

# Influências na Educação Física

Adalberto Ferreira Junior  
(Organizador)



 **Atena**  
Editora

Ano 2018

**Adalberto Ferreira Junior**

(Organizador)

# **Influências na Educação Física**

Atena Editora

2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Diagramação e Edição de Arte:** Geraldo Alves e Natália Sandrini

**Revisão:** Os autores

#### Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

143	Influências na educação física [recurso eletrônico] / Organizador Adalberto Ferreira Junior. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018.  Formato: PDF. Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia. ISBN 978-85-85107-92-5 DOI 10.22533/at.ed.925180212  1. Educação física – Estudo e ensino. I. Ferreira Junior, Adalberto.  CDD 613.7
-----	---

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

Os profissionais de Educação Física devem compreender as diversas áreas de conhecimento, principalmente as ciências humanas e biológicas. Sendo assim, adquirir uma ampla fundamentação teórica é de extrema importância, tanto para a formação profissional quanto para sua aplicação no campo de atuação.

A obra “Influências na Educação Física” é um e-book composto por 35 artigos científicos, dividido em duas partes. A primeira intitulada “Aspectos das ciências humanas e suas contribuições com a Educação Física” apresenta reflexões sobre diversas temáticas como aspectos históricos, processo ensino-aprendizagem, epistemologia, psicologia, entre outros. A segunda parte intitula-se “Aspectos relacionados a saúde e empreendedorismo e suas contribuições com a Educação Física” e apresenta reflexões com ênfase na atividade física, saúde pública, qualidade de vida, epidemiologia empreendedorismo e promoção da saúde.

Este e-book reúne autores de todo o Brasil e de várias áreas do conhecimento. Os artigos abordam assuntos de extrema importância na Educação Física construindo assim um referencial sólido e diversificado, visando disseminar o conhecimento e promover reflexões sobre os temas investigados.

Por fim, desejo a todos uma excelente leitura

Adalberto Ferreira Junior

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1 ..... 1**

A CRÍTICA DO COLONIALISMO NAS AMÉRICAS COMO PERSPECTIVA EPISTEMOLÓGICA NOS ESTUDOS DOS JOGOS INDÍGENAS PATAXÓ

*Fábio Souza Vilas Boas*

*Thelmo de Carvalho Teixeira Branco Filho*

*Romeu Araujo Menezes*

*Francisco Eduardo Torres Cancela*

**DOI 10.22533/at.ed.9251802121**

### **CAPÍTULO 2 ..... 8**

A EDUCAÇÃO FAMILIAR DE ATLETAS DA REGIÃO DOS LAGOS E SUA INFLUÊNCIA SOBRE A ESCOLHA ESPORTIVA E DE VIDA

*Ricardo de Mattos Fernandes*

*Alexandre Motta de Freitas*

*Pedro Souza Alcebiádes*

**DOI 10.22533/at.ed.9251802122**

### **CAPÍTULO 3 ..... 21**

A ESCOLA PROMOVENDO UM PROCESSO CIVILIZADOR NA INCLUSÃO DO ALUNO SURDO NA AULA DE EDUCAÇÃO FÍSICA

*Eliane Maria Morriesen*

*Juliane Retko Urban*

*Débora Barni de Campos*

*Antonio Carlos Frasson*

**DOI 10.22533/at.ed.9251802123**

### **CAPÍTULO 4 ..... 30**

A IMPORTÂNCIA DO XADREZ COMO FERRAMENTA PEDAGÓGICA NA ESCOLA

*André Barbosa de Lima*

*Roberto Nobrega*

**DOI 10.22533/at.ed.9251802124**

### **CAPÍTULO 5 ..... 41**

ANÁLISE DOCUMENTAL DOS TRABALHOS ACADÊMICOS PUBLICADOS E EM ANDAMENTO OBTIDOS POR MEIO DAS AÇÕES DO PROJETO DE EXTENSÃO RUAS DE LAZER NA COMUNIDADE DA VILA DA BARCA NA CIDADE DE BELÉM-PA

*Alex Anderson Braga Gonçalves*

*Luiz Leopoldino Gonçalves Neto*

*Paulo Victor Nascimento Torres*

*Maria De Nazaré Dias Bello*

*Mariela De Santana Maneschy*

**DOI 10.22533/at.ed.9251802125**

### **CAPÍTULO 6 ..... 47**

AVALIAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA: UMA VIA DE MÃO DUPLA?

