

GESTÃO EM PROJETOS DE ATIVIDADE FÍSICA EM CONDOMÍNIOS RESIDENCIAIS

Ana Paula Codesso Silva¹, Wagner dos Santos²

RESUMO

O estudo investiga como o professor que atua em condomínios residenciais identifica e utiliza os conhecimentos da gestão, a estruturação e a organização dos projetos e analisa como as discussões científicas acerca da gestão ajudam na atuação do profissional nesse contexto. Metodologicamente a pesquisa teve um caráter qualitativo, constituindo-se de um estudo exploratório, utilizando-se da pesquisa de campo. Teve como instrumento de coleta de dados, a análise documental e entrevista semi-estruturada. A análise dos dados foi realizada tendo como referencial a análise de conteúdo. A partir dos dados coletados, constata-se que os professores utilizam os conhecimentos do campo da gestão desde a elaboração do projeto, conhecimentos esses que puderam ser categorizados em: planejamento, organização, marketing e gestão de pessoas.

Palavras-chave: Gestão, Educação Física, Condomínio Residencial.

ABSTRACT

The aim of this study is to discuss the management concerning the projects of physical activities done in condominiums. Therefore, it investigates how the teacher who works in condominiums identifies and uses the management knowledge, the structuring and organizations of projects and it analyses how the scientific discussions concerning such management contribute to professional's performance in this context. The methodology of this study had a qualitative character, consisting of an exploitation study, making use of the field research and it gathered data by means of documental analysis and a semi-structured interview. Having the analyses of the context as a referential, the data analysis was done. Upon considering these collected data, it has been evident that this teacher makes use of the management field knowledge since the elaboration of the project. Such knowledge, could be categorized in: planning, organization, marketing and management.

Key-words: Management, Physical Education, condominium.

INTRODUÇÃO

Com o advento da modernidade outros centros foram “invadidos” pela atividade física, como empresas, universidades entre eles os condomínios residenciais, surgindo assim a necessidade de existir gestores no âmbito da Educação Física que trabalham nesse contexto. Saba, por exemplo, argumenta que

outra tendência marcante nas grandes cidades, em que os congestionamentos de trânsito dificultam os deslocamentos, é a prática de atividade física nos condomínios, e, sobretudo nas empresas. (SABA, 2006, p. 33),

Com o crescimento de projetos de atividade física em condomínios residenciais, bem como academias e clubes, a gestão ou administração voltada para a área de Educação Física passou a ser um saber indispensável. Nesse caso, fica evidente a necessidade de estudos na área específica de gestão em projetos de condomínios residenciais, já que os trabalhos encontrados focam os clubes e academias. Akiau (2003), enfatiza que o mercado empreendedor da atividade física, na sua maioria, é conduzido por pessoas que vieram da área de educação física e que isso dificulta bastante o aproveitamento do negócio por falta de um conceito, de fundamentação em administração e marketing.

Embora a área da atividade física tenha uma grande carência de profissionais especializados para gerir os diferentes espaços, todas as manifestações da atividade física, requer a participação de pessoal competente para administrar as mais complexas situações. Nesses termos, os conhecimentos de gestão são essenciais para o sucesso de qualquer negócio, não sendo diferente em projetos de atividade física em condomínios residenciais. Os conhecimentos da gestão criam parâmetros para monitorar, analisar e estabelecer uma rota de como conduzir a prestação de serviço. Diante desse panorama, este estudo teve como objetivo analisar a estrutura e organização dos projetos de atividade

física em condomínios residenciais; discutir os conhecimentos que dão suporte à elaboração e gestão de projetos de atividade física e identificar como as discussões científicas a cerca da gestão ajudam na atuação do profissional no contexto de projetos de atividade física em condomínios residenciais.

CONHECIMENTOS DA GESTÃO PARA PROJETOS DE ATIVIDADE FÍSICA EM CONDOMÍNIOS RESIDENCIAIS.

