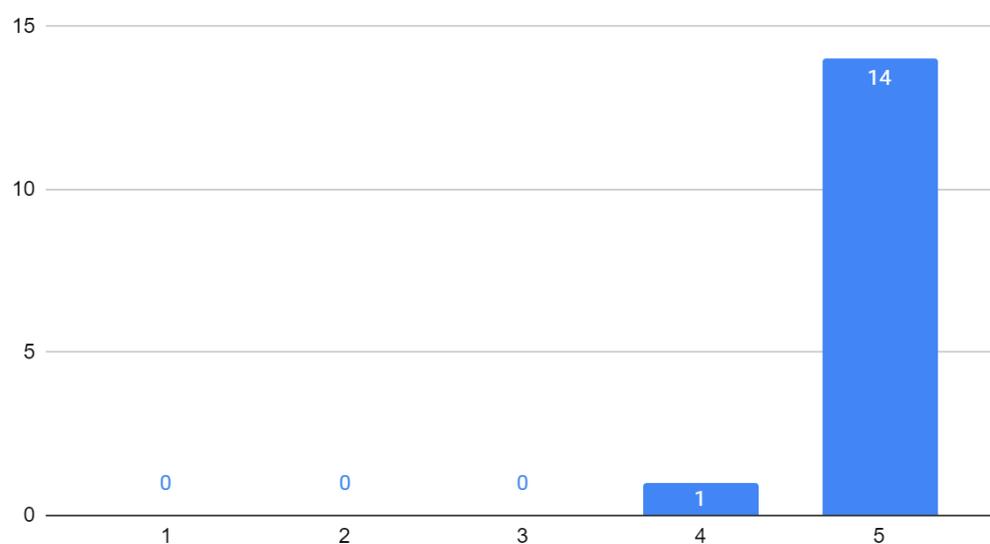


Figura 30: Gráfico da opinião Metodologia de Ensino da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

Kotait Jiu-Jitsu - Profissionais

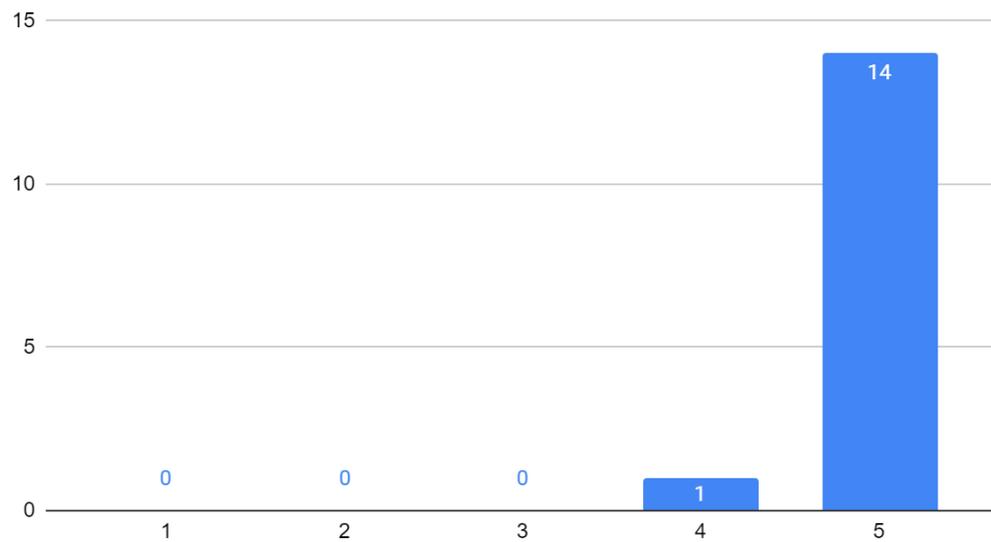


Figura 31: Gráfico da opinião Profissionais da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

As opiniões sobre as Instalações da Academia também são de bastante satisfação dos praticantes, tendo 87% dos respondentes de acordo com tal satisfação.

Kotait Jiu-Jitsu - Instalações da Academia

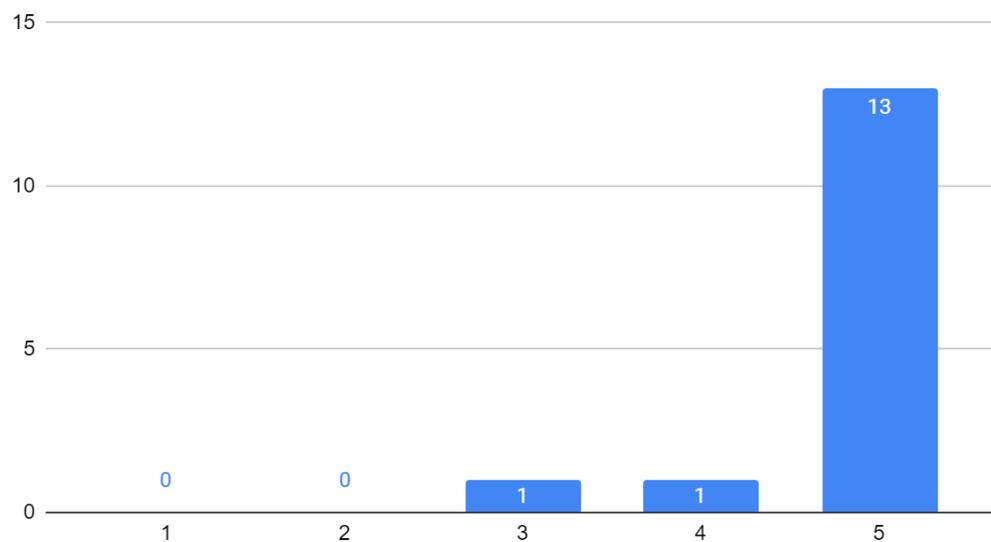


Figura 32: Gráfico da opinião Instalações da Academia da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

A Figura 32 representa uma parcela do pessoal praticante e pequenos detalhes das instalações da academia Kotait Jiu-Jitsu.



Figura 33: Imagem das Instalações da Academia e Pessoal da Kotait Jiu-Jitsu (INSTAGRAM, 2021)

Os resultados obtidos sobre as opiniões da Localização da Kotait Jiu-Jitsu, possuiu uma satisfação dos respondentes, sendo 67% dos respondentes muito satisfeitos com a sua localização.