*Lígia Maria Bacelar Schuck Vicenzi*

*André Ribeiro da Silva*

*Vânia Lurdes Cenci Tsukuda*

*Maikel Schuck Vicenzi*

*Eldernan dos Santos Dias*

*Guilherme Lins de Magalhães*

*Jitone Leônidas Soares*

**DOI 10.22533/at.ed.9251802126**

<b>CAPÍTULO 7 .....</b>	<b>58</b>
COMPARATIVO ENTRE O PERFIL DE DESENVOLVIMENTO MOTOR DE ESCOLARES REPETENTES E NÃO REPETENTES NOS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL	
<i>Judite Filgueiras Rodrigues</i>	
<i>Carla Vasconcelos De Menezes</i>	
<i>Eder Menuzzi</i>	
<i>Lucas Kemmerich Dornelles</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9251802127</b>	
<b>CAPÍTULO 8 .....</b>	<b>66</b>
DESENVOLVIMENTO DO BEISEBOL NO BRASIL	
<i>Montenegro Barreto Jesús José</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9251802128</b>	
<b>CAPÍTULO 9 .....</b>	<b>79</b>
IMPLEMENTATION OF THE TEACHING PERSONAL AND SOCIAL RESPONSIBILITY MODEL THROUGH PHYSICAL ACTIVITY: A PILOT STUDY	
<i>Fábio Duarte Almeida</i>	
<i>Rosiane Karine Pick</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9251802129</b>	
<b>CAPÍTULO 10 .....</b>	<b>88</b>
INICIAÇÃO ESPORTIVA E ESPECIALIZAÇÃO PRECOCE: ALGUMAS PREOCUPAÇÕES	
<i>Euarda Fernanda Schorne Marques</i>	
<i>Carlos Kemper</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021210</b>	
<b>CAPÍTULO 11 .....</b>	<b>96</b>
INVESTIGANDO O E-SPORT: UMA NOVA TENDÊNCIA PARA JOVENS E ADULTOS	
<i>Vilmar Rodrigues dos Santos</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021211</b>	
<b>CAPÍTULO 12 .....</b>	<b>103</b>
O CONTEÚDO ESPORTE NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA COMO FERRAMENTA DE PROMOÇÃO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRAL DO SER	
<i>Vânia Lurdes Cenci Tsukuda</i>	
<i>André Ribeiro da Silva</i>	
<i>Ligia Maria Bacelar Schuck Vicenzi</i>	
<i>Maikel Schuck Vicenzi</i>	
<i>Guilherme Lins de Magalhães</i>	
<i>Eldernan dos Santos Dias</i>	
<i>Roberto Lister Gomes Maia</i>	
<i>Jitone Leônidas Soares</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021212</b>	
<b>CAPÍTULO 13 .....</b>	<b>110</b>
O ENSINO DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR E A ERA DIGITAL: FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS NA APRENDIZAGEM DISCENTE	
<i>Greici Fior</i>	
<i>Carmem Scorsatto Brezolin</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021213</b>	

**CAPÍTULO 14..... 122**

O ENSINO DO CONTEÚDO DANÇA NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR: DIREITO, CONHECIMENTOS E POSSIBILIDADES

*Welyza Carla da Anunciação Silva*

*Ronaldo Silva Júnior*

*Nilza Cleide Gama dos Reis*

*Antonio José Araujo Lima*

**DOI 10.22533/at.ed.92518021214**

**CAPÍTULO 15..... 133**

O HISTÓRIO DA DANÇA E SUA IMPORTÂNCIA COMO UM DIREITO SOCIOCULTURAL ENQUANTO CONTEÚDO NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA: INTERVENÇÕES NO PROCESSO DE ENSINO APRENDIZAGEM

*Welyza Carla da Anunciação Silva*

*Ronaldo Silva Júnior*

*Nilza Cleide Gama dos Reis*

*Antonio José Araujo Lima*

**DOI 10.22533/at.ed.92518021215**

**CAPÍTULO 16..... 142**

O LEGADO AXIOLÓGICO DOS MEGAEVENTOS: APONTAMENTOS SOBRE A CONSTRUÇÃO PSICOLÓGICA DOS VALORES ESPORTIVOS

*Vinícius Bozzano Nunes*

**DOI 10.22533/at.ed.92518021216**

**CAPÍTULO 17..... 151**

O PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM NAS MODALIDADES DE COMBATE

*Cesar Augusto Barroso de Andrade*

*Danilo Bastos Moreno*

*João Airton de Matos Pontes*

**DOI 10.22533/at.ed.92518021217**

**CAPÍTULO 18..... 164**

PERSPECTIVAS PARA DOCÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR: A PRÁTICA PEDAGÓGICA EM DUAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DO NORDESTE

