



<https://doi.org/10.5585/podium.v7i2.247>

UM ESTUDO COMPARADO SOBRE A SAZONALIDADE EM ACADEMIAS DE GINÁSTICA DE FLORIANÓPOLIS E BRUSQUE

¹Mario Henrique Agostinho Moreira

²Julio da Silva Dias

³Mario Cesar Barreto Moraes

⁴Carlos Roberto De Rolt

RESUMO

O impacto do fenômeno da sazonalidade impactando a lucratividade das academias de ginástica ocupa um ponto que requer atenção especial por parte dos administradores destes estabelecimentos. Esta pesquisa busca comparar o estudo realizado por Cárdenas, Amboni e Dias (Cárdenas, Amboni, & Dias, 2014) ao analisar a sazonalidade em uma academia de ginástica de Florianópolis, Santa Catarina, com informações referentes a uma academia de ginástica na cidade de Brusque, também de Santa Catarina. Pretende-se desta forma comparar a influência das diferenças climáticas, econômicas, culturais e demográficas das duas localidades no comportamento dos clientes no que diz respeito a sazonalidade. O estudo coletou informações referentes ao número de alunos matriculados mensalmente em uma academia de médio porte na cidade Brusque, num período entre setembro de 2008 e julho de 2016 e, em posse dos dados, foi realizada a comparação com o comportamento observado no artigo base, relacionado à organização localizada em Florianópolis. A análise realizada permitiu observar que, em detrimento das diferentes características das duas localidades, o padrão de sazonalidade dos clientes foi bastante similar, enfatizando o entendimento de que atividades sociais de fim de ano, recessos escolares e empresariais, fatores climáticos e calendário exerçam grande influência sobre o comportamento dos usuários, possibilitando a utilização destes dados como ferramenta de apoio para os gestores de estabelecimentos deste segmento.

Palavras-chave: Sazonalidade. Academias de Ginástica. Gestão de Academias. Gestão do Esporte.

Como referenciar em APA:

Agostinho Moreira, M., da Silva Dias, J., De Rolt, C., & Barreto Moraes, M. (2018). Um Estudo Comparado sobre a Sazonalidade em Academias de Ginástica de Florianópolis e Brusque. *PODIUM Sport, Leisure And Tourism Review*, 7(2), 278-292. <https://doi.org/10.5585/podium.v7i2.247>

¹ Mestre pela Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC, Florianópolis, Santa Catarina, (Brasil). E-mail: mario_mh50@hotmail.com

² Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, Santa Catarina, (Brasil). E-mail: julio.dias@udesc.br, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3217-8076>

³ Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, Santa Catarina, (Brasil). E-mail: carlos.rolt@udesc.br, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1722-0101>

⁴ Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, Santa Catarina, (Brasil). E-mail: mcbmstrategos@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0760-8444>



UN ESTUDIO COMPARADO SOBRE LA ESTACIONALIDAD EN GIMNASIOS DE MUSCULACIÓN DE FLORIANÓPOLIS Y BRUSQUE

RESUMEN

El impacto del fenómeno de la estacionalidad sobre la rentabilidad de los gimnasios fitness ocupa un punto que requiere atención especial por parte de los administradores de estos establecimientos. Esta investigación busca comparar el estudio realizado por Cárdenas, Amboni y Días (Cárdenas, Amboni, & Dias, 2014) al analizar la estacionalidad en un gimnasio de musculación de Florianópolis, Santa Catarina, con informaciones referentes a un gimnasio de musculación en la ciudad de Brusque, también en Santa Catarina. Se pretende de esta forma comparar la influencia de las diferencias climáticas, económicas, culturales y demográficas de las localidades en el comportamiento de los clientes en lo que se refiere a estacionalidad. El estudio recolectó informaciones referentes al número de alumnos matriculados mensualmente en un gimnasio de mediano porte en la ciudad Brusque, en un período entre septiembre de 2008 y julio de 2016 y, en posesión de los datos, se realizó la comparación con el comportamiento observado en el artículo base, en relación con la organización ubicada en Florianópolis. El análisis realizado permitió observar que, en detrimento de las diferentes características de las dos localidades, el patrón de estacionalidad de los clientes fue bastante similar, enfatizando el entendimiento de que actividades sociales de fin de año, recesos escolares y empresariales, factores climáticos y calendario ejerzan gran influencia sobre el comportamiento de los usuarios, posibilitando la utilización de estos datos como herramienta de apoyo para los gestores de establecimientos de este segmento.

Palabras clave: Estacionalidad. Gimnasios de musculación. Gestión de Gimnasios. Gestión del Deporte.

A COMPARATIVE STUDY OF THE SEASONALITY IN FITNESS CENTERS OF FLORIANÓPOLIS AND BRUSQUE

ABSTRACT

The impact of the phenomenon of seasonality in the profitability of fitness centres occupies a point that requires special attention on the part of the administrators of these establishments. The aim of this work is to compare the study presented by Cardenas, Amboni and Dias (2014) when analyzing seasonality impact in a fitness center in Florianopolis, Santa Catarina, with data collected in one fitness center in the city of Brusque, also located in Santa Catarina state. Using this approach is possible to compare the influence of the climatic, cultural and demographic differences of the two localities on the behavior of the clients in relation to seasonality. The study collected information about the number of students enrolled monthly in a medium-sized academy in the city of Brusque, between September 2008 and July 2016, and the data were compared with the behaviour observed in the base article, related to an organization located in Florianópolis. It was possible to observe that, in detriment of the different characteristics of the two localities, the client's seasonality pattern was quite similar, emphasizing the understanding that year-end social activities, school and business recess, climatic factors and calendar exercise great influence on the behavior of the users, making possible the use of this data as a support tool for the managers of establishments in this segment.

Keywords: Seasonality. Fitness Centers. Management of Academies. Sports Management.



1 INTRODUÇÃO

As questões inerentes à sazonalidade e seu impacto na lucratividade das organizações é um assunto recorrente para diversos gestores ligados a diferentes segmentos da economia. Hylleberg (Hylleberg, 1992) define sazonalidade como o “movimento sistemático intra-anual de alguma variável, não necessariamente regular, causado por mudanças climáticas, de calendário e temporalidade das decisões, direta ou indiretamente através das decisões de produção ou consumo feitas por agentes da economia. Estas decisões são influenciadas pelas expectativas e preferências dos agentes e técnicas de produção disponíveis na economia”. Cárdenas, Amboni e Dias (Cárdenas et al., 2014) discute aspectos referentes à gestão das academias de ginástica que necessitam se adaptar ao comportamento dos clientes para justificar a necessidade de estudos relacionados com a sazonalidade deste tipo de estabelecimento.

No que diz respeito ao setor de serviços no Brasil este é responsável pela geração de cerca de R\$1,2 trilhão em receita operacional líquida, de acordo com Pesquisa Anual de Serviços de 2013 (IBGE), a situação não é diferente, sobretudo para as academias de ginástica e outros centros esportivos, as quais vêm ocupando um papel cada vez maior dentro da economia do país, tendo em vista o crescimento do número de academias de ginástica no Brasil, de aproximadamente 15 mil academias em 2010 para mais de 30 mil academias em 2014, num mercado que movimentava cerca de US\$2,5 bilhões ao ano, de acordo com informações da Associação Brasileira de Academias (Acad Brasil).