Kotait Jiu-Jitsu - Localização

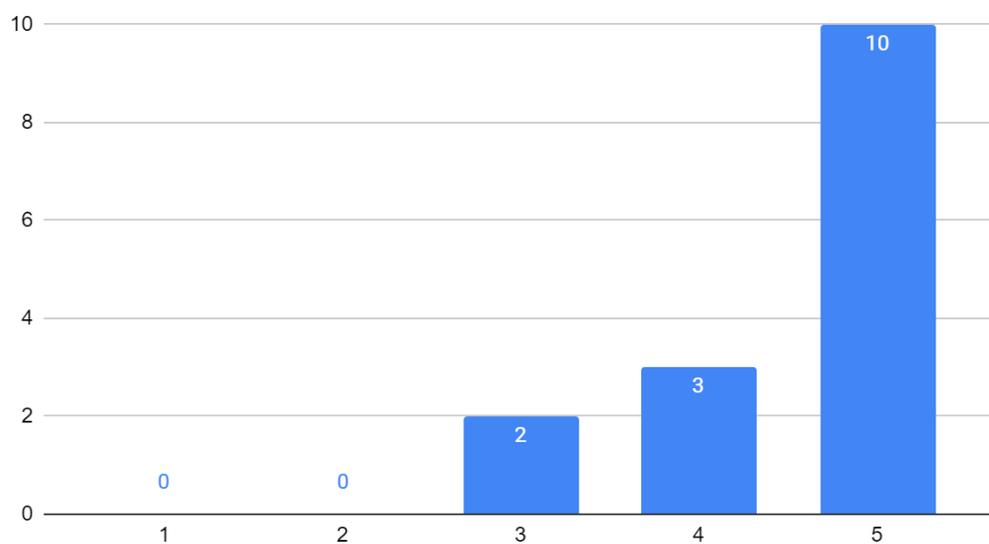


Figura 34: Gráfico da opinião Localização da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

A Figura 34 mostra onde é localizada a academia Kotait Jiu-Jitsu.

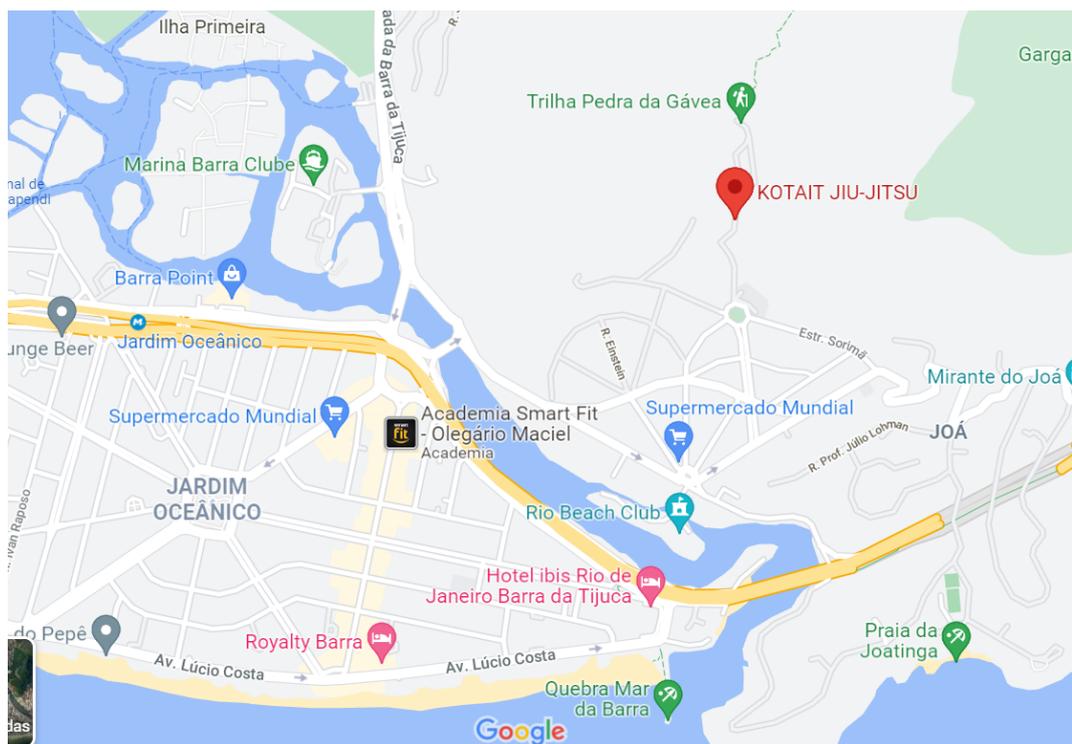


Figura 35: Mapa da Localização da Kotait Jiu-Jitsu (GOOGLE, 2021)

As opiniões dos Horários oferecidos das academias são positivas com grande satisfação, tendo 53% dos respondentes muito satisfeitos com tais horários.

Kotait Jiu-Jitsu - Horário

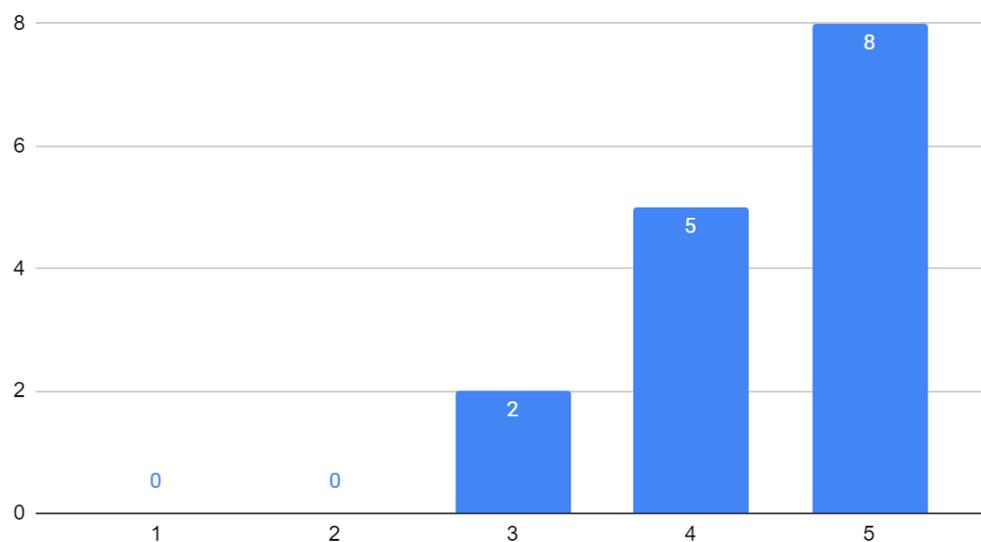


Figura 36: Gráfico da opinião Horário da Kotait Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

A Figura 36 mostra os horários disponíveis para a prática do esporte na academia Kotait Jiu-Jitsu.