*Giselly dos Santos Holanda*

*Paula Roberta Paschoal Boulitreau*

*Rafaelle De Araújo Lima e Brito*

*Samara Rúbia Silva*

*Marcelo Soares Tavares de Melo*

**DOI 10.22533/at.ed.92518021218**

**CAPÍTULO 19..... 175**

PRAÇAS: ESPAÇOS DE LAZER E SOCIABILIDADE EM BARRA DO GARÇAS-MT

*Brenda Rodrigues da Costa*

*Minéia Carvalho Rodrigues*

**DOI 10.22533/at.ed.92518021219**

**CAPÍTULO 20..... 190**

TERRITÓRIO, IDENTIDADE, LAZER E JOGOS INDÍGENAS PATAXÓ

*Fábio Souza Vilas Boas*

*May Waddington Telles Ribeiro*

*Paulo Rogério Lopes*

**DOI 10.22533/at.ed.92518021220**

<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>206</b>
A DANÇA COMO CONTEÚDO DA EDUCAÇÃO FÍSICA NA PREVENÇÃO DE DOENÇAS CARDIOVASCULARES	
<i>Wéveny Bryan da Silva Correia</i>	
<i>Morgana Alves Correia da Silva</i>	
<i>Lara Colognese Helegda</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021221</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>215</b>
A SATISFAÇÃO DE CLIENTES E O PROCESSO DE FIDELIZAÇÃO EM UMA ORGANIZAÇÃO DO FITNESS	
<i>Christian Pinheiro Da Costa</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021222</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>225</b>
ANÁLISE DO PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA COMO EMPREENDEDOR EM UMA ESCOLA DE ESPORTES NO DISTRITO FEDERAL	
<i>Kaê Fialho Coura</i>	
<i>Lucas Alves Oliveira</i>	
<i>Francielly Martins Prado</i>	
<i>Alexandre Lima de Araújo Ribeiro</i>	
<i>Américo Pierangeli Costa</i>	
<i>Leonardo Lamas Leandro Ribeiro</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021223</b>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>232</b>
ATRIBUIÇÕES E IMPORTÂNCIA DO PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA NA SAÚDE PÚBLICA	
<i>Gildiney Penaves de Alencar</i>	
<i>Maria da Graça de Lira Pereira</i>	
<i>Thiago Teixeira Pereira</i>	
<i>Cristiane Martins Viegas de Oliveira</i>	
<i>Camila Souza de Moraes</i>	
<i>Gabriel Elias Ota</i>	
<i>Fabiana Maluf Rabacow</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021224</b>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>239</b>
AVALIAÇÃO DA AGILIDADE COM ADOLESCENTES DE 13 A 16 ANOS PRATICANTES DE MODALIDADES ESPORTIVAS	
<i>Álvaro Luis Pessoa de Farias</i>	
<i>Divanalmi Ferreira Maia</i>	
<i>Marcos Antonio Torquato de Oliveira</i>	
<i>Mailton Torquato de Oliveira</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021225</b>	
<b>CAPÍTULO 26</b> .....	<b>246</b>
AVALIAÇÃO DA FORÇA DE PREENSÃO MANUAL EM PRATICANTES DE ARTES MARCIAIS	
<i>Ricardo Clemente Rosa</i>	
<i>Fabrcio Fatarone Brasilino</i>	
<i>Pedro Jorge Cortes Morales</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021226</b>	



<b>CAPÍTULO 27</b> .....	<b>254</b>
ELETROMIOGRAFIA E A FADIGA MUSCULAR: ANÁLISE DA COMPREENSÃO DE ALUNOS DO CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - REGIONAL CATALÃO	
<i>Raissa Cristina Pereira</i>	
<i>Neila Maria Mendes Borges</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021227</b>	
<b>CAPÍTULO 28</b> .....	<b>270</b>
IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS PROBLEMAS DO APARELHO LOCOMOTOR QUE ACOMETEM OS TRABALHADORES DA INDÚSTRIA TÊXTIL	
<i>Rayssa Lodi Mozer</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021228</b>	
<b>CAPÍTULO 29</b> .....	<b>281</b>
LESÃO POR PRESSÃO EM PACIENTES INTERNADOS EM UNIDADE DE TERAPIA INTENSIVA	
<i>Rafaela Trindade do Ó Caminha</i>	
<i>Maria do Livramento Silva Bitencourt</i>	
<i>Edienne Rosângela Sarmiento Diniz</i>	
<i>Davanice dos Santos</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021229</b>	
<b>CAPÍTULO 30</b> .....	<b>289</b>
LEVANTAMENTO PRELIMINAR DO QUANTITATIVO DE ARTIGOS QUE APRESENTEM A PRÁTICA DA DANÇA DE SALÃO APLICADA EM PACIENTES ONCOLÓGICOS	
<i>Manuela Trindade Almeida</i>	
<i>Natália Silva da Costa</i>	
<i>Alanna Carolinne da Silva</i>	
<i>Peterson Marcelo Santos Yoshioka</i>	
<i>Mariela de Santana Maneschky</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021230</b>	
<b>CAPÍTULO 31</b> .....	<b>295</b>
OS BENEFÍCIOS DA ATIVIDADE FÍSICA PARA CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIA INTELECTUAL	
<i>Alana Simões Bezerra</i>	
<i>Lindalva Priscila de Sousa Lima</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021231</b>	
<b>CAPÍTULO 32</b> .....	<b>304</b>
OS EFEITOS DA HIDROGINÁSTICA NA QUALIDADE DE VIDA EM IDOSOS	
<i>Matheus Jancy Bezerra Dantas</i>	
<i>José Roberval de Melo Júnior</i>	
<i>Tháisa Lucas Filgueira Souza Dantas</i>	
<i>Paulo Victor dos Santos</i>	
<i>Julliane Tamara Araújo de Melo Campos</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021232</b>	
<b>CAPÍTULO 33</b> .....	<b>315</b>
PREVALÊNCIA DE DTM E HÁBITOS PARAFUNCIONAIS EM ESTUDANTES DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR	
<i>Mathaus Andrey Cândido Custódio</i>	
<i>Anderson Santos Carvalho</i>	
<i>Washington Rodrigues</i>	
<i>Luis Carlos Nobre de Oliveira</i>	
<i>Ana Paula Nassif Tondato da Trindade</i>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.92518021233</b>	

**CAPÍTULO 34..... 324**

PREVALÊNCIA DE INATIVIDADE FÍSICA E FATORES ASSOCIADOS EM UNIVERSITÁRIOS DA ÁREA DA SAÚDE

*Elayne Silva de Oliveira*  
*Francisca Bruna Arruda Aragão*  
*Zilane Veloso de Barros*  
*Camilla Silva Gonçalves*  
*Cíntia Sousa Rodrigues*  
*Emanuel Péricles Salvador*

**DOI 10.22533/at.ed.92518021234**

**CAPÍTULO 35..... 333**

RELEVÂNCIA DO TREINAMENTO DE FORÇA E SUAS VARIÁVEIS NOS MAIS DIVERSOS OBJETIVOS

*Gildiney Penaves de Alencar*  
*Maria da Graça de Lira Pereira*  
*Thiago Teixeira Pereira*  
*Cristiane Martins Viegas de Oliveira*  
*Camila Souza de Moraes*  
*Gabriel Elias Ota*

