



Academia Lotus¹

Juliana da Silva CARVALHO²

Taluhama Guimarães Rosário PINHEIRO³

Kelma Nunes PEREIRA⁴

Faculdade São Francisco de Juazeiro - FASJ, Juazeiro, BA

Resumo

Esse projeto apresenta o planejamento de uma campanha publicitária, envolvendo o segmento de mercado *fitness* de Juazeiro – BA., nele foi contemplado um evento de divulgação de uma meia maratona para o Dia Mundial da Saúde, visando maior recall e apreciação de valor na marca da empresa perante os consumidores atuais da academia e os possíveis entrantes do mercado, uma vez que a academia foque na motivação a práticas esportivas.

Palavras-chave: Campanha; Publicidade; Fitness; e Juazeiro.

A empresa

Com o propósito de oferecer aos seus clientes mais saúde e bem-estar, assuntos cada vez mais abordados pelos meios de comunicação, com matérias e programações que buscam conscientizar a população, a importância das atividades físicas e a alimentação saudável, surge como oportunidade o desenvolvimento de um projeto de campanha publicitária voltado para empresas de atividades *fitness*⁵.

Dentre as demais empresas do ramo em Juazeiro-BA e Petrolina-PE, a Academia Lotus, lançada em março do ano de 2011, na Rua da Petitinga, centro, Juazeiro (BA), próximas às vias de acesso à Petrolina (PE), prestadora de serviços especializados em atividades físicas, ginástica e musculação na categoria *fitness*; com público interno composto por 600 alunos matriculados, sendo 480 frequentadores ativos entre mulheres (a grande maioria) e homens, nas faixas etárias entre 19 e 29 anos que frequentam a academia todos os dias principalmente no horário noturno.

A proposta publicitária escolhida oferece ao mercado uma proposta de voltada ao conhecimento pela cultura e valor defendidos pela organização, como: saúde fator

¹ Trabalho apresentado no EXPOCOM – Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Aluno líder do grupo e formando do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FASJ, e-mail: juliana_scarvalho@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FASJ, email: taluhmagrp@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FASJ, email: kelmanunes@hotmail.com

⁵ *Fitness*: De acordo com Pinto (2008), significa o estado de se ter o corpo bem condicionado.

fundamental ao equilíbrio do corpo para práticas exportivas, o comprometimento, a integridade e confiança pelos profissionais na elaboração das práticas, ética, respeito e satisfação do cliente.

Tendo como slogan: Saúde além da beleza. A campanha promove visibilidade à marca Lotus, ainda em crescimento na região, além da interação entre a academia e a sociedade local, propõe uma imagem positiva da empresa.

Métodos e Resultados

O primeiro passo no levantamento de informações para a campanha foi fornecido através do briefing aplicado ao cliente, constatando-se que a empresa estava iniciando no mercado se percebe um número considerável de alunos, embora não tivesse sido realizada nenhuma campanha publicitária desde seu lançamento, a empresa investiu apenas em ações de panfletagem e no evento de lançamento da academia.

Como parte fundamental para o desenvolvimento da campanha publicitária e consequentemente para conhecer melhor o mercado e o segmento em que atua, foram realizadas pesquisas bibliográficas e documentais sobre a concorrência da região de Juazeiro (BA) e Petrolina (PE), visando compreender as características que esse segmento possui, as atividades desempenhadas, as leis municipais que regem esse segmento, e mais informações sobre essa região.

Segundo Sampaio (2003), a pesquisa de mercado é essencial para gerar segurança, pois a crescente competitividade do mercado e o aumento da velocidade de obsolescência exigem constantes lançamentos, atualizações, reposicionamentos e extensões de linhas de produtos e serviços. Tudo isso, fundamentado na construção de marcas fortes, que são à base da vantagem competitiva nos tempos atuais.

Em sequência a primeira pesquisa também fora realizada uma pesquisa de mercado, cujo objetivo visava maior conhecimento do público quanto aos seus hábitos e seus costumes, na qual, percebeu-se que a Academia Lotus possui uma imagem positiva no mercado.

Quanto aos seus pontos fortes, segundo a pesquisa pode ser observados em: fachada atrativa, organização interna, higienização adequada, equipamentos modernos e novos, material de *merchandising* à disposição dos alunos, localização, climatização, instrutores devidamente habilitados.

Já, os principais pontos fracos citados foram: estacionamento e preço elevado em relação à concorrência local. Os dados coletados também indicaram que a empresa

precisaria criar estratégias promocionais, visando à promoção e interação dos seus serviços, de sua qualidade e da capacitação da mão-de obra (profissionais de educação física).

