

SATISFAÇÃO DO CLIENTE DE UMA ACADEMIA EM FLORIANÓPOLIS*

Ramon Ferreira Dambroz**

Resumo: O objetivo desta pesquisa foi analisar a satisfação dos clientes de uma academia de musculação localizada em Florianópolis. O instrumento utilizado foi adaptado de Aguiar (2007), o qual avaliou a satisfação dos clientes em diferentes aspectos: estrutura física e equipamentos, serviços, pessoal, conforto e conveniência e preço. A amostra foi constituída por 72 pessoas e os dados foram coletados no mês de outubro entre os dias 3 a 17. Analisando os resultados, conclui-se que, no caso investigado, a amostra apresentou um alto nível de satisfação com todos os tópicos avaliados. Os clientes da academia declaram-se totalmente satisfeito / parcialmente satisfeito com os aspectos “estrutura física e equipamentos” (93,1%), “preço” (95,8%), “conforto e conveniência” (96%), “pessoal” (98,4%). E como aspecto de menor índice de satisfação, “serviços” onde (87,5%) dos clientes da academia, estavam totalmente satisfeito / parcialmente satisfeito.

Palavras-chave: Satisfação do Cliente. Marketing em Academias. Gestão Esportiva.

INTRODUÇÃO

Com o avanço dos estudos na área da saúde, tornou-se possível identificar a importância da prática regular de exercícios físicos para se atingir o estado pleno de saúde, além disso, modificações na sociedade fizeram com que a atividade física passasse a ser estudada como fator de prevenção e tratamento de inúmeras doenças. (NAHAS, 2006).

Mazzei e Bastos (2012), de acordo com a IHRSA- International Health Racquet and Sportsclub Association (a maior associação comercial da indústria fitness e saúde do mundo), afirmam que o Brasil é o segundo maior país do mundo em números de academias. De 2007 à 2010 o número de academias dobrou, em decorrência do aumento da procura por este serviço.

* Artigo apresentado como trabalho de conclusão de curso de graduação da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Educação Física). Orientador: Prof. Rafael Andreis, Mestre. Palhoça, 2017.

**Acadêmico do curso de Educação Física da Universidade do Sul de Santa Catarina
ramon_dambroz@hotmail.com

Diante disso o número de academias existente no mercado é cada vez maior, portanto, tornou-se fundamental conhecer o perfil dos clientes que buscam por esses serviços, como também motivos da fidelização destes.

Segundo Kotler (1996, p 161) o Marketing é uma ferramenta destinada à atender os desejos e as necessidades do consumidor. Porém para poder satisfazer as vontades do cliente é fundamental conhecê-lo. Para entendê-los é necessário compreender seus desejos e necessidades. Uma maneira de conhecer melhor o cliente é através de uma pesquisa de marketing. Este trabalho tem como objetivo geral analisar o nível de satisfação dos alunos de uma academia localizada na cidade de Florianópolis.

O trabalho se justifica pelo fato de não haver muitas pesquisas a respeito de satisfação de clientes em academias de Florianópolis, e da necessidade de conhecer melhor os clientes de academias de pequeno porte, já que Aguiar (2007) sugeriu aplicação do seu instrumento nestes tipos de estabelecimentos, para isso, baseou-se na “classificação de academias pelo número de clientes” desenvolvido por Pereira (1996) onde academias com até 100 alunos são consideradas de pequeno porte, até 300 alunos médio porte e academias com mais de 300 alunos de grande porte.

MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa trata-se de um estudo de caso. Já quanto a finalidade, caracteriza-se como explicativa e quanto a abordagem, quantitativa, pois tenta explicar através da análise dos dados as preferências dos clientes.

Participaram desta pesquisa alunos inscritos e ativos em uma academia do município de Florianópolis, de os ambos os sexos. A participação foi voluntária, e a seleção foi por conveniência ou acessibilidade. Os critérios de inclusão foram alunos com idade mínima de 18 anos e que estivessem matriculados no local onde a pesquisa foi realizada.

Para a realização deste trabalho, os dados foram coletados utilizando-se o questionário desenvolvido por Aguiar (2007). Para o presente estudo, o instrumento teve algumas adaptações devido ao fato de que a academia objeto desta pesquisa oferece apenas a modalidade de musculação.

O questionário está separado em cinco tópicos considerados relevantes para avaliação de uma academia, sendo eles: Estrutura física e equipamentos; Serviços; Pessoal;

Conforto e conveniência e Preços. Cada tópico é composto por questões específicas para avaliar a satisfação dos clientes de maneira minuciosa, os entrevistados preencheram a tabela de nível de satisfação de acordo com uma escala de Likert, que classifica as variáveis de cada tópico de acordo com sua satisfação. Os níveis de satisfação são: totalmente insatisfeito; parcialmente insatisfeito; indiferente; parcialmente satisfeito e totalmente satisfeito.

Após um contato prévio com a academia selecionada, foi encaminhado à mesma um termo de consentimento para que o estabelecimento autorizasse a realização da pesquisa no local. Após o aceite, o projeto foi encaminhado e submetido ao Comitê de Ética da Universidade do Sul de Santa Catarina, sendo aprovado com o parecer de número 2.308.916. O questionário foi disponibilizado em uma plataforma online, no mês de outubro entre os dias 3 e 17 e durante a coleta, o pesquisador esteve à disposição a fim de sanar qualquer dúvida dos alunos.

A academia que será realizada a pesquisa fora fundada em 01 de agosto do ano de 1992, possui dois ambientes, sendo uma sala de aparelhos com 30 m² e o outro destinado a exercícios de peso livre e funcionais com 20 m², além de oferecer dois vestiários (um masculino e um feminino) e um estacionamento para 20 carros. As atividades oferecidas pela academia são musculação, funcional e assessoria de corrida, estando incluso em um pacote único, ficando a cargo do cliente a escolha das modalidades que irá realizar, uma vez que os treinos são aplicados de forma individualizada, e o aluno poderá dividir o ambiente total da academia com no máximo 9 alunos.