**DOI 10.22533/at.ed.92518021235**

**SOBRE O ORGANIZADOR ..... 342**

## A SATISFAÇÃO DE CLIENTES E O PROCESSO DE FIDELIZAÇÃO EM UMA ORGANIZAÇÃO DO FITNESS

**Christian Pinheiro Da Costa**

Universidade Federal do Pará

Belém-Pará-Brasil

**RESUMO:** O Brasil figura entre os dez maiores mercados de fitness no mundo, porém, há uma preocupação com os possíveis impactos provocados pela atual situação econômica do país. O presente trabalho buscou analisar o nível de satisfação dos clientes de uma organização do fitness, como elemento importante no processo para a fidelização e a identificação de fatores que interferem no nível de satisfação destes consumidores e que implicam na evasão em reduzido espaço de tempo. A pesquisa caracteriza-se como quali-quantitativa, de cunho exploratório, e foi realizada em uma academia de Belém, utilizando-se de questionários que foram respondidos por 210 (duzentos e dez) clientes escolhidos aleatoriamente, entre os frequentadores dos três turnos de funcionamento. Com os resultados obtidos pode-se destacar que os clientes estão totalmente satisfeitos com o atendimento oferecido na recepção, com os professores, com as instalações e as avaliações físicas; parcialmente satisfeitos quanto aos aspectos de gestão e serviços; e insatisfeitos com a dificuldade para estacionamento, com a ventilação e a limpeza de ambientes.

Concluiu-se assim que a competência técnica dos professores e a qualidade do atendimento prestado por eles são decisivas, visto a relação direta que possuem com os clientes. Na mesma direção, a atenção da empresa com as expectativas dos clientes em relação aos serviços prestados é fundamental para garantir a satisfação pessoal e a fidelização.

**PALAVRAS-CHAVE:** Satisfação, fidelização, mercado.

**ABSTRACT:** Brazil is among the ten largest fitness markets in the world, however, there is a concern about the possible impacts caused by the current economic situation of the country. This study aimed to analyze the level of customer satisfaction of a fitness organization as an important element in the process of loyalty and identification of factors that interfere in the level of satisfaction of these consumers and that imply in evasion in a short period of time. The research is characterized as qualitative-quantitative, of an exploratory nature, and was performed at a gymnasium in Belém, using questionnaires that were answered by 210 (two hundred and ten) randomly chosen clients, among those attending the three working shifts. With the results obtained it is possible to emphasize that the clients are totally satisfied with the attendance offered at the reception, with the teachers, with the facilities and the

physical evaluations; partially satisfied with the management and services aspects; and dissatisfied with the difficulty of parking, with ventilation and cleaning of environments. It was concluded that the technical competence of the teachers and the quality of the care provided by them are decisive, given the direct relationship they have with the clients. In the same direction, the attention of the company to the expectations of the clients in relation to the provided services is fundamental to guarantee personal satisfaction and loyalty.

**KEYWORDS:** Satisfaction. Loyalty. market.

## 1 | INTRODUÇÃO

Informações importantes sobre o mercado do fitness brasileiro constam no Global Report IHRSA 2017, que apresenta detalhamentos sobre quatro macro-regiões: Américas, Europa, Oriente Médio e Norte da África e Ásia-Pacífico. No documento, há informações do crescimento mundial da indústria do fitness, como o recorde de praticantes desde quando a entidade iniciou o levantamento de dados desta natureza, em 1987: mais de 162 milhões de pessoas movimentaram a impressionante quantia de US\$ 83,1 bilhões.

Embora o Brasil figure entre os dez maiores mercados de fitness no mundo, com 34.509 academias (2º lugar) e 9,6 milhões de clientes (4º lugar), que geraram uma receita bruta de US\$ 2,1 bilhões (10º lugar), há uma preocupação com possíveis impactos provocados pela situação econômica do país. Na comparação com os resultados do Global Report IHRSA 2016, há o crescimento do Brasil em número de academias (eram 31.809) e de número de clientes (eram 7,9 milhões), mas um decréscimo na receita (foi de US\$ 2,4 bilhões).

Para Munaier (2017, p. 01), apesar de “uma crise econômica e política severa, o mercado continuou sua hiperplasia (pois houve aumento no número de ‘células’) e hipertrofia (pois houve aumento no número de clientes por academia)”. Hoje, há mais pessoas praticando a atividade física de forma orientada em nossas empresas e, pela primeira vez, superamos a barreira dos 4% da população brasileira utilizando os serviços.

De acordo com Borges (2017, p. 13), “economicamente, os resultados das academias brasileiras não têm sido bons. O número de academias e de clientes cresceu, mas ainda está muito difícil para as empresas brasileiras ganharem dinheiro”. Atualmente, ele é o presidente da Associação Brasileira de Academias (ACAD) e considera que a diminuição de receita está relacionada com “a queda do ticket médio, por conta de vários fatores, entre os quais a crise, o câmbio e a invasão do modelo *low cost / low price*”, ou seja, baixo custo/baixo preço.

Ainda de acordo com Munaier (2017, p. 02), há necessidade de atentar para a queda do movimento financeiro pois, atualmente, a mensalidade média paga pelo

cliente brasileiro diminuiu, como provável reflexo da forte atuação das academias de baixo preço. E ele adverte quanto a necessidade de uma gestão financeira disciplinada, para que a academia também seja “saudável” neste quesito.

