

## ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES DE UMA ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO LOCALIZADA NA CIDADE DE BRAÇO DO NORTE (SC)

### SATISFACTION SURVEY OF A BODYBUILDING ACADEMY LOCATED IN BRAÇO DO NORTE - SC

Débora Luchtemberg<sup>1</sup>

**Resumo:** Diante da grande concorrência, torna-se vital para qualquer empresa identificar e mensurar a satisfação dos clientes. Dessa forma, o objetivo deste estudo é analisar o nível de satisfação de clientes de uma academia de musculação localizada na cidade de Braço do Norte (SC). Trata-se de uma pesquisa de campo, de abordagem quanti-qualitativa, onde teve uma amostra de 115 indivíduos de ambos os sexos, sendo a sua maioria com faixa etária de 26 a 45 anos. A pesquisa analisa o atendimento na recepção, professores/instrutores, instalações, equipamentos e gestão/serviços. O estudo aponta que de modo geral os clientes encontram-se satisfeitos nas categorias propostas, apresentando um percentual de nível de satisfação menos elevado em relação á equipamentos e instrutores.

**Palavras-chave:** Academia. Clientes. Satisfação.

**Abstract:** Faced with great competition, it is vital for any company to identify and measure customer satisfaction. Thus, the objective of this study is to analyze the level of customer satisfaction of a bodybuilding gym located in the city of Braço do Norte (SC). This is a field research, with a quantitative and qualitative approach, which had a sample of 115 individuals of both sexes, most aged between 26 and 45 years. The survey analyzes customer service, teachers/instructors, facilities, equipment and management/services. The study points out that, in general, customers are satisfied in the proposed categories, with a lower percentage of satisfaction in relation to equipment and instructors.

**Keywords:** Academy. Customers. Satisfaction.

## 1 INTRODUÇÃO

Entende-se por atingir a qualidade na prestação de um serviço o fechamento do circuito entre a avaliação e o processo de escolha do cliente, somado as características de uma organização, como atividades, métodos, produtos, ou uma combinação destes, tornando possível uma avaliação da mesma, após um acumulo de experiências à longo prazo, de maneira que seja satisfatória as necessidades do cliente (BARRETO *et al.*, 2010; BATESON; HOFFMAN, 2001; KOTLER; KELLER, 2006).

Juntamente com o crescimento da importância e benefícios do exercício físico, cresceu a procura de espaços que fornecem este produto de forma qualificada e satisfatória, seja por motivos de estética, socialização, desempenho, melhora do condicionamento físico ou bem estar (LIZ, 2011). Esse crescimento acelerado faz com que as academias busquem incessantemente um diferencial para conseguir sobreviver no mercado consumidor e satisfazer seus clientes.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso Educação Física Bacharelado da Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul. E-mail: deboraluchtemberg@hotmail.com. Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Graduação em Educação Física Bacharelado da Unisul. 2023. Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Carolina Barbosa da Silva, Me.

E os clientes são a principal razão da existência de qualquer organização, portanto satisfazê-los deve ser o principal foco da empresa. Para Kotler (1998, p. 53), a “satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa” e de acordo com Rocha e Christensen (1999, p. 90) “a satisfação do cliente é vista como o propósito maior da organização e como única forma pela qual ela poderá sobreviver a longo prazo”.

Além disso, compreender as necessidades e os desejos dos clientes se faz importante, porém não é um trabalho fácil, uma vez que, alguns clientes têm necessidades das quais não conhecem, ou então dificultam esse entendimento por não conseguirem medir essas necessidades.

Ainda segundo Kotler (2000), os clientes de hoje são mais difíceis de agradar, pois são abordados diariamente por concorrentes, com ofertas melhores, além de serem mais inteligentes e exigentes. Por essa razão, a dificuldade de manter clientes fiéis aumenta, trazendo para as empresas a necessidade de conhecer a satisfação destes e buscar estratégias para conquistar a sua fidelidade.

Sendo assim, qualidade na prestação de serviços, para Albrecht e Zemke (2002), começam com o entendimento de que, a partir do momento que os valores humanos dos serviços e a preocupação com as pessoas começaram a prevalecer em grande parte dos mercados, é preciso aplicar novas estratégias e aprimorar o conceito do termo qualidade, com uma definição mais contemporânea ao segmento em questão, pode se dizer que ela serve como um indicador da extensão em que um objeto ou uma experiência atende a uma necessidade, resolve um problema ou cria valor para alguém, tanto de forma tangível como intangível, não sendo possível a separação entre os conceitos de qualidade e serviço.