A gestão é cercada por muitos conhecimentos, além do conhecimento técnico, o administrador precisa ter posição de líder, visão de gestão, desejo de ultrapassar limites e disposição para transformar a sua vontade numa equipe sintonizada e incansável em buscar o objetivo comum (SABA, 2006). A organização é fator essencial no êxito de uma academia, de um clube e de projetos em condomínios residenciais que envolvem a atividade física. A organização de qualquer projeto reflete a sua imagem juntamente com a do público. É preciso organizar para atender às necessidades do mercado. Após levantar o que o mercado deseja, é necessário planejar o local onde será instalado, o tipo de serviço que irá oferecer, quanto irá cobrar (LEITE, 2000). Qualquer projeto, seja ele no ramo de atividade física ou em outra área, tem como principal objetivo, o de caráter econômico e para isso, é necessário ter o mínimo de organização. A organização está incluído no planejamento, na visão estratégica, no marketing e na gestão de pessoas.

O planejamento faz parte de todo o processo, desde a elaboração à intervenção, é o que auxilia e ou direciona qualquer ação, juntamente com a visão estratégica, que é um conhecimento de gestão de grande relevância para o crescimento da empresa. A visão estratégica nada mais é do que um planejamento a longo prazo, ou como afirma Leite (2000), a estratégia é uma escolha voltada para a concretização de um objetivo. Segundo o autor, algumas questões devem ser pensadas juntamente com as estratégias, como: se a estratégia está dentro do enfoque principal; se a estratégia implica atos de riscos financeiros; se o fracasso dessa estratégia pode arranhar a imagem ou prejudicar alguém; se vai aumentar o lucro da empresa. As estratégias exigem constante verificação, para que possa concretizar o desempenho frente ao mercado.

Saba (2006) enfatiza que pensar em aderência é uma excelente estratégia, pois nesse caso, a preocupação é manter o cliente, e que para isso é necessário aperfeiçoar o atendimento para criar vínculos e, assim, estimular a fidelidade. Ter um diferencial ajuda a entrar no mercado, para tanto, ações de marketing são componentes essenciais para o processo de divulgação e no processo de atrair e manter alunos.

Para Kother (apud. CONTURSI, 1996, p. 39) “marketing é um sistema de atividades e técnicas inter-relacionadas, organizadas para criar e desenvolver, atribuir preços, comunicar, promover, distribuir e vender produtos destinados a satisfazer as necessidades de determinados consumidores”. Segundo Leite (2000), marketing é comunicação e tem como objetivos melhorar o ambiente, as relações internas, a qualidade dos relacionamentos e conseqüentemente a comunicação. A divulgação é o processo de “declaração” ao mercado do serviço e deve levar em consideração, quais os tipos de propaganda que pode ser utilizada; quais os mais acessíveis, economicamente; qual a intensidade da propaganda e quais as melhores estratégias (CONTURSI, 1996).

O marketing de relacionamento, refere-se a integração social (SABA, 2006) e que pode ser “desenvolvida”, a partir de um planejamento de eventos, para que aconteça atividades diferenciadas, em horários variados, dias distintos para favorecer a convivência e gerar o lucro. O marketing de aquisição é uma ação para atrair novos alunos, e os instrumentos mais utilizados são propagandas na rádio, jornais e “outdoor”. Manter os alunos é uma tarefa “difícil” e isso é de “responsabilidade” do marketing de aderência, SABA (2006, p.15) ressalta que:

Quanto mais alunos você mantiver, mais novos alunos você conseguirá ter. Pesquisas mostram que 80% dos novos alunos são indicados por alunos antigos. Clientes fiéis recomendam a academia para amigos, parentes, conhecidos. Logo, quem tem mais alunos antigos, também tem mais alunos novos.