Com relação ao número de clientes a academia conta com cerca de 100 alunos, que se dividem nos períodos matutino, iniciando as atividades as 6:30 e terminando as 11:30, vespertino, das 14:00 até as 18:00, e o noturno das 18:00 até 22:00. Quanto a estrutura interna, a academia possui 4 esteiras, 4 bicicletas 15 aparelhos de musculação e anilhas, barras, caneleiras e diversos equipamentos para treinos funcionais.

Para realização da coleta, os participantes foram abordados após a realização do seu treinamento, sendo convidados a participar da coleta e informados sobre a forma de responder o questionário. Os clientes que aceitavam participar da pesquisa e se enquadravam nos critérios de inclusão foram encaminhados à um ambiente reservado, onde responderam o questionário. O modo de preenchimento do questionário se deu através de um computador, nele constava o questionário em uma plataforma online.

A análise dos dados foi feita através dos parâmetros da estatística descritiva através da frequência percentual. Os resultados obtidos foram apresentados através de gráficos e tabelas para facilitar a visualização.

Foram respondidos 72 questionários, e após verificação da não existência de questionários em duplicidade e averiguação de que estavam corretamente preenchidos, foram recebidas 72 respostas válidas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo estão apresentados os dados com a finalidade de verificar o nível de satisfação nível de satisfação dos alunos de uma academia localizada na cidade de Florianópolis. Serão apresentados dados referentes ao perfil dos frequentadores da academia, e o nível de satisfação de cada aspecto.

Apresenta-se abaixo na Tabela 1, o perfil dos participantes da pesquisa.

Tabela 1: Perfil do cliente.

| | Numero | Percentual |
|-----------------------------|---------------|-------------------|
| Idade | | |
| Entre 18 e 24 anos | 13 | 18,1% |
| Entre 25 a 34 anos | 18 | 25% |
| Entre 35 a 44 anos | 17 | 23,6% |
| Entre 45 a 54 anos | 13 | 18,1% |
| Entre 55 a 64 anos | 8 | 11,1% |
| 65 anos ou mais | 3 | 4,2% |
| Grau de Escolaridade | | |
| Fundamenta | 0 | 0% |
| Médio Incompleto | 1 | 1,4% |
| Médio Completo | 14 | 19,4% |
| Superior Incompleto | 13 | 18,1% |
| Superior Completo | 28 | 38,9% |
| Pós- Graduado | 16 | 22,2% |

| | | |
|--|----|-------|
| Estado Civil | | |
| Solteiro | 27 | 37,5% |
| Casado | 35 | 48,6% |
| Separado | 6 | 8,3% |
| Viúvo | 2 | 2,8% |
| União Estável | 2 | 2,8% |
| Sexo | | |
| Feminino | 40 | 55,6% |
| Masculino | 32 | 44,4% |
| Renda Familiar | | |
| Até R\$1.500 | 1 | 1,4% |
| De R\$1.501 a 3.000 | 12 | 16,7% |
| De R\$3.001 a 4.000 | 13 | 18,1% |
| De R\$4.001 a 6.000 | 19 | 26,4% |
| De R\$6.001 a 7.500 | 8 | 11,1% |
| Mais de 7.500 R\$ | 19 | 26,4% |
| Quanto Tempo Frequenta a Academia | | |
| 1 mês até 11 Meses | 23 | 31,9% |
| 1 ano até 3 anos | 16 | 22,2% |
| 3 anos e um dia até 5 anos | 16 | 22,2% |
| 5 anos e um dia até 10 anos | 8 | 11,1% |
| Mais de 10 anos | 9 | 12,5% |
| Frequência Semanal Academia | | |
| Até 2 vezes | 10 | 13,9% |
| 3vezes | 42 | 58,3% |
| 4vezes | 10 | 13,9% |
| 5vezes | 10 | 13,9% |

Fonte: Elaboração do autor, 2017

De acordo com a Tabela 1, constatou-se que a faixa etária predominante foi 25 a 44 anos (48,6%), quanto ao grau de escolaridade predominaram os alunos com nível superior completo (38,9%), O estado civil predominante foi casado (38,9%), o público do sexo feminino (55,6%) predominou sobre o masculino (44,4%), a renda familiar predominante entre os alunos foi acima de quatro mil reais (63,9%), Quanto ao tempo em que frequentam a

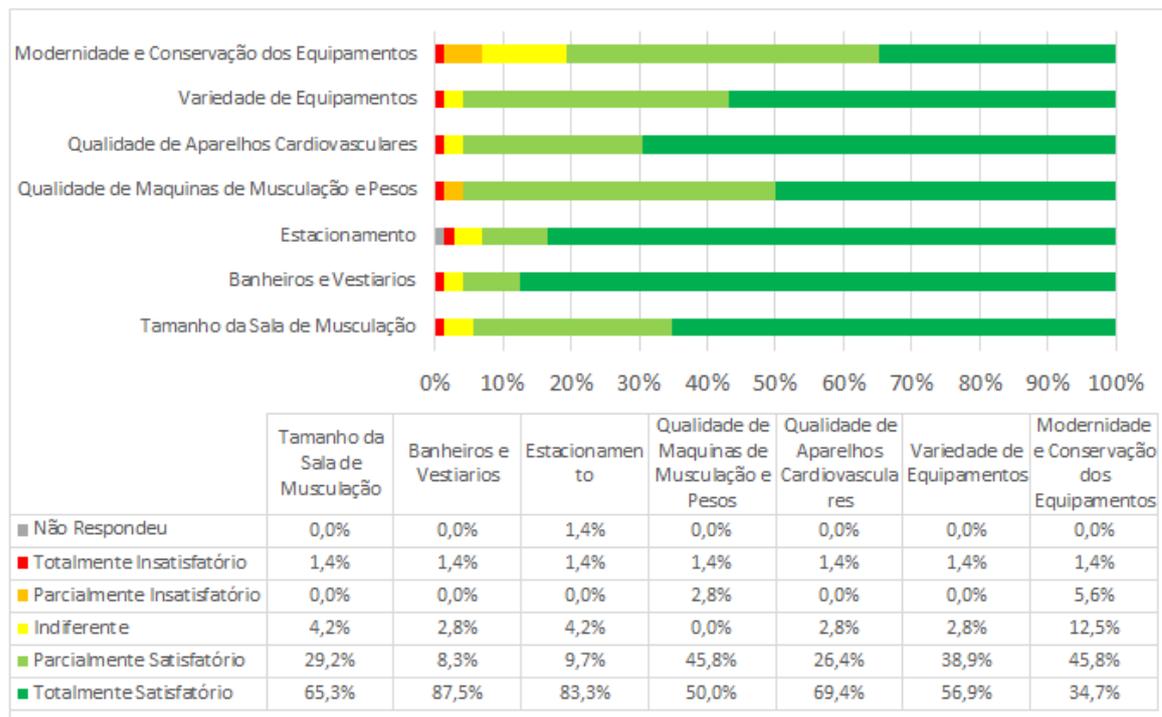
academia a predominância foi de alunos matriculados de 1 mês até 11 meses (31,9%) e a frequência semanal predominante foi de três vezes na semana (58,3%).

