ANÁLISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DA ACADEMIA DE GINÁSTICA "LEÃO GYM" EM BENJAMIN CONSTANT-AM

Gabriella Cecília Ramos[1]
Karinny de Lima Magalhães[2]
Mayra da Costa Campelo[3]
Frâncio Costa Simão[4]

1 INTRODUÇÃO

As academias de ginástica são empreendimentos frequentados por diversos públicos, os quais buscam a prática de exercícios físicos, para assim alcançar o tão desejado "corpo ideal", ou até mesmo para melhoria da qualidade de vida. Dessa maneira, este trabalho objetiva conhecer o perfil do cliente da Academia de Ginástica "LEÃO GYM", bem como o nível de satisfação destes quanto aos serviços prestados pela academia. Segundo Belluzzo (1999), "a satisfação é o meio para a conquista e fidelização de clientes." Para a fidelidade em longo prazo é preciso expandir valor para o cliente com base na sua definição individual de valor. Todos os clientes devem ser vistos como os postos-chave em qualquer organização, e a maior preocupação com relação aos clientes devem ser com sua satisfação.

O município de Benjamin Constant no estado do Amazonas apresenta um crescimento em empreendimentos voltados ao ramo de ginástica, musculação e jiu-jitsu, sendo que as academias de musculação ganham destaque devido ofertar uma diversidade de práticas de exercícios físicos que contribuem para uma melhor performance física e de lazer. Assim, este estudo, possui como objeto a academia LeãoGyM, a qual iniciou suas atividades no ano de 2015, e possui como missão empresarial oferecer seus serviços para aqueles que procuram uma vida saudável, pois sabe-se que a satisfação é essencial para um bom relacionamento entre empresa e cliente. A partir dos resultados obtidos nesta pesquisa, através de uma observação participante e posteriormente de uma entrevista semiestruturada com os

[1]Graduanda em Administração pela Universidade Federal do Amazonas/UFAM no Instituto de Natureza e Cultura/INC - gabicecilia16@gmail.com
[2] Graduanda em Administração da Universidade Federal do Amazonas/UFAM no Instituto de Natureza e Cultura - karinnydelima@gmail.com
[3] Graduanda em Administração da Universidade Federal do Amazonas/UFAM no Instituto de Natureza e Cultura - mayracampelo2016@hotmail.com
[4] Bacharel em Administração pela Universidade Federal do Amazonas/UFAM no Instituto de Natureza e Cultura – frâncio.costa@hotmail.com

clientes da academia, se verificou que os principais frequentadores são em sua grande maioria mulheres, jovens e estudantes dentro da faixa de 16 a 30 anos.

2 METODOLOGIA

A metodologia aponta o caminho a ser seguido, norteando as ações do pesquisador, por meio das fontes e ferramentas disponíveis. Assim, para este estudo, se realizou uma pesquisa de campo e, por conseguinte uma observação do objeto em estudo. Segundo Ribas e Fonseca (2008), “a pesquisa de campo consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente. O objetivo da pesquisa de campo é conseguir informações e/ou conhecimentos (dados) acerca de um problema, para qual se procura uma resposta”.

Se obteve como amostra na pesquisa os clientes da academia, os quais foram convidados a participar de uma entrevista semiestruturada, respondendo de maneira voluntária e anônima questões referentes ao seu perfil socioeconômico, e ao nível de satisfação com os serviços, estrutura física, equipamentos, pessoal (funcionários), conforto, conveniência e preço, oferecidos pela academia de ginástica, bem como se fez constante observações do comportamento dos clientes do início ao término de seus exercícios físicos. Para Mann (1970), observação participante é uma “tentativa de colocar o observador e o observado do mesmo lado”, tornando-se o observador um membro do grupo de molde a vivenciar o que eles vivenciam e trabalhar dentro do sistema de referência deles.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Conforme os resultados, obteve-se como amostra 30 clientes da academia “Leão GyM”, podendo assim verificar o perfil socioeconômico destes, sendo que 60% pertencem ao sexo feminino, enquanto 40% são do sexo masculino, sendo que 83% são jovens dentro de uma faixa de 16 a 30 anos, e apenas 17% encontram-se em uma faixa etária acima de 30 anos. Estes por sua vez 50% são casados e 50% solteiros, onde 36,6% possuem o nível superior incompleto, 33,4% superior completo e 30% médio completo, dos quais 33,4% são estudantes, 26,6% funcionários públicos, 23,4% encontram-se desempregados, 10% funcionários de empresas privadas e 6,6% declaram-se autônomos.