O Marketing, nesse caso, ajuda na apresentação do produto, na propaganda das atividades esportivas, de lazer e ou de promoção de saúde que estão inseridas nos condomínios residenciais e conseqüentemente, na conquista e fidelidade dos praticantes nesse contexto. Como em qualquer outra organização o fator humano tornou-se a célula vital, já que, funciona por meio das pessoas. Para Saba

(2006), o capital humano de uma empresa tem um valor inestimável, pelo fato de ser ele quem passa a maior parte do tempo com o cliente, no caso da pesquisa, consideramos que o “sujeito” mais importante são os professores que atuam nos projetos de atividade física de condomínios residenciais, pois são eles os parceiros mais próximos da organização e que decidem e agem em nome do projeto. Na área da atividade física atrair e reter talentos torna-se primordial em virtude da acirrada disputa por mercado, além do fato do bom atendimento aos clientes ser o grande diferencial competitivo das organizações (MOCSÁNYI E BASTOS, 2005). É comum contratar pessoas, e a mesma, não se adequar à filosofia da empresa. Para tanto, utiliza-se as ações de recrutamento e seleção.

A seleção é realizada por meio da obtenção e uso das informações a respeito dos candidatos recrutados, com o objetivo de escolher qual deles receberá a oferta de emprego (CHIAVENATO, 2005b). Capinussú e Costa (1999) enfatizam que certas organizações chegam a só admitir profissionais indicados por faculdades e universidades, com currículos fortes, ou realizando provas públicas para avaliar o conhecimento dos candidatos nas áreas de fisiologia, biomecânica e anatomia. Na realidade, esses fatores deveriam estar englobados em todas áreas de atuação profissional que trabalham com a promoção de saúde.

Para o processo de seleção ser mais eficaz, é necessário que tenha um perfil profissional para cada modalidade a ser desempenhada nos condomínios residenciais. Esse perfil profissional, de acordo com Mocsányi e Bastos (2005), deve ter informações sobre o nível de responsabilidade da função, sobre as relações de subordinação e responsabilidade, resultados esperados, indicadores e fatores de sucesso, sumário e detalhamento das atribuições, requisitos pessoais, físicos e qualidades técnicas desejadas, entre outras.

Para que o trabalho dos profissionais que atuam em condomínios residenciais sejam realizados sempre com sucesso, é necessário que haja um constante processo de capacitação e treinamento profissional. No caso dos projetos desenvolvidos em condomínios residenciais onde há a presença de vários profissionais atuando nesse espaço, o treinamento ajudará para a integração da equipe, para melhorar o desempenho do funcionário na organização.

METODOLOGIA

O trabalho teve um caráter qualitativo, que de acordo com Piccolo (apud MARCONI, 1999), tem como finalidade observar, registrar, analisar e correlacionar fatos e ou fenômenos. A fim de buscar minimizar as desvantagens desse tipo de pesquisa, foram utilizados como instrumento de coleta de dados a análise documental e a entrevista semi-estruturada.

Os indivíduos entrevistados foram cinco professores formados em Educação Física que atuam em projetos de atividade física realizados em condomínios residenciais do município de Vila Velha - ES. A fim de manter o sigilo do nome e o princípio ético da pesquisa utilizou-se as siglas P1, P2, P3, P4 e P5, para identificação dos professores entrevistados. A análise foi efetuada com base nos conteúdos dos dados provenientes das entrevistas e dos documentos, conforme salienta Oliveira (2007).

ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Ao realizar as entrevistas dos professores que atuam em projetos de condomínios residenciais, foi possível classificar as respostas em quatro categorias, sendo elas: planejamento; organização; marketing; gestão de pessoas; e conhecimentos da gestão. No quadro I estão representados os excertos de falas dos professores participantes da pesquisa que caracteriza a categoria do planejamento.

Os professores mencionam no quadro I a importância do planejamento na gestão em projetos de atividade física em condomínios residenciais, entendem que o planejamento deve estar em todos os momentos da atuação, para Chiavenato (2000; 2005a) nenhuma empresa funciona na base de improvisação.