HORAS	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SÁB
8 - 9:30	JIU-JITSU PROF. RODRIGO KOTAIT		JIU-JITSU PROF. RODRIGO KOTAIT		JIU-JITSU PROF. RODRIGO KOTAIT	
17 - 18						
18 - 19		INFANTIL PROF. RODRIGO KOTAIT		INFANTIL PROF. RODRIGO KOTAIT		
19 - 21	JIU-JITSU PROF. RODRIGO KOTAIT	JIU-JITSU PROF. RODRIGO KOTAIT	JIU-JITSU PROF. NELSON TYMCHAK	JIU-JITSU PROF. RODRIGO KOTAIT		

Figura 37: Imagem do Horário de aulas da Kotait Jiu-Jitsu (INSTAGRAM, 2021)

A academia Kotait Jiu-Jitsu obteve através dos resultados do questionário opiniões como a do critério estacionamento, onde possivelmente alguns praticantes não estão muito satisfeitos com tal critério e semelhantemente, o critério preço possuiu grande parte dos respondentes como medianos em relação a este critério. No entanto, os critérios instalações da academia, metodologia de ensino e profissionais existem excelentes resultados dos seus respondentes, com muito satisfeitos.

3.2.1.4.3. Opiniões Gordo Jiu-Jitsu

A academia Gordo Jiu-Jitsu é liderada por Roberto “Gordo” Correa, dando aulas desde os anos 90, sendo campeão mundial em 1996 e 1997, entre outros títulos. Com isso, virou referência no esporte e abriu sua própria academia (GORDO, 2021).

As opiniões dos respondentes com relação ao Estacionamento da academia mostram uma pequena variação de resposta, mesmo sendo elas positivas, mas por estar localizada em uma avenida com bastante movimento e poucas vagas para os praticantes, localizada na Av. Olegário Maciel na Barra da Tijuca.

Gordo Jiu-Jitsu - Estacionamento

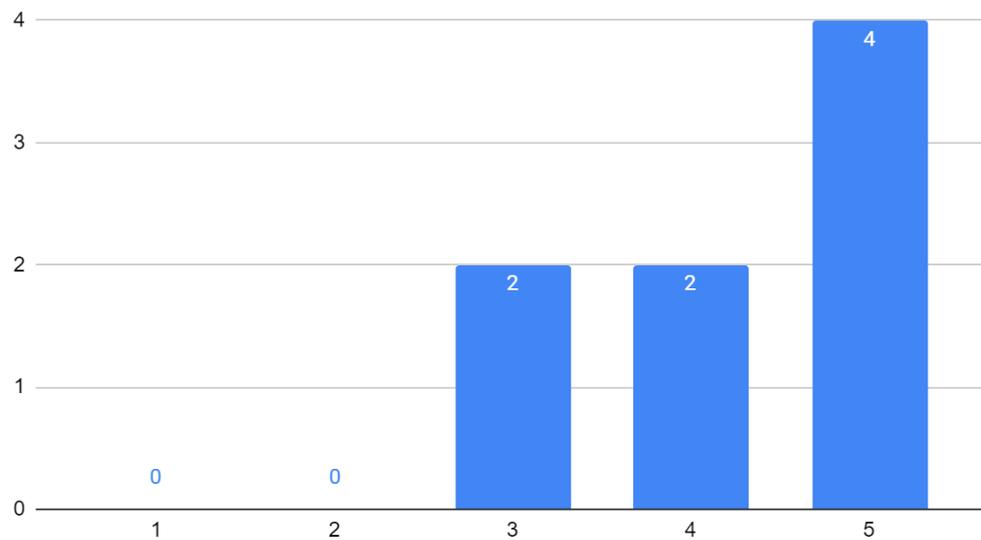


Figura 38: Gráfico da opinião Estacionamento da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

A Figura 38 mostra a localização da academia Gordo Jiu-Jitsu.

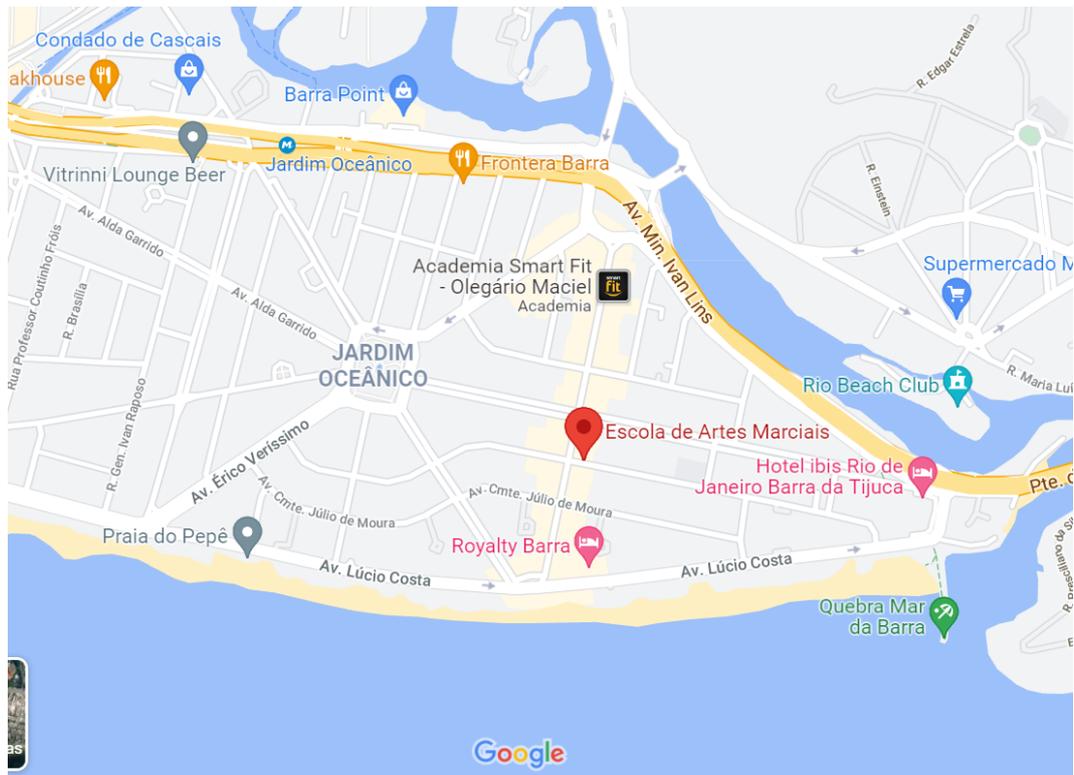


Figura 39: Mapa da Localização da Gordo Jiu-Jitsu (GOOGLE, 2021)

A opiniões com relação ao Horário da Gordo Jiu-Jitsu também possuem os mesmos resultados do Estacionamento, tendo seus praticantes satisfeitos com seus horários.