A partir do momento que se toma consciência da força do segmento, é preciso atenção dos gestores em empreendimentos deste setor, pois é preciso aperfeiçoamento constante quando se refere a satisfação do cliente, através do entendimento de todos os colaboradores da organização de que para o sucesso do negócio de academias, é essencial o atendimento das necessidades do cliente.

Considerando o exposto, a importância de possuir o conhecimento, no que diz respeito às necessidades e considerações dos clientes, se faz necessário para definir estratégias de retenção e fidelização desses. Portanto, este estudo tem por objetivo identificar o nível de satisfação dos clientes de uma academia de musculação na cidade de Braço do Norte (SC), em relação à gestão, estrutura, funcionários e valores. Detectando então, seus pontos fortes e fracos e orientando ações de melhoria.

## **2 MATERIAIS E MÉTODOS**

O presente estudo é caracterizado como uma pesquisa quantitativa, que consiste em medir relações entre variáveis por associação e obter informações sobre determinada população. “As análises quantitativas são muito divulgadas e, nesse sentido, sua planificação geralmente necessita de menos explicações que as análises qualitativas” (CONTANDRIOPOULOS, 1994, p. 90).

Richardson (1989) expõe que este método é frequentemente aplicado nos estudos descritivos (aqueles que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis), os quais propõem investigar “o que é”, ou seja, a descobrir as características de um fenômeno como tal.

O mesmo possui abordagem qualitativa, que segundo Silva e Menezes (2000, p. 20):

a pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e atribuição de significados são básicos no processo qualitativo. Não requer o uso de

métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Inicialmente foi sugerida a pesquisa de satisfação dos clientes para os proprietários da academia, que prontamente foi aceita por eles, pois é um interesse estratégico, já que este estudo irá contribuir para o processo de gestão.

Ao considerar que a academia atualmente possui cerca de 500 alunos ativos, buscou-se aplicar a pesquisa com o maior número de clientes possível, sendo a mesma, realizada apenas com alunos da Academia SevenFit.

Os sujeitos participantes da pesquisa foram selecionados de forma intencional, tendo como critério de inclusão: Estar matriculado na academia SevenFit localizada na cidade de Braço do Norte (SC), ter assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. E como critério de exclusão: não concordar em participar da pesquisa, deixar alguma das perguntas em branco e não preencher dentro do prazo estabelecido. A mesma foi realizada durante os dias 10/05/2023 à 17/05/2023, em todos os horários de funcionamento, matutino, vespertino e noturno. Totalizaram 115 participantes, sendo 54 do sexo feminino (46,96%) e 61 do sexo masculino (53,04%). Como instrumento de pesquisa, foi utilizado um questionário impresso de perguntas fechadas, de múltipla escolha e em escala de Likert. Trata-se de um dos formatos mais populares e, conseqüentemente, mais indicados para realizar pesquisas de opinião e de satisfação.

Foi utilizado ainda, como base, o questionário desenvolvido por Aguiar (2007), que avaliou o nível de satisfação de clientes de academias de ginástica da cidade de João Pessoa (PB). Entretanto o questionário foi adaptado pelas autoras, assim então atendendo melhor aos objetivos apresentados neste estudo, na qual a primeira parte tem como instrumento de coleta de dados o perfil do cliente, como sexo e idade e frequência média semanal do cliente.

Na segunda parte, mede-se o nível de satisfação do cliente, utilizando como base a escala de Likert: 1 – Muito Ruim. 2 – Ruim. 3 – Razoável. 4 – Bom. 5 – Muito Bom 6 – Não se aplica. Nas seguintes dimensões:

1. Atendimento na recepção: simpatia, tempo de espera, informações fornecidas, resolução de problemas.
2. Professor/instrutor: motivação, circulação, observação/correção, orientação, integração.
3. Instalações: higiene do lugar, ventilação/temperatura, banheiros/vestiários, sala de avaliação, tamanho da sala de musculação.
4. Equipamentos: estado dos aparelhos de musculação/aeróbio, número de aparelhos aeróbio, número de equipamentos musculação.
5. Gestão/serviços: horário de funcionamento, relação preço/qualidade.

O início da pesquisa se deu com autorização da instituição e a liberação do proprietário da academia para realizar o estudo no local e após a assinatura dos entrevistados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, consentindo a sua participação na pesquisa.