Dessa forma, se percebe que o perfil dos clientes frequentadores desta academia, são em grande maioria mulheres, jovens e estudantes, os quais buscam na academia além de uma boa performance física, um meio para socialização, encontros e até mesmo lazer. Faz-se necessário destacar, que além dos clientes mais jovens, há também a presença de clientes adultos, empregados e chefes de família que frequentam academia não apenas pela busca do "corpo ideal", mas por recomendações médicas, relaxamento e cuidados com a sua saúde física e mental, uma vez que 60% destes frequentam a academia aproximadamente 1 (um) ano.

Quanto ao nível de satisfação dos clientes relativos aos serviços, equipamentos, estrutura, conforto, conveniência e preço oferecido pela academia, constatou-se que, referente à estrutura física e equipamentos, 70% consideraram bom o espaço físico e os equipamentos, enquanto 30% avaliaram o espaço como regular, esse resultado regular é reflexo do pequeno espaço da academia, impossibilitando o fluxo de pessoas e até mesmo a prática de algumas atividades, como também o aumento da temperatura, ocasionado pelo número de clientes, espaço, ventilação, além de estar localizada no térreo da casa do proprietário.

Em relação aos serviços 46,6% avaliaram regular, 33,3% consideraram bons e 20% ótimo. A insatisfação relativa a essa variável, conforme se percebeu durantes as observações, ocorre pela demora durante as reavaliações e pela falta de profissionais qualificados, uma vez que 20% dos clientes consideram o atendimento ótimo e 80% consideraram bom o atendimento dos instrutores. Essa insatisfação estar relacionada ao fato de haver um número insuficiente de instrutores na academia, principalmente nos horários de maior movimento. Ao se tratar do conforto e conveniência, verificou-se que 70% dos entrevistados consideram a academia confortável, limpa, agradável, organizada e com equipamentos novos, apesar de ser pequena e com pouca ventilação. A preferência e permanência dos clientes nesta academia se deve também ao preço oferecido pela mesma, onde 60% dos entrevistados consideraram o preço bom, enquanto 40% consideram o preço regular, observou-se algumas reclamações de insatisfação dos clientes quanto a criação de promoções que beneficiam apenas novos clientes. Sabe-se que o não desenvolvimento de estratégias promocionais, acarretarão em consequências no relacionamento e manutenção dos clientes. Dessa forma, notou-se que 40% dos clientes aderem ao pacote mensal, frequentando 5 vezes por semana a academia

enquanto, 30% frequentam quinzenalmente e 30% semanalmente, devido os pacotes promocionais quinzenal e semanal serem mais acessíveis que o mensal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, este estudo além de apresentar o perfil e o nível de satisfação dos clientes da academia “Leão GyM”, apresenta também que empreendimentos voltados a musculação e outros tipos de atividades físicas, atendem diversos públicos, os quais apesar de serem jovens preocupados com a estética corporal e o lazer, são indivíduos em busca de ambientes, espaços que possibilitem um relaxamento, uma distração, e até mesmo tratamentos médicos, uma vez que a cidade não oferece condições estruturais para práticas esportivas e de lazer. Clientes estes, satisfeitos parcialmente com a estrutura física da academia, com os equipamentos, o conforto, organização e instrutores oferecidos.

Assim este estudo, possui não apenas uma visão empresarial, e sim uma preocupação social, que volta-se para a saúde física, mental e esportiva dos clientes desta academia, pois preocupar-se com o perfil e a satisfação de usuários de academias é preocupar-se com a saúde humana, é entender de que maneira uma academia pode favorecer o desenvolvimento físico e mental do homem, através de espaços confortáveis, com profissionais qualificados e adequados para dar suporte e orientação aos seus clientes, uma vez que sua profissionalização gerará também renda pessoal e até mesmo uma expansão horizontal do negócio em nível local e possivelmente nacional e internacional, já que Benjamim Constant é um município fronteiriço.

Assim, pesquisas sobre a satisfação de clientes serão sempre importantes e necessárias, não somente para que a academia de ginástica saiba como estar sendo vista pelos seus clientes, mas também para que possa acompanhar sua própria evolução como empresa e determinar o foco, dentre tantas possibilidades, especificando ações e estratégias viáveis para a consecução dos objetivos de cada uma dessas organizações.

AGRADECIMENTOS

Nossos mais sinceros agradecimentos à academia Top GyM pela oportunidade de nos deixar estudar seu ambiente interno e aos clientes que nos concederam seu tempo para responder ao questionário.

REFERÊNCIAS

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Qualidade no atendimento ao cliente rumo ao século 21.** Presidente Prudente, 1999.

MANN, Peter H. **Métodos de investigação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

RIBAS, Cíntia Cargnin Cavalheiro; FONSECA,Regina Célia Veiga Da.**Manual De Metodologia.** Curitiba, 2008**.**