No relatório anual publicado em 2017 pela IHRSA (International Health, 2017) é informado que existem no Brasil 34507

estabelecimentos destinados a prática de esportes. O faturamento destes estabelecimentos é estimado em 2,1 bilhões de reais atendendo 9,6 milhões de usuários. O Brasil em 2017 era o décimo mercado global com relação ao faturamento e o segundo com relação ao número de academias.

A observação do fenômeno da sazonalidade em academias de ginástica pode ser visualizada em estabelecimentos de diferentes regiões do Brasil (SABA, 2001) sendo recorrente a maioria das empresas ligadas ao setor de *fitness* (SANTOS, GOHR e VERVAKIS, 2001), e a fim de minimizar os impactos da mesma sobre o desempenho das organizações do segmento, faz-se necessário o aprofundamento do estudo das principais causas deste comportamento dos clientes. Especificamente no estado de Santa Catarina, foi observado em Florianópolis, numa academia de médio/grande porte, com aproximadamente 950 alunos/mês, um cenário com inúmeras oscilações no número de clientes conforme pode ser constatado na Figura 1, geralmente ocasionados por comportamentos sazonais por parte dos usuários e que configuram uma importante questão para os gestores deste estabelecimento ao buscarem pela lucratividade de seu empreendimento (CÁRDENAS, AMBONI e DIAS, 2014).

Ainda no que tange o impacto do segmento para a economia regional, um estudo efetuado sobre o número de academias de ginástica no estado de Santa Catarina apontou 1.788 estabelecimentos do setor no ano de 2011 (dados levantados pelo instituto Data Popular) sendo que, de acordo com Pyter Bruno, diretor do Sindicato Patronal das Academias de Santa Catarina (Siacadesc) à época, esse número poderia oscilar entre 7 mil e 8 mil instituições, se considerados todos os negócios formais e informais que oferecem diferentes atividades físicas para os usuários (OGEDA, 2011).

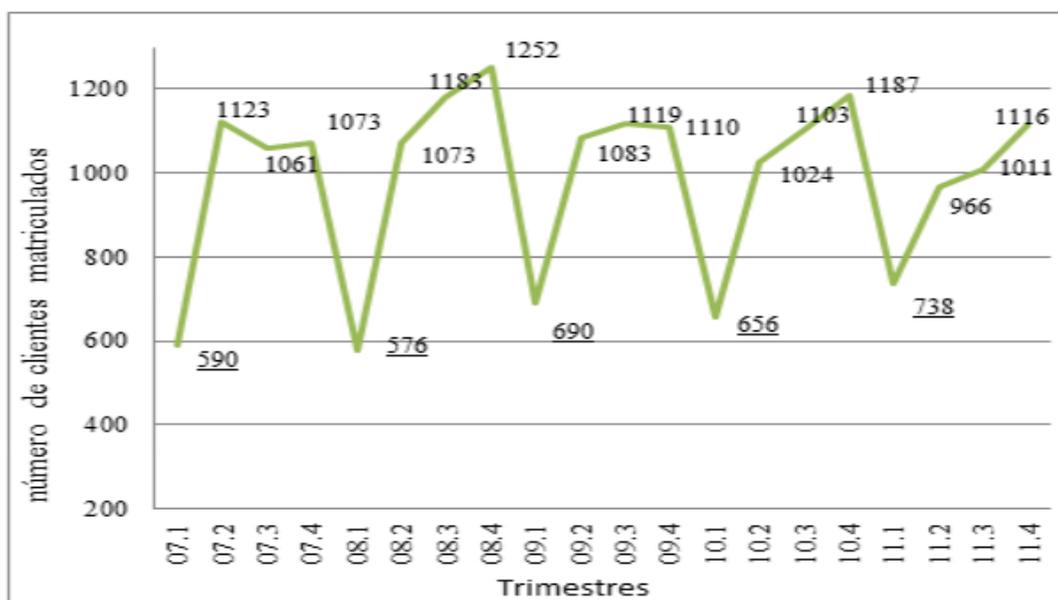


Figura 1: Variação do número de clientes de uma academia de Florianópolis, Santa Catarina (média trimestral)

Fonte: Cárdenas; Amboni; Dias (2014, p.33).

Estudo desenvolvido por Motta e Moraes (Motta e Moraes, 2016) demonstra que a qualificação dos gestores pode impactar os resultados obtidos por este tipo de empreendimento. A presente pesquisa procura seguindo esta abordagem mostrar que o conhecimento das características deste tipo de empreendimento pode ser utilizado como ferramenta para o gestor qualificado desenvolver estratégias para obtenção de melhores resultados.

Dentro deste cenário observou-se a possibilidade de, em complemento as pesquisas realizadas anteriormente, elaborar-se um estudo visando à observação do movimento sazonal dos clientes de uma academia de ginástica localizada em uma região com diferentes características culturais e eventos sociais distintos, proporcionando assim a possibilidade de comparação dos resultados obtidos. Para tanto o presente estudo foi realizado com objetivo de coletar e analisar dados referentes à sazonalidade que afetam uma academia de ginástica em

operação na cidade de Brusque, Santa Catarina, uma vez que conforme observado por Cobra (2009, p. 114) a análise de série histórica constitui um importante fator para a análise de mercado, utilizando-se do pressuposto de que fatores que influenciaram nas vendas passadas poderão voltar a ter influência em vendas futuras, constituindo uma ferramenta de grande valia para a análise de cenários e formulação de estratégias competitivas (PORTER, 2004).

Partindo do objetivo pré-estabelecido este artigo estrutura-se com esta introdução, uma segunda seção apresentando fundamentação teórica envolvendo sazonalidade e academias de ginástica, temas centrais da pesquisa. Os procedimentos metodológicos utilizados na elaboração da pesquisa são apresentados na terceira seção. A quarta seção apresenta os dados coletados bem como a análise dos resultados. Na quinta seção são apresentadas as considerações finais relativas ao estudo.



2 SAZONALIDADE

A questão da sazonalidade permeia os estudos relacionados à gestão empresarial tendo em vista seu impacto, especialmente, sobre questões inerentes a demanda e lucratividade de negócios. De acordo com Souza (1999) a sazonalidade pode ser caracterizada como um período em que, em ambientes específicos, ocorre uma forte demanda para os clientes, enquanto Viceconti e Neves (2007) abordam a influência de fatores internos e externos que atuam sobre as organizações, acarretando em mudanças que proporcional o caráter elástico dos fenômenos sazonais, o que pode ser corroborado por Santos et. al (2007, p. 3) ao declarar que “a sazonalidade caracteriza-se pela ocorrência de situações que se repetem em séries ou intervalos de tempo (dia, semana, mês e ano) na produção/demanda”. Enfatizando a importância dos estudos relacionados aos fatores sazonais Chiavenato (2007) aponta que a avaliação do mercado, levando em consideração um determinado período de tempo, pode auxiliar a empresa a lidar com as variações e mudanças apresentadas, visando uma diminuição de suas vulnerabilidades.