Com relação às pesquisas anteriores, Souza (2015), Aguiar (2007) e Zanette (2003) encontraram perfis diferentes dos encontrados no presente estudo, porém muito semelhante entre eles, já que ambos estudos encontraram a grande maioria dos entrevistados com o seguinte perfil: , media de 25 anos, superior incompleto, solteiros e sexo masculino.

O aspecto em que encontramos maior variedade de perfis em todos os estudos foi Renda familiar, uma vez que, neste estudo a maioria dos alunos respondeu receber acima de quatro mil reais, na pesquisa de Aguiar (2007), acima de seis mil reais, já Souza (2015), encontrou na sua maioria, renda familiar entre mil e quinhentos reais até três mil reais.

Na Figura 1, serão apresentados os resultados referentes ao nível de satisfação dos entrevistados com relação ao tópico estrutura física e equipamentos.

Figura 1: Satisfação em relação à Estrutura física e equipamentos.



Fonte: Elaboração dos autores, 2017.

Em relação à estrutura física e equipamentos, os índices avaliados com total satisfação são de 87,5% para “banheiros e vestiários”, 83,3% para “estacionamento”, 69,4% para “qualidade dos aparelhos cardiovasculares”, 65,3% para “tamanho da sala de

musculação, 56,9% para “variedade dos equipamentos”, 50,0% para “qualidade de máquinas de musculação”, e 34,7% para “modernidade e conservação dos equipamentos”.

No que diz respeito ao tamanho da sala de musculação, pode-se observar que a porcentagem de alunos totalmente satisfeitos corresponde a mais da metade dos entrevistados. Os banheiros e vestiários, foi o item que obteve a melhor avaliação dos alunos neste tópico. Outra variável bem avaliada foi o estacionamento, que 83,3% dos clientes afirmaram estar totalmente satisfeitos.

Vale destacar também as questões qualidade de máquinas de musculação e pesos livres e modernidade e conservação dos equipamentos, pois estas foram as que obtiveram o menor número de alunos totalmente satisfeitos. Pode-se destacar ainda, que no que diz respeito a última questão citada, 45,8% dos alunos alegaram estarem parcialmente satisfeitos, maior percentual dentro deste tópico.

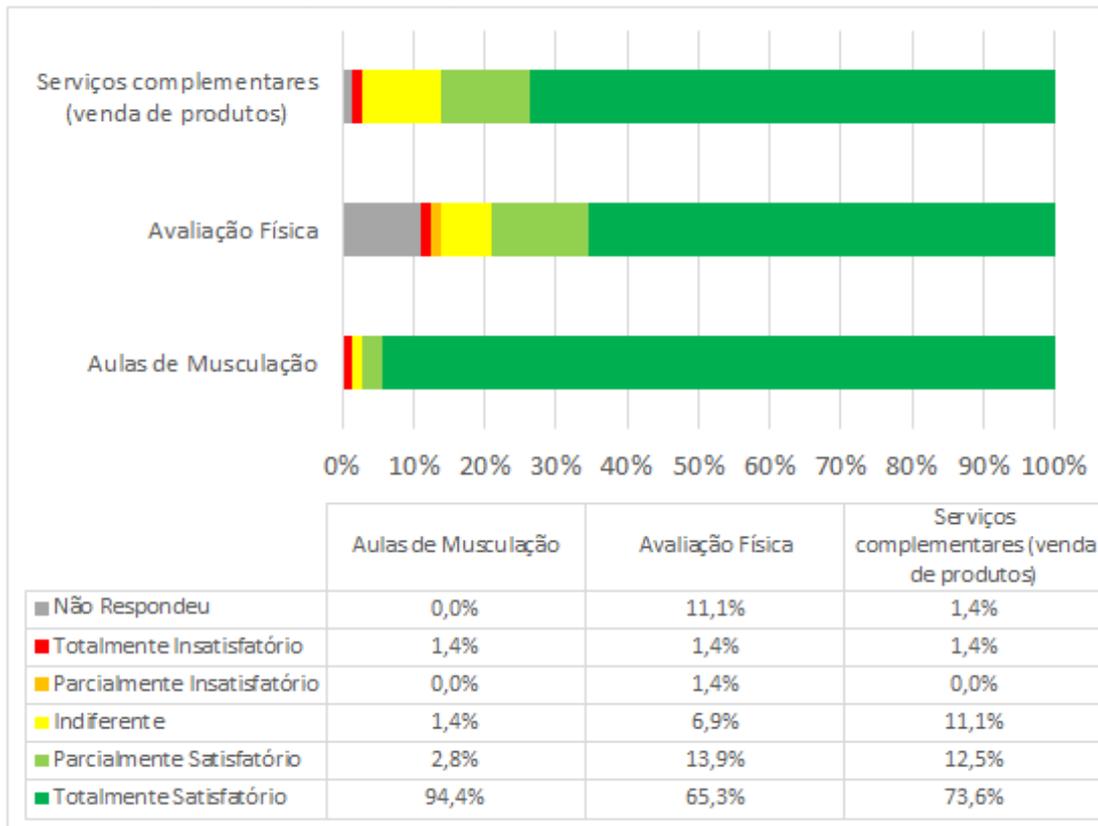
Ainda na Figura 1, o índice avaliado com destaque para insatisfação parcial foi de 5,6% para “modernidade e conservação dos equipamentos”.

