# A INFLUÊNCIA DE MODELOS DE GESTÃO SOBRE ACADEMIAS ESPECIFICAMENTE FEMININAS

RAUL VICTOR FERNANDES DA COSTA
PAULO LANES LOBATO
Universidade Federal de Viçosa, Viçosa – Minas Gerais, Brasil
raul.costa@ufv.br

**Resumo**

Este levantamento é parte do estudo "Perfil dos usuários e características de academias femininas". A compreensão da percepção das mulheres em relação ao mercado de academias femininas se constitui em pertinente instrumento de orientação e análise no intuito de permitir, a expansão e melhorias neste segmento, como também identificar e analisar os pressupostos que tem subsidiado esse processo. O objetivo desta pesquisa foi compreender e comparar a satisfação de clientes e características de academias exclusivamente femininas franqueadas ou não de cidades da região da Zona da Mata, no interior de Minas Gerais. A amostra foi composta por 98 mulheres, 66 da cidade da academia não-franqueada e 32 da academia franqueada. Foi aplicado um questionário não-validado às frequentadoras das academias que se dispuseram a participar da pesquisa, tendo previamente assinado um termo de consentimento livre e esclarecido. Para a análise dos dados foi utilizada estatística descritiva do programa Microsoft Excel. O estudo foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPH) da UFV, tendo sido aprovado na Plataforma Brasil pelo, registrado pelo CAAE número 16372413.0.0000.5153. No presente estudo também foram analisadas as características que compõem o perfil dos usuários, constatando-se que, as freqüentadoras da academia franqueada possuem um perfil mais 'formal' do que as demais. O presente estudo constatou que, embora a utilização de um modelo de gestão interfira nas decisões das clientes, considerando o público exclusivamente feminino, aqueles que utilizam processos similares ao de uma academia 'comum' mostraram-se mais satisfeitos com os serviços e formas de tratamento. Verificou-se também que os resultados apresentados divergem dos resultados de estudos anteriores, como o de Lima e Maffia (2010), nas questões dos objetivos dos indivíduos e escolha do ambiente para prática de atividade física.

## Introdução

Ao longo de toda história é perceptível a preocupação geral da população em torno do combate ao sedentarismo, comportamento caracterizado pela ausência ou insuficiência de atividade física, que, como enfatizado por Pitanga e Lessa (2005), está associado a diversas doenças coronarianas e cardiovasculares. Uma importante opção de espaço de prática de atividade física são as academias de ginástica, as quais dispõem de estrutura e orientação adequadas, e onde se observam, concomitantemente, uma infinidade de possibilidades mercadológicas. Nesse sentido nos chamam atenção as academias exclusivamente femininas, as quais proporcionam um serviço específico, 'identificado' ao seu público, possibilitando o acesso de forma mais confortável à atividade física, que, como ressaltado por Rocha, Peito e Zazá (2011), traz diversos benefícios ao corpo, como por exemplo, a possibilidade de manutenção da saúde, além de melhorias no campo sócio-afetivo e psicológico.

Dentre as academias femininas, destacamos os modelos franqueados da *Curves* e da *Contours*, ambas de origem norte-americana e com outra destacada característica em comum:

o modelo de gestão e treinamento próprios. No entanto, no Brasil, não é difícil encontrar academias de ginástica para mulheres que ofereçam serviços de halterofilismo e exercícios aeróbicos, comuns de academias mistas, em contraposição às academias 'franqueadas', que, como evidenciado por Neiva, Gomes e Costa (2007), utilizam-se de métodos de treinamento específico, em circuitos, que duram trinta minutos, com atividades cardiovasculares e de fortalecimento muscular, tendo como foco o emagrecimento. Outra característica dessas academias é a ausência de espelhos e outros equipamentos normalmente vistos em academias de ginástica.