De acordo com Ciribeli et. al (2013, p. 2) “saber quando disparar o ponto de partida de um produto, serviço ou atividade é a função de se compreender melhor a sazonalidade”. No que diz respeito aos negócios sazonais relacionados ao calendário, evidencia-se que os mesmo habitualmente estão ligados a datas festivas, resultando, por exemplo, no aumento da produção de brinquedos durante o segundo semestre, tendo em vista o Dia das Crianças e o Natal (SANTOS et. al, 2007). Ressalta-se ainda que “a sazonalidade pode ocorrer por motivos climáticos, festivos ou anuais, como férias” (Ciribeli et. al, 2013, p. 5) e, na perspectiva da administração da empresa existe a necessidade de efetuar um planejamento para que a organização possa, em virtude da necessidade de um retorno financeiro nos meses que apresentam menor lucratividade, encontrar um apoio para o

período em que a demanda sofre interferência da época (CIRIBELI et. al, 2013). Seguindo esta linha Tavares (2005) afirma que se a organização não tiver a habilidade necessária para lidar com o fator sazonal, ela poderá sofrer com momentos de dificuldade, variando com o nível de interferência sofrida no âmbito comercial de sua empresa.

É de suma importância para a organização utilizar-se da análise de ambiente interno e externo para a avaliação dos resultados de seus negócios, possibilitando que a empresa possa dar continuidade ou não em determinadas atividades, tendo em vista a viabilidade que pode ser afetada pelos fatores sazonais (CHIAVENATO, 2007), visto que existem períodos onde a sazonalidade pode ser percebida com maior ou menor grau de clareza, impactando na atuação do estabelecimento, uma vez que a mesma diz respeito a uma sensibilidade de mercado onde os consumidores de determinados bens ou serviços, alocam seus gastos em outras áreas, decorrente de certas facilidades ou tendências relativas à procura (VICECONTI e NEVES, 2007).

No que diz respeito à sazonalidade voltada as academias de ginástica, o fenômeno possui diferentes fatores que podem contribuir para sua incidência, dentre eles fatores climáticos, culturais ou sociais, podem trazer padrões distintos de comportamento por parte dos usuários (CÁRDENAS, AMBONI e DIAS, 2014). De acordo com estudo realizado por Souza (2008) em estabelecimentos do estado de Minas Gerais, a proximidade do verão aumenta em média de 35% a 40% o número de alunos matriculados nas academias de ginástica da região, sendo que, em movimento contrário, Xia (2013) aponta o inverno como uma estação do ano que afasta os clientes destes estabelecimentos, especialmente pela menor incidência de luz solar que poderia desencadear um comportamento menos propenso a prática de atividades físicas.

Conforme apontado pelos autores, diferentes fatores podem exercer influência



sobre a sazonalidade aplicada aos negócios, e no segmento no qual se fazem presentes as academias de ginástica, isto não é diferente. Tendo em vista a já citada importância que estas alterações de clientes ativos possuem sobre a lucratividade das empresas, faz-se primordial a análise do tema para que os gestores tenham em mãos ferramentas que possam auxiliar no planejamento e execução de ações que visem um melhor resultado para o estabelecimento.

2.1 Academias de Ginástica

As academias de ginástica são as organizações centrais para o desenvolvimento da presente pesquisa, e tendo em vista a necessidade de uma abordagem que englobe o contexto histórico do segmento, fica evidenciando a importância do levantamento de questões inerentes à origem e evoluções destes estabelecimentos. Tais organizações, ainda conhecidas como ginásios, existem de maneira organizada desde 1867, onde há o primeiro registro da existência de um ambiente voltado para ensino da cultura física utilizando-se de aparelhos (Arsego, 2012).

De acordo com Capinussú (2006) o termo “academia” vem sendo utilizado no Brasil para identificar estabelecimentos dedicados ao ensino de modalidades como ginástica, lutas, musculação e halterofilismo, natação e outras atividades físicas de um modo geral, além de seu uso tradicional para sociedade de caráter científico, artístico ou literário. Ainda segundo o autor, a academia na versão brasileira, relacionada aos exercícios físicos, teve origem como prática comercial, a partir de diferentes iniciativas e sujeita a denominações variadas. Ainda relacionando-se ao termo “academia”, Nobre (1999) afirma que o mesmo estabeleceu-se definitivamente no Brasil a partir da década de 1980. Para Rojas (2003) as academias de ginástica podem ser compreendidas como centros voltados para o condicionamento físico, que viabilizam a prática de um programa de exercícios em um ambiente adequado e com a orientação necessária.

No que diz respeito ao início das práticas no Brasil Capinussú (2006) aponta atividades relacionadas à ginástica, lutas e halterofilismo, tem origem em diferentes estabelecimentos, a partir do final do século XIX, posteriormente iniciativas com viés empreendedor dentro do segmento, ocorreram nos estados de São Paulo, Maranhão e Pará, neste último através Maeda Koma, introdutor no jiu-jitsu no Brasil, no período entre os anos de 1890 e 1914. No ano de 1931, a alemã Greta Hillefeld funda sua academia no Rio de Janeiro (2006, CAPINUSSÚ), de acordo com Bella (2011) esta pode ser considerada a primeira academia de ginástica do Brasil dentro do formato conhecido atualmente, sendo que a mesma fundamentava-se no método de Ginástica Analítica, adaptando-se às características e necessidades dos brasileiros.

As décadas seguintes contaram com a expansão do setor, segundo Lima e Andrade (2003) durante a década de 1960 as academias de ginástica iniciaram sua proliferação pelas grandes cidades e a partir da década seguinte tiveram uma grande expansão por todo território nacional, sendo apontado pelos autores como um dos maiores fenômenos sociais ocorridos recentemente. Furtado (2009) aponta o processo de concentração do capital em conjunto com a divulgação das academias de ginástica e do halterofilismo, especialmente por meio de filmes e competições regionais, nacionais e internacionais de fisiculturismo, onde pode-se destacar os prêmios de Mister Olímpia e Mister Universo. Ainda de acordo com o autor, o Brasil foi estabelecendo-se no cenário mundial com o reconhecimento da Confederação Brasileira de Culturismo (CBC) pelo Conselho Nacional de Desportos (CND) em 1976 e da posterior filiação a International Federation of Body Builders, em 1978.

A evolução nos conceitos e formatos das academias de ginástica ao longo dos anos no cenário brasileiro constituiu uma ampla alteração no escopo de mercado atingido por tais organizações, sendo que, de acordo com Bertavello (2006, p. 1) “a experiência das três



últimas décadas mostrou igualmente que este crescimento se ajustou às demandas da clientela e aos modismos de exercícios físicos” afirmando ainda que tal fato proporcionou as academias de ginástica um novo sentido operacional de marketing, não mais preso a tradição de liderança personalizada, baseada em seus gestores que permeava o segmento até então (BERTEVELLO, 2006).

O crescimento na procura por academias de ginástica para realização de atividades físicas no Brasil continuou em crescimento nos anos seguintes, e de acordo com o Conselho Federal de Educação Física (CONFEF) em 2010 existiam mais de 16 mil estabelecimentos do ramo no Brasil, transformando-o no segundo país com o maior número de academias de ginástica no mundo, sendo que, de acordo com a publicação, dentro dos estados brasileiros, no ano em que os dados foram coletados, São Paulo possuía o maior número de estabelecimentos com aproximadamente 6.400, seguido por Santa Catarina, com 1.788 academias registradas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa em questão apresenta enquadramento descritivo, utilizando-se deste método para apresentar as características de determinadas populações ou fenômenos, de natureza básica, sendo este um estudo de caso, enquadrado com a junção do modelo quantitativo e qualitativo, trabalhando com diferentes técnicas de interpretação que auxiliem na compreensão de múltiplos significados presentes em um sistema de tal complexidade (NEVES, 1996; GIL, 2002; RODRIGUES, 2007).