Realizando um comparativo com a pesquisa realizada anteriormente, na cidade de João Pessoa (PB), verifica-se que Aguiar (2007) encontrou um nível de satisfação maior nas variáveis “Modernidade e conservação dos aparelhos” (93,7%) e “variedades de equipamentos” (93,7%). Já na pesquisa de Souza (2015) os clientes que responderam estarem totalmente satisfeitos na variável “Modernidade e conservação dos aparelhos” correspondem a 35,8% e em “variedades de equipamentos” 32,8%.

Pereira (1996, p. 103), afirma que tanto as academias menores quanto as maiores precisam de instalações bem planejadas de modo que a segurança do aluno não fique comprometida.

Na Figura 2, serão apresentados os resultados referentes ao nível de satisfação dos alunos em relação ao tópico serviços,

Figura 2 Satisfação em relação a Serviços.



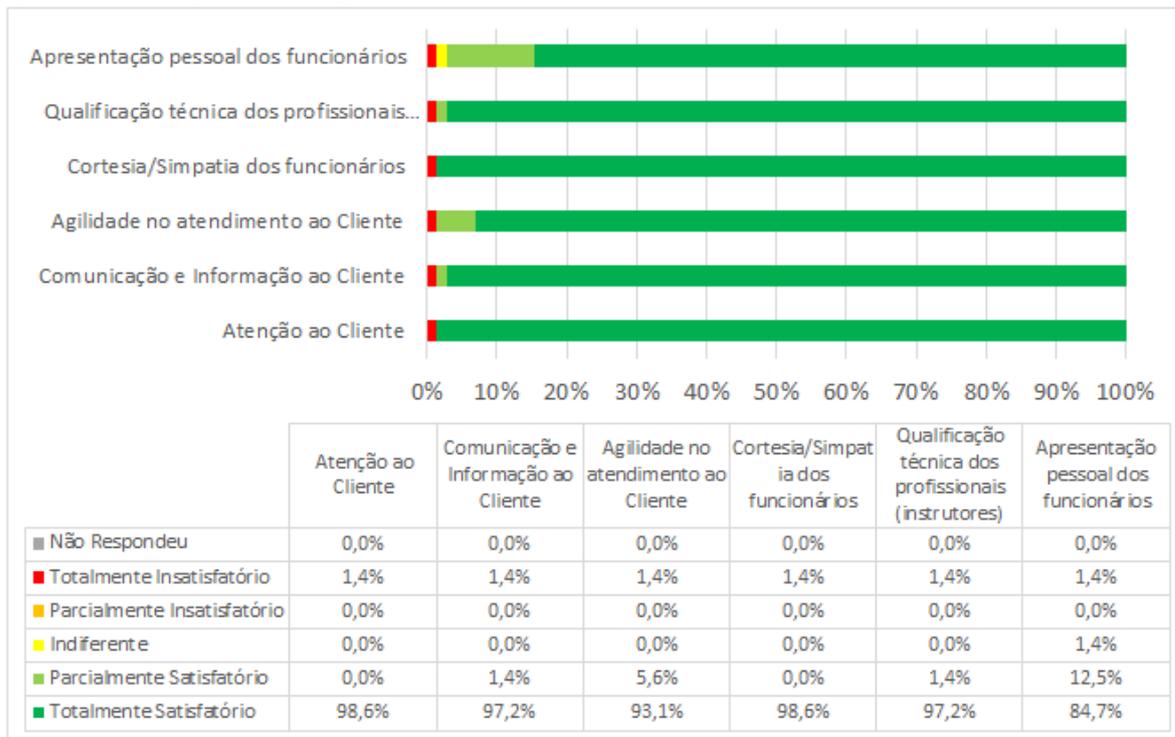
Fonte: Elaboração do autor, 2017.

Em relação ao tópico “Serviços”, os índices avaliados com total satisfação são: “Aulas de musculação” 94,4%, “Venda de Produtos” 73,6% e “Avaliação Física” 65,3%. A variável “avaliação física” foi o que alcançou menor percentual de totalmente satisfeitos, com apenas 65,3%, sendo que 13,9% dos alunos disseram estar parcialmente satisfeitos e ainda 11,1% optaram por não responder, pois nunca haviam usufruído deste serviço.

Souza (2015) apresentou resultados distintos da presente pesquisa, visto que os clientes que responderam estarem totalmente satisfeitos nas variáveis “aulas de musculação” correspondem a 59,7%. A variável “venda de produtos” atingiu o percentual de (32,8%) de total satisfação. Já na pesquisa de Aguiar (2007) o nível de satisfação total dos alunos na variável “aulas de musculação” alcançou 93,6%, e a variável “avaliação física” 85,1%.

Na Figura 3, serão apresentados os resultados referentes ao nível de satisfação dos alunos em relação ao tópico “Pessoal (funcionários)”.

Figura 3 Satisfação em relação à Pessoal (funcionários).



Fonte: Elaboração do autor, 2017.