A somatória foi realizada de forma manual, em seguida os dados obtidos foram aplicados em uma planilha do programa Excel e convertidos para porcentagem para facilitar a visualização e análise dos dados. Posteriormente, elaborado gráficos para melhor entendimento e demonstração.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

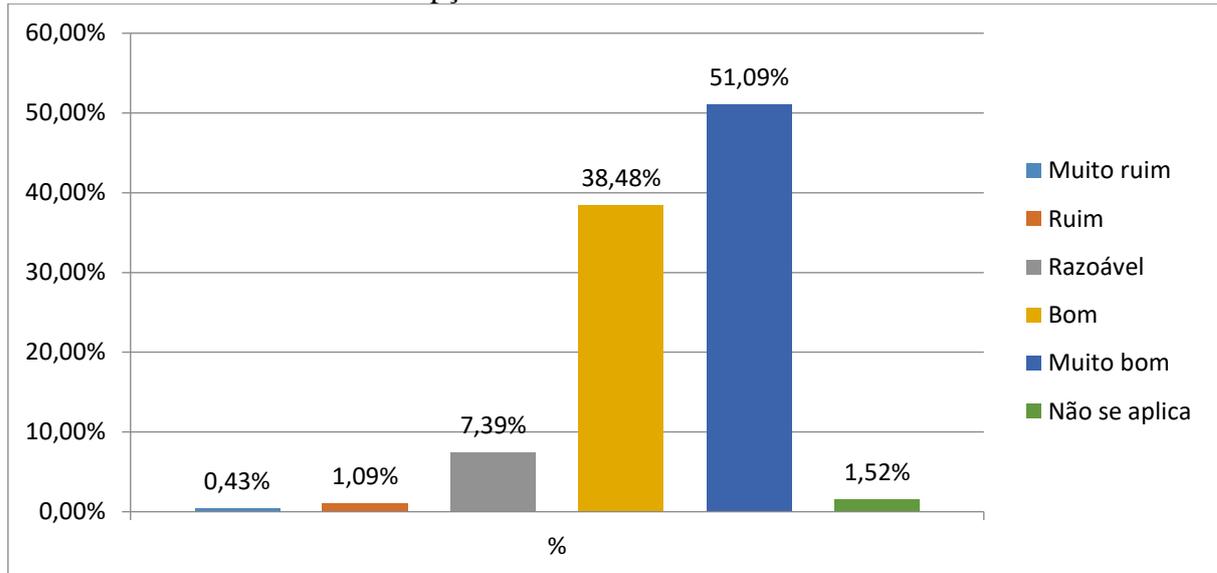
De acordo com a metodologia previamente descrita, este capítulo apresenta a análise de satisfação de uma pesquisa realizada com 115 clientes da academia Seven Fit, localizada na cidade de Braço do Norte – SC.

Pôde-se constatar que em sua maioria do sexo masculino com faixa etária entre 26 a 45 anos, com uma frequência mínima de 4 a 5 dias semanal.

Dentre os principais motivos que levaram a escolha da academia, se destacou Preço/Qualidade, Horários e Professores/Instrutores como os principais motivos para escolha da academia. Dessa forma tornando-os capazes de avaliarem a organização através de seus conhecimentos e vivências na mesma.

Nos gráficos a seguir, temos o nível de satisfação das dimensões e análise dos mesmos.