Com o foco na fidelização de seus clientes já conquistados desde a sua inauguração e na prospecção de novos alunos, o evento/ação planejada deveria promover a interatividade e motivação tanto interna quanto na prática do incentivo ao mercado a desenvolver exercícios físicos e saudáveis, sem que haja um período sazonal, uma vez que as mesmas pesquisas apontaram que a frequências dos alunos atuais se devem por tais períodos sazonais.

Estratégias de Comunicação

Baseando nas primícias de posicionamento de marca defendido por Correa (2008), onde explica que é preciso criar uma personalidade à marca, algo que a diferencie da concorrência e tendo em vista que a promessa básica da empresa, que segundo o autor é a descrição do benefício que será oferecido ao consumidor, oferecendo a estes benefícios que vão além da beleza, como saúde e qualidade de vida, as ações de comunicação a serem desenvolvidas devem apresentar características promocionais e institucionais.

Segundo Sampaio (2003), para se comunicar com seus consumidores, divulgar seu nome, promover seus produtos, incentivar suas vendas ou quaisquer objetivos de comunicação, as empresas anunciantes têm outras opções além de propaganda. A realização de promoções é uma dessas opções, pois trata-se de uma ação com o objetivo de promover o que é oferecido por uma determinada empresa. Uma sugestão de ação promocional é a realização de eventos que tenham a ver com a área de atuação da empresa anunciante.

Quando um consumidor comparece a um evento ou a um acontecimento, seu espírito está mais voltado e predisposto em favor dos produtos e empresas organizadoras e participantes do certame, oportunidade em que é sempre maior sua expectativa de compra imediata ou futura dos produtos promovidos (SIMONI, 2002, P. 69)

Baseado nesse conceito a campanha desenvolvida é voltada para a promoção de um evento, a “Corrida da Saúde”, para a divulgação da marca Lotus. Pois, acreditou-se que



quando uma empresa cria seu próprio evento, também cria uma sensação, despertando a curiosidade natural em favor da sua marca, diminuindo o caminho para que ela seja comprada, conforme os conceitos de SIMONI (2002).

Para divulgação desse evento, utilizou-se da propaganda, através da criação de peças gráficas e mídias virtuais, escolhidas a partir dos fatores: alcance do público-alvo e verba do cliente.

Público-alvo

O público-alvo da campanha são os alunos da Academia Lotus, os parceiros, os funcionários e a população de Juazeiro (BA) e consequentemente Petrolina (PE), que tenham interesse na prática de exercícios físicos e condições físicas para participar da corrida, conforme artigos do regulamento.

Objetivo da comunicação

Desenvolver uma campanha motivacional no mercado despertando o interesse da população na prática esportiva e a saúde para a corrida da saúde.

Tema da Campanha

O tema para a campanha é uma corrida em celebração ao Dia Mundial da Saúde, comemorado no dia 07 de Abril.

Mecânica da Ação

Para comemorar o dia mundial da saúde, a Academia Lotus promoveria um evento no primeiro domingo do mês de Abril (01/04), denominado Corrida da Saúde. Os participantes da corrida fariam um percurso de 03 km (três quilômetros), iniciando da Rua da Lotus (Rua José Petintiga) a partir das 07hr00 da manhã, passando pela Orla Nova de Juazeiro, Av. Raul Alves e retornando para a rua da academia.

A inscrição deveria ser feita na recepção da Academia Lotus de 01 a 14 de março de 2012, inscrição gratuita, com arrecadação de 1 kg de alimento, que seriam doados no dia 21 de Abril de 2012 em instituição beneficente a crianças com câncer na cidade de Juazeiro (BA), onde a Lotus está localizada.

A ação poderá contar com parcerias da secretaria de saúde e esportiva da cidade, bem como, planos de saúde, clínicas de estéticas, lojas de departamentos esportivos e lojas de suplementos alimentares.



No dia da ação será disponibilizada uma ambulância como forma de precaução para qualquer eventual emergência, além contar com a presença da Polícia Militar, e de agentes de trânsito para o controle do tráfego no percurso da corrida.

Para organização do evento, pensou-se também na produção de camisas para os corredores, entregues aos mesmos uma semana antes da corrida, nas dependências da Lotus.

A premiação da corrida se faz principalmente pelo incentivo aos corredores a se interessarem pela saúde e pelos serviços da Lotus. O prêmio se estenderá até a terceira colocação, onde o 1º colocado receberá 6 meses de academia grátis, o 2º colocado 3 meses de academia grátis e o 3º colocado terá como prêmio um kit completo de suplementos.

Regulamento

1 - A CORRIDA

1.1 - A corrida de Rua: 1º Corrida da Saúde Academia Lótus, denominada EVENTO, será realizada no dia 01 (primeiro) de abril 2012.

2 - OS ATLETAS

2.1 - Participarão do evento pessoas de ambos os sexos, devidamente inscritos, nos local de inscrição informado no item 5, doravante denominados ATLETAS.