Em relação a “Pessoal (funcionários)”, os índices avaliados com total satisfação são: “Atenção ao cliente” (98,6%), “Cortesia/Simpatia dos funcionários” (98,6%), “Comunicação e Informação ao cliente” (97,2%), “Qualificação técnica dos profissionais (instrutores)” (97,2%), “Agilidade no atendimento ao cliente” (93,1%) e “Apresentação pessoal dos funcionários” (84,7%).

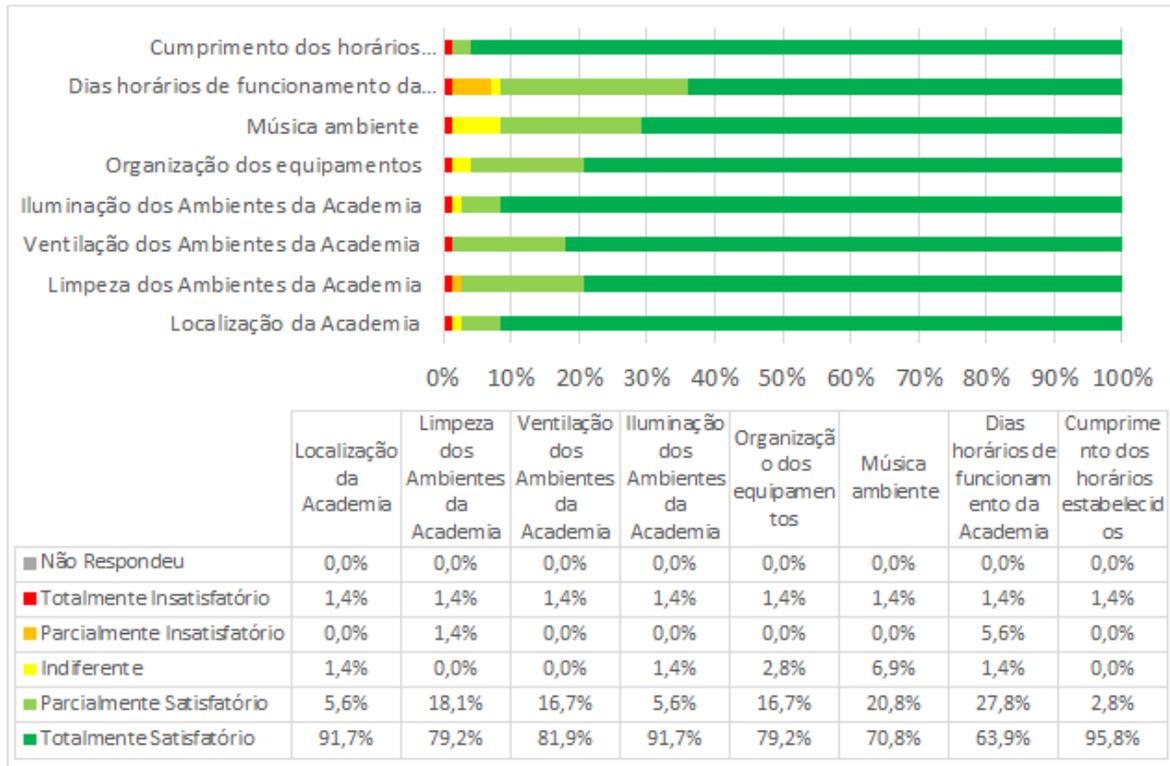
O item que obteve nível total de satisfação mais baixo foi “apresentação pessoal dos funcionários” (84,7%), sendo que 12,5% responderam estar parcialmente satisfeitos.

Confrontando os resultados deste estudo com as pesquisas anteriores, verifica-se que na variável “atenção ao cliente” os números encontrados são parecidos com os de Aguiar (2007), que encontrou 95,1% totalmente satisfeitos. Já Souza (2015) apresentou números inferiores aos encontrados no presente estudo, os clientes que demonstraram estar totalmente satisfeitos representa 71,6%.

Kotler (2000) define satisfação como “sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto em relação às expectativas do comprador”.

Na Figura 4, serão apresentados os resultados referentes ao nível de satisfação dos alunos em relação a “Conforto e Comodidade”.

Figura 4 Satisfação em relação Conforto e comodidade.



Fonte: Elaboração do autor, 2017.

No tópico, “Conforto e Comodidade”, os índices avaliados com total satisfação são: “Cumprimento dos horários estabelecidos” (95,8%), “Localização da academia” (91,7%), “Iluminação dos ambientes da academia”(91,7%), “Ventilação dos ambientes da academia” (81,9%), “Limpeza dos ambientes da academia” (79,2%), “Organização dos equipamentos” (79,2%), “ Música ambiente” (70,8%) e “Dias e horários de funcionamento da academia” (63,9%).

