

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA

Eleine Pozzi da Fré

GESTÃO:  
Fluxo de Alunos em uma Escola de Ginástica Infantil

Porto Alegre  
2012

Eleine Pozzi da Fré

GESTÃO:

Fluxo de Alunos em uma Escola de Ginástica Infantil

Monografia apresentada à  
disciplina de TCC II como  
requisito parcial para aprovação.

Orientador: João Carlos Oliva

Porto Alegre

2012

**Eleine Pozzi da Fré**

**GESTÃO:  
Fluxo de Alunos em uma Escola de Ginástica Infantil**

Conceito final:

Aprovado em ..... de .....de.....

**BANCA EXAMINADORA**

\_\_\_\_\_

Prof. Dr. .... – .....

\_\_\_\_\_

Prof. Dr. .... – .....

\_\_\_\_\_

Prof. Dr. .... – .....

\_\_\_\_\_

Orientador – Prof. Dr. .... –.....

## RESUMO

Hoje, no município de Porto Alegre, muitas instituições de ensino apresentam em sua proposta atividades esportivas de forma extracurricular, conhecidas como as famosas “Escolinhas”. Já que os clientes da empresa são os alunos e suas famílias, não se surpreende que um detalhamento do fluxo de alunos ao longo dos anos seja de grande significância para o planejamento e a administração do negócio. O presente estudo tem como principal objetivo descrever como se deu o fluxo de alunos na Rede Gymnastic Stars – Escola de Ginástica Infantil em suas três sedes, nos anos de 2011 e 2012. Através de registros das presenças e pagamentos das mensalidades, foi feita uma análise dos dados para responder as questões da pesquisa e apresentar gráficos, para poder melhor visualizá-las. A presente investigação caracteriza-se como um estudo do tipo *ex post facto*, descritivo. A sede dois surpreendeu, pois, mesmo com um número reduzido de alunos matriculados na escola (85 em 2011 e 109 em 2012), conseguiu captar para a aula experimental 32,94% em 2011 e 23,85% em 2012, dos alunos. Enquanto a sede um captou 8,82% e 10,00% e a sede três captou 10,30% e 9,93%, nos anos de 2011 e 2012, respectivamente. O percentual de matriculados em relação à aula experimental foi menor em 2011 do que em 2012 nas três sedes. No geral ficou em 60,00% em 2011 e 75,89% em 2012. Quanto à evasão, 19,05% das crianças abandonaram a atividade em 2011, enquanto que no ano de 2012 o valor relativo subiu para 28,24%. O percentual de retorno geral ficou em 58,73% da população. Podemos concluir que, as sedes um e três foram escolas com bons potenciais de captação de alunos.

**Palavras-Chave:** Gestão. Fluxo de Alunos. Escola Esportiva. Ginástica Infantil.

## ABSTRACT

Today, in the city of Porto Alegre, many education institutions feature in its proposal sports activities as extracurricular, known as the famous "Little Schools". Since the company's customers are students and their families, is not surprised that a detailing in the flow of students through the years is of great significance for the planning and administration of the business. This study's main objective is to describe how was the flow of students in the Gymnastic Network Stars - School of Gymnastics Child in its three offices, in the years 2011 and 2012. Through records of attendance and monthly payments, was done an analysis of data to answer questions of this research and after present as a graph in order to better visualize them. This research is characterized as a type study called ex post fact, descriptive. The second headquarters let surprised, because even with a reduced number of students enrolled in school (85 in 2011 and 109 in 2012), managed to capture students for the trial class, being 32.94% in 2011 and 23.85% in 2012. While the first headquarters has captured 8.82% and 10.00%, the third headquarters has 10.30% and 9.93% in the years of 2011 and 2012, respectively. The percentage of enrolled regarding trial class was lower in 2011 than in 2012 in all three venues. Overall stood at 60.00% in 2011 and 75.89% in 2012. As to evasion, 19.05% of children had abandoned activity in 2011, while in 2012 the relative value rose to 28.24%. The return rate overall was 58.73% in the population. We can conclude that the headquarters one and three, were schools with good potential to attract students.

**Keywords:** Management. Flow of Students. School Sports. Gymnastics Child

**LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 - Público Alvo.....	18
Gráfico 2 - Aula Experimental.....	19
Gráfico 3 - Público Alvo Atingido.....	19
Gráfico 4 – Matriculados.....	20
Gráfico 5 - Percentual de Matriculados.....	21
Gráfico 6 – Evasão.....	21
Gráfico 7 - Percentual de Evasão.....	22
Gráfico 8 - Retorno de 2011 para 2012.....	22
Gráfico 9 - Percentual de Retorno de 2011 para 2012.....	23

## SUMÁRIO

<b>1. Introdução.....</b>	<b>7</b>
1.1 Objetivos.....	8
1.1.1 Geral.....	8
1.1.2 Específicos.....	9
1.2 Justificativa.....	9
<b>2. Revisão de Literatura.....</b>	<b>11</b>
2.1 Escola Esportiva.....	11
2.2 Ginástica Infantil: Método Gym Kids.....	12
2.3 Gestão.....	13
<b>3. Procedimentos Metodológicos.....</b>	<b>16</b>
3.1 Problema.....	16
3.2 Questões de pesquisa.....	16
3.3 Características da investigação.....	16
3.4 Instrumentos e materiais.....	16
3.5 População.....	17
3.6 Definição operacional das variáveis.....	17
<b>4. Resultados e Discussão dos Resultados.....</b>	<b>18</b>
<b>5. Conclusões.....</b>	<b>24</b>
<b>6. Limitações do Estudo e Sugestões.....</b>	<b>25</b>
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>26</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A atividade física é um importante componente de um estilo de vida saudável, nas diversas faixas etárias. Durante as duas últimas décadas foram reunidas numerosas evidências, epidemiológicas e clínicas, que associam a inatividade física a resultados adversos na área da saúde e a atividade física a vários efeitos benéficos para a saúde. Embora a força dos dados que apóiam essas associações varie bastante de uma condição para outra, a inatividade física é, obviamente, um fator contribuinte importante para mortes prematuras e morbidade devido a doenças crônicas.

Ela é, sem dúvida, uma necessidade premente para todos os seres humanos, isto quando os jovens não são impedidos pela moderna tecnologia, pelas atitudes e pelos estilos de vida impostos pela sociedade. A atual geração infantil “de apartamento” movimenta mais os dedos num videogame e num sintonizador de televisão do que o corpo como um todo. Não são oferecidas oportunidades suficientes para que as crianças possam movimentar seus corpos e aprender com isso. Segundo Corbin (1996), estudos mostram que algumas de nossas crianças menos aptas passam quantidades excessivas de tempo assistindo à televisão e apresentam sintomas de arteriosclerose e outros fatores de risco de doenças cardiovasculares, como a obesidade, por exemplo.