Gráfico 1 – Atendimento na recepção

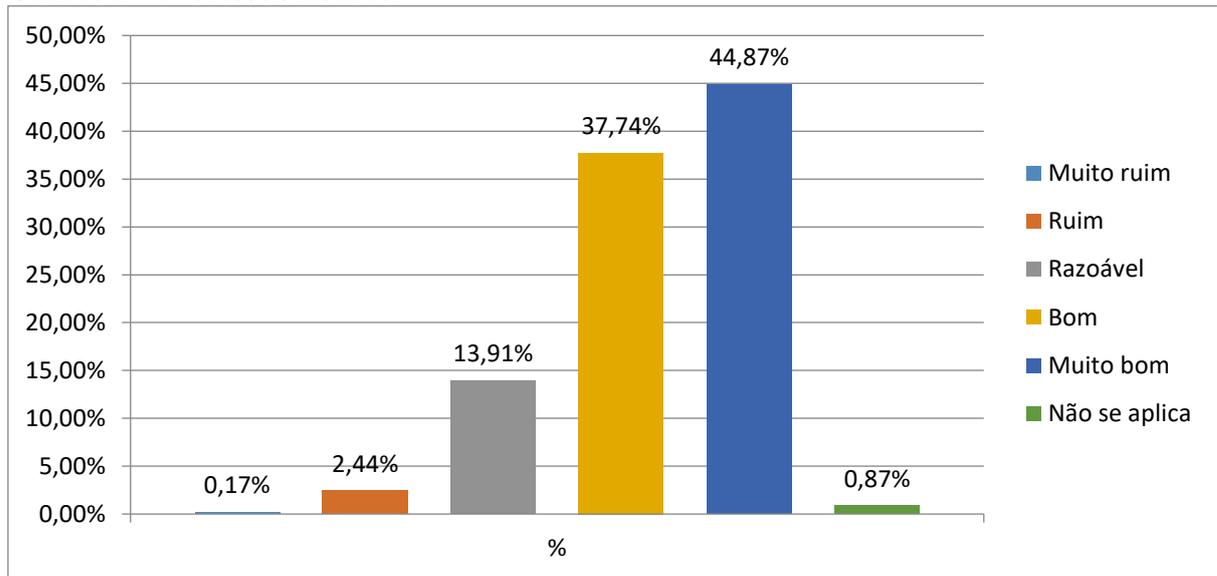


Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Nota-se no Gráfico 1 que, na dimensão “Atendimento na recepção” temos um nível de 51,09% Muito bom; 38,48% Bom; 7,39% Razoável; 1,52% responderam que a questão Não se aplica; 1,09% Ruim; e apenas 0,43% Muito ruim.

Podemos ressaltar que a variável “Simpatia” foi destaque, com 80 (oitenta) respostas e “Tempo de espera” com 4 (quatro) respostas, onde acredito que nessa questão o (a) recepcionista deveria buscar ter mais agilidade e atenção para melhor atender os clientes.

Gráfico 2 – Professor/Instrutor



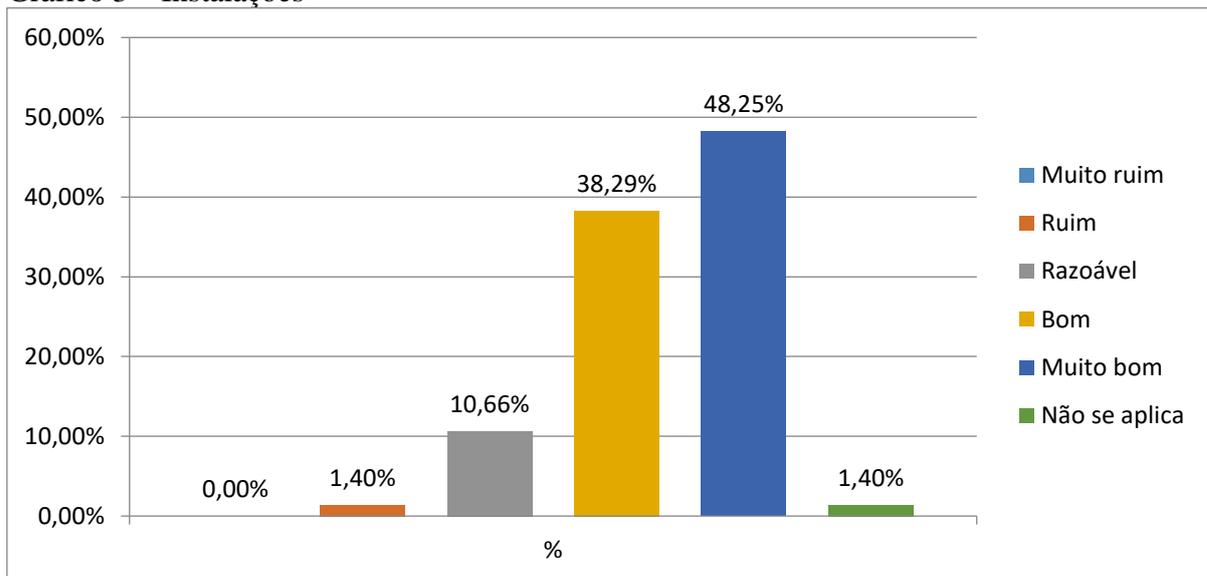
Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

No gráfico 2, o nível de satisfação em relação a “Professor/instrutor” foi de 44,87% Muito bom; 37,74% Bom; 13,91% Razoável; 2,44% Ruim; 0,87% Não se aplica, conseqüentemente 0,17% responderam Muito ruim.

A variável nessa dimensão que se destacou foi “Motivação” com 70 (setenta) respostas Muito Bom. “Observação/correção” e “Integração”, receberam ambas 5 (cinco) respostas “Ruim”, onde deve-se dar uma atenção especial, visto que Observação/Correção são indispensáveis quando se fala em treinamento de musculação, já que execução e postura são primordiais para evolução do cliente/aluno.

Segundo KURITZKY (1997), a postura é o arranjo relativo das partes do corpo. Para o autor, a boa postura promove o equilíbrio entre as estruturas de suporte do organismo, possibilitando que o sistema musculoesquelético desempenhe suas funções com maior eficiência. Por oclusão, a má postura é aquela em que o relacionamento entre as várias partes do corpo induz a uma agressão às estruturas de suporte, promovendo fadiga e aumento do processo degenerativo.