O estudo foi desenvolvido em uma academia de ginástica de porte médio/grande, com aproximadamente 950 alunos matriculados por mês, localizada na região central da cidade de Brusque, estado de Santa Catarina. Para coleta de dados foi utilizada a pesquisa documental, que de acordo com Almeida, Guindani e Sá-Silva (2009, p.6) caracteriza-se por recorrer a dados primários, que ainda não receberam tratamento analítico por parte de especialistas,

objetivando dessa forma a coleta de dados em diferentes fontes que permitam colher informações relevantes sobre a situação pesquisada.

Os dados obtidos através da análise de documentos e relatórios, fornecidos pelo responsável técnico na gestão do estabelecimento apresentam as matrículas dos clientes da organização, subdivididos nas atividades de musculação e ginástica (a qual engloba as modalidades de aeróbica, Zumba, aula de ritmos, RPM/Bike indoor, Pilates de grupo e Aero Boxe), os quais serão apresentados posteriormente através de séries anuais, compreendendo o período entre setembro de 2008 e julho de 2016.

Os dados coletados são observados mensalmente formando uma série temporal. A análise busca encontrar a existência de tendência e de sazonalidade. Não foi possível obter dados referentes à frequência dos alunos uma vez que o sistema de gestão não fornece dados detalhados sobre cada cliente.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Os resultados obtidos durante a pesquisa, utilizando-se das diferentes técnicas previamente mencionadas, serão apresentados nesta seção, utilizando-se da combinação de gráficos e informações tabuladas, contendo o número de alunos matriculados mensalmente na academia abordada, dentro do período já mencionado.

É necessário ressaltar que, devido ao objetivo da pesquisa, os dados correspondem exclusivamente ao número de clientes matriculados e ativos, não levando em consideração o perfil sócio demográfico dos usuários ou a frequência com a qual os mesmos comparecem as atividades, possibilitando desta forma a melhor identificação de variações sazonais e comparação com outros estudos já empreendidos por diferentes autores.

Os dados apresentados nas Figuras 2 a 10 compreendem toda a série histórica coletada nesta pesquisa, onde é possível observar os números totais de alunos matriculados, a divisão de clientes por modalidades e as variações



mensais. Pode-se observar um padrão de uma leve diminuição no número de alunos nos meses de novembro e dezembro, quando comparado aos meses anteriores e, posteriormente, o mês de janeiro com uma quantidade bastante inferior de

alunos matriculados, seguidos por um aumento substancial nos meses seguintes, até um período de menor oscilação entre os meses de abril e outubro.

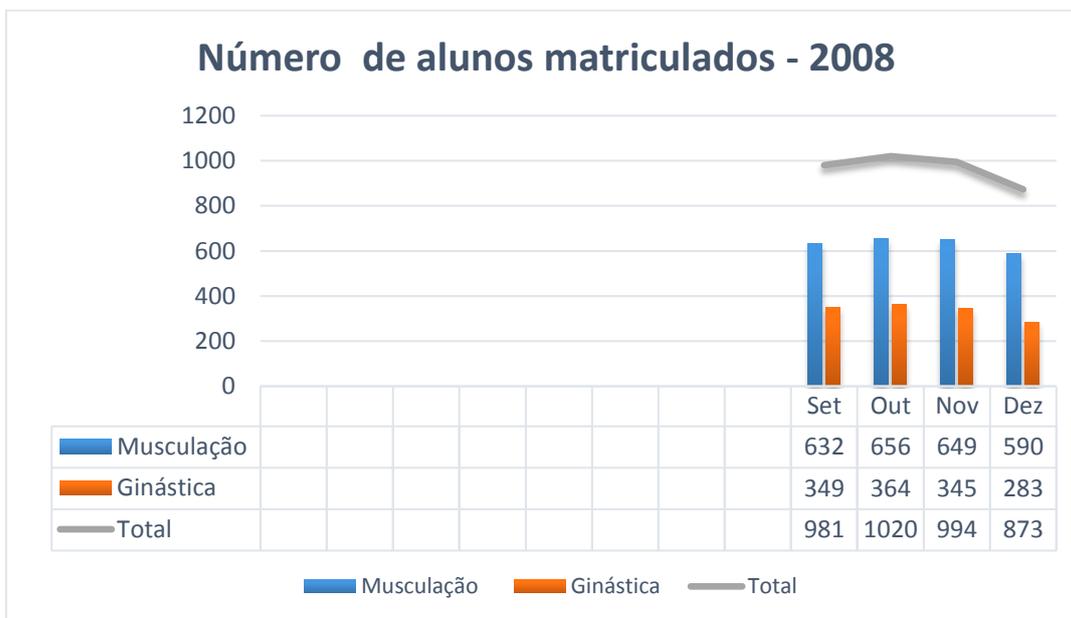


Figura 2: Alunos matriculados - 2008
Fonte: Dados da pesquisa

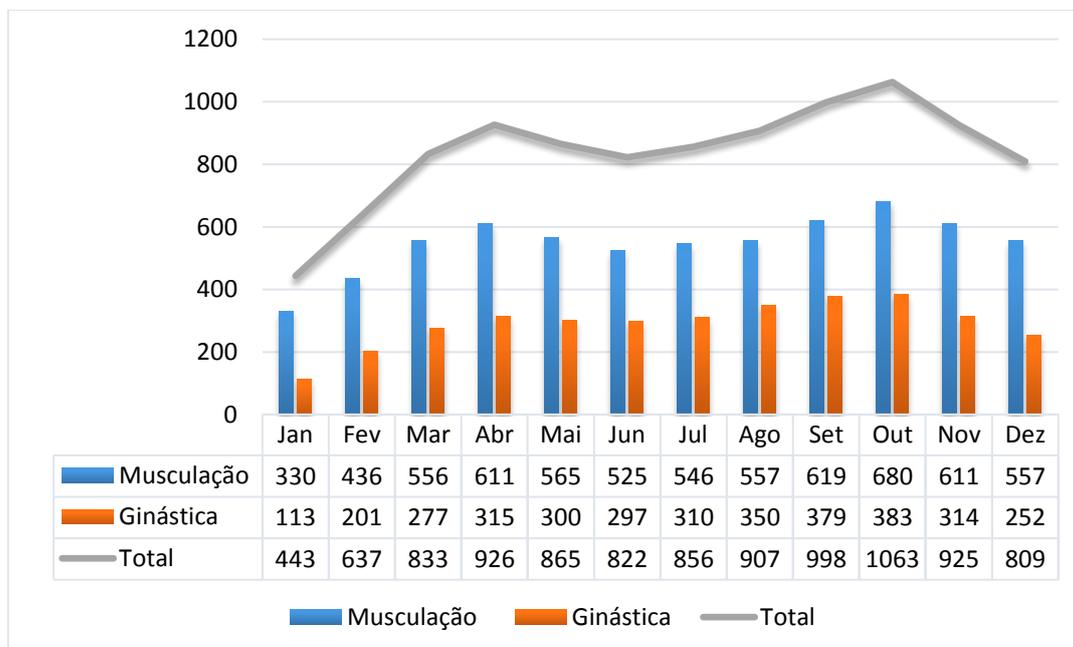


Figura 3: Alunos matriculados - 2009
Fonte: Dados da pesquisa



Observa-se que este padrão repetiu-se entre os anos de 2008 e 2011, sempre possuindo no mês de outubro a maior quantidade no

número total de alunos matriculados na academia.