Portanto, é imprescindível sensibilizar a comunidade em geral de que, um estilo de vida ativo, pode melhorar a qualidade de vida e reduzir o risco de doenças cardiovasculares e de obesidade. De fato, nada é mais natural do que estimular essa prática tão saudável desde cedo, muitas vezes, ainda bebês. Assim, a probabilidade de essa criança ativa se tornar um adulto que pratique exercícios físicos com frequência, é muito maior.

Se tratando de crianças, a prática dos mais variados movimentos corporais, carregada de um caráter lúdico, pode-se configurar como um elemento altamente motivador para a repetição de suas ações e de seus movimentos, uma vez que a aprendizagem é combinada com o ato de brincar. De acordo com Palma (2009), diversos autores acreditam que a utilização de recursos lúdicos – brincadeiras - nos programas de Educação Física e de ginástica infantil potencializa a adesão da prática da atividade física ao longo de toda a vida.

Constatamos, então, a importância da educação física, atividades ginásticas, esportivas e extracurriculares, para as crianças. Elas auxiliam no desenvolvimento psicomotor e contribuem para o aprendizado e aprimoramento nos aspectos cognitivos, motores, sociais e emocionais.

As escolas de educação básica possuem a disciplina de educação física para promover o desenvolvimento e aprendizagem motora juntamente com o aspecto social, cultural e cognitivo. Mas, esta com toda a sua importância, geralmente são realizadas em um ou dois períodos semanais, não atendendo todas as necessidades dos educandos, principalmente, as crianças.

Scaglia (1996) diz que, atualmente, é grande a proliferação de Escolinhas de várias modalidades na nossa sociedade (como futebol, vôlei, basquete, natação...) destinadas a acolher um público infantil e adolescente, basicamente compreendendo as idades de seis até 16 anos. O que antes era “privilegio” de prefeituras e clubes, hoje está sendo explorado, até com fins lucrativos, por agências. Ex-atletas consagrados utilizam de sua “fama” e prestígio para atrair alunos para suas escolinhas, estabelecendo uma relação comercial através do esporte.

Hoje, no município de Porto Alegre, muitas instituições de ensino particular (Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio) apresentam em sua proposta atividades esportivas e culturais tanto dentro do currículo como de forma extracurricular. Essas são as famosas “Escolinhas”. Nesses casos, os professores/instrutores que ministram as aulas podem ser contratados pelas instituições via carteira de trabalho, ou como empresa jurídica, apresentando um projeto a ser aprovado e se responsabilizando por toda a parte técnica e pedagógica, assim com a administração.

Alguns itens importantes, do ponto de vista administrativo, a serem abordados nestes casos são: a taxa de retorno do investimento da publicidade, a adesão e a permanência/evasão dos alunos nessas atividades extracurriculares. Portanto, o presente trabalho tem como tema de pesquisa a gestão e o controle do fluxo de alunos na Rede Gymnastic Stars – Escola de Ginástica Infantil.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Geral

Este trabalho tem como principal objetivo descrever como se deu o fluxo de alunos na Rede Gymnastic Stars – Escola de Ginástica Infantil, em suas três sedes nos anos de 2011 e 2012.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

a) Descrever a frequência de ocorrência de crianças (com idades compreendidas entre 4 a 12 anos de ambos os sexos) matriculados nas diferentes sedes da Gymnastic Stars nos anos de 2011 e 2012.

b) Identificar, das crianças que recebem o comunicado de publicidade, quantas se apresentam para fazer a aula experimental gratuita, nos anos de 2011 e 2012.

c) Identificar, das crianças que se apresentam para a aula experimental, quantas efetuam a matrícula, nos anos de 2011 e 2012.

d) Identificar quantos alunos abandonaram a atividade, nos anos de 2011 e 2012.

e) Identificar quantas crianças retornaram a atividade no ano de 2012.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

Segundo os dados do ano de 2007, apontado através de pesquisa realizada pelo SEBRAE, 22% das micro e pequenas empresas não atingiram dois anos de funcionamento.

Muitas vezes, por desconhecimento ou por falta de assessoria os microempresários deixam de se beneficiar das informações geradas pela contabilidade e administração, que podem ser de grande utilidade na gestão do negócio. Assim, tomam decisões baseadas apenas na experiência que acreditam ter e, na maioria das vezes, os resultados ficam abaixo do esperado.

As informações são consideradas um elemento estratégico para as organizações empresariais, elas auxiliam no embasamento para uma série de decisões que necessitam ser precisas e eficazes. As mesmas são extraídas através da contabilidade e administração.

Não somente as grandes empresas devem se preocupar com planejamentos, com a utilização de ferramentas gerenciais e com controles internos, mas também as microempresas devem utilizar-se desses recursos. É importante para a microempresa, inserida em um contexto competitivo, que seus administradores estejam bem assessorados, com dados e informações contábeis, desta forma possibilitando o conhecimento das alternativas viáveis, o que conseqüentemente, resulta em uma melhor tomada de decisão.

É importante utilizar ferramentas de controle para verificar se os processos da empresa estão sendo executados conforme o planejamento estratégico definido, proporcionando uma avaliação, identificando possíveis erros que possam ser evitados, ou seja, realizando um feedback.

Ao visualizarmos a atividade extracurricular nas escolas como uma empresa, devemos ter em mente que, quanto mais alunos participarem, maior será o lucro. Já que os clientes desta empresa são os alunos e suas famílias, não se surpreende que um detalhamento do fluxo de alunos ao longo dos anos seja de grande significância para o planejamento e a administração do negócio.

Portanto, com as informações deste trabalho, a professora/empresária poderá encontrar subsídios para fazer uma projeção para os próximos anos. Ao apropriar-se dessas informações poderá direcionar melhor parte administrativa maximizando assim os resultados da empresa.

Além disso, esta pesquisa pode servir de exemplo para as diversas escolinhas esportivas espalhadas pelo estado, visto que, em sua maioria, são administradas por profissionais/professores de Educação Física. Estes, nem sempre utilizam qualquer tipo de controle, nem aplicam ferramentas de gestão, é de fundamental importância que estas atividades sejam propostas para que possam aperfeiçoar seus resultados.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 ESCOLA ESPORTIVA

Segundo Pitts e Stotlar (2002), do ponto de vista do marketing, a prática esportiva está segmentada em:

- a) esportes de iniciativa privada;
- b) esportes mantidos pelo governo;
- c) organizações mantidas por sócios;
- d) organizações esportivas não lucrativas;
- e) escolas de esportes e
- f) academias de *fitness* e esportes.

O esporte escolar/escolas de esportes, que apresentam características puramente amadoras, possui em seus objetivos principais a busca da formação humana, da qualidade de vida, além de funcionar como um instrumento de formação cultural e pedagógica (COSTA e DINIZ, 2005).