Sob o ponto de vista mercadológico, que inclui a oferta de programas de saúde contra a obesidade, de atividades para a terceira idade, produtos relacionados com alimentação saudável e incentivo a melhoria do desempenho esportivo, entre outros, a mudança no comportamento representa uma oportunidade de trabalho para inúmeros profissionais da área da saúde, sejam professores, nutricionistas, endocrinologistas, *personal trainers* ou treinadores, destacando também o aumento de faturamento para estúdios escolas de dança, escolas de lutas marciais e demais setores relacionados ao esporte e a atividade física.

De um modo geral, há um clima de euforia com o crescimento do mercado brasileiro, apesar do cenário adverso da crise econômica. Neste sentido, por meio de um estudo exploratório, buscamos a identificação de fatores que interferem no nível de satisfação destes consumidores e implicam na evasão em pouco tempo, intervindo no processo de fidelização.

## 2 | REFERENCIAL TEÓRICO

Nem sempre os gestores de academias e centro esportivos possuem bom conhecimento do seu negócio. Muitas vezes a função é exercida por professores de Educação Física sem experiência administrativa, que aprendem na prática e na raça, argumenta Saba (2006, p. 67).

O mercado do fitness é um setor econômico que cresceu muito nas últimas décadas e esta atividade requer o tratamento típico de um bem econômico qualquer. Um negócio milionário capaz de seduzir investidores dos mais diversos perfis, com múltiplas possibilidades de geração de empregos diretos e indiretos.

O Brasil possui muitos cursos de graduação em Educação Física, ressalta Saba (2006, p. 113), mas ainda sofre da carência de bons educadores. Para ele, as faculdades precisam criar uma sistemática diferenciada para implantar o empreendedorismo desde o primeiro ano e equilibrar a postura do profissional tecnicista com a linha humanista.

Segundo Pereira (2009, p. 35), o negócio academia está se profissionalizando cada vez mais e muitos gestores destes locais já perceberam que, “para permanecer neste mercado, devem estar sempre atentos a fontes de receita e otimização de custos e que reduzir preços pode ter como consequência a diminuição da lucratividade de seu negócio”.

A má gestão pode representar risco para empresa. Bertão (2016, p. 03), afirma que “antes de se aventurar no mundo fitness, é preciso fazer um plano estratégico completo. Segundo o Sebrae, 24% das empresas brasileiras fecham as portas nos dois primeiros anos”.

Na mesma linha, Santana (2012, p. 177) indica que, “as práticas administrativas e de gestão de negócios exigem gestores/profissionais com uma qualificação não apenas técnica e específica da área de educação física, mas outras competências que são encontradas nas escolas de negócios e administração”. Para ele, a necessidade de informação e dados confiáveis é um passo importante para as academias, porém muitas outras informações devem ser coletadas e geradas para o fortalecimento e tomada de decisões estratégicas, que auxiliem a cadeia produtiva envolvida neste mercado: proprietários, fornecedores, vendedores, colaboradores, professores e clientes.

A baixa qualificação dos gestores é um dos maiores problemas das academias. Lima e Andrade (2003, p. 02), consideram que as academias estão presentes na vida social, muitas delas na forma de micro ou pequenas empresas, associando saúde, bem-estar e modismo em um mesmo ambiente e, por isto, “estudos relacionados a sua forma de gestão são desejáveis, considerando-se que é um tipo de negócio em expansão”.

No atual cenário de dificuldades econômicas, e também de acentuada concorrência, o tema fidelização causa grande preocupação aos gestores de academia, pois ela é a chave para a permanência prolongada de clientes, além de que este mercado tem uma característica agravante, com elevada taxa de rotatividade, ou seja, alto nível de evasão após as matrículas.

Esta preocupação tem sua lógica, pois de acordo com Viñaspre (2012, p. 168), “o fitness tem taxas muito elevadas de rotação de clientes se a compararmos com outros sectores. Não há nenhum estudo a nível nacional que indique, de maneira fiável, qual a taxa de rotação média do sector”.

Mas, para ele, dados recolhidos, recentemente, indicam taxas médias próximas de 70% por ano. Embora isto não seja bom, não é uma exclusividade do fitness, pois taxas semelhantes são encontradas em dietas de emagrecimento e programas para deixar de fumar.

Ao abordar o tema fidelização, Santos (2008, p. 01), ressalta o quanto é importante considerar aspectos relacionados não apenas ao cliente, mas também ao funcionário e ao investidor, que estão intimamente interligados e “para que o gerenciamento baseado na fidelidade produza frutos, é necessário considerar todas as partes. As pessoas estão acima dos processos: o objetivo de um negócio é criar valor, não apenas produtos/serviços”.

Nenhuma empresa pode satisfazer todas as necessidades de todos os consumidores. Portanto, destaca Santos (2008, p. 02), é preciso concentrar-se em determinados clientes e fazer todo o possível para conservá-los, elaborando políticas de preços, linhas de produtos e níveis de serviços voltados para o crescimento de sua fidelidade.

Os dirigentes das academias apresentam posturas diferentes quanto à concorrência. Para Lima e Andrade (2003, p. 06), os dirigentes das academias

apresentam posturas diferentes quanto à concorrência. “A preocupação com a concorrência ocorre na medida em que os dirigentes das academias querem saber o que está sendo feito pelas demais academias, em relação aos serviços e preços praticados. Por outro lado existem empresários que se preocupam apenas com a própria empresa, desconsiderando a presença dos demais”.