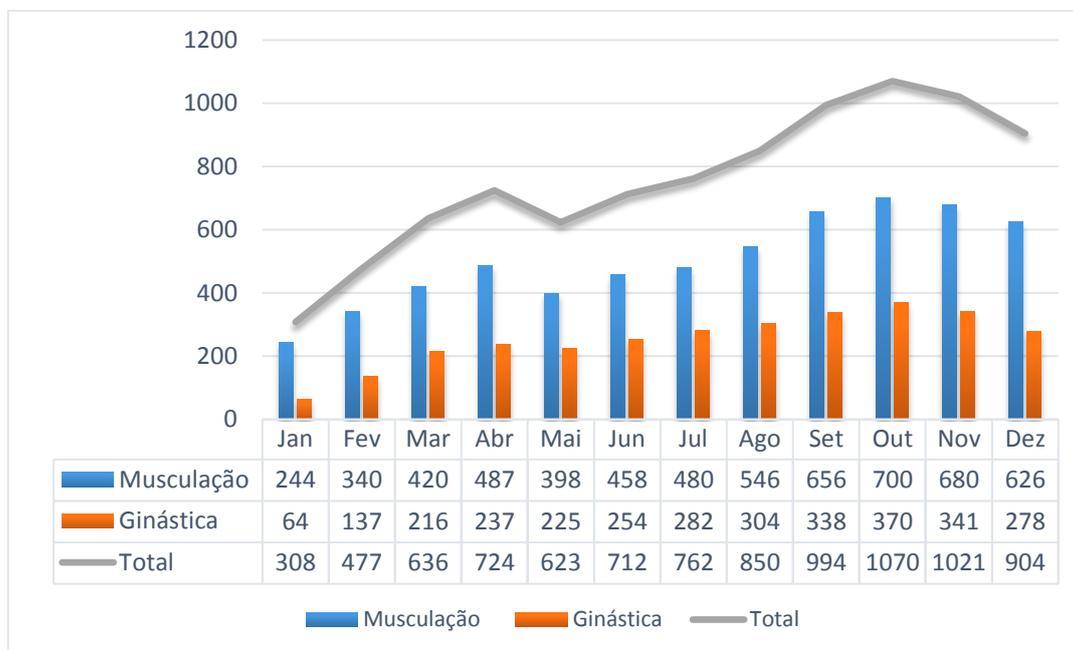


Figura 4: Alunos matriculados - 2010
Fonte: Dados da pesquisa

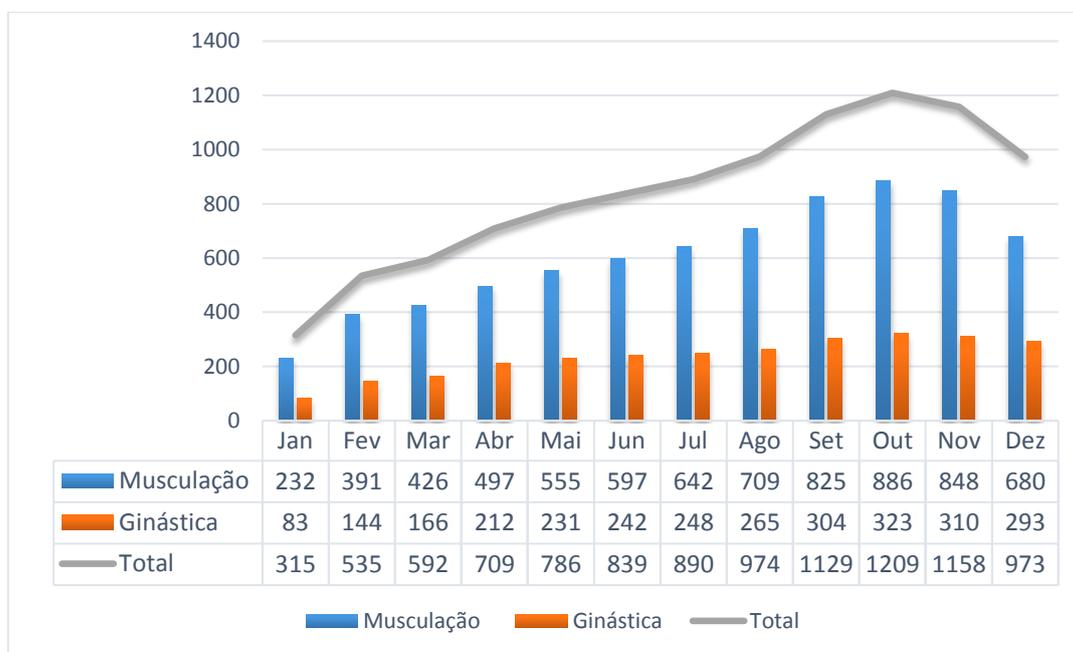


Figura 5: Alunos matriculados - 2011
Fonte: Dados da pesquisa



Nos dados referentes ao ano de 2012 é possível observar uma pequena alteração em relação aos anos anteriores, com o mês de maio apresentando o maior pico no número de alunos matriculados, seguido por uma queda e

crescimento progressivo até o mês de dezembro, onde número total de alunos matriculados atinge um patamar próximo ao que havia sido observado no mês de maio.

