



1º CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO DO ESPORTE
4º CONGRESSO BRASILEIRO SOBRE GESTÃO DO ESPORTE

Anais

Tema:

**“Gestão Profissional do esporte, qualificação profissional e
Copa do Mundo 2014”**

Brasília - DF,
16, 17 e 18 de novembro de 2011

ISSN 2237-6046



Caracterização e tipologia de academias no Brasil: um estudo exploratório

Temática: Gestão de organizações esportivas

Flávia da Cunha Bastos
Luis Carlos de Santana
Guilherme Moscardi Monteiro
Carla Costa Pereira
Leandro Carlos Mazzei
GPAE-EEFEUSP, São Paulo, SP, Brasil
gestao@usp.br

Resumo

O mercado de academias é crescente no país e a pesquisa e o conhecimento relativo ao setor ainda carece de informações. Estudos têm sido desenvolvidos quanto a aspectos de marketing e gestão, mas especialmente no que se refere ao porte das academias no Brasil não existe consenso entre diferentes autores acerca de critério de classificação de porte (AGUIAR, 2007; ROTH, 2007; FURTADO, 2008; CORRÊA; FERREIRA, 2009; SCHWENGBER et al., 2010). A presente pesquisa, exploratória e descritiva, teve como objetivo descrever as características das academias do Brasil em função de diferentes critérios de porte. Os dados foram levantados através de formulário eletrônico junto a 186 gestores de academias. Foram analisadas as distribuições percentuais dos dados obtidos em relação às variáveis: área, número de alunos, número de funcionários e faturamento segundo critérios nacionais e internacionais de classificação. Concluiu-se que os critérios disponíveis não são adequados para classificar o porte de academias brasileiras e que são necessários outros estudos na área considerando a combinação de variáveis.

Palavras-chave: Academia, Tipologia, Critérios, Gestão do Esporte.

Abstract

The market of health-clubs is growing in the country and the research and the knowledge concerning the industry still lacks information. Studies have been developed concerning marketing and management aspects, but especially regarding the size of the academies in Brazil there is no consensus between different authors about criterion of classification of businesses (AGUIAR, 2007; ROTH, 2007; FURTADO, 2008; CORRÊA; FERREIRA, 2009; SCHWENGBER et al., 2010). The present research, exploratory and descriptive, aimed to describe the characteristics of the academies of Brazil according to different criteria of size. The data were collected through electronic with 186 managers of academies. Were analysed the percentual distributions of data obtained in respect to the variables: area, number of students, number of employees and billing according to national criteria and international classification. It was concluded that the available criteria are not suitable to classify the Brazilian academies and other studies are needed in the area considering the combination of variables.

Keywords: Health-clubs, Typology, Criteria, Sport Management.

Caracterização e tipologia de academias no Brasil: um estudo exploratório

Introdução

A atividade física como meio de prevenção e promoção da saúde, diferente da realidade de alguns anos atrás, está sempre na mídia, que divulga resultados de pesquisas que comprovam os benefícios da atividade física na qualidade de vida. O conhecimento sobre a área está muito mais acessível, permitindo que haja maior consciência da população em geral. No Brasil, governos municipais, estaduais e federal têm lançado campanhas de incentivo à prática de atividades, oferecendo programas e equipamentos (YAMACITA, 2006).

As Academias são classificadas como atividade econômica no País no conjunto das "Atividades Esportivas e de Recreação e Lazer" na classe de Atividades de Condicionamento Físico (BRASIL, 2007).

Com o acirramento da competição no mercado, o setor de serviços, no qual as academias estão inseridas, vem apresentando taxas de crescimento anual superiores a todos os demais setores da economia, exigindo, portanto, especial atenção por parte das organizações (CAPINUSSÚ, 2006; SPILLER et al., 2004).