Segundo Lubisco (2010, p. 13), o mundo dos negócios revela facetas que quando aplicadas a qualidade de vida das pessoas costumam trazer mudanças profundas de perspectivas. Transportar as ferramentas de gestão das áreas de marketing e negócios para o dia a dia é um caminho, no mínimo, revelador.

### 3 | METODOLOGIA

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa quali-quantitativa, descritiva, de cunho exploratório, e obteve as informações dos participantes por meio de um levantamento de campo fazendo uso de questionários. Na parte inicial, o instrumento elaborado para a coleta de dados levantou informações gerais sobre o perfil do cliente, que não foram utilizadas neste estudo. Em seguida, constavam 07 (sete) questões fechadas referentes ao nível de satisfação dos participantes, abordando aspectos estruturais, cada um deles com vários itens referentes aos serviços oferecidos regularmente. No final do questionário havia a opção para uma Avaliação Geral do Nível de Satisfação.

Após a elaboração de uma versão preliminar do instrumento, aplicamos o mesmo à três clientes, para ajustes de interpretações que dificultassem a posterior análise dos dados. Em seguida, realizamos uma reunião com os monitores, que colaboraram na aplicação dos instrumentos, justificando a importância do trabalho para a empresa com os resultados obtidos sobre a percepção dos clientes.

A análise e interpretação dos dados foram simplificadas pela redução de variabilidade, com o uso de perguntas com respostas fixas. De fácil aplicação, as respostas objetivas eram limitadas às alternativas: Excelente (Totalmente Satisfeito), Bom (Parcialmente Satisfeito), Regular (Parcialmente Insatisfeito) e Mal (Totalmente Insatisfeito).

Na análise dos resultados, utilizamos a estatística descritiva, para ter uma visão global de variação dos valores, organizando e descrevendo os dados por meio de tabelas e de gráficos gerados pelo programa Microsoft Excel, para a análise de forma interpretativa através de porcentuais, identificando e analisando os motivos mais citados, como potenciais razões para a evasão de clientes, e relacionando com referências teóricas.

A amostra caracterizou-se como sendo não probabilística por conveniência, com os clientes que estiveram disponíveis para responder as perguntas, constituída por 210 (duzentos e dez) questionários aplicados a pessoas escolhidas aleatoriamente, entre

os frequentadores dos três turnos de funcionamento, que se mostraram disponíveis para responder as perguntas.

Os aspectos estruturantes pesquisados estão indicados, a seguir, com a relação dos itens avaliados em cada um deles:

- I. O Atendimento na Recepção: tempo de espera, domínio das informações, esclarecimento de dúvidas, resolução de problemas, atenção no acolhimento, motivação para o trabalho, cordialidade e simpatia;
- II. Os Professores: atendimento inicial, atenção para posturas e execuções, incentivo para atingir metas, resposta as suas necessidades, acompanhamento da evolução, motivação para o trabalho, cordialidade e simpatia;
- III. As Instalações e Estrutura Física: higiene e limpeza dos vestiários, da piscina e dos demais ambientes, utilização dos armários individuais, temperatura da água, qualidade da sonorização, programação musical e ventilação das salas;
- IV. Os Equipamentos: higiene e limpeza, manutenção e conservação, organização nos locais das atividades e quantidade de material de apoio;
- V. A Avaliação Física domínio dos procedimentos, motivação para o trabalho, cordialidade e simpatia;
- VI. A Gestão e Serviços: diversidade das modalidades, oferta de horários e a relação preço/qualidade;
- VII. Os Outros Aspectos: a localização, condições de acesso, diversidade de horários, possibilidade de estacionamento, concretização dos objetivos, atendimento de expectativas e preço das mensalidades.

A seguir, as análises oriundas das informações levantadas.

#### 4 | ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para análise e interpretação dos dados, no levantamento estatístico de cada aspecto estruturante, verificamos a média dos valores obtidos nos respectivos itens, ressaltando aqueles de melhor desempenho (Excelente e Bom) e os que deixam a desejar (Regular e Ruim). Com base nisto, iniciamos as análises.

No tocante ao Atendimento na Recepção identificamos total satisfação em 48% dos clientes, 42% parcialmente satisfeitos, 7%, parcialmente insatisfeitos e 3% totalmente insatisfeitos. O item melhor avaliado foi a Cordialidade e Simpatia (58%), seguido pela Atenção no Acolhimento Diário (52%), enquanto a Resolução de Problemas (43%) deixa a desejar.

O atendimento ao cliente não se restringe ao momento da chegada à recepção. Saba (2006, p. 49) considera que os professores, os encarregados da limpeza ou manobristas, enfim, todos são responsáveis pelo atendimento. Ele também considera que tratar da gestão implica em falar de poder, prazos, ações, espaços, serviços e,



sobretudo, de gente pois “a lucratividade do negócio depende de pessoas. Funcionários e professores precisam conhecer os objetivos do cliente e se comprometer em atendê-lo bem, a fim de estimular o seu retorno”.

De acordo com Barbosa e Derzi (2011, p. 140), a base de um bom atendimento está em uma questão elementar: você está atendendo como gostaria de ser atendido? E ressalta a importância de deixar bem claro a diferença entre uma recepcionista e uma “decepcionista”.