Scaglia (1996) afirma que alguns autores - como Freire, Parlebás, Sérgio, Paes, entre outros - acreditam que o trabalho com as escolinhas de esportes se materializa por meio de uma prática pedagógica que se preocupe com um desenvolvimento global de seus alunos, respeitando seus estágios de crescimento e desenvolvimento, físico e cognitivo. Ele relata que a escola de esporte, através de sua práxis pedagógica, deve contemplar várias possibilidades, tais como: sociais, intelectuais, motoras, educacionais e também esportivas.

Portanto, ainda segundo ele, parece ser função básica das escolinhas proporcionar um processo de ensino-aprendizagem, que venha a possibilitar um aprendizado da modalidade em questão, mas que este aprendizado técnico não tenha um fim em si mesmo, ou seja, este processo deve estar envolvido em todo um contexto vivido pelo aluno.

Roche (2002) classifica as escolas esportivas como “empresas de serviços desportivos, que oferecem uma atividade de prática desportiva organizada”. Coloca dentro dessa subdivisão também os acampamentos de férias e as companhias de organização de esportes na natureza. O autor relata que as empresas de serviços desportivos “nasceram e desenvolveram-se de forma paralela ao desenvolvimento do esporte e á mudança de mentalidade da sociedade quanto a pratica desportiva”. São entidades que tem como principal objetivo a obtenção de benefícios e, então, são regidas pelos princípios de gestão e mercado, próprios de empresas

privadas. As empresas de serviços desportivos terão um papel muito importante no futuro, estando alinhadas com o proposto para a empresa privada em geral.

Grande parte dos proprietários de escolinhas esportivas alocadas dentro de instituições educacionais não possui formação em administração de empresas, ou marketing empresarial. São, normalmente, professores de Educação Física (funcionários da escola ou não), que buscam administrar um negócio, mas sem a noção necessária para isto e que, através de um conhecimento totalmente empírico de administração e mercado, vão gerenciando e sobrevivendo.

## **2.2 GINÁSTICA INFANTIL: MÉTODO GYM KIDS**

A Ginástica é uma forma particular de exercitação em que, sem ou com uso de aparelhos, abre-se a possibilidade de atividades que provocam valiosas experiências corporais, enriquecedoras da cultura corporal. Ela tem como objetivo proporcionar aos seus alunos o conhecimento do seu próprio corpo, dos movimentos e dos seus limites. Apresenta um caráter formativo. Segundo Garanhani (2006), “ela propicia a vivência de atividades de movimentos de locomoção (correr, saltar, girar, saltitar, rolar, etc.), de manipulação (lançar, pegar, quicar etc.) e de equilíbrio (girar, balançar, agachar, etc.). Ela utiliza como procedimento metodológico de formas variadas de movimento (deslocamentos, em diferentes posições ou/e direções), com ou sem uso de materiais auxiliares”.

A Escola de Ginástica Infantil Gymnastic Stars utiliza o método e os equipamentos (aparelhos) Gym Kids. Nesse método, as atividades físicas para as crianças contêm instrumentos diversificados, com variados recursos materiais, visuais e sonoros.

Na Ginástica Infantil são desenvolvidos movimentos da Ginástica Rítmica, Acrobática, Artística e Aeróbica. Eles servem como formas de vivências corporais que podem ser aprendidas e recriadas pelos alunos, onde a criatividade das crianças é estimulada a fim de que possam criar sem limites (GYM KIDS, 2012).

As aulas são baseadas em atividades recreativas, socializantes, desafiadoras e inovadoras, com exercícios de estimulação da coordenação motora geral e específica, além de movimentos ginásticos, acrobáticos, rítmicos, aeróbicos e de dança. A Ginástica Infantil está inserida no contexto de Ginástica para Todos (GPT), segundo Nunomura e Tsukamoto (2009).

Dentro dos objetivos do Projeto Gymnastic Stars/Gym Kids, estão:

- Desenvolvimento das capacidades condicionantes (força, flexibilidade, agilidade, equilíbrio) e capacidades coordenativas (coordenação motora, observação, representação, antecipação, ritmo, controle, reação e expressão) através de conceitos de atividades ginásticas;
  - Conhecimento das letras, cores, números, músicas, ritmos e novos movimentos ginásticos;
  - Resolução de situações-problema;
  - Promover o espírito criativo;
  - Percepção espacial e temporal, lateralidade e dominância lateral;
  - Desenvolvimento da consciência corporal, limites do próprio corpo;
  - Prazer pelo movimento, alegria e o interesse em praticar ginástica;
  - Maior adesão aos esportes e atividades físicas ao longo da vida adulta;
  - Qualidade de vida e da saúde;
  - Prevenção de doenças ligadas à inatividade física;
  - Melhor formação corporal e manutenção da boa postura;
  - Novos desafios;
  - Maior independência dos pais;
  - Ocupação do tempo ocioso das crianças;
  - Valorização das novas conquistas, motivação para o movimento, melhora da auto-estima e da autoconfiança;
  - Desenvolvimento harmonioso dos movimentos, prática sistematizada de atividade física (com objetivos e avaliação);
    - Valorização da prática de atividades físicas com entusiasmo e alegria;
    - Promover um ambiente harmônico, estabelecer situações de troca, disciplina, organização, amizade, socialização, cooperação, respeito e solidariedade entre os colegas, pais e professores;
    - Construção de regras sociais, valores éticos e morais;
    - Construção de série de movimentos, apresentações – criatividade e liderança.

## 2.3 GESTÃO

O crescimento da Administração Esportiva no Brasil, principalmente nas últimas décadas, tem sido fruto da evolução econômica, cultural, social e política do país. Bastos (2003) acredita que a consolidação dessa área de conhecimento será resultado da multiplicação de esforços em diferentes pontos do país. Ela diz que “essa ação se dará fundamentalmente através do incentivo a novos grupos de estudos e pesquisa e a conseqüente produção de literatura, eventos científicos específicos que possibilitem o intercâmbio entre estudos e relatos de experiências.”.

Nota-se, na gestão, que o planejamento estratégico é fundamental para que as organizações esportivas obtenham sucesso e lucro. O acompanhamento desse plano é um dos elementos-chave do processo, ou seja, controlar e avaliar (ROCHE, 2002). Segundo Pitts e Stotlar, 2002, ocorre uma necessidade de que os gestores esportivos invistam em pesquisas bem planejadas, que incluam também métodos qualitativos e não simplesmente levantamentos rápidos e descuidados (quantitativos).