Gráfico 3 – Instalações

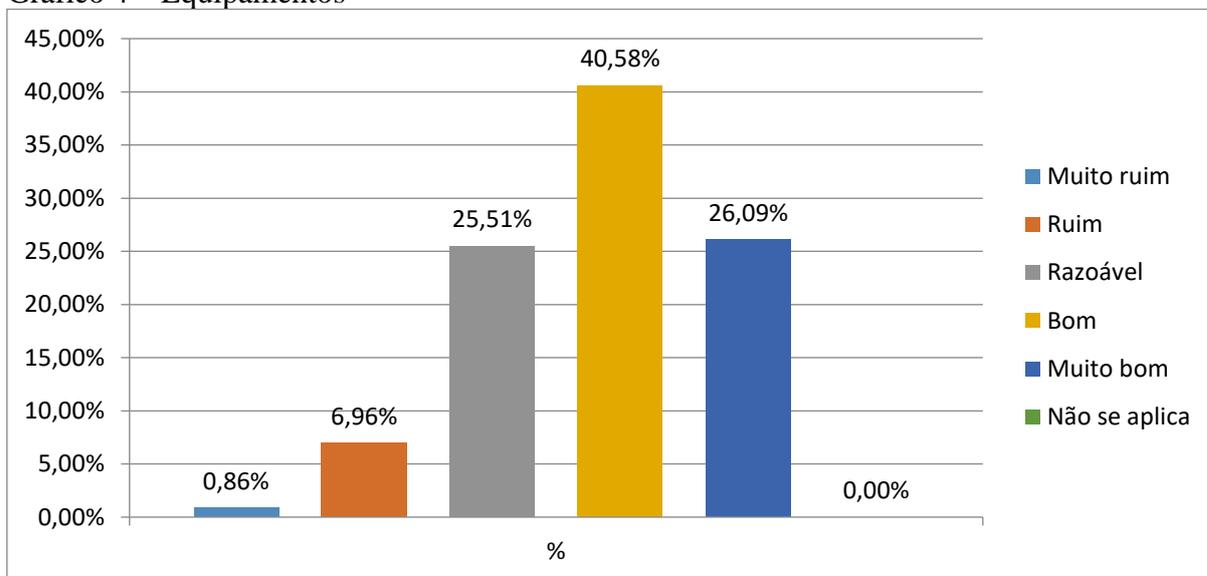


Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

No Gráfico 3 acima, o nível de satisfação da dimensão “Instalações” foram respectivamente: 48,25% Muito bom; 38,29% Bom; 10,66% Razoável; 1,40% Ruim; 1,40% Não se aplica e 0,00% para Muito ruim.

Nesta dimensão a variável que se destacou foi “Ventilação/Temperatura” com 67 (sessenta e sete) respostas para Muito bom, e “Tamanho da sala de musculação” com 6 (seis) respostas Ruim, que por não apresentar um número elevado de pessoas descontentes com o tamanho da sala de musculação, não seria o momento ideal para ampliar ou mudar de espaço, tendo necessidade, apenas caso venha aumentar o número de alunos.

Gráfico 4 – Equipamentos



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

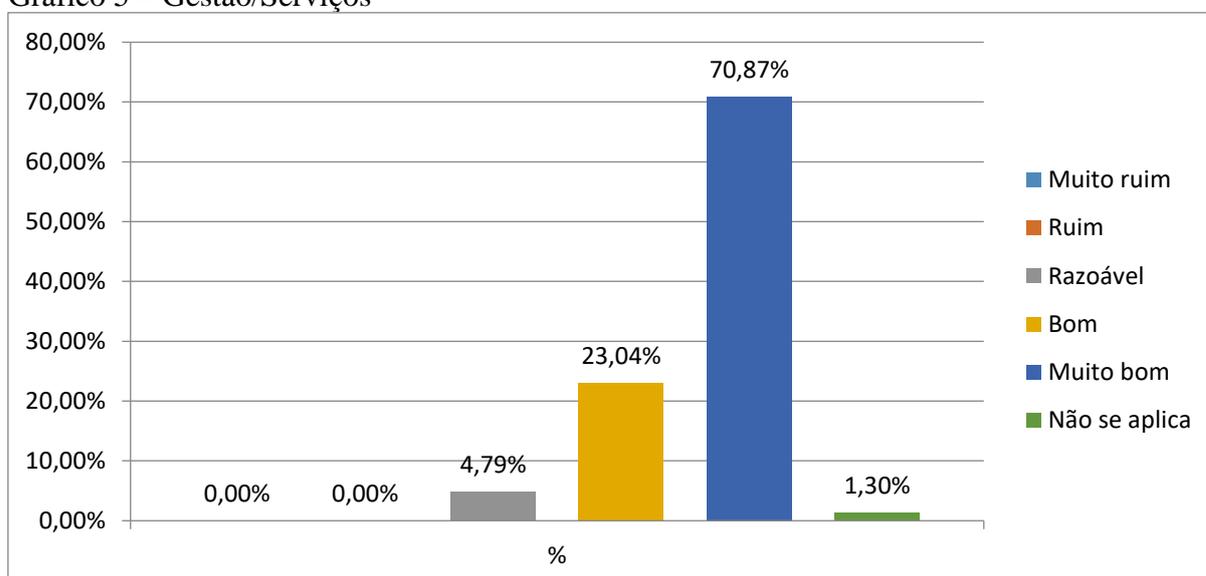
No gráfico 4, quando se trata da dimensão “Equipamento”, o nível de satisfação foi de 40,58% para Bom; 26,09% Muito bom; 25,51% Razoável; 6,96% Ruim; 0,86% Muito ruim e 00,00% para “Não se aplica”.