O planejamento é identificado como algo que deve ser levado em consideração desde o momento em que se vai estudar o mercado, como fez P1, e também na implantação e conseqüentemente na manutenção. Maximiano (2000), afirma que a criação de qualquer organização começa com decisões interdependentes de planejamento interno e externo e o planejamento é um

recurso para lidar com o futuro. Como coloca P2 ao destacar a importância do planejamento em todos os aspectos.

Contudo, P3 e P5 não apresentaram reflexões significativas à respeito do planejamento, mas citaram-no em suas falas no processo de gestão e na importância para o andamento do trabalho. P4 vai além quando menciona a necessidade de o profissional gestor ter múltiplos conhecimentos. De acordo com Maximiano (2000) o trabalho do gestor, possui funções variadas, não padronizadas e que não segue a ordem implícita na seqüência de planejar-organizar-dirigir-controlar.

Quadro 1 - Planejamento

EXCERTOS DE FALAS	EXPLICAÇÃO DE SIGNIFICADOS
<p>“[...] antes de abrir uma empresa fizemos um estudo do mercado [...], viabilidades econômicas, se valia a pena, se ia dar certo, quem eram os nossos concorrentes, como entraríamos, foi tudo isso feito antes [...]” (P1).</p> <p>“Despesas, valor de materiais, custo, lucro por pessoa, saber calcular o mínimo de horas aulas, administrar de uma maneira que você consiga cobrir as suas despesas e ter uma receita que valha a pena pra você sobreviver” (P2).</p> <p>“[...] é você saber utilizar o marketing e se planejar [...]” (P3).</p> <p>“[...] o mais complicado é a gestão, a implantação e principalmente a manutenção” (P4).</p> <p>“[...] é ter noção de marketing, administração, contabilidade, de direito relacionado, então esse profissional gestor, tem que ser um profissional de múltiplos conhecimentos [...] tem que ter seu perfil, mas tem que ter séries de conhecimentos e comportamentos [...]” (P4).</p> <p>“[...] o planejamento, a coordenação tem que andar sempre correta [...]” (P5).</p>	<p>* Estudo de mercado (P1)</p> <p>* Planejamento (P2; P3)</p> <p>* Implementação e manutenção (P2; P4).</p>

Os professores P1 e P4 demonstraram ter uma leitura melhor da área de gestão, isso deve-se ao fato de P1 ser especialista em gestão e marketing esportivo e P4 ter participado de grupos de estudos sobre gestão.

O quadro 2 refere-se aos excertos de falas concernentes a categoria organização.

Quadro 2 – Organização.

EXCERTOS DE FALAS	EXPLICAÇÃO DE SIGNIFICADOS
<p>“[...] temos a equipe de profissionais formados, credenciados e também estagiários” (P1).</p> <p>“Temos algumas parcerias com outros projetos, não trabalhamos somente com condomínios, mas em várias áreas, esportivas, de condicionamento físico, de academia” (P1).</p> <p>“[...] não tem como dividir as turmas, só se tiver um número grande de alunos [...]” (P1).</p> <p>“Eu levo em consideração a faixa etária [...]” (P2).</p> <p>“[...] trabalho em todos os condomínios com todas as atividades. Estou querendo montar uma empresa [...] vou contratar estagiários e professores também” (P3).</p> <p>“[...] tem alguns condomínios que eu cobro o fixo, vou lá em tal dia e pego o valor [...] em outros lugares trabalho na lógica de percentual [...]” (P4).</p> <p>“A gente tem uma planilha de organização, com os horários de cada condomínio, os professores que estão e as atividades [...]” (P5).</p> <p>“[...] temos duas formas, existem prédio que o morador paga individual, no boleto bancário e o profissional que está dando essa aula não mexe com esse dinheiro e em outros prédios é um valor fechado pago mensalmente pelo condomínio” (P5).</p>	<p>* Profissionais formados (P1)</p> <p>* Parcerias (P1)</p> <p>* Divisão de turmas (P1; P2).</p> <p>* Ampliação do projeto (P3)</p> <p>* Mensalidades (P4); (P5)</p>

Constatamos a partir dos sujeitos entrevistados que existem diferentes tipos de organização, uma delas é em relação a funcionários. Verificou-se que em todos os projetos possuem professores formados e dois deles é composto também por estagiários.