Conforme afirma Zanette (2003 apud Albrecht e Bradford, 1992), uma empresa de serviços que pretenda destacar-se dos concorrentes, necessita que os atuais clientes, continuem a frequentar o estabelecimento, fazendo negócios e também que atraia novos clientes. Para tanto, precisa conseguir uma vantagem competitiva duradoura, buscando atrair e manter seus clientes através da fidelização, pois esta estratégia apresenta custos relativamente menores do que atrair novos clientes.

Os clientes de hoje são mais difíceis de agradar e é infinitamente menos oneroso para a empresa reter os clientes do que atrair novos (as estratégias de aquisição são mais onerosas que as de retenção). Segundo os autores Stone e Woodcock (1998) os clientes fiéis, além de se manterem usuários do serviço, também os defendem perante os amigos e prestam menos atenção às novidades dos concorrentes. É preciso um bom conhecimento dos comportamentos e necessidades dos clientes para que se possam desenvolver estratégias de retenção eficazes.

Os indicadores são algumas ferramentas que devem ser utilizadas para controlar (medir) e avaliar a implantação e o desenvolvimento do planejamento estratégico.

Roche (2002) classifica os indicadores pela natureza dos mesmos:

- a) Relativo às atividades: n°. de usuários das atividades;  
n°. de pessoas que repetem a atividade.
- b) Relativo á demanda de serviços: total de usuários por grupos.
- c) Relativos ao impacto final: n°. de usuários e participantes.

Muitos desses indicadores podem ser enquadrados em vários tipos, e nos permitem avaliar se atingimos os objetivos ou não.

De acordo com Zanette, 2006 apud Furlong (1994):

[...] quanto mais longa a relação com o cliente, melhor. Clientes que se mantiverem fiéis durante vários anos estão mais propensos a recomendar seu estabelecimento à família, aos amigos. Segundo a mesma autora, o fator rotatividade pode ser definido como “o número de clientes que desertam durante o período de um ano dividido pelo número de novos clientes. Se você perder metade do número de clientes que adquire a cada ano, sua taxa de rotatividade será de 50%”.(p. 2). Rotatividade muito alta é uma realidade triste, porém real para muitas empresas. Segundo a mesma autora, reduzir o êxodo dos clientes até mesmo em apenas 5% ao ano, faz com que os lucros cresçam até 85%. Como bonificação final, o foco na manutenção da fidelidade dos clientes poderá conservar a empresa bem à frente da matilha de competidores, à frente até mesmo daqueles cujos custos são inferiores.

Zanette, 2006 mostra em seus resultados que 43% de seus entrevistados permaneceram mais de um ano em outras academias e que 22% permaneceram de seis meses a um ano. Em

outra tabela, relata que 19% dos entrevistados permaneceram de um ano a um ano e meio e que 13% freqüentaram por cerca de dois anos.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 PROBLEMA**

Como se deu o fluxo de alunos na Rede Gymnastic Stars – Escola de Ginástica Infantil, nas suas três sedes nos anos de 2011 e 2012?

#### **3.2 QUESTÕES DE PESQUISA**

- a) Qual é o número de crianças que são o público alvo da atividade (geral e em cada sede)?
- b) Quantas se apresentam para fazer a aula experimental gratuita (geral e em cada sede)?
- c) Qual é a taxa de retorno da publicidade (panfletos distribuídos/aula experimental - percentagem)?
- d) Das crianças que se apresentam para a aula experimental, quantas efetuam a matrícula?
- e) Qual é a relação entre alunos para aula experimental/número de matrículas - percentual?
- f) Quantos alunos abandonam a atividade ao longo do ano (2011 e 2012)?
- g) Qual a relação entre matrículas/abandonos - percentual?
- h) Das crianças matriculadas no ano de 2011 quantas retornaram ao ano de 2012?
- i) Qual a relação matriculados 2011/retorno 2012 - percentual?

#### **3.3 CARACTERÍSTICAS DA INVESTIGAÇÃO**

A presente investigação caracteriza-se como um estudo do tipo *ex post facto*, descritivo.

#### **3.4 INSTRUMENTOS E MATERIAIS**

- Registros de presença (folha de chamada) dos anos de 2011 e 2012.
- Registros de pagamentos das mensalidades dos anos de 2011 e 2012.
- Note book com programa Excel 2003.
- Projeto Gymnastic Stars.

### **3.5 POPULAÇÃO E AMOSTRA**

A atividade é ministrada nas dependências das Escolas Sedes. Participam deste projeto alunos (meninos e meninas) regularmente matriculados nas escolas, tendo entre 04 e 12 anos de idade. As aulas são realizadas uma ou duas vezes por semana, tendo uma hora de duração, cada, sempre de março a novembro (ou seja, a empresa não capta recursos nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro – recesso escolar), sendo repostos em prática nos anos subsequentes.

### **3.6 DEFINIÇÃO OPERACIONAL DAS VARIÁVEIS**

Através de registros das presenças e pagamentos das mensalidades foi feita uma análise dos dados para responder as questões da pesquisa e apresentar gráficos para poder melhor visualizá-los.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 PÚBLICO ALVO

O público alvo total da atividade foi de 891 no ano de 2011 e de 972 no ano de 2012. Separando por escola, na sede um tivemos no ano de 2011, 408, e em 2012, 420 alunos matriculados, compreendidos entre 04 e 12 anos. Na sede dois, 85 em 2011 e 109 em 2012. Já na sede três, 398 e 443 alunos respectivamente. Isso se deve aos fato de que as sedes um e três apresentam um número muito maior de turmas (3 ou 4 de cada série), enquanto na sede dois são apenas uma turma por série.