Embora o sucesso dessas academias franqueadas seja notável, devido a sua disseminação no mercado do fitness, existe, ainda, um número considerável de academias que não adotam um modelo de gestão próprio, o qual se aproxima daquele utilizado nas academias mistas ou 'comuns'. Destaque-se que, sobre modelos de gestão, adaptando-se à realidade das academias, trata-se de gerir rotinas, que possibilitem o melhor processamento e organização de espaços e materiais utilizados para prática da atividade física, tornando esses espaços disponíveis para a idealização e desenvolvimento de novos projetos e/ou metodologias que atendam ao mercado onde se está inserida (PIRES e LOPES, 2001).

Sendo assim, o presente estudo visa compreender e comparar a satisfação de clientes e características de academias exclusivamente femininas franqueadas ou não de cidades da região da Zona da Mata, no interior de Minas Gerais.

**Metodologia**

Para o presente estudo, de natureza quali-quantitativa, foram realizados, junto às academias que concordaram em participar do estudo, permitindo o levantamento de dados quanto a clientes ativos e inativos. Foi ainda aplicado às alunas matriculadas um questionário, constando de questões referentes a características da academia, motivos de adesão e satisfação quanto à estrutura e serviços.

Compuseram a amostra 98 mulheres, sendo 66 da Performance Academia, da cidade de Ubá, Minas Gerais, e as demais 32 da Academia Curves, de Juiz de Fora, Minas Gerais. Para análise dos dados foi utilizada estatística descritiva do programa Microsoft Excel ®.

O projeto referente a esta pesquisa foi submetido e aprovado junto ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Viçosa, registrado pelo CAAE número 16372413.0.0000.5153.

**Resultados**

Com os dados levantados em duas academias, uma franqueada e outra não, podem perceber índices diferente de evasão entre as duas organizações. A tabela 1 apresenta a taxa de evasão das clientes em cada academia, sendo que, notou-se uma maior taxa de evasão na academia franqueada, a qual utiliza modelo próprio de gestão.

Distribuição de alunas ativas e inativas entre academias femininas

| Academia | Alunas Ativas | Alunas Inativas |
|---|---|---|
| Curves - Juiz de Fora | 106 | 357 |

| | | |
|---|---|---|
| Performance - Ubá | 458 | 874 |

Tabela 1: Quantidade de alunas ativas e inativas das academias estudadas

Ao comparar outros aspectos relacionados às freqüentadoras de academias femininas, foi traçado, a partir das respostas do questionário, um perfil para cada uma. As tabelas de 2 a 5 demonstram as características sobre o perfil das usuárias, tais como faixa etária, renda mensal, estado civil e escolaridade.

Distribuição da Idade das Frequentadoras de Academias Exclusivamente Femininas

| Faixa Etária | Franqueada | Não-Franqueada | Total |
|---|---|---|---|
| Entre 18 e 25 | 9* | 30* | 39 |
| Entre 26 e 35 | 8 | 20 | 28 |
| Entre 36 e 40 | 8 | 5 | 13 |
| Entre 41 e 50 | 1 | 8 | 9 |
| Acima de 51 | 6 | 3 | 9 |
| Total | 23 | 36 | 98 |

* Faixa com maior número de respondentes.

Tabela 2: Distribuição da idade dos indivíduos em faixas etárias.

Distribuição da Renda Mensão de Usuárias de Academias Exclusivamente Femininas

| Renda Mensal | Franqueada | Não-Franqueada | Total |
|---|---|---|---|
| Até 1 salário mínimo | 4 | 23* | 27 |
| 1 \|-- 2 Salários | 8* | 21 | 29 |
| 2 \|-- 4 Salários | 7 | 18 | 25 |
| 4 \|-- 7 Salários | 7 | 3 | 10 |
| 7 Ou mais salários | 6 | 1 | 7 |
| Total | 32 | 66 | 98 |

* Faixa com maior número de respondentes.

Tabela 3: Distribuição da renda mensal média dos indivíduos.