A divisão das turmas é realizada a partir da faixa etária, considerando que se tiver um número significativo de alunos, pode ser dividido por nível de aprendizagem, o que foi relatado por todos os entrevistados. No entanto P1 ressalta a impossibilidade de dividir a turma devido ao número de alunos que fazem parte do projeto, isso traz dificuldades em relação aos profissionais atuantes, pois devem criar várias estratégias para que o trabalho seja efetuado. De acordo com Dias (2006), o maior desafio para efetivar a proposta do projeto reside na sua aplicação em situações concretas de intervenção nos condomínios residenciais.

Constatamos que P1, P4 e P5 possuem uma empresa e acredita-se que isso facilitou a ampliação do projeto, já que em alguns condomínios exigem certos padrões legais que podem ser estabelecidos somente a partir de uma empresa, no caso de um contrato de serviço e notas fiscais.

Como P1 e P4, P3 demonstra a sua intencionalidade em montar uma empresa, já que esse ação pode propiciar uma melhor organização do projeto em relação à contratação de funcionários e na ampliação do campo de atuação. Vale ressaltar que embora a abertura de uma empresa facilite algumas ações da prestação de serviço, os conhecimentos da gestão são essenciais para auxiliar no direcionamento do negócio.

Existem várias formas de pagamentos das mensalidades, P4 e P5 apresentaram duas formas, em que fecham um valor mensal com o condomínio ou cada aluno fica responsável pelo seu pagamento. Acredita-se que o mais seguro é negociar um valor fixo com o condomínio, pois o recebimento individual pode acarretar arrecadações diferentes a cada mês, dificultando assim o processo de organização e planejamento.

Quadro 3 – Marketing.

EXCERTOS DE FALAS	EXPLICAÇÃO DE SIGNIFICADOS
“[...] antes de abrir uma empresa fizemos um estudo do mercado, um plano de marketing [...]” (P1)	* Estudo de mercado (P1)
“[...] hoje nós temos um plano de marketing, fizemos no início do ano, nós estamos revendo o plano de marketing de novo, precisa estar sempre mudando! Está prestando atenção no plano de marketing, se está sendo seguido [...]” (P1)	* Plano de marketing (P1)
“[...] foi feito um cartaz e uma divulgação do morador que me trouxe, junto aos pais que tinham interesse em jogar” (P2)	* Divulgação (P2; P3; P4; P5)
“Utilizei cartinhas e coloquei nas caixinhas do correio, com os horários, as atividades, o valor e também cartazes colados nos condomínios divulgando tudo isso” (P3)	* Fidelização dos clientes (P3; P4; P5)
“Eu sempre mantenho contato com os pais dos alunos, que tenha possível diálogo, faço o marketing pessoal [...] acho que o mais importante é a relação que você tem com os alunos e os responsáveis [...]” (P3)	* Avaliação do projeto (P5)
“[...] o marketing diz que esse é o melhor caminho a fidelização, então é reconhecer o outro e não tratar como um objeto [...]” (P4)	
“Tentamos fidelizar os clientes através da motivação dos alunos, acreditamos que a motivação é um dos pontos principais [...] sempre fazemos eventos para os moradores saber que tem movimento no condomínio” (P5)	
“Tenho investido em divulgação, tento várias formas de buscar os clientes em condomínios, por correio, fiz panfletagem, entreguei de prédio em prédio, hoje estou tentando ver novas mídias, os públicos são variados, então estou inovando a cada dia [...]. Além disso fazemos também de uma forma informal [...] em algum torneio perguntamos como que estão as aulas, se estão gostando do professor [...]” (P5)	

Referindo-se ao marketing, podemos fazer uma análise a partir dos excertos de falas dos professores, da importância desses conhecimentos na atuação profissional seja antes e durante a atuação.