Quanto aos Professores, 55% estão totalmente satisfeitos, 36% parcialmente satisfeitos, 7% parcialmente insatisfeitos e 2% totalmente insatisfeitos. O item melhor avaliado foi a Cordialidade e Simpatia (66%), seguido do Atendimento Inicial, enquanto o Acompanhamento da Evolução (49%) e a Atenção para Posturas e Execuções (50%) deixaram a desejar.

Atualmente, para Pereira (2009, p. 35), “um cliente é disputado por, no mínimo, dez academias no mesmo raio de atuação. A demanda de clientes é maior, mas aumentou as opções de academias que oferecem os mesmos serviços. Isto significa que para cada academia, isoladamente, a demanda diminuiu”. Neste ambiente de concorrência acirrada, é essencial atender, ou até extrapolar, a expectativa dos clientes para a continuidade prolongada do relacionamento. E a atenção dedicada pelos professores não pode ficar restrita ao bom relacionamento, mas também focar a obtenção de desempenho positivo.

No referente as Instalações e Infraestrutura, 23% dos clientes estão totalmente satisfeitos, 48% parcialmente satisfeitos, 22% parcialmente insatisfeitos e 7% totalmente insatisfeitos.

O item melhor avaliado foi a Temperatura da Água da Piscina (31%), enquanto a Programação Musical (23%) e a Higiene e Limpeza dos Vestiários (24%) deixaram a desejar, mas a Ventilação das Salas (12%) foi o item com pior avaliação. Nestes aspectos estruturantes há a necessidade de maior atenção e verificação de possibilidades de serem viabilizadas novas alternativas para atendimento das expectativas dos clientes, considerando as condições econômicas do empreendimento.

As expectativas de um potencial cliente quando entra em uma academia, são cada dia mais elevadas. Conforme Viñaspre (2012, p. 40), “os vestiários são uma área que tem especial importância, tanto em nível de limpeza como de conforto. Se uma instalação dispõe de uma área pequena, deve procurar um equilíbrio entre a quantidade de serviços que oferece e o conforto”.

Quando questionados sobre os Equipamentos: 20% estão totalmente satisfeitos, 53% parcialmente satisfeitos, 23% parcialmente insatisfeitos e 4% totalmente insatisfeitos. O item melhor avaliado foi a Quantidade (26%), enquanto Manutenção e Conservação (13%), seguida de Higiene e Limpeza (17%) deixaram a desejar.

De acordo com Saba (2006, p. 103), todos os funcionários são responsáveis pela limpeza que deve merecer apenas um adjetivo: impecável. Para garantir este nível, é necessário o gestor acompanhar isto de perto e cobrar pessoalmente dos

encarregados.

Ao opinar sobre a Avaliação Física 42% estão totalmente satisfeitos, 52% parcialmente satisfeitos, 6% parcialmente insatisfeitos e 0% totalmente insatisfeitos. O item melhor avaliado foi a Cordialidade e Simpatia (50%), enquanto o Domínio dos Procedimentos (38%) deixou a desejar.

Para Camargo (2016), a avaliação física é uma importante ferramenta para o posicionamento de uma academia perante seus clientes. Cada vez mais, os alunos buscam serviços e experiências que se adequem as suas necessidades, não apenas uma estrutura. Ele assegura que aluno algum reclamará de passar por um processo que o ajudará a alcançar seus objetivos.

Ao se manifestarem sobre a Gestão e Serviços 35% estão totalmente satisfeitos, 55% parcialmente satisfeitos, 8% parcialmente insatisfeitos e 2% totalmente insatisfeitos. O item melhor avaliado foi a Oferta dos Horários das Modalidades (38%), enquanto a Diversidade das Modalidades (34%) deixou a desejar.

Em Outros Aspectos, 40% estão totalmente satisfeitos, 47% parcialmente satisfeitos, 10% parcialmente insatisfeitos e 3% totalmente insatisfeitos. O item melhor avaliado foi a localização (57%), seguida das Condições de Acesso (50%). No entanto, as Possibilidades de Estacionamento (15%) e a Concretização de Objetivos deixaram a desejar. Sempre há o desafio do espaço para o estacionamento em capitais. O fator principal para a escolha de uma academia por parte dos clientes continua a ser a proximidade ao seu domicílio, afirma Viñaspre (2012, p. 39). Para ele “a acessibilidade é outro aspecto a ter em consideração. Em função da povoação em que estamos inseridos, podem existir hábitos diferentes no que toca à forma de deslocamento”.

E, na Avaliação Geral, percebemos que 37% estão totalmente satisfeitos, 48% parcialmente satisfeitos, 12% parcialmente insatisfeitos e 3% totalmente insatisfeitos. Manter um cliente requer menores recursos financeiros do que conquistar um novo cliente, afirma Caldeira (2006, p. 182) e a elevação da taxa de retenção dos clientes é de extrema importância para o sucesso econômico.

A importância de ter uma boa avaliação e manter elevado o nível de satisfação dos clientes é destacada por Viñaspre (2012, p. 179), pois “considera-se que nas empresas de serviços como: só um em cada 27 clientes se queixa, pelo que cada uma que recebemos deve ser multiplicada por 27, pois, seguramente, são clientes que tem a mesma queixa e não a comunicaram”. Diante do exposto, o acompanhamento dos serviços oferecidos, por meio de pesquisa de satisfação, torna-se imprescindível, para obter a real dimensão da expectativa dos clientes, em relação ao atendimento por parte da empresa.