Distribuição das frequentadoras de academias femininas por estado civil

| Estado Civil | Franqueada | Não- Franqueada | Total |
|---|---|---|---|
| Solteira | 11 | 37* | 48 |
| Casada | 20* | 24 | 44 |
| Divorciada | 1 | 2 | 3 |
| Separada | 0 | 1 | 1 |
| Viúva | 0 | 2 | 2 |
| Total | 32 | 66 | 98 |

* Faixa com maior número de respondentes.

Tabela 4: Distribuição das freqüentadoras de academias femininas por estado civil nas academias franqueadas ou não-franqueadas, Minas Gerais, 2013.

| **Distribuição das frequentadoras de academias femininas por nível de escolaridade** | | | |
|---|---|---|---|
| Nível de Escolaridade | Franqueada | Não-Franqueada | Total |
| Ens. Fundamental Incompleto | 0 | 8 | 8 |
| Ens. Fundamental Completo | 4 | 9 | 13 |
| Ens. Médio Incompleto | 4 | 16* | 20 |
| Ens. Médio Completo | 4 | 16* | 20 |
| Ens. Superior Incompleto | 1 | 0 | 1 |
| Ens. Superior Completo | 9 | 12 | 21 |
| Pós Graduada | 10* | 5 | 15 |
| Total | 32 | 66 | 98 |
| *** Faixa com maior número de respondentes.** | | | |

Tabela 5: Análise do nível de escolaridades das freqüentadoras de academias femininas franqueadas ou não-franqueadas.

A tabela 6 mostra a distribuição quanto aos motivos que levaram à utilização de academias exclusivamente femininas.

Distribuição média dos motivos de escolha por academia exclusivamente feminina

| **Motivo de escolha da academia** | **Franqueada** | **Não-Franqueada** |
|---|---|---|
| Qualidade dos profissionais; | 4,02* | 4,56** |
| Ambiente e Estrutura; | 4,07** | 5,34 |
| Atendimento; | 4,1 | 4,5* |
| Localização; | 5,02 | 5,75 |
| Privacidade; | 5,55 | 5,41 |
| Preço; | 5,92 | 6,44 |
| Presença/Ausência de Homens; | 6,15 | 6,09 |
| Comodidade; | 6,4 | 4,81 |
| Tratamento Diferenciado | 6,69 | 4,72 |
| Indicação de Amigos; | 6,76 | 7,38 |

* Valor mais relevante;

** Valor secundariamente mais relevante.

Tabela 6: Distribuição de indicação média dos motivos de inserção de mulheres em academias exclusivamente femininas.

Quanto aos motivos que levaram à inserção dessas mulheres no ambiente das academias femininas, obtivemos os resultados observados no gráfico 1.