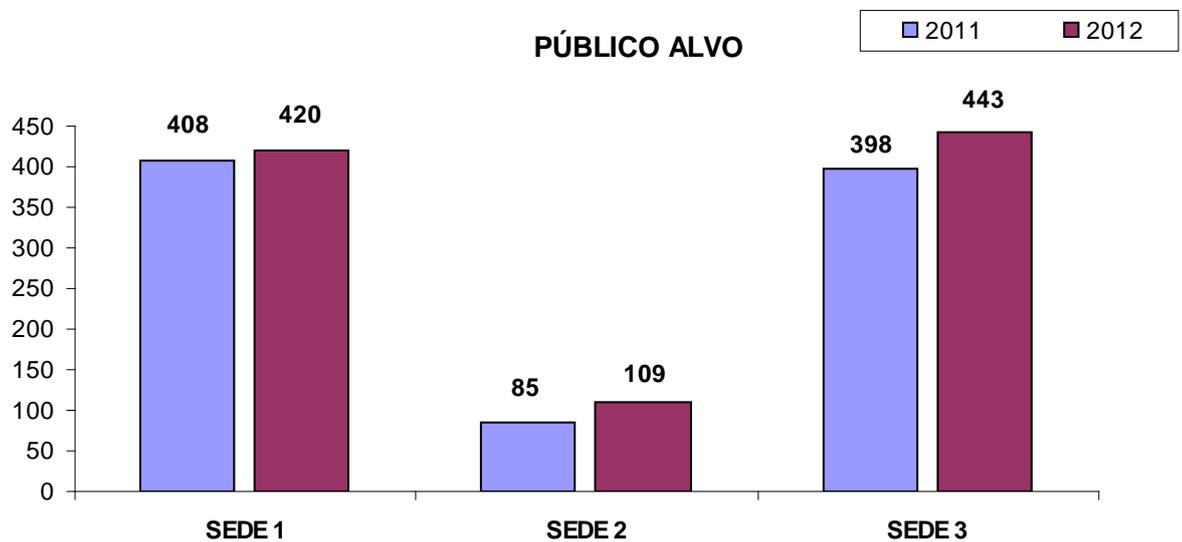


Gráfico 1 - Público Alvo

### 4.2 AULA EXPERIMENTAL

O número total de crianças que realizaram uma aula experimental foi de 105 e 112 em 2011 e 2012, respectivamente. Na sede um, 36 e 42 crianças se apresentaram para fazer a aula experimental em 2011 e 2012, respectivamente. Na sede dois tivemos 28 em 2011 e 26 em 2012. Já na sede três foram 41 e 44 respectivamente.

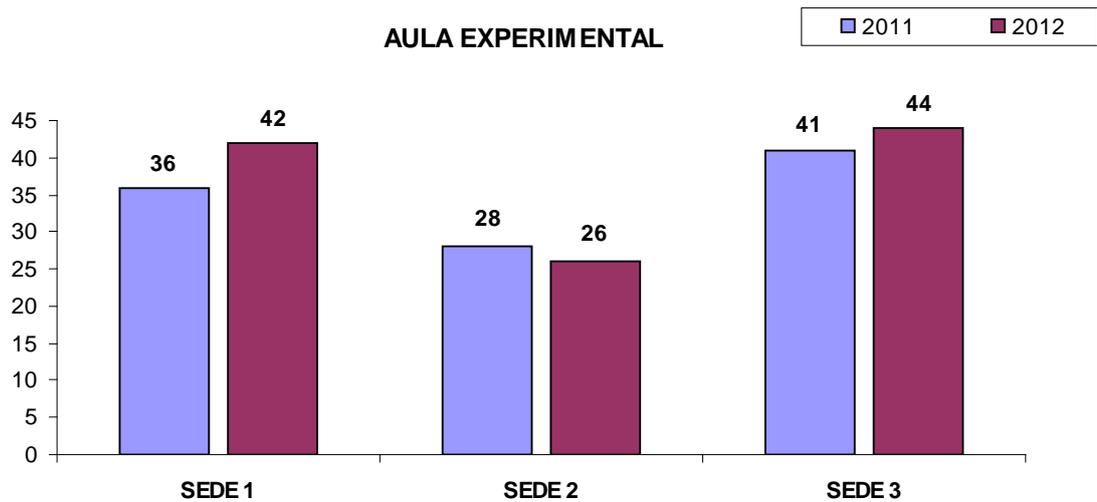


Gráfico 2 - Aula Experimental

### 4.3 PERCENTUAL DO PÚBLICO ALVO ATINGIDO

Trata-se da quantidade de crianças matriculadas na escola (público alvo), dividido pelo número de crianças que se apresentaram para fazer a aula experimental. Podemos notar que nas sedes um e três, nos dois anos, o percentual do público alvo atingido ficou entre 8,82% e 10,3%, enquanto que a sede dois apresentou no primeiro ano como resultado 32,94% e no segundo ano, 23,85%.

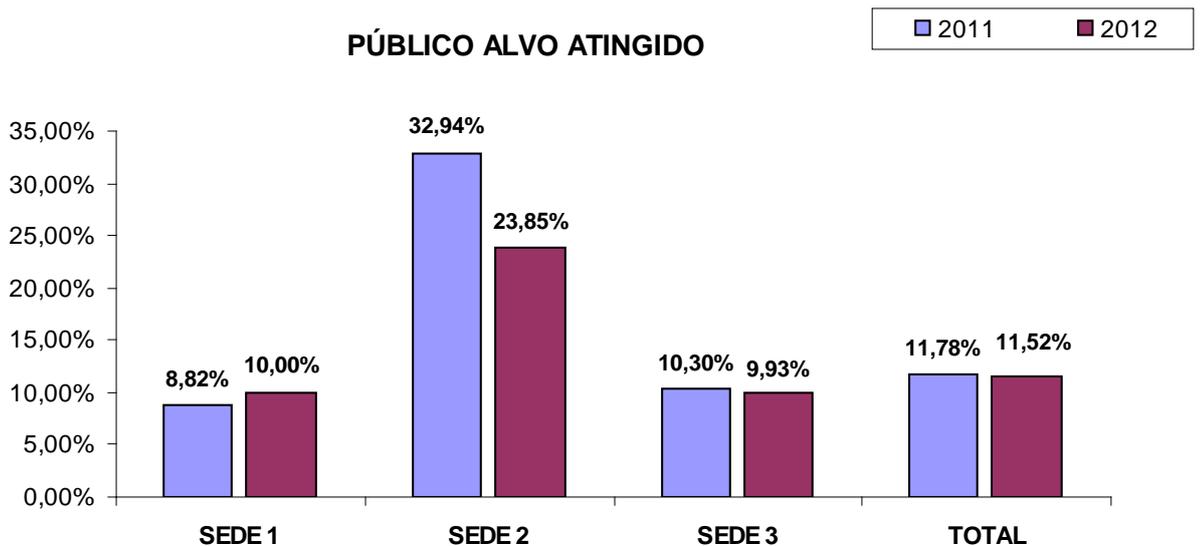


Gráfico 3 - Público Alvo Atingido

#### 4.4 MATRICULADOS E PERCENTUAL DE MATRICULADOS

No ano de 2011, 63 crianças se matricularam na Gymnastic Stars – Escola de Ginástica Infantil. Em 2012 foram 85 alunos. Corroborando com Roche (2002), esse seria o “número de usuários relativo á atividade”.

Separando por escola, ou “total de usuários por grupo” segundo Roche, 2002, na sede um, foram 20 em 2011 e 32 em 2012. Na sede dois foram 14 em 2011 e 18 em 2012. Já na sede três, 29 em 2011 e 35 em 2012.