CAPINUSSÚ (2005) afirma que existiam vinte mil academias no Brasil, incluindo as que não possuem registro. Este número se confirma em 2011, segundo dados obtidos pelos pesquisadores diretamente com o Conselho Federal de Educação Física (CONFEF), relativos às 19.681 academias no Brasil (maio/2011).

Este cenário de números exuberantes em termos de mercado se contrapõe ao pouco conhecimento sobre a caracterização das organizações no mercado das academias no Brasil.

Objetivo do estudo

O objetivo do presente trabalho foi descrever as características das academias do Brasil em função de diferentes critérios de porte, no sentido de identificar os critérios que melhor descrevem o segmento no país.

Revisão de Literatura

A produção de conhecimento proveniente de estudos relativos a diferentes aspectos como, por exemplo, adesão e retenção de clientes, gerenciamento, competitividade no setor, tem se deparado com a não existência de critérios para caracterizar o porte das organizações e, portanto, não permitem comparações fidedignas em estudos sobre o setor.

Quanto a critérios para definição do porte de organizações esportivas, Slack (1997) afirma que a dimensão da organização tem relação direta com o modelo de gestão adotado. O autor considera que a Receita não é suficiente para se afirmar que uma organização esportiva pode ser considerada grande ou pequena, sugerindo que a capacidade física, o pessoal (participantes/praticantes; sócios; número de empregados, torcedores), o volume de entrada/saída organizacional e os recursos disponíveis poderiam definir melhor o tamanho da organização.

No Brasil, o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) estabelece critério em termos de Faturamento para classificar para micro e pequenas empresas, e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) determina critérios de classificação quanto ao porte das empresas beneficiárias dos financiamentos do Banco (BNDES, 2010).

Os critérios relativos ao número de empregados são diferentes conforme a entidade. Para o SEBRAE, a classificação específica para o Setor de Serviços diferencia as organizações em relação a classificação geral do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010).

Os principais autores na literatura nacional da área não se referem a critérios, mesmo que teóricos, sobre classificação/tipologia de Academias (CAPINUSSÚ; DACOSTA, 1989; BERTEVELLO, 1999; NOBRE, 1999; SABA, 2001, 2005). O único parâmetro encontrado referenciado na literatura foi o de Pereira (2005), que classifica as Academias quanto ao número de alunos em pequena, média e grande.

Pesquisas desenvolvidas sobre o segmento apresentam diferentes objetivos e abordagens e nesses estudos foram encontradas menções quanto à caracterização das empresas determinada por critérios definidos pelos autores dos trabalhos em função do objetivo de cada pesquisa. (AGUIAR, 2007; ROTH, 2007; FURTADO, 2008; CORRÊA; FERREIRA, 2009; SCHWENGBER et al., 2010).

Estudos encomendados pela Associação Brasileira de Academias (ACAD) à Empresa Júnior da

descrevem as características Academias de diferentes municípios e localidades, no Rio de Janeiro (ACAD, 2009) e em São Paulo (REVISTA ACAD, 2010), mas não no sentido de classificá-las. A revisão nos apresenta um quadro instigante, pois há consenso entre os pesquisadores quanto ao fato de que deveriam ser levadas em conta em estudos descritivos, e mesmo comparativos, das características do setor, seja isoladamente ou através de combinação de critérios. No entanto, em relação ao critério número de alunos, o mais comum nos estudos recentes, não há uma classificação única, indicando a necessidade de estudo para validar um critério nacional.