Gordo Jiu-Jitsu - Horário

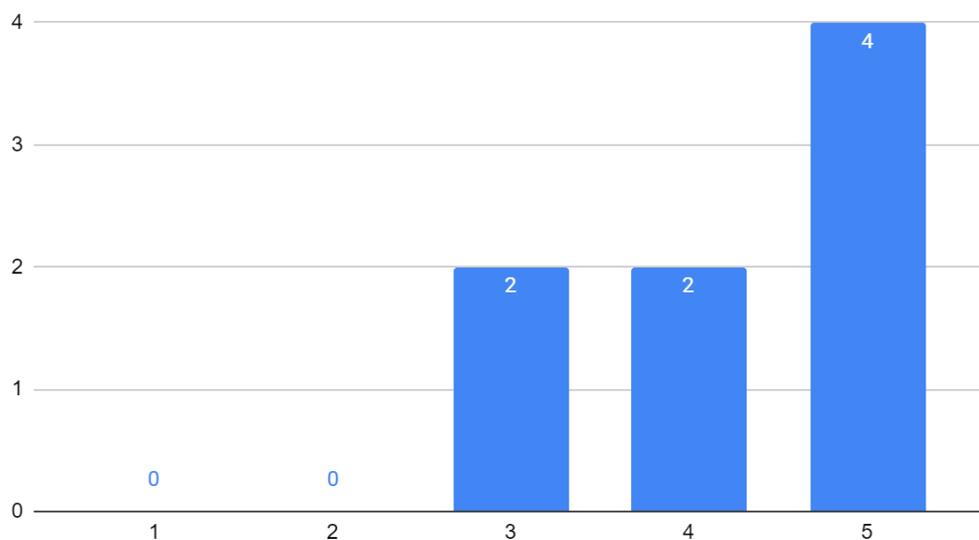


Figura 40: Gráfico da opinião Horário da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

A Figura 40 mostra os horários disponíveis para a prática do esporte.

		Horários de Aulas						SCHEDULES	
2ª	MAT 1	7:00 - 8:00 Open Mat	8:00 - 9:00 Advanced	9:00 - 10:00 Open Mat				18:00 - 19:00 Teen	19:00 - 20:00 Blue
	MAT 2								19:00 - 20:00 Muay Thai
3ª	MAT 1	7:00 - 8:00 Advanced	8:00 - 9:00 Advanced	9:00 - 10:00 Open Mat			17:00 - 18:00 Blue	18:00 - 19:00 Little Samurai	19:00 - 20:00 Advanced
	MAT 2	7:00 - 8:00 Muay Thai			12:30 - 13:30 Boxe				19:00 - 20:00 Boxe
4ª	MAT 1	7:00 - 8:00 Blue	8:00 - 9:00 Advanced	9:00 - 10:00 Open Mat				18:00 - 19:00 Teen	19:00 - 20:00 Blue
	MAT 2								19:00 - 20:00 Muay Thai
5ª	MAT 1	7:00 - 8:00 Advanced	8:00 - 9:00 Advanced	9:00 - 10:00 Open Mat			17:00 - 18:00 Blue	18:00 - 19:00 Little Samurai	19:00 - 20:00 Advanced
	MAT 2	8:00 - 9:00 Muay Thai			12:30 - 13:30 Boxe				19:00 - 20:00 Boxe
6ª	MAT 1	7:00 - 8:00 Blue	8:00 - 9:00 NOGI	9:00 - 10:00 Open Mat			17:00 - 18:00 Blue		
	MAT 2								
Sáb	MAT 1				10:30 - 12:00 Open Mat				
	MAT 2								

Figura 41: Imagem do Horário de aulas da Gordo Jiu-Jitsu (INSTAGRAM, 2021)

As opiniões de Pessoal e Preço possuem 100% de satisfação dos seus respondentes de acordo com os resultados obtidos pelo questionário.

Gordo Jiu-Jitsu - Pessoal

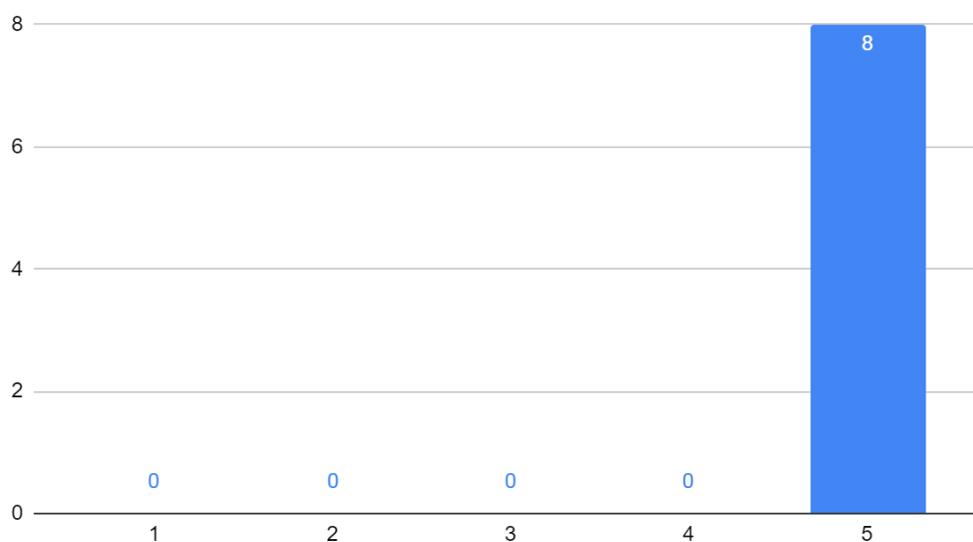


Figura 42: Gráfico da opinião Pessoal da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

A Figura 42 mostra uma parcela do pessoal praticante da academia.



Figura 43: Imagem do Pessoal da Gordo Jiu-Jitsu (INSTAGRAM, 2021)

A Figura 43 mostra o nível de satisfação dos respondentes do questionário referentes às suas opiniões.