2.2 - Somente serão aceitas inscrições para o EVENTO: ATLETAS maiores de 18 anos, completos.

3 - OS PERCURSOS

3.1 - Para ATLETAS que farão o Percurso da categoria corrida, o trecho corrido será de 3 (três) Km.

3.2 - Percursos devidamente sinalizados e diferentes entre si.

4 - LARGADA E CHEGADA

A largada da 1º Corrida da Saúde Academia Lótus será na própria academia, na Rua José Petitinga, nº 3, no bairro Santo Antônio, em Juazeiro-BA, chegada na mesma rua.

4.1 - O início do EVENTO está previsto para as 07hr00 no dia 01/04/2012.

4.2 - A organização do evento fará as chamadas para as largadas através do sistema de sonorização nas áreas de largadas e, portanto, solicita a atenção dos atletas, para toda e qualquer comunicação sonora na área de concentração do evento.

5 - INSCRIÇÕES, VALORES E PRAZOS

5.1 - Locais de Inscrição



Recepção da Academia Lótus

5.2 - Valores:

Fica definido que para participar do evento, o interessado não terá custos adicionais, apenas será arrecadado um quilo de mantimento não perecível, (não podendo ainda ser fornecido sal de cozinha e nem fubá, e leite somente em caixa longa vida). Ao efetuar a inscrição o(a) atleta, receberá uma camisa em malha própria para corrida e se completar o percurso, conforme o regulamento, medalha de participação.

5.3 - Prazo: As inscrições serão realizadas de 01 a 14 de março de 2012.

6 - DAS PREMIAÇÕES

6.1 - Os três primeiros atletas vencedores receberão medalha mais premiação conforme colocação abaixo:

6.2 - Não haverá premiação em dinheiro, os prêmios para 1ª, 2ª e 3ª colocações serão:

1ª colocação – Ouro: 6 meses de academia Grátis;

2ª colocação – Prata: 3 meses de academia grátis;

3ª colocação – Bronze: 1 Kit de suplementos

7 - RETIRADA DA CAMISA

7.1 - A entrega da camisa será feita na Academia Lotus na véspera da corrida – uma semana de antecedência.

7.2 - Para retirar a camisa do atleta é necessário apresentar o documento de identidade original.

8 - CLASSIFICAÇÃO DA CORRIDA

8.1 - A classificação dos atletas na prova será definida conforme sua ordem de chegada (1º, 2º e 3º lugar) e divulgada após o término da corrida.

8.2 - Farão parte da classificação geral da corrida todos os atletas inscritos na categoria geral.

9 – VAGAS

As vagas para inscritos na corrida serão limitadas, 600 vagas. Se o número de inscritos chegarem a esse limite de vagas, as inscrições serão encerradas, mesmo antes do prazo determinado para o encerramento.

10 - O PRAZO

O presente contrato vigorará até a data de encerramento das operações que inicialmente fica aqui marcada até no máximo 30 dias após o evento.

11 - TERMO DE RESPONSABILIDADE INDIVIDUAL OU EM EQUIPE

Declaro que estou de acordo com o termo de responsabilidade abaixo e que:



- Os dados pessoais que foram ou serão fornecidos para efetivar esta inscrição no evento são de minha total responsabilidade e/ou de meu representante técnico, dirigente ou coordenador de equipe.
- Participo do evento por livre e espontânea vontade, isentando de qualquer responsabilidade os organizadores, patrocinadores e realizadores, em meu nome e de meus sucessores.
- Estou ciente de meu estado de saúde e de estar capacitado para a participação, gozando de saúde perfeita e de haver treinado adequadamente para este evento.
- Assumo ressarcir quaisquer valores decorrentes de danos pessoais ou materiais por mim causados durante a minha participação neste evento.
- Por este instrumento, cedo todos os direitos de utilização de minha imagem, inclusive direitos de arena, renunciando ao recebimento de qualquer renda que vier a ser auferida com materiais de divulgação, campanhas, informações, transmissão de TV, clipes, reapresentações, materiais jornalísticos, promoções comerciais, licenciamentos e fotos, a qualquer tempo, local ou meio e mídia atualmente disponíveis, ou que venham a ser implementadas no mercado para este e outros eventos, ou nas ações acima descritas realizadas pela Organização do evento e/ou seus parceiros comerciais.
- Estou ciente que, ao me cadastrar ou inscrever, estou me incluindo automaticamente no banco de dados da Organização do evento, autorizando esta, desde já, a enviar para o endereço eletrônico ou físico cadastrado, qualquer tipo de correspondência eletrônica ou física para participar de qualquer promoção desenvolvida pela mesma e ou por seus parceiros.
- Assumo arcar com todas as despesas de viagem, hospedagem, alimentação, traslados, seguros, assistência médica e quaisquer outras despesas necessárias para minha participação no evento.
- O evento acontecerá sob qualquer condição climática.
- Li e estou de acordo com esse Regulamento do evento.