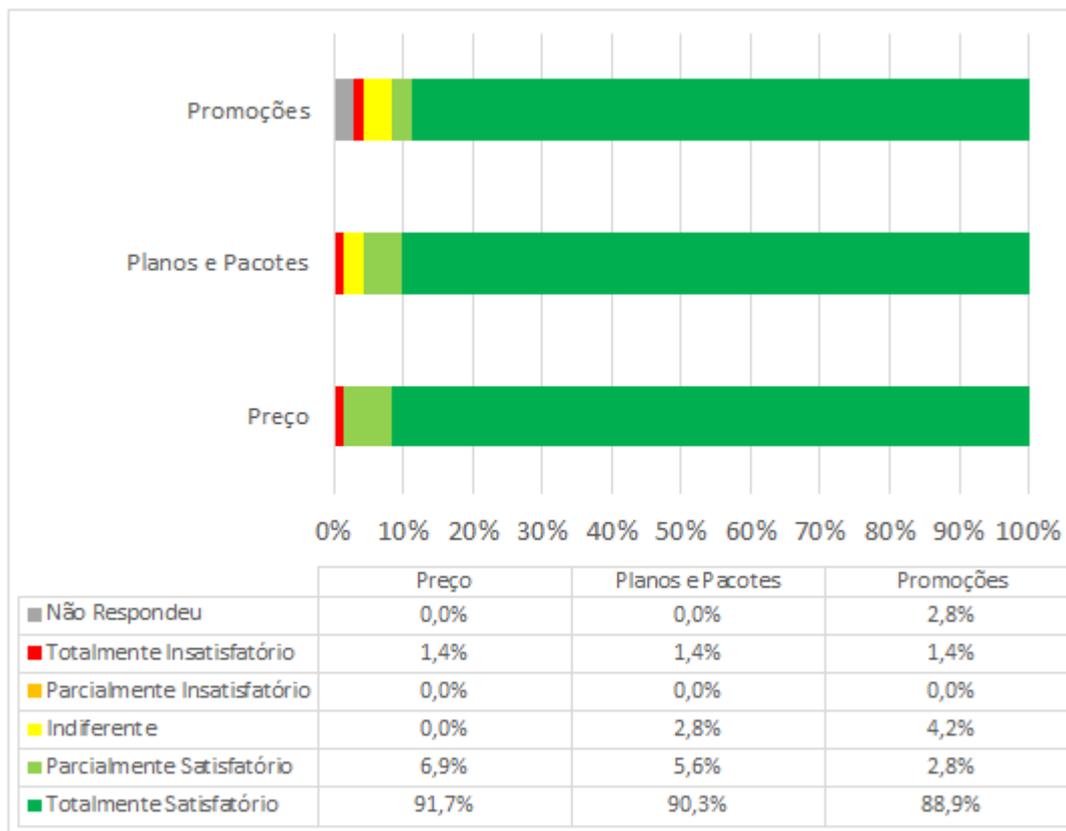
Ainda na Figura 4, o índice avaliado com destaque para insatisfação parcial foi de (5,6%) para “Dias e horários de funcionamento da academia”. Costa (2015) em sua pesquisa encontrou dados diferentes na variável “dias e horários de funcionamento”, 40% dos clientes estavam totalmente satisfeitos.

Oliver (1997) argumenta que clientes satisfeitos com uma empresa: aumentam o volume de vendas; toleram elasticidade de preços; estão mais atentos aos esforços de comunicação e ainda passam a ficar mais isolados em relação às ofertas de concorrentes.

Zanette(2003) evidenciou que um dos fatores predominantes para a escolha de uma academia é a facilidade de acesso e a localização. Neste estudo quanto a variável “localização”, 91,7% dos alunos mostrou estar totalmente satisfeito com a localização da academia.

Na Figura 5, serão apresentados os resultados referentes ao nível de satisfação dos alunos em relação ao tópico “Preços”.

Figura 5 Satisfação em relação a Preços.



Fonte: Elaboração dos autores, 2017.

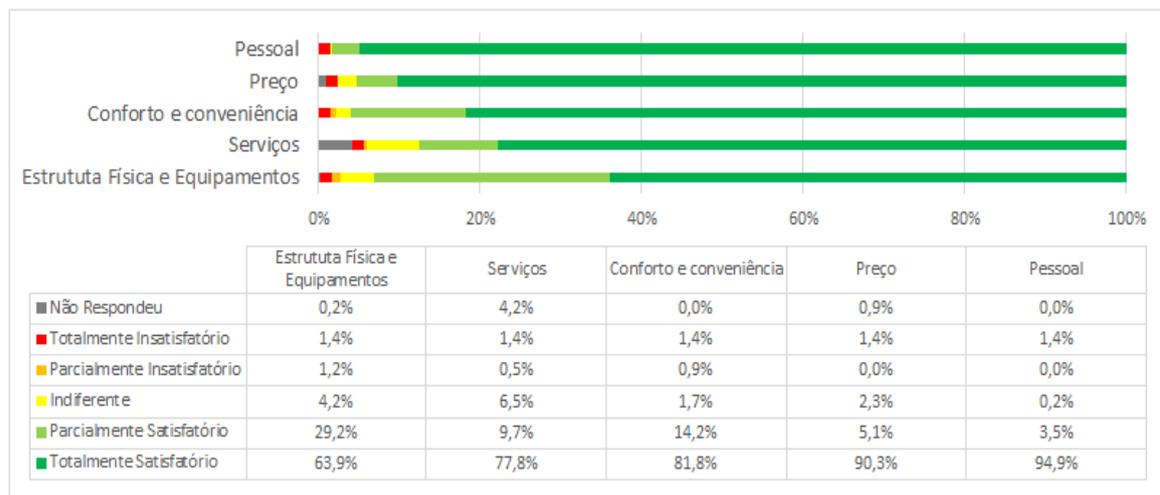
Em relação aos preços, os índices avaliados com total satisfação são: “Preço” (91,7%), “Planos e Pacotes” (90,3%) e “Promoções” (88,9%). O índice avaliado com destaque para indiferente foi de (4,2%) para “Promoções”.

Comparando os resultados encontrados com os de Souza (2015), no que diz respeito à “promoções”, apenas 32,8% dos clientes estavam totalmente satisfeitos, valor muito inferior aos 88,9% dos alunos investigados neste estudo.

Ressalta-se ainda, o fato de que as três questões que compõe esta variável receberam aproximadamente 90% de alunos totalmente satisfeitos. Demonstrando que o estabelecimento está conseguindo satisfazer a maior parte dos seus clientes, em relação aos preços e promoções praticados.

Na Figura 6, serão apresentados os resultados referentes ao nível de satisfação dos alunos em relação à Satisfação Geral.

Figura 6 Satisfação Geral



Fonte: Elaboração do autor, 2017

Em relação à Satisfação Geral, os índices avaliados com total satisfação são: “Pessoal” (94,9%), “Preço” (90,3%), “Conforto e conveniência” (81,8%), “Serviços” (77,8%) e “Estrutura Física e equipamentos” (63,9%). O índice avaliado em destaque é o número de alunos que responderam Indiferente (6,5%) no tópico “Serviços”.