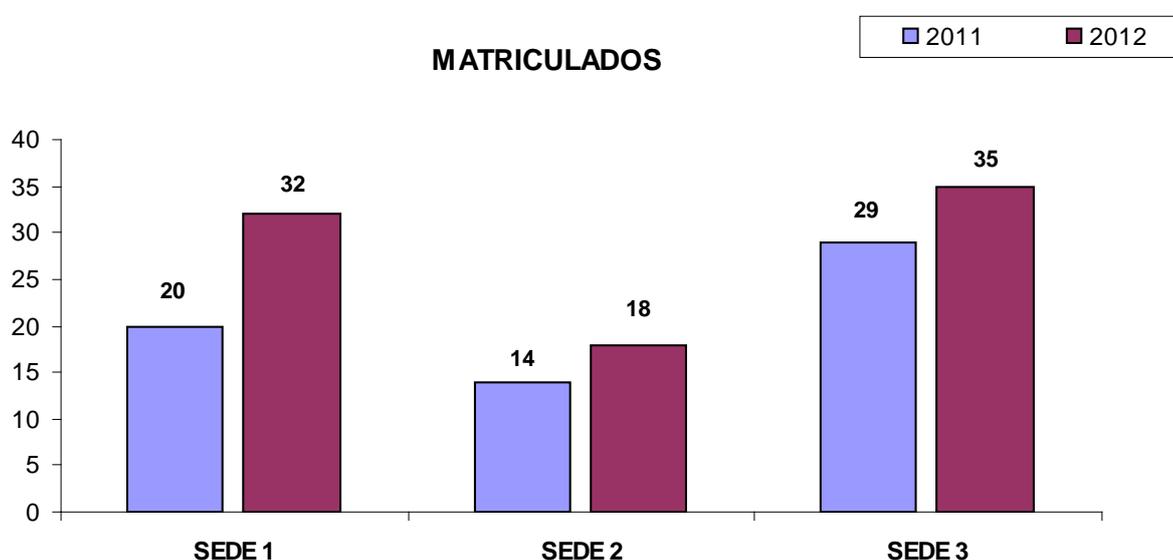


Gráfico 4 - Matriculados

O percentual de matriculados trata do número de alunos para aula experimental dividido pelo número de alunos matriculados nas sedes. Podemos notar que o percentual de matriculados foi menor em 2011 do que em 2012. O gráfico mostra que em 2012 a retenção foi maior em todas as sedes e no geral.

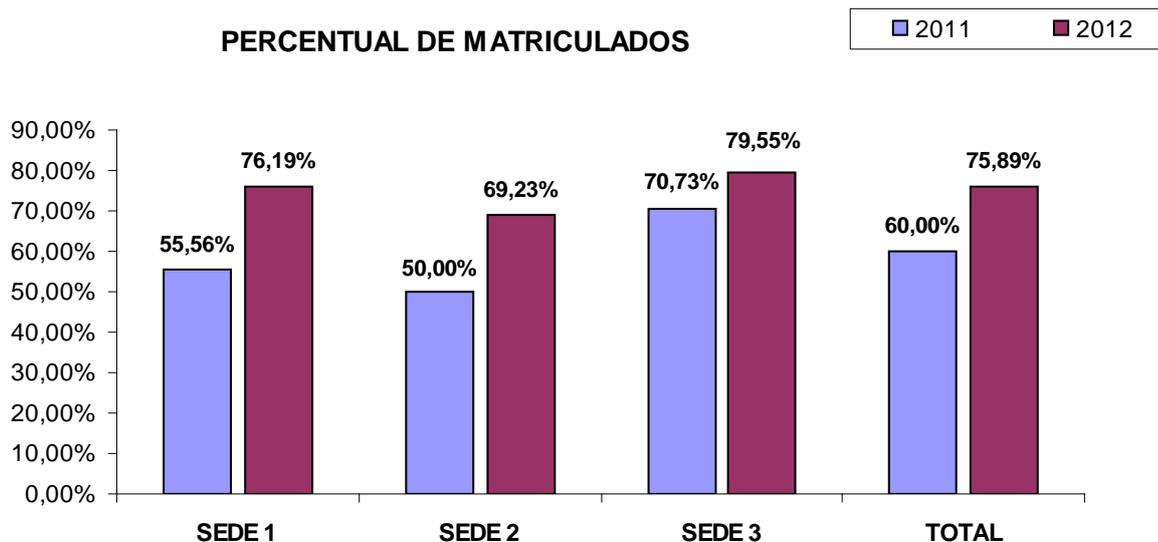


Gráfico 5 - Percentual de Matriculados

#### 4.5 EVASÃO E PERCENTUAL DE EVASÃO

O número total de crianças que evadiram no ano de 2011 foi 12. No ano de 2012 foram 24 – o dobro. Separando por escola, na sede um, foram quatro em 2011, e em 2012 foram 11 crianças que abandonaram. Na sede dois, duas crianças em 2011 e uma em 2012. Já na sede três, seis em 2011 e 12 em 2012.

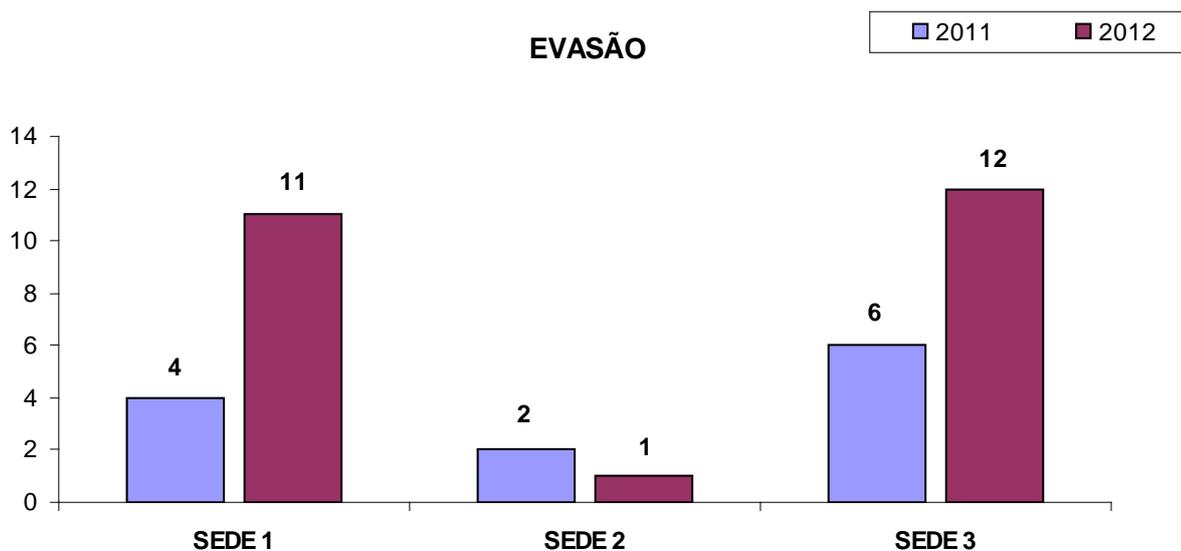


Gráfico 6 - Evasão

Notou-se que nas sede um e três a evasão foi muito maior no ano de 2012 do que no ano de 2011. O contrário ocorreu na sede dois. Quanto ao valor percentual as sedes um e três apresentam um valor parecido, nos dois anos. Já na sede dois o valor caiu. No geral o percentual de evasão ficou em 19,05% e 28,24% respectivamente.