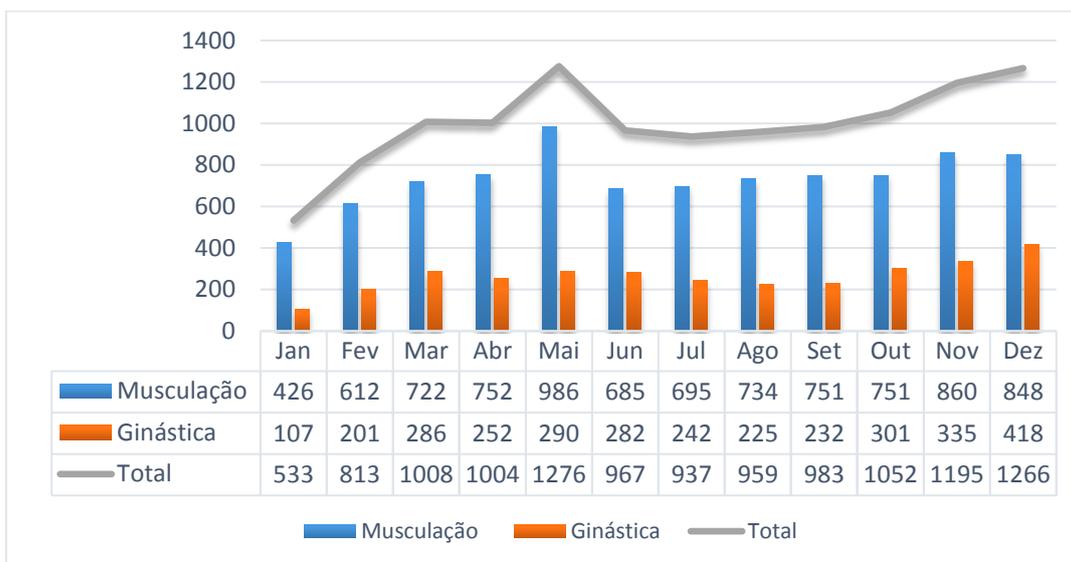


Figura 6: Alunos matriculados - 2012

Fonte: Dados da pesquisa

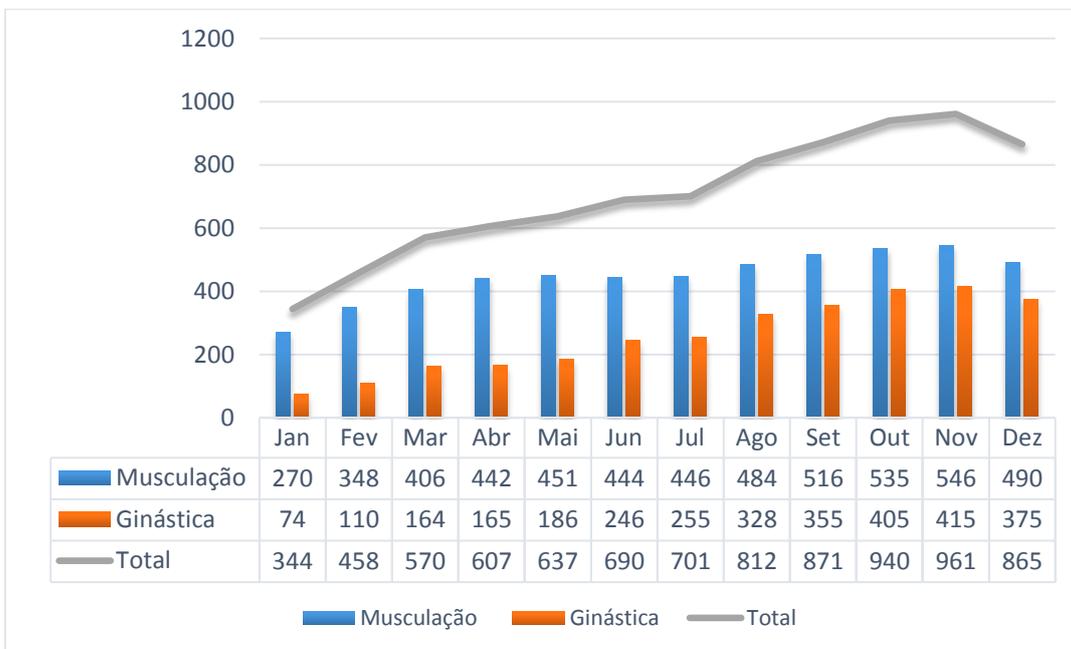


Figura 7: Alunos matriculados - 2013

Fonte: Dados da pesquisa



Através da Figura 7, pode-se verificar que o ano de 2013 voltou a possuir um padrão de variação no número de alunos similar aos

observados entre 2008 e 2011, algo repetido no ano de 2014, este, porém com um aumento robusto no número total de alunos.

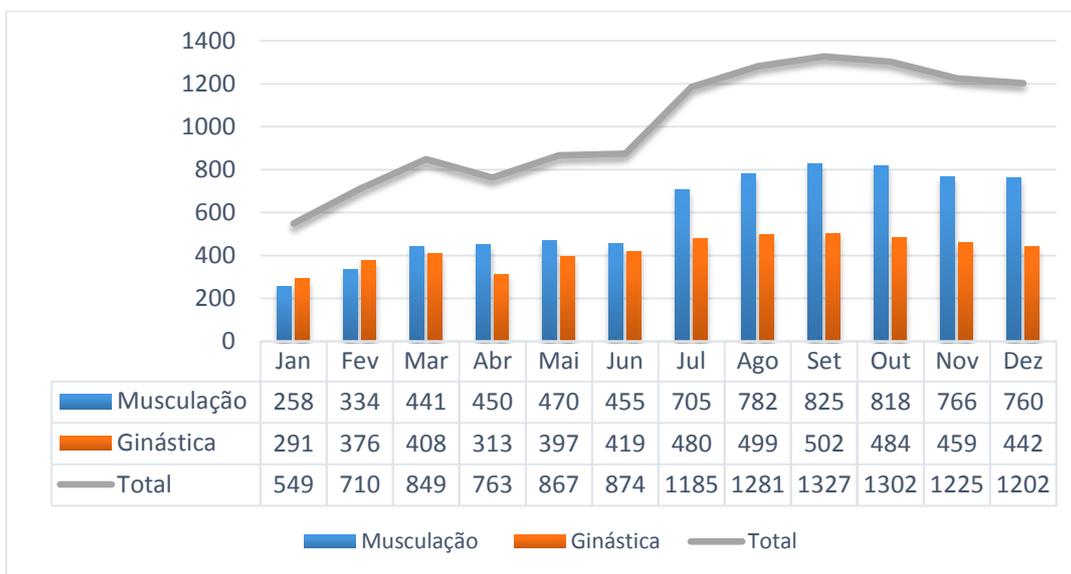


Figura 8: Alunos matriculados - 2014

Fonte: Dados da pesquisa

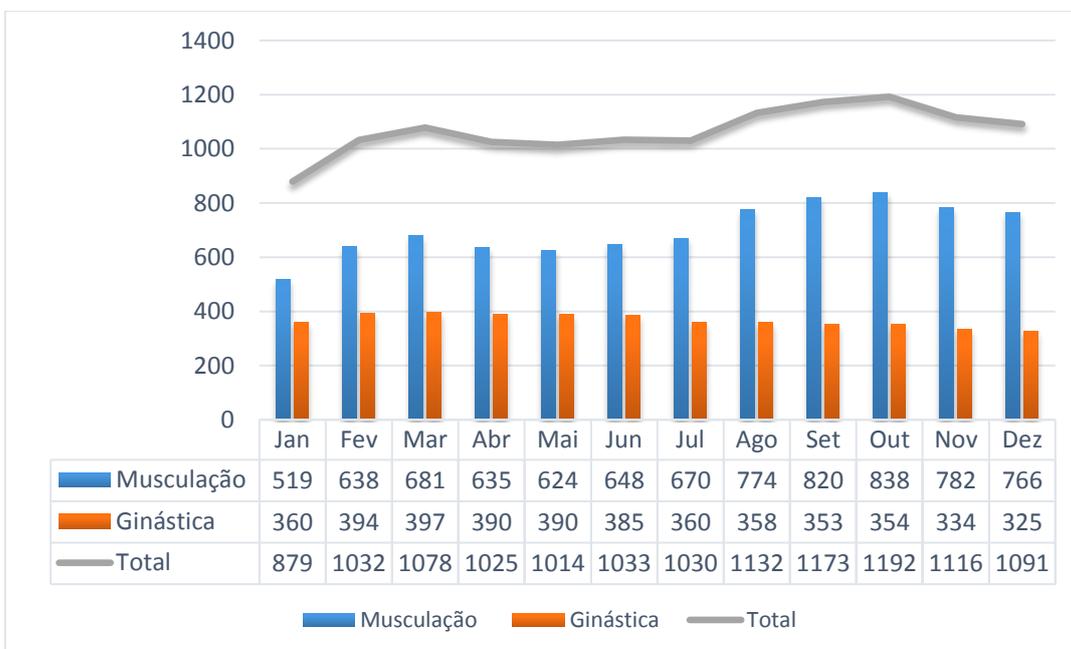


Figura 9: Alunos matriculados - 2015

Fonte: Dados da pesquisa



O ano de 2015 apresenta uma variação menor na quantidade de alunos matriculados mensalmente, mantendo números mais próximos de janeiro a dezembro do que os observados em anos anteriores, enquanto os meses do ano de

2016, analisados de janeiro a julho, voltam a apresentar um padrão com baixo número de alunos nos dois primeiros meses do ano, seguidos de crescimento nos outros meses.