É possível identificar ainda, que o tópico “Estrutura física e equipamentos” apresentou um índice de 63,90% totalmente satisfeitos, porém chama atenção os 29,2% que responderam estarem parcialmente satisfeitos, número esse, que foi o maior índice de parcialmente satisfeitos em relação a todos os aspectos analisados, ou seja, é possível identificar que muitos alunos acreditam que melhorias poderiam ser feitas em relação a estrutura física e aos equipamentos da academia objeto de estudo.

CONCLUSÃO

A partir da aplicação do questionário foi possível identificar o perfil dos clientes da academia, sendo ele composto predominantemente por mulheres, casadas, ensino superior completo, com faixa etária entre 25 e 44 anos, com renda familiar acima de quatro mil reais. Quanto à frequência semanal, três vezes na semana. Com relação ao tempo em que estão matriculados, a maioria respondeu de um mês a onze meses, estes correspondem a fatia dos clientes sazonais, ou seja, são alunos que mudam de estabelecimento com facilidade ou não conseguem manter uma rotina de treinamento, e é este público que o estabelecimento precisa fidelizar.

Analisando a satisfação dos clientes da academia do presente estudo, pode-se dizer que o nível de satisfação encontrado foi elevado. Quanto ao percentual de satisfação de cada tópico, verificamos que “estrutura física e equipamentos” (93,1%), “preço” (95,8%), “conforto e conveniência” (96%) e “pessoal” (98,4%) obtiveram mais de 90% da satisfação dos entrevistados. Porém o tópico que atingiu o menor índice de satisfação dentre os investigados, foi “serviços”(87,5), ainda que seja muito elevado tratando-se de satisfação do cliente, muito disso deve-se ao fato de a variável, ”avaliação física” ter o maior percentual de abstenções por parte dos clientes (4,2%), fator determinante para a diminuição da satisfação neste tópico. Entretanto, destaca-se o tópico “estrutura física e equipamentos”, pois a variável “modernidade e conservação dos equipamentos” foi a que obteve o menor índice de satisfação (80,5%) assim, pode-se concluir que no que diz respeito a estrutura física e equipamentos, mas especificamente com relação a variável citada acima, os clientes não encontram-se satisfeitos por completo. O nível de satisfação do tópico pessoal (funcionários) foi o que obteve o maior nível de satisfação entre todos desta pesquisa, estando todas as variáveis com níveis de satisfação superiores a 97,2.

Recomenda-se para futuras pesquisas a inclusão da classificação do grau de importância para cada tópico. A fim de para melhorar a análise dos tópicos investigados. E a reprodução do método no mesmo ambiente da pesquisa em outro período afim de fazer um comparativo com o presente estudo.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, F. A., **Análise de Satisfação dos Clientes das Academias de Ginástica da Cidade de João Pessoa (PB)**. 2017 174 f. Tese (Doutorado) – Curso de Mestrado em **Administração**, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa – Pb, 2007. Disponível em <http://www.ccsa.ufpb.br/ppga/site/arquivos/dissertacoes/dissertacao_28.pdf> . Acesso em 24 de julho de 2017.
- BARBANTI, V. J., **Treinamento Físico: bases científicas**, São Paulo: CLR Balieiro, 2011.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários**. 3. Ed. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1983.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- COSTA, K. J. **Plano de negócios para implantação de uma academia no bairro Campeche em Florianópolis (SC)**. 2015. 88 f. Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Educação Física). Curso de Educação Física - Bacharelado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.
- GALLIANO, A. G. **O método científico: teoria e pratica**. São Paulo: Harbra, 1986.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.
- KOTLER, P.; KELLER, K. **Administração de Marketing**. 12^a ed.- São Paulo: Person Prentice, 2006.
- KOTLER, Philip, **Marketing**, São Paulo: Atlas, 1996.
- LAS CASAS, A. L., **Plano de marketing para micro e pequena empresa**. 2^a ed. – São Paulo: Atlas, 2001.
- LEITE, J. A, **Academias: Estratégia para o sucesso**, Rio de Janeiro, 2000.
- MAZZEI, L.C.; BASTOS, F.C. **Gestão do Esporte no Brasil: desafios e perspectivas**. 1^a ed. – São Paulo: Ícone, 2012.
- MCKEOWN, M., **Estratégia do planejamento à execução** – São Paulo: HSM Editora, 2013.
- NAHAS, M. V., **Atividade física, saúde e qualidade de vida: Conceitos e sugestões para um estilo de vida ativo**, 4^a ed. rev. e atual, Londrina: Midiograf, 2006.
- OLIVER, R.L. **A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions**. Journal of Marketing Research, v.17, n.4, p.460 – 469, nov.1980.

OLIVER, R.L. **Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer**. Boston:Irwin / McGraw-Hill, 1997.

PEREIRA, M. M. F. **Academia! Estrutura técnica e administrativa**. Rio de Janeiro: Sprint, 1996.

PITTS, B. G.; STOTLAR, D. K.. **Fundamentos do marketing esportivo**. São Paulo: Phorte Editora, 2002.

REZENDE, J. R., **Organização e Administração no esporte**, Rio de Janeiro:Sprint, 2000.

SILVA, F. G., ZAMBON, M. S., **Gestão de relacionamento com o cliente**, 3ª ed, São Paulo:Cengage, 2017.

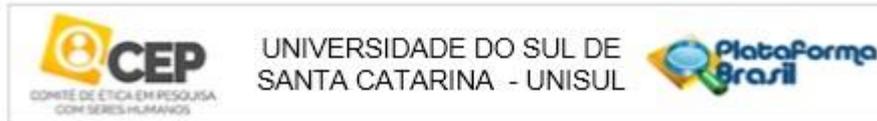
SOUZA, R. D., **Nível de Satisfação de Clientes de uma Academia de Musculação Localizada no Município de São José/SC**. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso- Curso de Graduação em Educação Física Bacharelado, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça – Sc 2015 Disponível em <https://www.riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/1392/112017_Rafael.pdf?sequence=1> . Acesso em 24 de julho de 2017.