Gordo Jiu-Jitsu - Preço

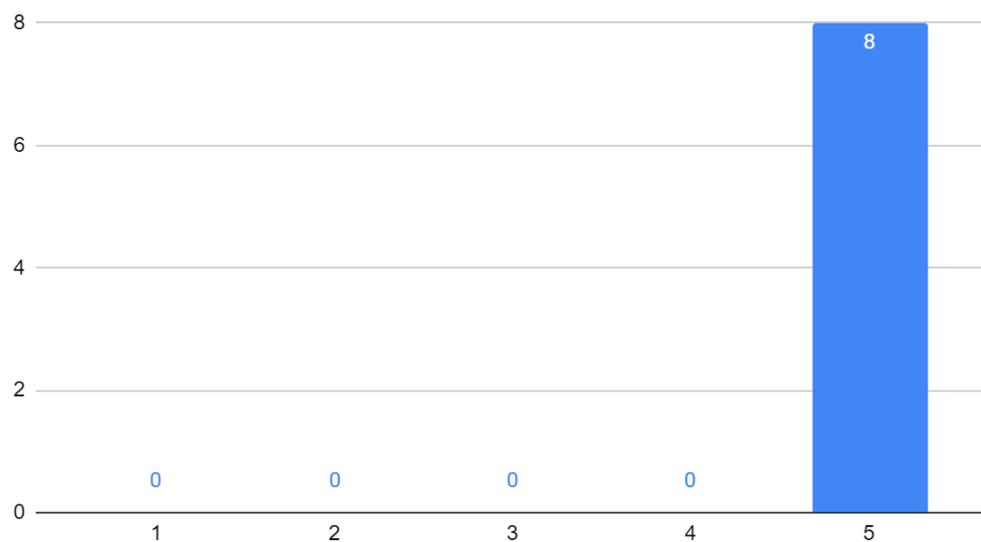


Figura 44: Gráfico da opinião Preço da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

As opiniões de Instalações de Academias são positivas para os respondentes, tendo 75% muito satisfeitos com as suas instalações.

Gordo Jiu-Jitsu - Instalações da Academia

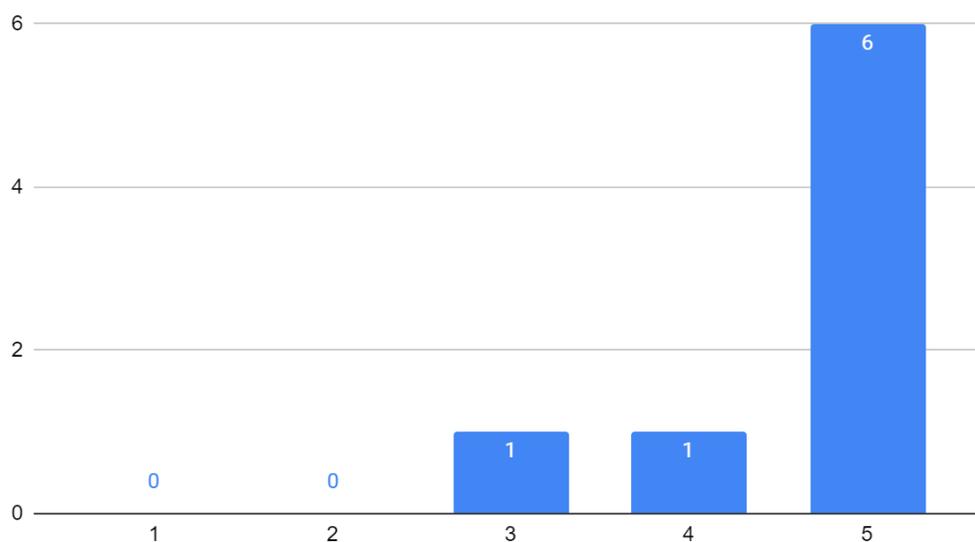


Figura 45: Gráfico da opinião Instalações da Academia da Gordo Jiu-Jitsu (Imagem do autor)

A Figura 45 mostra um pouco das instalações da academia, principalmente a área do tatame onde ocorre a prática do esporte.

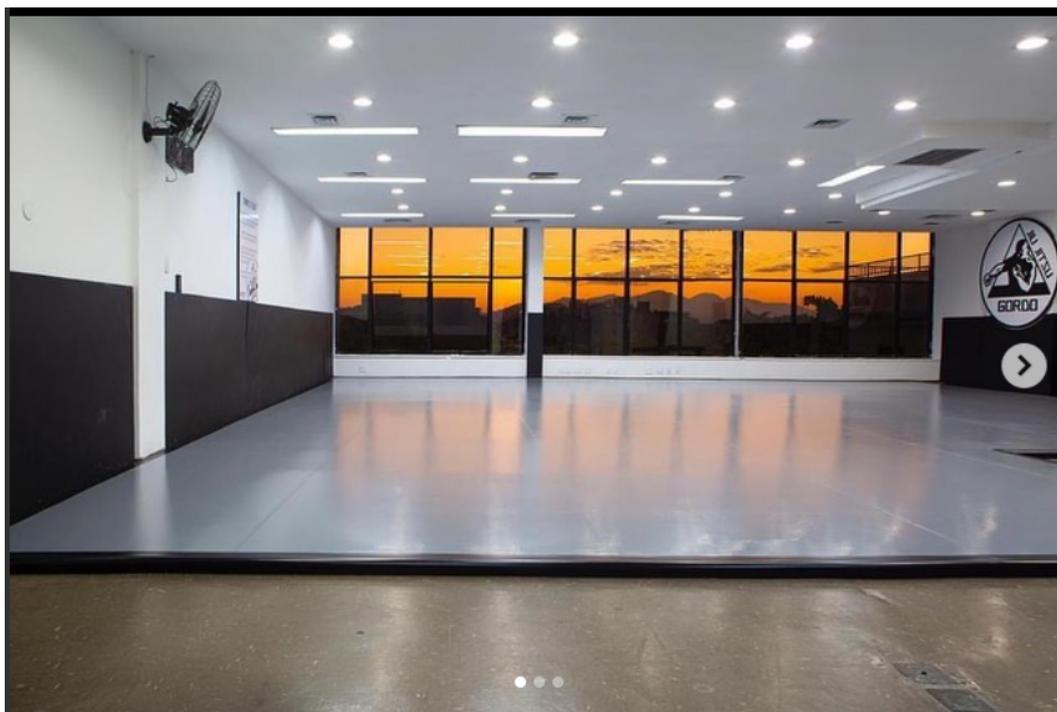


Figura 46: Imagem das Instalações da Academia da Gordo Jiu-Jitsu

A academia Gordo Jiu-Jitsu obteve resultados das opiniões dos respondentes referentes a academia muito interessantes, com o preço e o pessoal

serem, possivelmente, muito satisfeitos por seus respondentes, o critério do estacionamento e horário possuiu alguns dos respondentes possuindo opiniões medianas.