métodos

O presente estudo se caracteriza como exploratório, pois há pouco conhecimento acumulado sobre o tema no país, e descritiva, uma vez que expõe características de academias, tendo como foco o teste de hipóteses das variáveis estudadas com abordagem quantitativa (VERGARA, 2006). A coleta dos dados foi feita junto aos proprietários, gerentes administrativos ou dirigentes das academias por academias isoladas, isto é, única, sem filiais, não se configurando como Rede. O questionário construído foi formulário composto de questões fechadas e abertas fundamentadas nos estudos na revisão de literatura. A validação foi feita por profissionais gerentes de organizações com características da população pesquisada e por três *experts* no setor (acadêmicos e técnicos), com o intuito de verificar a clareza, abrangência e operacionalidade do preenchimento e a inclusão das variáveis relativas ao número de alunos/clientes; Número de funcionários; Área total; e Faturamento. O formulário eletrônico foi disponibilizado no *website* do Instituto Fitness Brasil (setembro a novembro de 2010) e em computadores instalados no evento 10ª IHRSA Fitness Brasil (setembro de 2010). O procedimento foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da EEFUEP, processo nº 41/2010. O tratamento dos dados foi realizado através de estatística descritiva paramétrica (SPSS versão 17.0) e cálculos de frequência.

e discussão

Foram obtidas respostas relativas a 186 unidades de Academias de diferentes localidades do país, sendo 147 do Estado de São Paulo. O resultado das respostas assinaladas pelos respondentes em relação ao critério de classificação do porte da academia (Tabela 1) indica o predomínio das categorias Pequena e Média.

Distribuição do porte das academias segundo o critério da IHRSA.

	N	%
Pequena	167	89%
Média	11	6%
Grande	5	3%
Mega	3	2%
S/CL	186	100%

Quando analisamos a distribuição das academias estudadas segundo o critério Área aplicada pelo mercado americano, verificamos que a grande maioria (89,78%) das academias é classificada na categoria Pequena empresa. Este percentual elevado poderia ser explicado pelo fato de que o critério da IHRSA prevê a categoria Microempresa. Quanto ao número de clientes, a distribuição da amostra segundo o único critério encontrado na literatura por Pereira (2005), demonstra um maior enquadramento na categoria Média (Figura 3), isto é, se considerarmos o procedimento de comparação em termos do número de clientes, nomeando as faixas estudadas pela ACAD (Figura 4).

Figura 3 Distribuição da amostra (nº de clientes) em relação as categorias definidas por Pereira (2005).

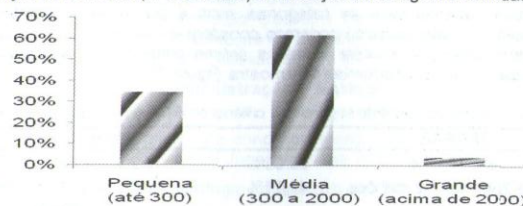
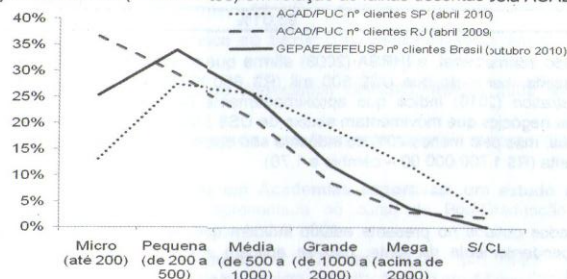


Figura 4: Distribuição da amostra (nº de clientes) em relação as faixas descritas pela ACAD (2009, 2010).

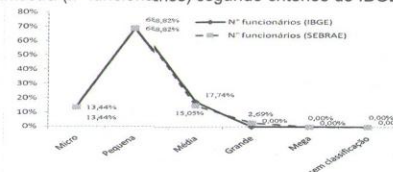


Quando analisamos a distribuição da amostra quanto ao número de funcionários, segundo os critérios do IBGE e do SEBRAE (Figura 5), verificamos que pelo critério do SEBRAE, específico para o setor de serviços, um pequeno percentual das empresas estudadas (2,69%) são enquadradas como empresas de grande porte, portanto, indicando que o mercado de Academias se enquadra melhor no critério direcionado ao setor de serviços (Figura 6). Roth (2007) também utilizou o critério do número de funcionários do SEBRAE, mas não o específico para o setor de serviços, e verificou percentuais que não estratificam as academias. Do total de empresas respondentes, 90,91% se encaixaram na classificação até pequena e apenas 9,09% se classificaram como médias ou grandes.

