



ANÁLISE DOS PRINCIPAIS MODELOS DE NEGÓCIOS NO MERCADO DE ACADEMIAS DE FITNESS BRASILEIRO

Lucas Sguario Bittencourt
Rodrigo Cribari Prado

Resumo

Após as medidas tomadas na pandemia da COVID-19 em 2020, ocorreram adaptações com aulas remotas, fechamento de empresas por tempo indeterminado e a conscientização dos benefícios do exercício físico em doenças associadas ao coronavírus, acelerando o consumo de Fitness. Atualmente o mercado Fitness possui 64 mil empresas e movimenta 8 bilhões ao ano. A Associação das Academias do Brasil (ACAD Brasil) divide 78% das academias em três segmentos: academias especialistas, academias de musculação coletiva e academias multisserviço (*Full Service*), não sendo a única divisão existente. É o caso, por exemplo, da divisão de Munaier que propõe: academias *mall* de serviço, estúdio, boutique e box. Outro modelo é o *low cost* que vem ganhando espaço oferecendo serviços similares com alto investimento em equipamentos e infraestrutura, operando com pouca interação entre clientes e profissionais, não sendo o ideal para a satisfação do cliente. Estabeleceu-se como questão-problema “quais são os principais modelos de academias ou de negócio no mercado de Fitness nacional?” E objetivo geral: “analisar os principais modelos de academias ou de negócio no Brasil”. O intuito dessa pesquisa é analisar dados do Fitness brasileiro e auxiliar profissionais e empreendedores desse setor sobre os principais modelos de negócios. A metodologia utilizada na pesquisa é uma revisão de literatura de caráter qualitativo. A análise foi realizada com base em fontes secundárias, incluindo artigos científicos, dissertações de mestrado, teses de doutorado e dados estatísticos de órgãos públicos, considerando principalmente literatura de negócios de caráter não acadêmico. Com a seleção de palavras-chaves como “Academias”, “Mercado Fitness” e “Modelos de Negócio”. O recorte temporal utilizado é de estudos e dados publicados nos últimos cinco anos, com a seleção por critérios de pertinência com o tema e na relevância das instituições. Por se tratar de uma revisão de literatura não houve coleta de dados primários (questionários e entrevistas). Restringindo o aprofundamento em percepções práticas do mercado. Além disso, a disponibilidade e atualização dos dados também impõem certas limitações à análise. Vale ressaltar que há uma lacuna na produção acadêmica acerca dos diferentes modelos de negócio existentes na atualidade. Esse *gap* deve-se ao fato de os empresários e empreendedores do setor, ainda estarem mais preocupados com o faturamento de seus negócios do que na produção de dados científicos. Após uma análise de 6 artigos os resultados encontrados foram que não existe um consenso sobre uma divisão exata a respeito dos modelos de negócios, existindo uma multiplicidade sobre quais modelos existem.

Palavras-chave: “Academias”; “Mercado Fitness”; “Modelos de Negócio”