## 5 | CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A medição do nível de satisfação de um cliente é muito complexa, subjetiva, considerando que ela está relacionada com seu estado de espírito, e a atenção da empresa para com as expectativas dos clientes em relação aos serviços prestados é fundamental para garantir a satisfação pessoal e, por sua vez, a fidelização.

As mais diversas áreas de negócio têm dedicado muita atenção para as questões referentes à retenção de clientes. Neste trabalho, voltado ao cliente externo da Academia, objeto da pesquisa, uma questão essencial é quanto ao direcionamento da prioridade: buscar novos clientes ou manter os atuais clientes existentes. A julgar pela experiência e a relação custo-benefício, a continuidade de um cliente na empresa requer menor investimento do que o necessário para cativar um novo cliente. Assim sendo, a fidelização deve ser o foco.

A partir das informações obtidas através da avaliação do nível de satisfação de clientes, concluiu-se que a competência técnica dos professores e a qualidade do atendimento prestado por eles são decisivas, visto a relação direta que possuem com os clientes.

Mas alguns pontos merecem especial atenção, pois indicam insatisfações de clientes, tais como: as questões relacionadas com a dificuldade de estacionamento e principalmente, maior acompanhamento das atividades para alcance dos objetivos e expectativas. Ao mesmo tempo, há a necessidade de diversificar o conjunto de modalidades oferecidas, motivando significativa parcela do público consultado, minimizando a possibilidade da rotina.

A atenção da empresa para com as expectativas dos clientes em relação aos serviços prestados é fundamental para garantir a satisfação pessoal e, conseqüentemente, a fidelização. Uma estratégia de sucesso deverá equilibrar elementos como os apontados neste estudo, associados a uma busca permanente pelos resultados financeiros, para possibilitar a sobrevivência do empreendimento.

O gestor de uma Academia deve dar atenção especial para a atualização do plano de *marketing* da empresa. Ele possibilita o ajuste de estratégias estabelecidas inicialmente e o estabelecimento de novas metas. Embora pareça formal, o plano de negócios pode e deve ser flexível, além de periodicamente atualizado.

Paralelamente, deverão ser realizadas pesquisas complementares para acompanhar a satisfação do cliente. Neste sentido, a partir de alterações que serão introduzidas com base nas conclusões deste trabalho, o gestor deve buscar a permanente melhoria e qualificação dos serviços oferecidos ao seu público, lembrando sempre que o seu negócio é o comércio de bem-estar e qualidade de vida.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, M.; DERZI, T. Gestão para o sucesso: atividades físicas em condomínios. São Paulo:

Phorte, 2011.

BERTÃO, N. Brasil já é um dos maiores mercados “fitness” do mundo. Revista Exame. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/revista-exame/brasil-ja-e-um-dos-maiores-mercados-fitness-do-mundo/>. Acesso: 09/10/2017.

BORGES, G. Mercado mundial de fitness em números. Revista ACAD. nº 78º. Disponível em: <http://www.acadbrasil.com.br/revista/revista78/index.html> Acesso: 09/10/2017

CALDEIRA, S. Retenção de clientes. In: CORREIA, A, SACÁVEM, A., COLAÇO, C. Manual de Fitness e Marketing. Lisboa - Portugal: Visão e Contextos, 2006. p 165-184.

CAMARGO, R. O papel da Avaliação Física no novo cenário fitness. Gestão Fitness. Disponível em: <http://www.gestaofitness.com.br/o-papel-da-avaliacao-fisica-no-novo-cenario-fitness/> Acesso: 12/09/2107.

CORREIA, A. Uma gestão de marketing dos ginásios e health clubes. In: CORREIA, A, SACÁVEM, A., COLAÇO, C. Manual de Fitness e Marketing. Lisboa - Portugal: Visão e Contextos, 2006. p 17-33.

LIMA, J. B., ANDRADE, D. M. . Elementos situacionais e práticas de gestão em academias de ginástica. Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. Anais... Brasília: UEM, UEL, UnB, 2003. p. 915 – 932.

LUBISCO, C. Gestão da Qualidade de Vida: como viver mais e melhor. Porto Alegre: AGE, 2010.

MUNAIER, C. Gestão consciente da Ginástica Coletiva. São Paulo: Phorte, 2012.

MUNAIER, C. O quê o Global Report IHRSA 2017 alerta para o fitness business do Brasil? Portal ENAF. Disponível em: <https://www.portalenaf.com.br/single-post/2017/07/31/O-qu%C3%AA-o-Global-Report-IHRSA-2017-alerta-para-o-fitness-business-do-Brasil>. Acesso: 15/09/2017.

PEREIRA, M. Sua carreira, um verdadeiro show. São Paulo: Phorte, 2009.

SABA, F. Liderança e Gestão para academias e clubes esportivos. São Paulo: Phorte, 2006.

SABA, F. Gestão em atendimento: Manual Prático para Academias e Centros Esportivos. 2ª ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

SANTANA, L. C. Gestão de academias e mercado de fitness. In: L. C. MAZZEI, L.C., BASTOS, F. Gestão do Esporte no Brasil: desafios e perspectivas. São Paulo: Ícone Editora, 2012, p. 163-196.

SANTOS, D. Fidelização de clientes. Disponível em: Administradores.com: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/fidelizacao-de-clientes/20882/> . Acesso: 19/09/2017.

VIÑASPRE, P. Gestão profissional dos clubes de fitness. Lisboa - Portugal: Visão e Contexto, 2012.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-85107-92-5