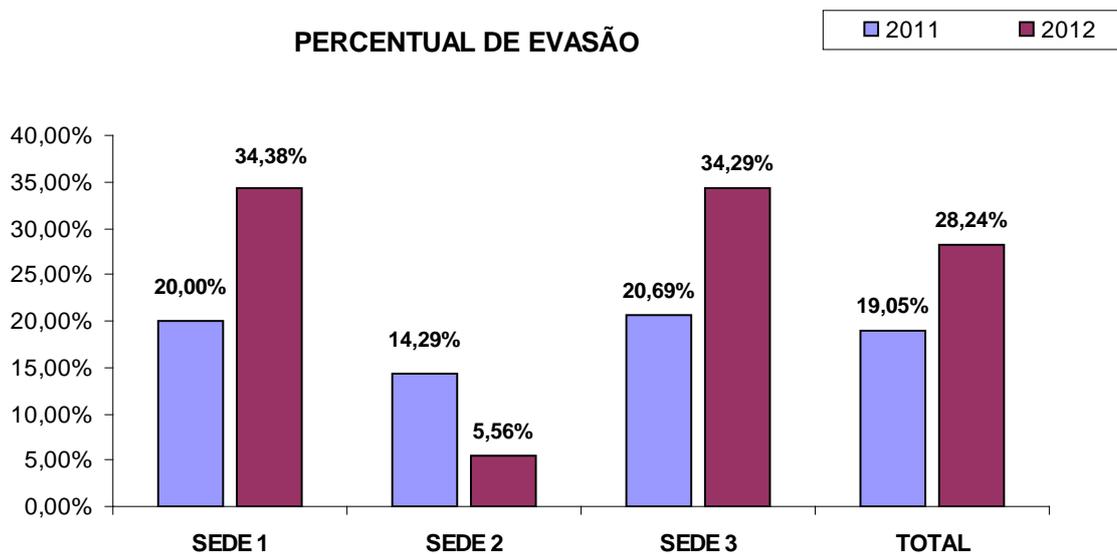


Gráfico 7 - Percentual de Evasão

#### 4.6 RETORNO E PERCENTUAL DE RETORNO

O número total de crianças que retornaram do ano de 2011 para 2012 foi de 37. Separando por escola, na sede um, 13 crianças retornaram. Na sede dois foram seis. Já na sede três foram 18 retornos.

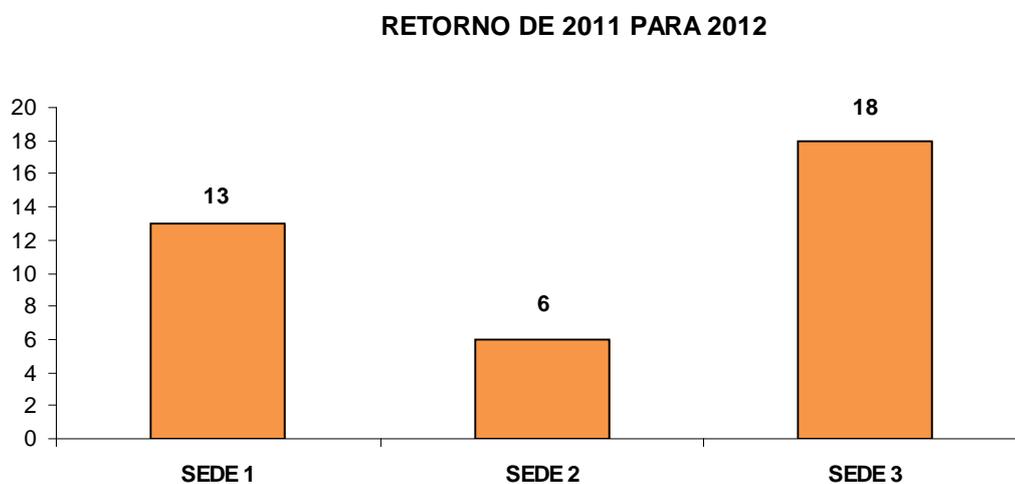


Gráfico 8 - Retorno de 2011 para 2012

Notou-se que o percentual de retorno total das três sedes ficou em 58,73%. Mais uma vez as sedes um e três ficaram com percentuais parecidos, 65% e 62,07%, respectivamente, enquanto que a sede dois ficou um pouco abaixo: 42,86%. Isso corrobora com Zanette, 2006, apud Furlong (1994) que diz que: “Se você perder metade do número de clientes que adquire a cada ano, sua taxa de rotatividade será de 50%”. Quanto menor a taxa de rotatividade, maiores serão os lucros.

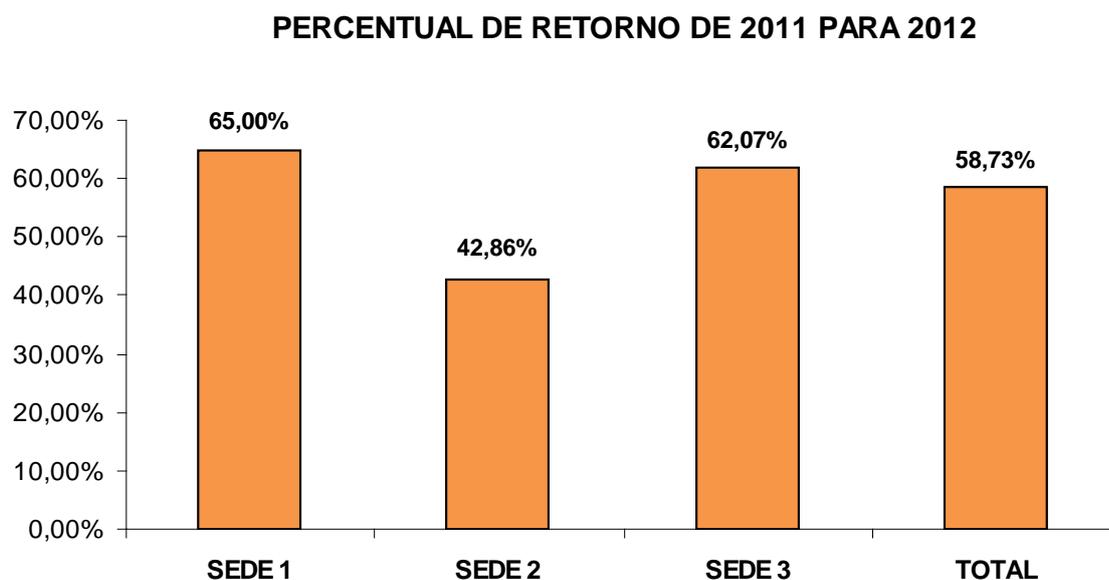


Gráfico 9 - Percentual de Retorno de 2011 para 2012

Se esses alunos retornaram de um ano para outro, supõe-se que eles estejam realizando a atividade a cerca de um ano ou mais. Nossos resultados, em geral são um pouco melhores do que os encontrados por Zanette, 2006 (43% de seus entrevistados permaneceram mais de um ano em outras academias e 19% dos entrevistados permaneceram, na academia em que freqüentavam no momento da pesquisa, de um ano a um ano e meio).