Mais uma vez o professor 1 destacou que possui um plano de marketing e utiliza instrumentos de divulgação, como o professor 2 e 3 destacaram. Já o professor 4 conhece os conhecimentos de marketing mas reconhece que não os utiliza no ponto de vista da gestão, apesar de mencionar que o único instrumento utilizado por ele e por todos os colaboradores do projeto para fidelizar os clientes são ações ligadas às relações interpessoais. Para Griffin (apud VENLIOLES, 2005), a fidelidade é construída ou destruída em cada interação do cliente com a empresa, ou seja, cada contato que você tiver com o cliente será capaz de fidelizá-lo ou não.

O P1, P3 e P5 utilizam recursos para a interação dos moradores dos condomínios e conseqüentemente podendo ajudar na agregação e fidelização de pessoas, Dias enfatiza possíveis instrumentos para a realização desse fator:

Proporcionar atividades dinâmicas em que mobilize todos os moradores dos condomínios residenciais, oportunizando nesse sentido, interações entre os indivíduos no ambiente de moradia (desde familiares, moradores e funcionários). Assim, as atividades relacionadas ao campo da Educação Física, como gincanas e recreações possibilitam essa dinamização.(DIAS, 2006, p. 31)

As ações que Dias (2006) aborda é de grande relevância, pois quanto maior for a integração, os moradores saberem que existem atividades nos espaços muitas vezes ociosos e principalmente poderão entender que este tipo de trabalho é de importância para o condomínio.

Nota-se que todos os entrevistados, ou realizam, ou já realizaram estratégias do marketing, porém utilizaram instrumentos diferentes em cada situação, exemplos podem ser mencionados da divulgação do P1, P2 e P3, em que P1 utiliza um portfólio com intervenções em outros condomínios. Já P2 faz uso de cartazes para a divulgação das atividades e P3 cartas nas caixas de correio. No entanto, P5 vai além ao buscar encontrar instrumentos diferenciados para divulgação.

Essa categoria demonstrou que todos os entrevistados de alguma forma utilizaram algum instrumento do marketing e para tanto percebe-se a importância desse componente para o processo de manter e aumentar o número de alunos.

No quadro 4 estão presentes as falas relacionadas com a categoria gestão de pessoas.

Quadro 4 - Gestão de pessoas.

EXCERTOS DE FALAS	EXPLICAÇÃO DE SIGNIFICADOS
“[...] nós estamos fazendo um grupo de estudos semanalmente, toda terça-feira, cada professor trás um tema para dar uma palestra. Nosso objetivo é fazer uma troca de conhecimentos, cada um falando de sua área, de sua aula [...]” (P1)	* Grupo de estudos (P1; P5).
“O controle dos professores não é fácil, pois sou o administrar e tenho também de dar aulas [...]” (P1)	* Controle (P1)
“[...] conseguir um coordenador, que me de essa “interface”, ou melhor, que fizesse essa ponte entre a pessoa que tem como responsabilidade cuidar da empresa e a pessoa que ficaria responsável pelas atividades do projeto seria ideal para mim, mas não consigo encontrar esse profissional [...]” (P4)	* Coordenador (P4)
“A gente tem encontro semanal com os professores e eles falam muito sobre a aula deles, mas também usamos recursos como palestras, vídeos motivacionais, procuramos debater. Buscamos uma motivação em equipe para que eles se sintam parte do nosso negócio e não somente um funcionário! Isso possibilita que o professor compre a idéia do projeto e se identifica com ele” (P5)	

Observa-se que os excertos de falas dos professores P2 e P3 não aparecem no quadro, em razão de não ter pessoas que trabalham juntamente com eles no projeto. P1 relata que gerenciar pessoas não é fácil, sempre devem estar em constante motivação e um dos únicos instrumentos que utiliza são grupos de estudos semanalmente, o mesmo acredita que esse momento auxilia a interação da equipe e conduz a uma troca de conhecimentos. Com base nesse instrumento realizado por P1,