Temos “Estado dos Aparelhos de Musculação/Aeróbio” como a variável que se destacou com 50 (cinquenta) votos para Bom, no entanto, podemos observar uma insatisfação nessa dimensão em relação ao “Número de Equipamentos”, tanto para aparelhos de musculação como para aeróbios. Quando se trata do “Número de Aparelhos de aeróbios” se obteve 2 (duas) avaliações para Muito ruim, 14 (quatorze) para Ruim e 34 (trinta e quatro) para Razoável.

Já a avaliação da variável “Número de Equipamentos de Musculação”, obtivemos 7 (sete) votos para Ruim e 27 (vinte e sete) para Razoável. O que se pode considerar algo preocupante, pois acaba influenciando no tempo e rendimento do treino do cliente, visto que logo após a realização de uma série ocorre o desgaste e diminuição de substratos energéticos e com a diminuição destes há uma queda no desempenho no decorrer da série. Desta forma, para conseguir realizar outra série é necessário de um intervalo entre estas para que haja recuperação total ou parcial destes substratos e assim seja possível dar continuidade ao treino.

Prestes et.al. (2016) diz que o tempo de intervalo pode variar de acordo com o grau de condicionamento de cada indivíduo, assim como o objetivo do treinamento.

Gráfico 5 – Gestão/Serviços



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

No gráfico 5, o nível de satisfação em relação a “Gestão/Serviços” foi de 70,87% para Muito bom; 23,04% Bom; 4,79% Razoável; 1,30% Não se aplica; 0,00% Ruim e Muito Ruim.

O ponto forte quando se trata dessa dimensão é “Horário de Funcionamento” com 86 (oitenta e seis) votos para Muito bom, e o ponto fraco sendo “Relação de Preço/Qualidade”, já que obteve 7 (sete) votos razoáveis.

A academia possui um plano mensal de R\$120,00 à vista no dinheiro ou cartão; Trimestral de R\$330,00 em até 3x no cartão ou à vista; Semestral de R\$600,00 em até 6x no cartão ou à vista. Os planos já possibilitam um bom desconto ao cliente, mas podendo ser aplicado outro método para satisfazer aos demais clientes, como por exemplo; desconto para pagamentos antecipados, ou um plano anual, que fidelizaria o aluno por mais tempo.

De acordo com Griffin (1998, p. 11) “embora a satisfação dos clientes seja primordial para qualquer empresa bem-sucedida, a satisfação isolada não é suficiente para a conquista de clientes fiéis”. A fidelidade é o resultado da atenção dada àquilo que é necessário para manter um cliente, seguido pela execução constante desse requisito.

Diante da forte concorrência existente entre as empresas não basta apenas atender os clientes, oferecer produtos e serviços, é necessário algo, além disso. No segmento das academias de musculação não é diferente das demais empresas, pois mesmo neste ramo os

clientes procuram as que suprem suas necessidades e que consigam atender as suas expectativas.

Pode-se analisar que academia de musculação localizada na cidade de Braço do Norte – SC, tem um alto nível de satisfação nas dimensões propostas aos seus clientes, embora ainda existam alguns pontos que podem ser melhorados.

Sugere-se para a gestão da empresa que amplie o “Número de Equipamentos Musculação/Aeróbios”, já que foi a resultante mais preocupante da pesquisa quando se trata da satisfação. Assim como também, analisar a possibilidade de novos planos e descontos na mensalidade.