## 5 CONCLUSÕES

Podemos concluir que, para um planejamento estratégico, as sedes um e três são escolas com bons potenciais de captação de alunos. Isso ocorre, pois elas apresentaram entre 398 e 443 alunos como público alvo nos dois anos. Entretanto, a sede dois surpreendeu, pois, mesmo com um número reduzido de alunos (85 em 2011 e 109 em 2012), conseguiu captar para a aula experimental 32,94% em 2011 e 23,85% em 2012, dos alunos. Enquanto a sede um captou 8,82% e 10,00% e a sede três captou 10,30% e 9,93%, respectivamente em 2011 e 2012.

Em relação às matrículas, o ano de 2012 foi melhor que o ano de 2011 em todas as sedes, se levarmos em conta que quanto mais matrículas maior é o lucro da empresa. Novamente as sedes um e dois apresentaram números maiores de matrículas que a sede dois. Entretanto, quando verificamos o item evasão, notamos que ele é maior nas duas escolas o que acaba compensando. O percentual de matriculados se manteve estável em todas as sedes, sendo sempre maior em 2012.

Quanto ao item evasão foi surpreendente que na sede um ele tenha mais do que dobrado, de um ano para o outro e que na sede dois ele tenha dobrado. É preciso realizar uma pesquisa qualitativa para saber os motivos desse aumento tão expressivo. Quanto a sede dois, a evasão foi bastante baixa, até porque apresenta um número menor de alunos. Assim como o número absoluto, o percentual de evasão ficou maior nas sedes um e três, enquanto que na sede dois ele diminuiu.

Na média das três sedes, o ano de 2012 apresentou uma rotatividade maior de alunos do que no ano de 2011. Isso ocorreu, pois tanto o número de matrículas quanto o de evasão (seja percentual ou absoluto) foi maior no segundo ano. A evasão resultou em novas vagas abertas a serem preenchidas.

Quando se trata de retorno das crianças de um ano para o outro, os números absolutos são bastante diferentes nas três sedes, mas quando são mostrados em valores relativos eles se aproximam, ficando apenas a sede dois um pouco abaixo. É importante analisar esses dados, já que a atividade é ministrada de março a dezembro, e por muito motivos os alunos podem voltar ou não a freqüentar as aulas nos anos subseqüentes.

## 6 LIMITAÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES

A presente pesquisa apresentou apenas dados quantitativos e não fez nenhuma relação com dados qualitativos, que, no futuro podem ser agregados ao trabalho, fazendo com que fique mais completo. Questões como motivação para adesão e para abandono da atividade seriam fundamentais.

Seria interessante expandir o estudo por mais alguns anos (estudo longitudinal) e também incluir dados sobre a venda de uniformes (malha da Ginástica) e materiais de uso pessoal, como fitas, cordas e pompons. Para que pudéssemos fazer uma progressão para os anos subsequentes. Também seria interessante analisar dados referentes a participação dos alunos em eventos de Apresentações e Competições (organizados pela empresária ou não), já que isso também gera retorno financeiro para a empresa e contribuiria para o planejamento destes.

Além disso, se faz necessário um maior aprofundamento no que tange a administração, já que na área da Educação Física a produção literária e de pesquisa ainda é muito voltada aos clubes de futebol. É neles que se encontram uma maior quantidade de valores envolvidos (relações com patrocínios, divulgações de marcas e produtos e vendas de passes de jogadores) para o financiamento dos mesmos. Assim as Escolinhas Esportivas ficam em segundo plano, já que não contam com a devida atenção de pesquisadores.

## REFERÊNCIAS

- BASTOS, Flávia da Cunha. **Administração Esportiva: área de estudo, pesquisa e perspectivas no Brasil (Sport Management: field of study, research and perspectives in Brazil)**. Disponível em: [www.periodicos.ufsc.br/index.php/.../article/.../930](http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/.../article/.../930) Acesso em 16 out. 2012.
- CORBIN, C. **Aptidão é para as Crianças: Desenvolvimento da aptidão para toda a vida**. Journal of Physical Education Recreation and Dance, Vol.57, nº5, 1996.
- COSTA, Francisco José da; DINIZ, Sérgio Henrique Sousa. **O marketing esportivo nas organizações escolares: uma análise nas escolas católicas de Fortaleza** In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 4. 2005, Curitiba, **Anais...** Curitiba, 2005, p. 847-858.
- GYM KIDS BY LU. Disponível em: [www.gymkids.com.br](http://www.gymkids.com.br) Acesso em: 28 mar. 2012.
- NUNOMURA, M. (Org.); TSUKAMOTO, M. H. C. (Org.). **Fundamentos das Ginásticas**. Jundiaí: Fontoura, 2009. 240 p.
- PALMA, Miriam Stock; Palma, Miriam Stock ; Pereira, Beatriz ; Valentini, Nadia Cristina . Jogo com orientação: uma proposta metodológica para a educação física pré-escolar. **Revista da Educação Física/UEM**, v. 20, p. 529-541, 2009.
- PITTS, B. G; STOTLAR, D. K. **Fundamentos do marketing esportivo**. São Paulo: Phorte, 2002.
- ROCHE, Fernando Paris. **Gestão desportiva: planejamento estratégico nas organizações desportivas**. 2.ed.. Porto Alegre: Artmed, 2002.
- SCAGLIA, Alcides José. Escolinha de Futebol: uma questão pedagógica. **MOTRIZ** - Volume 2, Número 1, Junho/1996.
- SEBRAE. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf) Acesso em: 27 mar. 2011.
- STONE, M.; WOODCOCK, N. **Marketing de relacionamento**. São Paulo: Littera Mundi, 1998.
- ZANETTE, E. T. **Análise do perfil dos clientes de academias de ginástica: o primeiro passo para o planejamento estratégico**. 2003. 154f. Dissertação (Curso de Mestrado Profissionalizante em Engenharia) – Escola de Engenharia, UFRGS, Porto Alegre. <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/3601> Acesso em 16 out. 2012.