Figura 5: Critérios do IBGE e SEBRAE (serviços) de classificação de empresas segundo o número de funcionários.

	IBGE(2008)	SEBRAE (serviços)
Micro	0 a 9	0 a 9
Pequena	10 a 49	10 a 49
Média	50 a 249	50 a 99
Grande	mais de 250	mais de 100

Figura 6: Distribuição da amostra (nº funcionários) segundo critérios do IBGE e SEBRAE.



Quanto ao critério Faturamento anual das empresas, as academias foram classificadas em reação as faixas de categorização do BNDES e do SEBRAE. Pela distribuição obtida, verificamos que o critério do SEBRAE, por ser construído apenas para as categorias micro e pequenas empresas, não explica a distribuição da amostra como um todo, portanto podemos considerá-lo não adequado. Quanto ao critério do BNDES, por ser um critério geral que envolve todos os setores produtivos, aparentemente também se mostra inadequado para discriminar as academias da amostra (Figura 7).

Figura 7: Distribuição da amostra pelo faturamento segundo os critérios do BGE e do SEBRAE em Reais (R\$).

	SEBRAE		BNDES	
Micro	até 244 mil	50,00%	≤ 2,4 milhões	99,46%
Pequena	entre 244 mil e 1,2 milhões	43,01%	> 2,4 milhões e ≤ 16 milhões	0,44%
Média	-	-	> 16 e ≤ 90 milhões	0
Média-grande	-	-	> 90 e ≤ 300 milhões	0
Grande	-	-	> 300 milhões	0
Total		93,01%		100,00%

No mercado internacional, a IHRSA (2008) afirma que provavelmente 30% de todos os clubes de fitness tenham receita menor do que US\$ 500 mil (R\$ 850.000,00 – câmbio a 1,70). Já o *U.S. Small Business Administration* (2010) indica que aproximadamente 70% de todos os clubes de fitness são pequenos (aqueles negócios que movimentam abaixo de US\$ 3.500.000,00. Obviamente, existe uma ampla margem de receitas, mas pelo menos 70% da indústria são compostos por clubes com menos de um milhão de dólares de receita (R\$ 1.700.000,00 – câmbio a 1,70).

Conclusão

Os resultados obtidos no presente estudo indicam que os critérios de classificação do porte de academias, independentemente da fonte, não se aplicam em sua totalidade quando consideramos a amostra estudada.

Outro aspecto relevante foi a constatação de que critérios disponíveis na literatura e preconizados por entidade internacional relacionados as variáveis Faturamento e Área não discriminam o porte das academias no Brasil.

Especificamente quanto a variável Área, pode-se considerar que as faixas de classificação utilizadas pela ACAD poderiam se constituir em um parâmetro para o país, tendo em vista a diversidade das características entre o mercado Brasileiro e o americano.

O único critério que aparentemente discriminou o porte das academias estudadas foi o critério do SEBRAE relativo a variável Número de funcionários.

Os levantamentos recentes realizados com academias de São Paulo e do Rio de Janeiro pela ACAD, embora sem o objetivo de criar categorias de porte e não baseados em critérios científicos, apresentam faixas de distribuição que descreveram de maneira semelhante a amostra da presente pesquisa para as variáveis Número de alunos e Área.

Dessa forma, concluímos que há a necessidade de que outros estudos sejam realizados levando-se em consideração a possibilidade de utilização de combinação de variáveis para se determinar o porte de academias no Brasil.

Referências Bibliográficas

- AGUIAR, F. A. **Análise da satisfação dos clientes das academias de ginástica da cidade de João Pessoa-PB**. Dissertação (Mestrado em Administração). Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, 2007.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL. **Porte de Empresa**. Disponível em: <<http://www.bnades.gov.br/SiteBNDES/bnades>>. Acesso em 30 mar. 2010.
- BERTEVELLO, G. **Qualidade no Atendimento da Academia**. São Paulo: Phorte Editora, 1999.
- BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Comissão Nacional de Classificação – Concla. **Classificação Nacional de Atividades Econômicas - Versão 2.0**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 15 fev 2010.