STONE, M.; WOODCOCK, N. **Marketing de relacionamento**. São Paulo: Littera Mundi, 1998.

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA, Pró-reitora de Administração Acadêmica. Programa de Bibliotecas. **Trabalhos Acadêmicos na Unisul**: Apresentação Gráfica para TCC, monografia, dissertação e tese. Tubarão: Ed.Unisul,2010.

ZANETTE, E. T. **Análise do perfil dos clientes de academias de ginástica**: o primeiro passo para o planejamento estratégico. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2003.

ANEXO – Parecer Consubstanciado do CEP



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: ANÁLISE DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE DE UMA ACADEMIA LOCALIZADA NA CIDADE DE FLORIANÓPOLIS.

Pesquisador: Rafael Andreis

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 77104817.2.0000.5369

Instituição Proponente: Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 2.308.916

Apresentação do Projeto:

Este trabalho de conclusão de curso para obtenção do título de bacharel em educação física bacharelado, da Universidade do Sul de Santa Catarina e tem como objetivo analisar a satisfação dos clientes de uma academia de musculação localizada em Florianópolis. A pesquisa caracteriza-se, quanto aos fins, como exploratória. Com uma amostra de 100 pessoas maiores de 18 anos. Como instrumento será utilizado um questionário. Os dados obtidos serão tabulados e analisados numa planilha eletrônica, sendo possível analisar o perfil dos clientes quanto as preferencias relacionando quanto o sexo, faixa etária, renda, tempo na academia e estado civil.

Objetivo da Pesquisa:

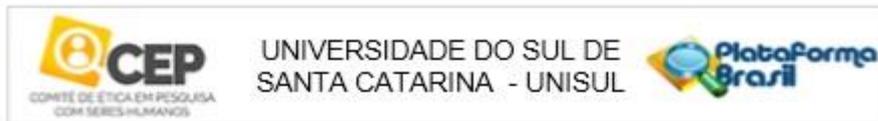
Analisar a satisfação dos clientes de uma academia de musculação localizada em Florianópolis

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Segundo o autor seguem os riscos e benefícios. Os riscos que envolvem esta pesquisa são mínimos, uma vez que instrumento de coleta será um questionário, onde a identidade dos participantes será preservada. Para evitar possíveis constrangimentos dos participantes o questionário sera respondido em um ambiente reservado e somente

caso aja duvida no momento do preenchimento poderão chamar o apriscador. Como benefícios, o presente trabalho complementar a base de pesquisas nas aérea de satisfação de clientes em

Endereço: Avenida Pedra Branca, 25
Bairro: Cid. Universitária Pedra Branca **CEP:** 88.132-000
UF: SC **Município:** PALHOÇA
Telefone: (48)3279-1036 **Fax:** (48)3279-1094 **E-mail:** cep.contato@unisul.br



Continuação do Parecer: 2.008.918

academia.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

O presente protocolo de pesquisa apresentado encontra-se em conformidade com a Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

O presente protocolo de pesquisa apresentado encontra-se em conformidade com a Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não foram identificadas pendências éticas no protocolo de pesquisa apresentado.

Considerações Finais a critério do CEP:

Protocolo de pesquisa em consonância com a Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

| Tipo Documento | Arquivo | Postagem | Autor | Situação |
|---|--|------------------------|------------------------|----------|
| Informações Básicas do Projeto | PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_978085.pdf | 20/09/2017 15:42:57 | | Aceito |
| Projeto Detalhado / Brochura Investigador | Projeto.docx | 20/09/2017 15:41:18 | Ramon Ferreira Dambroz | Aceito |
| Outros | declaracao.pdf | 20/09/2017 15:26:56 | Ramon Ferreira Dambroz | Aceito |
| TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência | termoconsentimento.pdf | 03/09/2017 12:37:37 | Ramon Ferreira Dambroz | Aceito |
| Folha de Rosto | folhaderosto.pdf | 03/09/2017 12:34:17 | Ramon Ferreira Dambroz | Aceito |

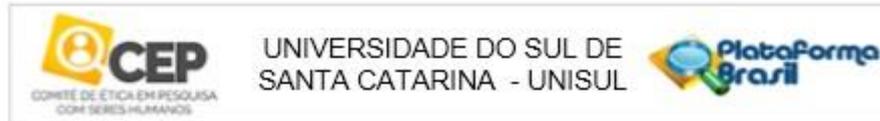
Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Endereço: Avenida Pedra Branca, 25
 Bairro: Cid. Universitária Pedra Branca CEP: 88.132-000
 UF: SC Município: PALHOÇA
 Telefone: (48)3279-1036 Fax: (48)3279-1094 E-mail: cep.contato@unisul.br



Continuação do Parecer: 2.328.918

PALHOCA, 02 de Outubro de 2017

Assinado por:
Josiane Somariva Prophiro
(Coordenador)

Endereço: Avenida Pedra Branca, 25
Bairro: Cid. Universitária Pedra Branca CEP: 88.132-000
UF: SC Município: PALHOCA
Telefone: (48)3279-1038 Fax: (48)3279-1094 E-mail: cep.contato@unisul.br

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer a minha esposa Anna por me apoiar e me incentivar a terminar esta etapa, sem ela nada disso seria possível. A minha família pelo suporte e amor aos longos dos anos, meus pais, Romualdo e Acácia que me passaram os valores, por serem um exemplo batalhadores, pelo apoio e educação que me tornou um cidadão de bem.

Aos meus professores pelo conhecimento transmitido desde criança até a graduação. Quero agradecer as instituições de ensino que me acolheram em cada etapa da minha jornada.

Meu Orientador Mestre Rafael Andreis por acreditar em mim neste termino de graduação, por me orientar e indicar o melhor caminho para chegar até aqui.

E por final, a minha avó, dona Neide, que me da um exemplo de superação todos os dias enfrentando batalha.

A todos, meu mais sincero agradecimento.

Obrigado.