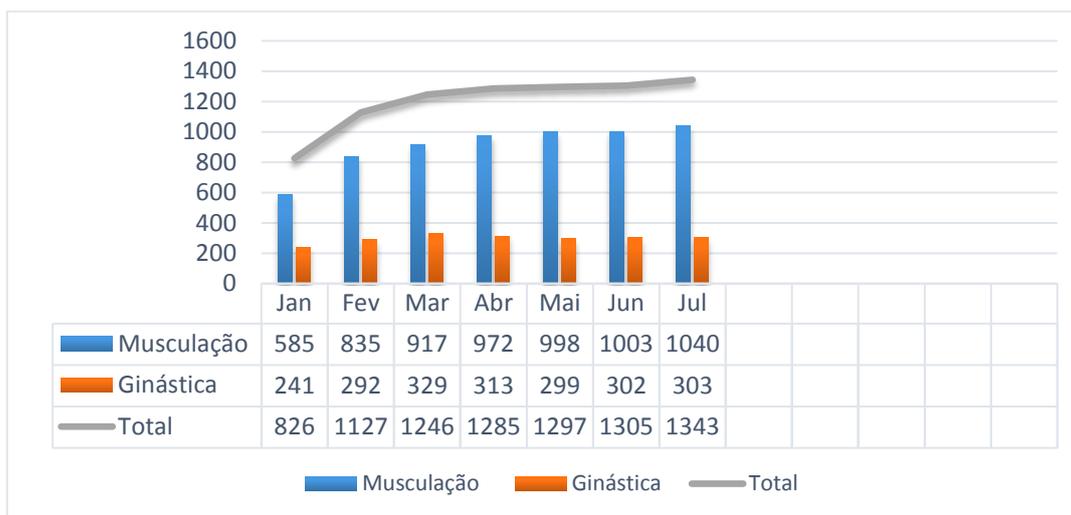


Figura 10: Alunos matriculados - 2016

Fonte: Dados da pesquisa

Os dados analisados apontam os primeiros meses de cada ano como os de maior incidência na diminuição de seu número de clientes, com este padrão já começando no mês de dezembro do ano anterior, o que vai ao encontro com os dados levantados por Cárdenas, Amboni e Dias (2014), onde padrão similar a este foi observado em academia de ginástica da cidade de Florianópolis, também no estado de Santa Catarina. Percebe-se ainda que, mesmo com diferentes modalidades oferecidas, os padrões de variação apresentam certa similaridade entre as atividades de musculação e ginástica, contudo, nota-se que as modalidades aqui definidas como ginástica possuem uma oscilação menor no número de alunos matriculados durante o ano, mantendo uma quantidade estável de clientes, entretanto deve-

se salientar que tais atividades possuem um número de usuários consideravelmente inferior aos apresentados na musculação, mais uma vez alinhando-se a análise exercida pelos autores previamente citados.

Na Figura 11 pode-se observar uma série temporal da quantidade de clientes da academia em Brusque, e a tendência, no caso uma reta (tendência linear), que mostra um crescimento no longo prazo. Há também uma variação sazonal que se repete todos os anos, devido provavelmente às férias de final de ano e ao clima mais quente do verão. No ano de 2013 verifica-se que o número de frequentadores sofre uma queda não esperada. Não foi possível com os dados coletados explicar a causa da anomalia no número de frequentadores em 2013.

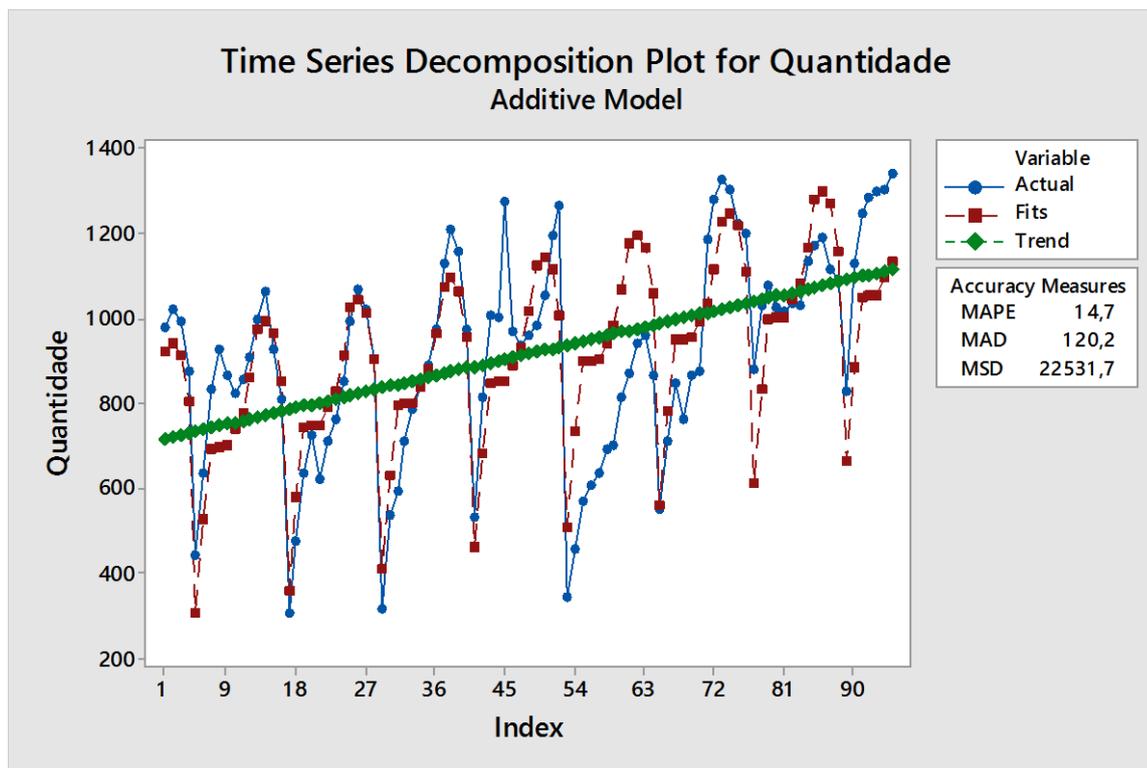


Figura 11 - Análise da Tendência da Quantidade de Clientes da Academia

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das informações coletados e analisadas no presente estudo e, diante dos objetivos traçados ao início da pesquisa, foi possível analisar que existem variações sazonais na academia de ginástica abordada, consistentes com os estudos previamente realizados. Verificou-se a existência de uma tendência de crescimento no número de clientes ao longo dos anos.

Em detrimento das diferenças entre as regiões onde se localizam a cidade de Brusque e a cidade de Florianópolis, ambas no estado de Santa Catarina, observou-se um padrão de comportamento sazonal por parte dos usuários bastante similar, corroborando ainda mais para o entendimento de que atividades sociais de fim de ano, recessos escolares e empresariais, fatores climáticos e calendário exerçam grande influência sobre o comportamento dos usuários. As cidades em questão possuem fluxos de

pessoas distintos nos meses de maior oscilação no número de alunos, entre dezembro e fevereiro, contudo, em ambos os estudos foi observado um comportamento comum entre os clientes neste período.