Charan (2002) enfatiza que se o processo de pessoal não funcionar perfeitamente, nunca realizará o potencial de seu negócio. Gil (2001, p. 201) vai além e afirma aspectos sobre a motivação:

O mundo cada vez mais competitivo dos negócios exige altos níveis de motivação das pessoas. Empregados motivados para realizar seu trabalho, tanto individualmente como em grupo, tendem a proporcionar melhores resultados. A motivação pode ser entendida como o principal combustível para a produtividade da empresa.

Concordando com Gil, P5 também utiliza a motivação como recurso por meio de palestras, vídeos motivacionais. Para Gil (2001) várias alternativas podem ser utilizadas para motivar pessoas, uma delas é encorajá-las para iniciativas, como solicitar a participação da equipe na formulação de novas propostas e solução de problemas. Uma outra possibilidade é oferecer incentivos, isso não significa aumento de salário, mas algum tipo de privilégio.

Em relação à vistoria, P1 salienta uma impossibilidade de realizar o acompanhamento das atividades, já que é o gestor e professor. Nesse caso, o acompanhamento fica a cargo do relato realizado pelos professores no encontro semanal. Entretanto, P5 realiza a vistoria a partir dos planos de aulas e como P1 nos encontros semanais em que dialogam sobre as aulas realizadas.

Já P4, sente dificuldades em encontrar um coordenador com os saberes necessários para atuar no projeto, o que, inclusive, está impedindo a sua realização. Como cita Mocsányi e Bastos (2005, p. 55) a falta “[...] de material humano em quantidade, e principalmente em qualidade, para atender a demanda que o mercado impõe deve-se principalmente ao surgimento recente dos cursos de pós-graduação em Administração Esportiva no Brasil”.

Apesar dos professores entrevistados utilizarem instrumentos da gestão, os mesmos ficaram em dúvida ao responderem as questões referentes aos conhecimentos que abrange a gestão, exceto o professor 4 e 5, como pode ser observado no quadro 5.

Quadro 5 - Conhecimentos da gestão.

EXCERTOS DE FALAS	EXPLICAÇÃO DE SIGNIFICADOS
<p>“Como assim?” (P1) “Alguns!” (P2) “Quais conhecimentos que abrangem a gestão?” (P3) “É os conhecimentos que você tem que ter para atuar em condomínios?” (P3) “[...] é ter noção de marketing, administração, contabilidade de direito relacionado” (P4) “[...] os conhecimentos da gestão que eu conheço são planejamento [...]” (P5)</p>	<p>* Dúvida sobre os conhecimentos que abrangem a gestão (P1; P2; P3).</p>

Percebemos nos quadros anteriores, que os conhecimentos que abrangem a gestão, são utilizados no cotidiano da maioria dos professores entrevistados que atuam em condomínios residenciais. Apesar de utilizarem alguns desses conhecimentos, observamos a carência de leituras no campo acadêmico da gestão ou administração, pois ficaram em dúvida na resposta da pergunta mais específica referente à quais os conhecimentos que abrange a gestão. Parece, nesse caso, que as leituras dos professores vêm da experiência prática, empírica e não sobre o campo acadêmico e científico.

Nesta categoria, o professor P4 respondeu com mais propriedade à pergunta já que mencionou vários itens que abrangem o campo da gestão. Apesar de P5 não ter mencionado outras questões para além do planejamento e de P1, P2 e P3 não mencionaram nenhum conhecimento, observa-se que todos utilizam parte desses conhecimentos na sua atuação profissional.