- _____. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Diretoria de Pesquisas Gerência do Cadastro Central de Empresas. Estudos e Pesquisas. Informação Econômica. número 10. **Demografia das Empresas 2006**. Rio de Janeiro: IBGE, 2008. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 15 fev 2010.
- CAPNUSSU, J. M.; DA COSTA, L. P. **Administração e Marketing nas Academias de Ginástica**. Rio de Janeiro: Editora Ibrasa, 1989.
- CAPNUSSU, J. M. Academias de ginástica e condicionamento físico – origens. In: DACOSTA, L.P. **Atlas do Esporte no Brasil**, p. 174- 175. Rio de Janeiro: Shape, 2005.
- CORRÊA, S. A. M.; FERREIRA, A. A. Estratégia competitiva das academias de ginástica da cidade de São Paulo. **FACEF Pesquisa**, v.12, n.1, 2009.
- FURTADO, R.P. Convívio social, diversão e entretenimento como valor de uso e promessa nas academias de ginástica híbridas. **Licere**, Belo Horizonte, v.11, n.2, ago, 2008.
- _____. **Exercícios Aeróbicos: teoria e prática no treinamento personalizado e em grupos**. São Paulo: Shape, 2007.
- International Health, Racquet and Sportsclub Association (IHRSA). **IHRSA 2008 Member Census**. Disponível em: <www.ihrsa.org>. 2008.
- PEREIRA, M. M. F. **Administração sem Segredo: sua Academia rumo ao sucesso**. São Paulo: Phorte Editora, 2005.
- PRADO, L.A.D. **Estratégias de Publicidade em Academias esportivas: um estudo exploratório na grande São Paulo**. Monografia Final apresentada no curso de Pós-Graduação em Gestão e Administração do Desporto da FEFISA. Santo André, 2004.
- REVISTA DA ACAD. **RX das Academias**, n. 47, ago 2009, p. 18-23. Disponível em: <http://www.acadbrasil.com.br/portal/revista/pdf/revista_47.pdf> Acesso em 17 fev. 2010.
- REVISTA DA ACAD. **Mercado Paulista em Números**, n. 50, abr 2010, p. 16-24. Disponível em: <http://www.acadbrasil.com.br/portal/revista/pdf/revista_50.pdf> Acesso em 19 jun. 2010.
- ROTH, C.W. **A Competitividade das academias de ginástica e musculação de Santa Maria-RS**. Dissertação (Mestrado em Administração). Centro de Ciências Sociais e Humanas, Departamento de Administração. Universidade Federal de Santa Maria, 2007.
- SABA, F. **Aderência à prática do exercício físico em academias**. São Paulo: Manole, 2001.
- _____. **Liderança e Gestão para Academias e Clubes Esportivos**. São Paulo: Phorte Editora, 2005.
- SCHWENGBER, R.; BURGOS, L.T.; BURGOS, M.F. O perfil organizacional e funcional das academias de Santa Cruz do Sul. Disponível em: <http://www.edeportes.com.br>. > **Revista Digital**. Buenos Aires - ano 15 - nº 143 - abril de 2010.
- SLACK, T. **Understanding sport organizations: the application of organization theory**. Champaign, IL: Human Kinetics, 1997.
- SPILLER, E.S.; PLÁ, D.; LUZ, J.F.; SÁ, P.R.G. **Gestão de Serviços e marketing interno**. Editora FGV, Rio de Janeiro, 2004.
- U.S. Small Business Administration. **Survey of Small Business Finances** Disponível em <<http://www.sba.gov>>. Acesso em: 15 jun. 2010.
- VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2006.