Notou-se também uma carência em relação a dimensão “Instrutores”, os quais devem ser mais solícitos quando se trata da variável Observação/Correção, ainda mais para aqueles clientes que utilizam o serviço pela primeira vez.

Feito o exposto, pode-se afirmar que a pesquisa realizada vai ser de grande relevância para a gestão da academia.

#### 4 CONCLUSÃO

Após as exposições dos resultados e análises, a pesquisa mostrou que os aspectos que mais satisfazem os clientes da academia é “gestão e serviços”. Já o índice que revelou menor satisfação são os “equipamentos”.

De forma geral, a academia está agradando satisfatoriamente seus clientes em relação a vários quesitos, porém a mesma deve ficar atenta aos fatores que ainda não proporcionam ao cliente a satisfação, ou total satisfação, evitando assim, a perda desses clientes e também a repercussão negativa das suas opiniões.

Ressalta-se que, os resultados obtidos não podem ser generalizados, uma vez que a pesquisa foi limitada a um grupo de 115 alunos da academia. Mas ainda assim, acredita-se que este estudo fornece informações úteis, para que a gestão avalie a satisfação de seus clientes e, também identifique fatores que geram insatisfação. A partir daí, poderá rever suas estratégias e aumentar sua parcela de clientes fidelizados.

Sugere-se que a gestão da academia avalie a possibilidade de aumentar o número de equipamentos para musculação e aeróbio, e após as ações de melhoria, aplique uma nova pesquisa, com finalidade de analisar se houve aumento no nível de satisfação e fidelização.

#### REFERÊNCIAS

AGUIAR, Fernanda Andrade de. **Análise da satisfação dos clientes das academias de ginástica da cidade de João Pessoa (PB)**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2007. Disponível em: <https://www.ufpb.br/ppga/contents/arquivos/teses-e-dissertacao/2007/fernanda-andrade-deaguiar.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2023.

ALBRECHT, Karl; ZEMKE, Roy. **Serviço ao cliente: a reinvenção da gestão do atendimento ao cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BARRETO, Eduardo Guimarães Lima *et al.* Uma análise sobre a qualidade dos serviços em uma academia de ginástica através do método SERVQUAL. *In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO*, 30., 2010, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: ABEPRO, 2010.

BATESON, John E. G.; HOFFMAN, K. Douglas. **Marketing de Serviços**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CONTANDRIOPOULOS, A. P. **Saber Preparar uma Pesquisa**. São Paulo; Rio de Janeiro: Hucitec; Abrasco, 1994.

GRIFFIN, Jill. **Como conquistar e manter o cliente fiel**: transforme seus clientes em verdadeiros parceiros. São Paulo: Futura, 1998.

KOTLER, Philip. **Administração e Marketing**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane **Administração de Marketing**: a bíblia do Marketing. São Paulo: Pearson, 2006.

KURITZKY, L., WHITE, J. **Low-back pain**. The Physician and Sports Medicine, v.25, n.1, 1997. p.57-64

LIZ, C. M. **Motivação para a prática de musculação de aderentes e desistentes de academias**. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências do Movimento Humano) – Universidade Estadual de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

PRESTES et.al. **Prescrição e periodização do treino de força em academias**. 2ª ed. Bauru, SP. Manole, 2016.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1989.

ROCHA, Â. da; CHRISTENSEN, C. **Marketing**: teoria e prática no Brasil. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/2367267/DA-SILVA-MENEZES-2001-Metodologia-da-pesquisa-e-elaboracao-de-dissertacao>. Acesso em: 24 abr. 2023.

## APÊNDICE A – PESQUISA DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

### PESQUISA DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

**Pesquisa de campo, com finalidade de ser agregado no trabalho de conclusão de curso da acadêmica Débora Luchtemberg, matriculada no curso de Educação Física Bacharel – Unisul.**

- **Sexo**                      ( ) Feminino   ( ) Masculino   ( ) Outro.

- **Idade**            ( ) Até 17 anos    ( ) 18 a 25 anos    ( ) 26 a 45 anos    ( ) 46 a 59 anos    ( )  
Acima de 60 anos
  
- **Quantos dias na semana você frequenta a academia:**  
  
( ) 2 a 3 dias    ( ) 4 a 5 dias    ( ) 6 a 7 dias
  
- **Indique com um X, os 3 principais motivos que o (a) levaram à escolha desta academia:**  
  
( ) Preço/Qualidade    ( ) Instalações/Equipamentos    ( ) Professores/Instrutores    ( ) Localização  
  
( ) Horários    ( ) Frequentado por conhecidos    ( ) Outros.
  