3.3. Oportunidades Identificadas

Depois de todas as análises realizadas acima foi possível perceber algumas oportunidades e problemas entre as academias analisadas por opiniões de seus respectivos respondentes. Com isso, será feita uma comparação entre os resultados obtidos dos critérios de escolha e as opiniões, para assim conseguir enxergar certas lacunas, oportunidades ou problemas.

No quesito Profissionais, é um alto critério para a escolha entre as academias e este critério está bem percebido pelos respondentes de suas respectivas academias, estando muito satisfeitos.

No quesito Localização, é um critério com mais da metade dos respondentes com alto critério para escolha de uma academia e analisando as academias acima é possível ver que é uma oportunidade através das três academias analisadas.

No quesito Metodologia de Ensino, é um critério que também possui mais da metade dos respondentes como alto ao escolher uma academia de Jiu-Jitsu, as opiniões estão bem condizentes ao critério.

No quesito Preço, é um critério onde a maior parte dos respondentes, com 47%, está no nível mediano do critério de escolha, ou seja, no número 3 (três). Com isso, ainda sim é um critério que é levado em consideração na escolha. Logo, analisando as academias é possível ver que é uma oportunidade relevante já que somente uma academia possuiu suas opiniões com 100% muito satisfeitos em suas opiniões.

No quesito Horário, também é um critério que possuiu mais da metade dos respondentes como alto no momento da escolha. Na comparação foi possível perceber que somente uma academia possui mais de 60% dos seus respondentes altamente satisfeitos, conseqüentemente se tornando uma boa oportunidade.

No quesito Pessoal, possuindo 64% dos respondentes do questionário como alto no critério de escolha, com isso é bastante relevante. Na comparação, os resultados mostram que está percebido por seus respondentes superiormente aos 64%, não sendo uma boa oportunidade, já que está bem percebida pelos respondentes.

No quesito Instalações da Academia, este critério é muito semelhante ao do Preço tendo a maioria das respostas como mediana, mas tendo 26% dos

respondentes como alto no momento da escolha. Na comparação é possível perceber através dos resultados que somente uma academia possui 86%, logo é uma oportunidade.

No quesito Estacionamento, foi possível perceber através dos resultados que não é um critério que afete muito na escolha de uma academia, tendo 28% dos respondentes e baixo no momento da escolha da academia de Jiu-Jitsu, tendo aproximadamente 50% das opiniões dos respondentes de suas academias como muito satisfeitos. No entanto, é possível observar nas três academias analisadas por suas opiniões, que somente uma das três possuiu todos os respondentes com opiniões acima do nível de satisfação três (mediano), ou seja, pode se tornar uma oportunidade depois do da escolha realizada pelo cliente.

4 Propostas de Mudança

A proposta deste capítulo é apontar propostas de melhoria para academias de Jiu-Jitsu Soul Fighters Barra da Tijuca, levando em consideração as opiniões dos consumidores sobre as academias de Jiu-Jitsu e seus critérios de escolha ao ingressar em uma academia, por conta do grande avanço da arte marcial. Assim, a academia Soul Fighters poderá se posicionar e se diferenciar melhor dentro do mercado de academias de Jiu-Jitsu na Barra da Tijuca.

4.1. Proposta de Melhoria para a Soul Fighters

Através das oportunidades apontadas no capítulo anterior será feita recomendações de melhoria para a academia Soul Fighters Barra da Tijuca de acordo com os dados recolhidos no questionário realizado.

Um critério que será muito utilizado para a formulação das recomendações é a comparação feita das opiniões das academias Kotait e Gordo Jiu-Jitsu com as da Soul Fighters, assim poderá ser visto oportunidades e problemas a serem tratados.

A primeira recomendação de melhoria é uma melhor promoção dos profissionais da Soul Fighters, por conta de ela ser a única das três academias que possui 100% das opiniões muito satisfeitas dos respondentes, podendo ser um diferencial com as concorrentes. Esta promoção pode ser realizada por divulgação nas redes sociais e com tráfego pago, enfatizando em suas campanhas o grau de excelência de seus profissionais.

A Soul Fighters possuiu um problema na parte das instalações da academia de acordo com os resultados, pois ela entre as três é a que possui a menor porcentagem na satisfação dos praticantes, possuindo apenas 60% enquanto as outra duas possuem 85% e 75% de muito satisfeitos. Logo, outra recomendação é o investimento nas instalações da academia. Isto pode ser feito com a contratação de um profissional de arquitetura ou designers de interiores para um embelezamento do academia e verificar se o tatame está em boas condições, caso não esteja a compra de um novo é ideal.

Através dos resultados obtidos de preço foi possível verificar que a Soul Fighters possuiu sua satisfação em 63% no muito satisfeito, enquanto as outras

academias possuem 40% e 100% de satisfação. Com isso é possível perceber a oportunidade de melhoria para destacar no mercado. Logo, recomendo uma nova adequação aos seu método de precificação e a criação de pacotes para os praticantes, com pacotes para famílias, incentivando a prática de várias pessoas da mesma família, pacotes com pagamento anual, fidelizando o cliente para todo ano e descontos em datas especiais, incentivando a matrícula de potenciais clientes.

A Soul Fighters, atualmente, possui aulas somente de segunda a quinta de 18 (dezoito) horas as 22 (vinte e duas) horas, com isso é um horário muito restrito e através dos dados obtidos no critério horário, a academia possui 77% de satisfação dos seus respondentes, enquanto as outras academias possuem 53% e 50%. Através dos horários encontrados nas redes sociais das academias é possível ver uma maior variedade nos seus horários e mesmo assim não há uma boa satisfação, com isso com uma maior variedade nos horários pode ser visto uma oportunidade de melhoria da academia, colocando horário durante todo o dia e não somente na parte da noite.

5 Conclusões

O objetivo deste estudo é entender quais são as opiniões e os critérios de escolha de academias de Jiu-Jitsu para a prática do esporte, possuindo uma ênfase em recomendações para a academia Soul Fighters Barra da Tijuca.

Foram realizadas pesquisas de campo e análises de tais dados para o melhor entendimento dos critérios de escolha e opiniões. Com os dados obtidos e suas análises foi possível realizar as recomendações para academia Soul Fighters como a promoção de seus profissionais, novos planos de mensalidade, contratação de profissionais de arquitetura, entre outros.