Nome Completo: _____

RG: _____ CPF: _____

Assinatura: _____

Data e Local: _____, ____/____/____.

Conceito criativo



No conceito criativo das peças foi utilizada uma tipografia sem serifas de corpo largo, a qual remete à marca da Academia Lotus, gerando uma identidade entre as peças e destas com a marca.

A comunicação integrada de marketing (GIULIO, 2005), defende de forma continuada o conceito base da promoção em todas as mídias/peças da campanha, portanto, as cores da marca amarela e preta seguem nas peças criadas para a academia Lotus como um padrão de identidade referente ao recall da marca.

As formas geométricas utilizadas no panfleto remetem às medalhas das premiações. As tarjas brancas no limite da imagem servem para dar destaque à mensagem principal e à marca, onde o contraste promove maior fixação dessas informações na mente do público. As formas geométricas utilizadas nas peças fazem parte da composição da marca e conseqüentemente conotam exercícios físicos.

Peças

- Camisas para os participantes e equipe de colaboradores;
- Panfleto impresso em couché 90g, brilho, tamanho 15x21cm (A5);
- Outdoor (9x3m);
- Panfleto virtual (600x800px); e
- Cinta para jornal impresso (45x6cm).

Objetivo de Mídias

O objetivo de mídia é divulgar a Corrida da Saúde durante 01 (um) mês e deverá atingir todos os membros do público-alvo da comunicação.

Estratégia e defesa de Mídia

As estratégias de mídia consistem em definir os melhores meios para se levar a comunicação de uma forma eficiente e eficaz e, com isso, fornecer a melhor relação entre o investimento, a quantidade e a qualidade da informação.

Portanto, o meio básico para divulgação da campanha consistia na produção gráfica, outdoor e panfleto impresso, divulgados em locais estratégicos, onde o fluxo de pessoas é maior e, portanto, atingiriam o público consideravelmente. Levando em consideração a verba do cliente para desenvolvimento da campanha, serão veiculadas 04 (quatro) placas de outdoor e produzidos 5.000 panfletos.



Como mídia de apoio, tem-se o panfleto virtual e a cinta para jornal impresso, que atingiria o público assinante e que compõem o banco de dados desses veículos. Para tal ação, serão feitos três disparos de panfletos virtuais em datas próximas ao evento (a partir do mês de março) e as cintas serão também divulgadas em datas próximas a abertura de inscrições para a corrida. Essas mídias contribuiriam para a fixação das datas de inscrições na mente do público.

Cronograma de veiculação

Tabela 1: cronograma de mídia

Cronograma Corrida da Saúde						
Ações	Período divulgação					
	Fevereiro/12			Março/12		
Panfletagem		20/02	25/02	01/03	07/03	13/03
Veiculação de outdoor (Bi-semana 12)				12/03 a 25/03		
Disparo Panfleto Virtual			25/02	01/03		13/03
Cinta para Jornal			25/02	03/03		

Fonte: Planejamento de Campanha Academia Lotus – TCC 8º período FASJ 2011.2

Orçamento

Tabela 2: Orçamento da campanha de divulgação da Corrida

Orçamento da Campanha					
			Veiculação		TOTAL
	Criação	Produção	Fevereiro	Março	
5.000 (mil) Panfletos (15x21, 4x0 cores, Papel Couché 90 g)	R\$ 200,00	R\$ 540,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 1.040,00
Outdoor	R\$ 200,00	R\$ 925,00	-	R\$ 1.500,00	R\$ 2.625,00
Panfleto Virtual 600x800px	-	-	R\$ 200,00	R\$ 400,00	R\$ 600,00
1.000 Cintas de Jornal 45x6cm	R\$ 200,00	R\$ 500,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 1.500,00
700 Camisas para os corredores	R\$ 200,00	R\$ 5.250,00	-	-	R\$ 5.450,00
Total					R\$ 11.215,00

Fonte: Planejamento de Campanha Academia Lotus – TCC 8º período FASJ 2011.2



Referências

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de Propaganda**. 9. Ed. São Paulo: Global, 2008.

GIULIO, Duda Pinheiro José. **Comunicação Integrada de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2005.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SIMONI, João de. **Promoção de vendas: 45 anos de teoria e prática promovendo e vendendo**. 5. Ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.

PINTO, Marcus. **Fitness: Seu significado**. Disponível em:
[HTTP://marcaodick.blogspot.com/2008/03fitness-seu-significado.html](http://marcaodick.blogspot.com/2008/03fitness-seu-significado.html). Acessado dia: 16 de novembro de 2011.