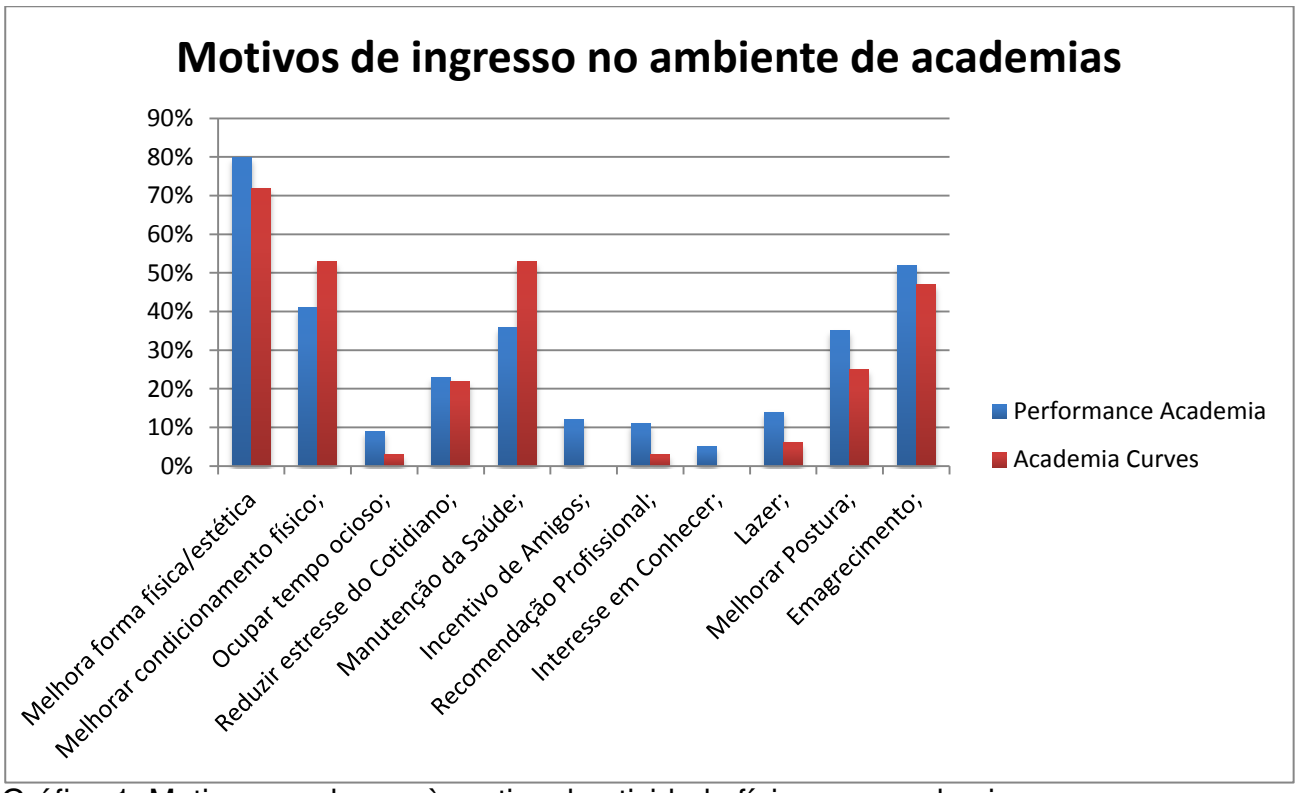


Gráfico 1: Motivos que levam à pratica de atividade física em academias.

No gráfico 2 são apresentados os dados obtidos no que diz respeito à satisfação dos clientes de acordo com características da academia.