5.1. Relevância do TCC

Com as as pesquisas e análises realizadas, há um melhor contribuição para a Soul Fighters Barra da Tijuca e outras academias da região sobre como melhor se posicionarem no mercado, entendendo melhor os clientes e praticantes da região e, principalmente, a com prestar o melhor serviço para os tais com as opiniões de praticantes do esporte, em específico da Barra da Tijuca – RJ, e suas opiniões sobre suas atuais academias e seus critérios de escolha ao escolhê-las.

Além disso, essas academias vão entender melhor onde e o que faz mais diferença para os praticantes da Barra da Tijuca, através dos critérios levantados durante toda a pesquisa.

Este trabalho também possuiu uma contribuição para os praticantes de Jiu-Jitsu, mostrando para eles quais são os critérios de escolha mais relevantes antes de ingressar em uma academia de Jiu-Jitsu.

5.2. Estudos Futuros

Para futuros estudos é interessante uma melhor compreensão das instalações da academia, ou seja, se aprofundar mais nas evidências físicas das academias, para assim entender quais são as atribuições principais para as instalações de uma academia de Jiu-jitsu, como por exemplo: qualidade do tatame, limpeza do local, iluminação, entre outros.

Outra recomendação para os estudos futuros é no momento da pesquisa de campo com o questionário, colocando todas as academias como opção e não deixando livre para o respondente colocar o nome de sua academia, assim não terão problemas com respostas inadequadas. Também na parte de pesquisa de campo, recomendo a visitação presencial nas academias para explicação do trabalho com o gestor e praticantes, assim terá uma melhor adesão de respondentes e mostrará que os interesses são acadêmicos. Além disso, por conta da pandemia houve uma diminuição de praticantes por ser um esporte com muito contato, logo ter mais tempo para mais respondentes da pesquisa.

Durante este trabalho percebi como as academias possuem posicionamentos e brandings muito diferentes, com isso recomendo para futuros estudos uma melhor compreensão de como isso afeta na escolha do cliente.

6 Referências Bibliográficas

EXTRA. **Jiu-Jitsu feminino cresce, ganha destaque e meninas pedem passagem nos principais eventos da arte suave.** Disponível em: <https://extra.globo.com/esporte/mma/jiu-jitsu-feminino-cresce-ganha-destaque-meninas-pedem-passagem-nos-principais-eventos-da-arte-suave-25112768.html> . Acesso em: 7 nov. 2021.

FACEBOOK. **Escola de artes marciais gordo.** Disponível em: <https://www.facebook.com/escoladeartesmarciaisgordo/videos/novo-enderec%CC%A7o-av-olega%CC%81rio-maciel-260-cob-02-barra-da-tijuca-venha-conhecer-o-n/2604479179768709/>. Acesso em: 7 nov. 2021.

GOOGLE. **Google Maps.** Disponível em: https://www.google.com/search?rlz=1C1SQJL_pt-BRBR820BR820&tbs=lf:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!1m4!1u2!2m2!2m1!1e1!1m5!1u3!2m2!3m1!1e2!4e2!2m1!1e2!2m6!1e3!5m4!3m3!5m2!2e1!3e1!3slAE,lf:1,lf_ui:14&tbm=lcl&sxsrf=AOaemvKV_Isi-Atm75gYZOrRNYOLnncwQA:1636320098176&q=academias%20de%20jiu%20jitsu%20na%20barra%20da%20. Acesso em: 7 nov. 2021.

GOOGLE. **Google Mpas.** Disponível em: <https://www.google.com/maps/place/KOTAIT+JIU-JITSU/@-23.0072549,-43.3087049,15.25z/data=!4m5!3m4!1s0x9bd1540a5d9ce7:0xc163f7a1a84c5bc3!8m2!3d-23.004374!4d-43.295969> . Acesso em: 7 nov. 2021.

GOOGLE. **Google maps.** Disponível em: <https://www.google.com/maps/place/Escola+de+Artes+Marciais/@-23.0108057,-43.3122482,15.54z/data=!4m5!3m4!1s0x9bd0c3ddba5295:0xa708e6920f57e64c!8m2!3d-23.0126638!4d-43.3049428> . Acesso em: 7 nov. 2021.

GOOGLE. **Google maps.** Disponível em:
<https://www.google.com/maps/place/escola+soulfighters+de+jiu-jitsu+Ita/@-23.0062434,-43.321491,14.87z/data=!4m5!3m4!1s0x9bdba3736f47a7:0x3a9bd2a0e67573e3!8m2!3d-23.0052949!4d-43.3199484> . Acesso em: 7 nov. 2021.

GORDO JIU-JITSU. **About.** Disponível em:
<http://www.gordobjj.com/about.html>. Acesso em: 10 nov. 2021.

GRACIE MAG. **A história do Jiu-Jitsu.** Disponível em:
<https://www.graciemag.com/historia-do-jiu-jitsu/> . Acesso em: 7 nov. 2021.

GRACIE MAG. **Quantas pessoas praticam Jiu-Jitsu e esportes de luta no Brasil? Pesquisa dá estimativa.** Disponível em:
<https://www.graciemag.com/2019/04/15/quantas-pessoas-praticam-jiu-jitsu-e-esportes-de-luta-no-brasil-pesquisa-da-estimativa/> . Acesso em: 7 nov. 2021.

GRACIE, Ranna Botelho. FATORES MOTIVADORES DA PRÁTICA DE JIU-JÍTSU: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE ACADEMIAS. **Monografia**, UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS, v. 1, n. 1, p. 1-61, dez./2018.

INFO ESCOLA. **Jiu Jitsu.** Disponível em:
<https://www.infoescola.com/artes-marciais/jiu-jitsu/>. Acesso em: 7 nov. 2021.

INSTAGRAM. **Brigadeirojiujitsu.bra.** Disponível em:
<https://www.instagram.com/brigadeirojiujitsu.bra/>. Acesso em: 7 nov. 2021.

INSTAGRAM. **Escola_de_artes_marciais_gordo.** Disponível em:
https://www.instagram.com/escola_de_artes_marciais_gordo/ . Acesso em: 7 nov. 2021.

INSTAGRAM. **Fightroomrj.** Disponível em:
<https://www.instagram.com/fightroomrj/>. Acesso em: 7 nov. 2021.

INSTAGRAM. **Jiujitsu_barra.** Disponível em: https://www.instagram.com/jiujitsu_barra/. Acesso em: 7 nov. 2021.

INSTAGRAM. **Kotaitjiujitsu.** Disponível em: <https://www.instagram.com/kotaitjiujitsu/> . Acesso em: 7 nov. 2021.