Nas diversas áreas do campo da educação física, os profissionais requerem habilidades de planejamento, organização, controle e trabalho em equipe, para tanto a necessidade de leituras à cerca da gestão, muito embora isso nem sempre fica evidenciado durante o próprio processo de formação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve como objetivo analisar a estrutura e organização dos projetos de atividade física em condomínios residenciais, discutir os conhecimentos que dão suporte a elaboração e gestão de projetos e identificar como as discussões científicas acerca da gestão ajudam na atuação profissional no contexto de projetos de atividade física em condomínios residenciais.

Diante da interpretação dos dados coletados consideramos que os conhecimentos da gestão são utilizados na estrutura e na organização dos projetos de atividade física em condomínios residenciais, conhecimentos esses, importantes para um melhor andamento dos projetos.

Em relação aos conhecimentos da gestão que dão suporte à elaboração e gestão de projetos são: organização, planejamento, marketing e gestão de pessoas, conhecimentos utilizados em todas as etapas do processo de qualquer organização, seja em condomínios residenciais, academias, clubes, enfim, todos os espaços que atuam com a prestação de serviço no âmbito da Educação Física.

Os conhecimentos que envolvem a gestão são essenciais, pois oferecem uma base para um melhor direcionamento, no gerenciamento de qualquer instituição. Consta-se a necessidade de utilizarmos a gestão em situações cotidianas, entretanto, quando se pensa em retorno financeiro, é necessário recorreremos aos conhecimentos científicos da gestão. Sabe-se que muitos gestores atuam de forma amadora e podemos observar que muitos deles não conseguem o sucesso no seu negócio, por não entender a necessidade de um planejamento estratégico, da gestão de recursos humanos ou gestão de pessoas, e por não ter noções de marketing.

As pesquisas na área da gestão têm evidenciado que essa não é uma especificidade dos projetos de atividade física em condomínios residenciais, na realidade esse fato é encontrado também em clubes e academias. Para tanto, indicamos a necessidade de novos estudos na área de gestão para o campo da educação física.

REFERÊNCIAS

- AKIAU, P. O mercado de fitness é sub-utilizado. **Revista Empresário Fitness**, ano II, n. 07, p. 10-11, nov. /dez. 2003.
- BASTOS, F. Perfil do administrador esportivo de clubes sócio-culturais e esportivos de São Paulo/Brasil. **Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte**, ano 5, n.1, p. 13-22, 2005.
- CAPINUSSÚ, J. Formação de recursos humanos e a necessidade de uma administração desportiva moderna capaz de influir de forma positiva no desempenho da equipe e do atleta. **Arquivos em movimento**, v. 1, n. 1, p 87-93, 2005.
- CHARAN, R. **Desafio: fazer acontecer**. 1. ed. Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2002.
- CHIAVENATO, I. **Administração: teoria, processo e prática**. 3. ed. São Paulo: Editora Makron Books, 2000.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005a.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005b.
- CONTURSI, E. **Marketing esportivo**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Sprint, 1996.
- DIAS, R. A. Os condomínios residenciais de Vitória como campo de intervenção em educação física: infra-estrutura e pressupostos teórico-metodológicos. (Monografia) - Centro Universitário Vila Velha. Curso de Educação Física Esporte e Lazer. Vitória, 2006.
- GIL, A. C. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.
- LEITE, J. A. **Academias: estratégias para o sucesso**. Rio de Janeiro: Sprint, 2000.
- MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 1991.
- MAXIMIAMO, A. C. A. **Introdução à administração**. São Paulo: Editora Atlas, 2000.
- MOCSÁNYI, V.; BASTOS, F. **Gestão de pessoas na administração esportiva: considerações sobre os principais processos**. Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte, ano 5, n. 3, p. 55-69, 2005.
- OLIVEIRA, S. L. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira, 1997.
- SABA, F. **Liderança e gestão**. São Paulo: Phorte, 2006.
- VENLIOLES, F. M. **Manual do gestor de academia**. Rio de Janeiro: Sprint, 2005.

¹ Centro Universitário Vila Velha (UVV)

² Centro Universitário Vila Velha (UVV) / Núcleo de Gestão e Teoria Aplicada ao Esporte (NATA)