Por parte dos gestores de academias de ginástica, a observação e análise destes dados fornecem um subsídio importante no planejamento da organização, estruturando-se de maneira a compreender melhor os desejos e necessidades de seu público alvo, podendo desta forma, elaborar pacotes de produtos e serviços que venham a permitir uma maior aderência dos usuários nos meses que apresentam maior variação sazonal.

Diante da contribuição do presente estudo e das limitações que o mesmo possui, estima-se que a pesquisa sobre a sazonalidade em academias de ginástica possa ser ampliada em novas investigações, especialmente no que



diz respeito ao relacionamento entre as informações referente ao número de alunos, a frequência dos mesmos e a modalidade de plano contratada. Uma nova comparação entre diferentes estabelecimentos com perfis distintos tanto do estabelecimento como dos frequentadores pode fornecer uma ferramenta para que os gestores possam adequar suas estratégias ao mercado.

REFERÊNCIAS

Arsego, N. R. **Motivação à Prática de Atividades Físicas em Academias de Ginástica: Uma Revisão de Literatura**. 2012. 61 f. Monografia (Graduação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Escola de Educação Física, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/70330/000875928.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 de agosto de 2016.

Almeida, Cristóvão D. de; Guindani, Joel F.; SÁ-Silva, Jackson R. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas**. São Leopoldo, Revista Brasileira de História & Ciências Sociais, 2009. 15 p.

Bella, Marcelo. **Gestão de academias no Brasil**. Jornal da Musculação e Fitness, n. 83. São Paulo: CNB Edições e Publicações, 2011. 102 p.

Bertevello, Gilberto. **Academias de ginástica e condicionamento físico – Desenvolvimento**. In: da Costa, Lamartine (Org.). Atlas do esporte no Brasil. Rio de Janeiro: Confef, 2006. Disponível em: <http://cevf.org.br/arquivo/biblioteca/4013374.pdf>. Acesso em: 08 de agosto de 2016.

Capinussú, José Maurício. **Academias de ginástica e condicionamento físico: origens**. In: da Costa, Lamartine (Org.). Atlas do esporte no Brasil. Rio de Janeiro: Confef, 2006. Disponível em: <http://www.atlasesportebrasil.org.br/textos/145.pdf>. Acesso em: 04 de agosto de 2016.

Anomalias no número de frequentadores da academia como o constatado em 2013 podem ser explicados com a comparação com outras academias no mesmo período e da análise de fatores econômicos. Estas explicações devem ser avaliadas em trabalho futuro devido a necessidade de utilizar dados de outras fontes indisponíveis no momento.

Cárdenas, Alfredo Ribeiro; Amboni, Nério; Dias, Júlio da Silva. **Análise da Sazonalidade em uma Academia de Ginástica de Florianópolis, Santa Catarina**. PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review Vol. 3, N. 1, p. 29-37, Janeiro/Junho 2014.

Chiavenato, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 411 p.

Ciribeli, João Paulo et. al. **A Sazonalidade da Prestação de Serviços de Terraplenagem: Um ensaio teórico empírico na empresa Laf Terraplenagem Ltda**. X Congresso Online – Administração. CONVIBRA, 2013: Disponível em: http://www.convibra.org/upload/paper/2013/36/2013_36_8022.pdf. Acesso em: 09 de novembro de 2016.

Cobra, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. 428 p.

Confef – Conselho Federal de Educação Física. **Brasil é o segundo país do mundo em número de academias de ginástica**. Disponível em: <http://www.confef.org.br/extra/clipping/view.asp?id=4>. Acesso em: 29 de agosto de 2016.

Furtado, Roberto P. **Do fitness ao wellness: os três estágios de desenvolvimento das academias de ginástica**. PENSAR A PRÁTICA 12/1: 1-11, jan./abr. 2009. Disponível em: file:///C:/Users/07142094907/Downloads/BoletimE F.org_Do-fitness-ao-wellnes-desenvolvimento-das-academias-de-ginastica.pdf. Acesso em: 26/02/2016



GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

Hylleberg, S. *Modelling Seasonality*, Oxford University Press, 1992.

IBGE. **Brasil em síntese**. Disponível em: <http://brasilemsintese.ibge.gov.br/servicos.html>. Acesso em: 12/04/2016

International Health, Racquet & Sportsclub Association. (2017). *The 2017 IHRSA Global Report*. Boston, MA: IHRSA.

Lima, Juvêncio Braga de; Andrade, Daniela Meirelles. **Elementos situacionais e práticas de gestão em academias de ginástica**. In: EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 3., 2003, Brasília. Anais... Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 915-932.

Motta, E. M. & Moraes, M. C. B. (2017). Proposta de atributos de serviços e de indicadores de desempenho para academias fitness. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 6(1), 124-145.

Neves, José Luis. **Pesquisa Qualitativa – Características, Usos e Possibilidades**. Caderno de Pesquisas e Administração, São Paulo, Vol. 1, n. 3, 2º Semestre, 1996.

Nobre, Leandro. **(Re)projetando a academia de ginástica**. Guarulhos, SP: Phorte, 1999.

Ogeda, Alessandra. **Santa Catarina só perde para São Paulo em número de academia de ginásticas**. Disponível em: <http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2011/07/santa-catarina-so-perde-para-sao-paulo-em-numero-de-academias-de-ginastica-3379110.html>. Acesso em: 30/11/2016

Porter, Michael E. **Estratégia competitiva**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 7ª Reimpressão. 409 p.

Rodrigues, William Costa. **Metodologia Científica**. Paracambi, FAETEC/IST, 2007.

Rojas, P. N. C. **Aderência aos Programas de Exercícios Físicos em Academias de Ginástica na Cidade de Curitiba – PR**. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

Saba, Fabio. **Aderência à prática do exercício físico em academias**. 1. ed. São Paulo: Manole, 2001. 120 p.

Santos, Célio Corrêa et. al. **A Gestão Contábil nas Atividades do Agronegócio e Agropecuário como Ferramenta Gerencial para Tomada de Decisões nos Períodos de Sazonalidade**. XLV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Londrina, 22 a 25 de julho de 2007. 15 p. Disponível em: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/149605/2/34.pdf>. Acesso em: 09 de novembro de 2016.

Santos, Luciano Costa; GOHR, Cláudia Fabiana; Vervakis, Gregório. **Um método para identificação e análise das competências e recursos estratégicos das operações de serviços**. Gestão e Produção, São Carlos, v. 18, n. 4, p. 791-808, 2011.

Souza, Marinella. **Começa o movimento sazonal nas academias de ginástica**. Juiz de Fora, 2008. Disponível em: <http://www.acesa.com/saude/arquivo/noticias/2008/09/16-academias>. Acesso em: 30/11/2016.

Souza, Nali de Jesus de. **Desenvolvimento econômico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 415 p.

Viceconti, Paulo. E. V.; Neves, Silvério das. **Introdução à economia**. 8. ed. São Paulo: Frase Editora, 2007. 622 p.

Tavares, M. C. **Gestão estratégica**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2005. 440 p.

XIA, Tom. **To gym, or not to gym**. 2013. Disponível em: <http://economicstudents.com/2013/08/to-gym-or-not-to-gym>. Acesso em: 30/11/2016