INTERNATIONAL BRAZILIAN JIU-JITSU FEDERATION (IBJJF). **Sistema Geral de Graduação.** Disponível em: https://website-cbjj-production.s3.amazonaws.com/QGb19gL3mi3RZdRnfBqnMSX3?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D%2220150424_GraduacaoIBJJF_PT_vs2.pdf%22%3B%20filename%2A%3DUTF-8%27%2720150424_GraduacaoIBJJF_PT_vs2.pdf&response-content-type=application%2Fpdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SH. Acesso em: 10 nov. 2021.

JABJJ. **História do Jiu-Jitsu.** Disponível em: <https://www.jajiujitsu.com.br/jiu-jitsu/historia> . Acesso em: 7 nov. 2021.

KOTAIT JIU-JITSU. **Filosofia e Propósito.** Disponível em: <https://kotaitjiujitsu.com/>. Acesso em: 10 nov. 2021.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L.. **ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING.** 14. ed. [S.I.]: Pearson , 2013. p. 1-765.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. **MARKETING DE SERVIÇOS: PESSOAS, TECNOLOGIA E ESTRATÉGIA.** 7. ed. [S.I.]: Pearson, 2011. p. 1-530.

MENS´S HEALTH. **The Gentle Art of Choking.** Disponível em: <https://www.menshealth.com/uk/mhsquad/big-reads-membership/a26808956/brazilian-jiu-jitsu-guide/>. Acesso em: 7 nov. 2021.

RODRIGUES, Anderson. PROPOSTA DE UM PLANO DE MARKETING PARA A ACADEMIA BTT/ATAQUE DUPLO JIU-JITSU.

Monografia, UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ, v. 1, n. 1, p. 1-70, nov./2006.

ROLLING STONES. **As MMA Grows in Popularity, Brazilian Jiu Jitsu Looks for Profit.** Disponível em: <https://www.rollingstone.com/culture/culture-sports/as-mma-grows-in-popularity-brazilian-jiu-jitsu-looks-for-profit-251254/> . Acesso em: 7 nov. 2021.

TOCEDORES. **Conheça a origem do Jiu-Jitsu no Brasil e no mundo.** Disponível em: <https://www.torcedores.com/noticias/2019/06/origem-do-jiu-jitsu> . Acesso em: 7 nov. 2021.

Anexo 1

Perguntas Primeira Etapa da Pesquisa de Campo – Entrevistas

- 1 - O que você busca ao praticar Jiu-Jitsu?
- 2 - Quais os critérios de escolha você tem ao escolher uma academia?
- 3 - Se você já praticou Jiu-Jitsu em outra academia, você mudou por quê?

Anexo 2

Perguntas Segunda Etapa da Pesquisa de Campo – Questionário

Qual a sua idade?

Em qual região no você **MORA**?

Qual o nome da Academia/Escola de Jiu-Jitsu em que você pratica atualmente?

Em qual local no RJ localiza a academia em que você **PRATICA** Jiu-Jitsu?

Atualmente está praticando Jiu-Jitsu?

Há quanto tempo pratica ou praticou Jiu-Jitsu?

Qual a sua graduação no Jiu-Jitsu?

Por qual motivo(s) você pratica Jiu-Jitsu? (Uma ou mais respostas)

Qual o grau de importância que os seguintes critérios têm, para VOCÊ, na escolha de uma academia Jiu-Jitsu?

- **Profissionais** (Mestre, Professores e Instrutores)

- **Preço** (Mensalidade)

- **Localização**

- **Horário**

- **Instalações da Academia**

- **Metodologia de Ensino**

- **Estacionamento** (não necessariamente próprio)

- **Pessoal** (camaradagem entre os praticantes)

Pensando na academia que você pratica ou praticou Jiu-itsu, qual a sua percepção sobre ela?

- **Profissionais** (Mestre, Professores e Instrutores)

- **Preço** (Mensalidade)

- **Localização**

- **Horário**

- **Instalações da Academia**

- **Metodologia de Ensino**

- **Estacionamento** (não necessariamente próprio)

- **Pessoal** (camaradagem entre os praticantes)

Anexo 3

Respostas Primeira Etapa da Pesquisa de Campo – Entrevistas

Entrevistado 1

- 1- qualidade de vida, exercício, defesa pessoal e praticar arte marcial
- 2- minha escolha foi voltar a praticar com o professor que me deu aula qnd era criança. Não teria voltado em outra academia. Nesse caso a opção foi por uma questão de confiança e didática
- 3- todas as vezes que pratiquei foi com o Álvaro. Na época da kioto e atualmente na SF

Entrevistado 2

- 1- sou apaixonado pelo esporte. Comecei no judô aos 3 anos de idade, migrei pro jiu jitsu aos 16 e se tornou um estilo de vida pra mim.
- 2- ambiente saudável, camaradagem entre os companheiros de treino e bons professores.
- 3- só mudei de academia por mudança de domicílio

Entrevistado 3

- 1- O que você busca ao praticar jiu jitsu ? Resposta: aprender defesa pessoal e a prática de qualquer atividade física com frequência me deixa mais disciplinado e ocupado
- 2- Quais os critérios de escolha você tem ao escolher uma academia ? Resposta: local(se é perto de casa) e um relação saudável com os integrantes da academia
- 3- Não se aplica

Entrevistado 4

- 1- Busco para manter a minha saúde física e mental em dia.
- 2- As pessoas. Mestre, professores e alunos.
- 3- Já pratiquei. Mudei porque a minha academia atual foi aonde comecei tudo quando criança junto ao meu mestre.

Entrevistado 5

- 1- Cara, o que que eu busco ao praticar Jiu-Jitsu. Errrr, eu gosto te tá ali treinando, eu gosto de fazer essa força, gastar esse tipo de energia, produzir endorfina, aprender a se defender, torcendo para nunca ter que usar as técnicas, mas tendo aquilo guardado comigo, porque pode ser importante alguma hora da minha vida.
- 2- Po, para eu escolher uma academia, ela não pode ser muito distante de onde eu moro, de onde eu vido, se não fica muito contra mão até na questão do valor, eu não sou competidor, eu não vou levar isso para minha vida, então não tem sentido eu buscar uma academia muito cara e também uma que seja cabeça aberta, que as pessoas sejam muito tranquilas, ai passa de ser uma obrigação e sim um prazer.
- 3- Assim, constantemente, eu nunca pratiquei fora da Soul Fighters não, mas já dei alguns treinos em outras academias por motivos deu ter me mudado, ter ficado longe da academia e é buscar alguma mais perto da minha rotina, da onde eu moro.