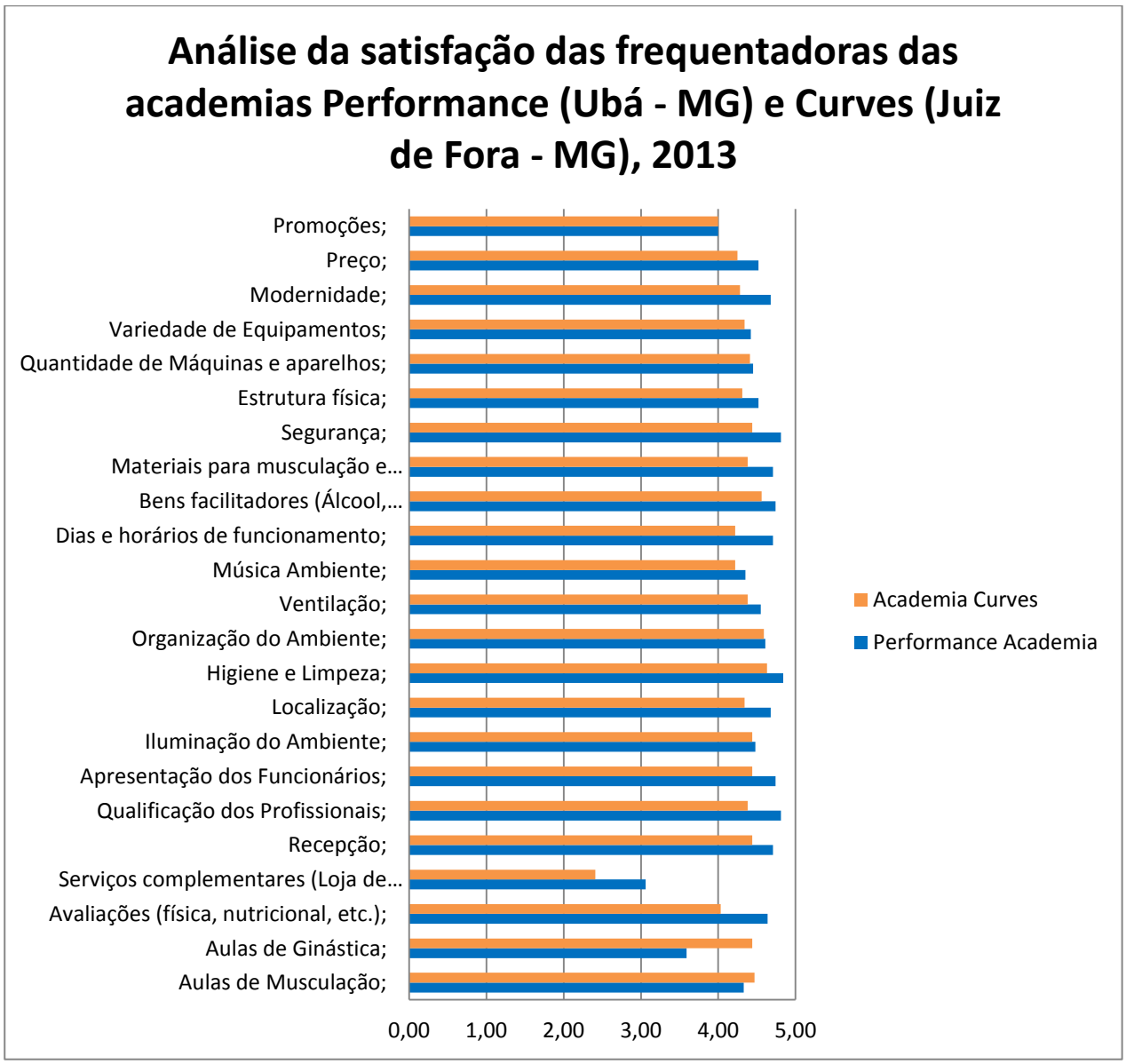

Gráfico 2: Comparação e análise da satisfação de freqüentadoras de academias femininas.

## Discussão

Os resultados apresentados demonstram que, a partir da utilização de diferentes modelos de gestão, mesmo para um público já delimitado, como no caso, mulheres, há uma alteração no perfil de cliente atendido, como se pôde perceber nos dados apresentados nas tabelas de 2 a 5. Percebem-se, também, alterações no que diz respeito às intenções das clientes quanto à utilização das academias. Analisando o gráfico 1 nota-se a referencia à diferença de percepção das freqüentadoras da academia franqueada quanto a questões relativas a saúde, o que permite inferir como causa determinante, a filosofia de trabalho imposta pelo modelo de gestão seguido, enquanto as freqüentadoras da academia não franqueadas, a qual utiliza um modelo de gestão mais flexível, apresentam anseios voltados a questões referentes à estética e ao bem-estar. Vale ressaltar que as duas academias utilizam um modelo de gestão, porém, uma delas apresenta um modelo 'padronizado' de gestão, enquanto a outra utiliza de um modelo comum, presente na grande maioria das academias de ginástica, sejam elas exclusivamente femininas ou mistas.

Quanto aos motivos da escolha do ambiente exclusivamente feminino, a população estudada se difere de outras, como a abordada na pesquisa de Lima e Maffia (2005), a qual aponta que, a ausência de homens é um fator determinante no momento da escolha do ambiente exclusivamente feminino, visto que o público estudado valoriza mais questões como atendimento e localização em detrimento da exclusividade feminina no ambiente.

A satisfação dos clientes, porém, expõe dados em detrimento à implantação do modelo de gestão da academia franqueada, visto que, as freqüentadoras da academia não-franqueada apresentaram maiores índices de satisfação com os serviços e a forma como são prestados, contrariando idéias como as defendidas por Capinussú (1979), de que os modelos de gestão esportiva visam aprimorar a forma de gerenciar questões administrativas e/ou da prática esportiva objetivando a obtenção de melhores resultados.