- **Gostaríamos de conhecer a sua opinião em relação aos seguintes itens:**

	Muito Ruim	Ruim	Razoável	Bom	Muito Bom	Não se aplica
<b>Atendimento na recepção</b>						
Simpatia						
Tempo de espera						
Informações fornecidas						
Resolução de problemas						
<b>Professor/Instrutor:</b>						
Motivação: O professor trabalha alegre e tem prazer no que está fazendo?						
Circulação: O professor movimentava-se constantemente em sala?						
Observação/Correção: Você observa o professor atento buscando corrigir os erros de execução dos clientes?						
Orientação: Os professores esclarecem dúvidas e lhe dão informações gerais sobre saúde e qualidade de vida?						
Integração: Professor atua como agente de integração entre você e os demais clientes e sobre os eventos/acontecimentos na academia?						
<b>Instalações</b>						
Higiene do lugar						
Ventilação/temperatura						
Banheiros/vestiários						
Sala de avaliação						
Tamanho da sala de musculação						
<b>Equipamento</b>						
Estado dos aparelhos de musculação/aeróbio						
Número de aparelhos aeróbio						
Número de equipamentos musculação						
<b>Gestão/Serviços</b>						
Horário de funcionamento						
Relação preço/qualidade						

**Gratos pela sua colaboração!**

## **APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

### **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

**Unisul – Universidade do Sul de Santa Catarina**

**Orientadora da pesquisa:** Carolina Barbosa da Silva

**Pesquisadora/Acadêmica:** Débora Luchtemberg

O senhor (sra.) está sendo convidado (a) a participar desta pesquisa que tem como finalidade ser agregado ao trabalho de conclusão de curso da acadêmica Débora Luchtemberg, matriculada no curso de Educação Física Bacharelado, pela Unisul – Universidade do Sul de Santa Catarina. Ao participar deste estudo o senhor (sra.) permitirá que a pesquisadora Débora Luchtemberg, utilize as informações fornecidas no questionário de satisfação.

Fique ciente que você tem liberdade de se recusar a participar da pesquisa, sem qualquer prejuízo.

A participação nesta pesquisa não traz complicações legais, nenhum dos procedimentos usados oferece riscos à sua dignidade.

Confidencialidade: todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. Somente a pesquisadora e a orientadora terão conhecimento dos dados.

Benefícios: ao participar desta pesquisa o senhor (sra.) contribuirá a trazer informações importantes sobre o funcionamento e atendimento da academia onde treina. De forma que o conhecimento que será construído a partir desta pesquisa possa então contribuir para melhorar as suas satisfações com a mesma.

Pagamento: O senhor (sra.) não terá nenhum tipo de despesa para participar desta pesquisa, bem como nada será pago por sua participação.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa. Portanto preencha, por favor, os itens que se seguem.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa e autorizo a realização da pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo.

---

Assinatura do Participante da Pesquisa

---

Assinatura do Pesquisadora

### **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus, pela minha vida, e por me permitir ultrapassar todos os obstáculos encontrados ao longo da realização deste trabalho e da minha vida acadêmica.

Aos meus pais que me deram todo apoio que foi preciso, por sempre me incentivarem e me guiarem para me tornar alguém melhor, e por serem os meus maiores exemplos, vocês são incríveis.

As minhas irmãs, pelo companheirismo, pela cumplicidade, e pelo apoio em todos os momentos delicados da minha vida.

A minha orientadora por toda sua dedicação e paciência, por ser exemplo de pessoa e profissional para mim durante todo o curso, compartilhando o seu conhecimento.

Ao professor Murilo, por aceitar ser minha banca, e pela confiança em meu trabalho.

Aos professores que passaram por minha vida acadêmica ao longo desses anos, pelas correções, ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional ao longo do curso, aos conselhos, e pela paciência com a qual guiaram o meu aprendizado.

Ao Ramon Vitorio, meu supervisor durante a pesquisa e um grande amigo, exemplo de profissional. Obrigada por sempre me incentivar e acreditar em mim. Sou grata por todos os ensinamentos, e por me encorajar ser alguém melhor.

Aos meus amigos por sempre me incentivarem, acreditarem em mim e no meu potencial. Em especial a Daniela, Maria Laura e Thayna, que foram verdadeiramente anjos em todo esse meu processo ao longo do curso.

Aos meus colegas de curso com quem convivi durante os últimos anos, pelo companheirismo e pela troca de experiências que me permitiram crescer não só como pessoa, mas também como formanda e futura Profissional de Educação Física. Também gostaria de agradecer a todas as pessoas com quem convivi ao longo dessa trajetória, que me incentivaram e que certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.