Comparando este ao estudo anterior, ocorrido na cidade de Divino-MG (Costa e Lobato, 2013), os entrevistados mostram-se mais satisfeitos com os serviços prestados e tem um perfil bastante diferenciado, principalmente em questões de idade, escolaridade e renda mensal. Ainda, estudos como Araujo et al. (2007) ressaltam a importância da motivação para a participação em atividades físicas, sendo que, em cidades de maior porte, existe uma maior preocupação geral com a manutenção da saúde e condições gerais de vida, aumentando o interesse pela atividade física.

## Considerações Finais

Indiretamente, este estudo demonstra a importante consciência da população feminina de cidades de médio e grande porte do estado de Minas Gerais quanto a pratica de atividades físicas, sendo que, da população estudada, houve uma grande variação entre idades e intenções quanto à prática de atividade física. Os resultados apontam também que, a utilização de um modelo de gestão rígida ou flexível não implica em diferenças significativas quanto à satisfação dos clientes.

Ainda no que se diz respeito à satisfação dos grupos estudados, quando comparados de acordo com a academia onde estão inseridos, embora a satisfação média dos freqüentadores da academia que não conta com um modelo 'rígido' de gestão seja superior àquela relativa à academia franqueada, não há diferença significativa, o que pode ser justificado pelo não conhecimento dos valores de mensalidade e/ou promoções estabelecidas e pelo pequeno número de participantes.

Este estudo suscitou muitas questões e pode ainda determinar outras estudos, bem como pode servir de base a empreendedores os quais tenham algum interesse na construção gestão de academias que atendam públicos específicos.

## Referências Bibliográficas

ARAUJO, A. S. et al. Fatores Motivacionais que levam as pessoas a procurarem por academias para a prática de exercício físico. EFDeportes.com, Revista Digital. v. 12, n. 115, 2007. Disponível em: <http://goo.gl/Zg1hHY>.

CAPINUSSÚ, J. M. Teoria organizacional da educação física e desportos. São Paulo: Ibrasa, 1979.

COSTA, R. V. F.; LOBATO, P. L. O perfil das mulheres que frequentam academias na cidade de Divino – MG. The FIEP Bulletin. v. 83, Special Edition, p. 45-50, 2013.

LIMA, A. A.; MAFFIA, R. M. Motivos de adesão à prática de atividades físicas em academias femininas. EFDeportes.com, Revista Digital. v. 15, n. 143, 2010. Disponível Em: <http://goo.gl/goRwbB>.

NEIVA, G.; GOMES, E. M. P.; COSTA, J.S. Academia de Ginástica só para Mulheres: Inovação ou Tradição? In: XV Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte - II Congresso Internacional de Ciências do Esporte, Recife/Olinda, PE, 2007.

PIRES, G. M. V. S.; LOPES, J. P. S. R. Revista Portuguesa de Ciências do Desporto, v. 1, n. 1, p. 88–103, 2001

PITANGA, F. J. G.; LESSA I. Prevalência e fatores associados ao sedentarismo no lazer em adultos. Cadernos de Saúde Pública, Rio de Janeiro, n. 21, v. 3, p. 870-877, 2005.

ROCHA, C. R. T.; PEITO, S. S.; ZAZÁ, D. C. Motivos para a prática de atividade física em academias exclusivamente femininas. EFDeportes.com, Revista Digital, Buenos Aires. v. 16, n. 156, 2011. Disponível em: <http://goo.gl/YeH6q4>.

**Palavras-Chave**

Gestão de Academias; Sedentarismo; Atividade Física; Academias para Mulheres; Perfil de usuárias.

**Dados do Autor**

Raul Victor Fernandes da Costa

Endereço: Alojamento Pós – 1921 – Campus Universitário, Viçosa, MG

CEP: 36570-000