



## Quality measurement in fitness centers in Salgueiro/PE

# Mensuração da qualidade em academias de ginástica no município de Salgueiro/PE

**SILVA, Italo César Felipe<sup>(1)</sup>; Melo, Fagner José Coutinho de <sup>(2)</sup>; SOBRAL, Eryka Fernanda Miranda<sup>(3)</sup>; AMORIM, Bartira Pereira<sup>(4)</sup>; BECERRA, Claudia Editt Tornero<sup>(5)</sup>; MACHADO, Tiago Silveira<sup>(6)</sup>**

- <sup>(1)</sup> 0000-0003-0199-0205; Universidade de Pernambuco. Salgueiro, Pernambuco (PE), Brasil. italo.felipe@upe.br  
<sup>(2)</sup> 0000-0002-0550-5177; Universidade de Pernambuco. Salgueiro, Pernambuco (PE), Brasil. fagnercouthomelo@gmail.com  
<sup>(3)</sup> 0000-0003-0288-9037; Universidade de Pernambuco. Salgueiro, Pernambuco (PE), Brasil. eryka.sobral@upe.br  
<sup>(4)</sup> 0000-0002-8330-4127; Universidade de Pernambuco. Salgueiro, Pernambuco (PE), Brasil. bartira.amorim@upe.br  
<sup>(5)</sup> 0000-0002-7126-5327; Universidade Federal de Pernambuco. Recife, Pernambuco (PE), Brasil. claudia.editt@ufpe.br  
<sup>(6)</sup> 0000-0001-7202-3234; Universidade de Pernambuco. Salgueiro, Pernambuco (PE), Brasil. tiago.machado@upe.br

### ABSTRACT

The objective of this paper was to evaluate the quality of services provided by fitness centers in the municipality of Salgueiro, using the SERVQUAL model, developed to measure the quality of services, through the differences between perceptions and expectations that customers have of the service provided. Additionally, the QUESC scale was used, which is a method specifically designed to measure the quality of the fitness service. The research is classified as an applied type with a quantitative approach. The use of SERVQUAL and the integrated QUESC method are shown to be of great value for quality management in gyms that use this tool, the results obtained were analyzed via descriptive statistics. Among the main results of the research, the dimensions with priority that deserve more attention stand out, such as: tangibility (Attribute 30: the gym must innovate programs in order to encourage clients to practice exercises), credibility (Attribute 10: Instructors must always be willing to help their clients and Attribute 31: The gym must have accident safety measures and emergency procedures in place) and empathy (Attribute 33: The gym must have secure parking for clients, Attribute 5: Clear instructions and reliable and Attribute 8: Employees and instructors must be involved and committed to the quality and improvement of services provided). In this way, the study contributes to theory (scientifically), as it discusses research that has not yet been carried out in the municipality and in practice (socially), it can be used so that managers of these gyms can introduce corrective actions for possible problems. found, pointing out and understanding its main limitations and issues inherent to the satisfaction of people who attend and enjoy its services, offering strategic and theoretical knowledge to its managers.

### RESUMO

O objetivo deste artigo consistiu em avaliar a qualidade dos serviços prestados pelas academias de ginástica do município de Salgueiro, utilizando o modelo SERVQUAL, desenvolvido para mensurar a qualidade dos serviços, através das diferenças entre percepções e expectativas que os clientes têm do serviço prestado. Adicionalmente, foi utilizada a escala QUESC, que consiste num método especificamente projetado para medir a qualidade do serviço fitness. A pesquisa é classificada como do tipo aplicada com abordagem quantitativa. A utilização do SERVQUAL e do método QUESC integrada mostram-se como de grande valia para a gestão da qualidade nas academias que recorrem a esta ferramenta, os resultados obtidos foram analisados via estatística descritiva. Dentre os principais resultados da pesquisa destacam-se as dimensões com prioridade que merecem mais atenção como: tangibilidade (Atributo 30: a academia deve inovar os programas a fim de estimular os clientes na prática de exercícios), credibilidade (Atributo 10: Os instrutores devem ter sempre boa vontade em ajudar seus clientes e Atributo 31: A academia deve dispor de medidas de segurança contra acidentes e procedimentos de emergência) e empatia (Atributo 33: A academia deve dispor de um estacionamento seguro para clientes, Atributo 5: instruções claras e confiáveis e Atributo 8: Os funcionários e instrutores devem estar envolvidos e comprometidos com a qualidade e a melhoria dos serviços prestados). Desta maneira, o estudo contribui para a teoria (cientificamente), à medida que coloca em discussão uma pesquisa ainda não realizada no município e na prática (socialmente), pode ser utilizada para que os gestores destas academias possam introduzir ações corretivas para os possíveis problemas encontrados, apontando e entendendo suas principais limitações e questões inerentes a satisfação das pessoas que frequentam e usufruem dos seus serviços, oferecendo um

### INFORMAÇÕES DO ARTIGO

#### Histórico do Artigo:

Submetido: 03/11/2022

Aprovado: 06/01/2023

Publicação: 10/04/2023



#### Keywords:

Services; Quality in Services; Gymnastics Academy; SERVQUAL, QUESC.

#### Palavras-Chave:

Serviços; Qualidade em Serviços; Academia de Ginástica; SERVQUAL, QUESC.

conhecimento estratégico e teórico para seus gestores.

## **Introdução**

Diante da pandemia causada pela COVID-19 em todo o planeta, de uma hora para outra, a sociedade teve a necessidade de adaptar seu estilo de vida (Sapucaia et al., 2022). Um deles, foi a prática de atividades físicas, sejam elas praticadas em espaços aberto ou fechados (dos Santos et al., 2022). Pois, diante da ameaça que o vírus oferece a saúde das pessoas, convém ressaltar que manter um comportamento sedentário pode ser ainda pior para a saúde, já que a prática de atividade física melhora o sistema imunológico e contribui para a proteção e combate a doenças crônicas, as quais podem se agravar em decorrência das consequências do Coronavírus (Brasil, 2020).

O Brasil apresenta um mercado de academias em crescente expansão no mundo (Sebrae, 2017). Segundo dados do The IHRSA Global Report (2016), o país ocupa o 2º lugar no ranking mundial do mercado se tratando do número de academias, sendo o 1º da América Latina, com 31.809 unidades de negócios espalhados pelo país, ficando atrás apenas do EUA. Sua posição atrás dos Estados Unidos se mantém quando em relação ao número de praticantes, ocupando a 4ª posição, atrás além dos EUA, da Alemanha e Inglaterra. Mas entre os 4 é o que apresenta o maior potencial de crescimento (SEBRAE, 2017; IHRSA 2016).

Os critérios de qualidade dos serviços prestados pelas academias de ginástica favorecem a implementação de estratégias que interferem no sucesso da empresa como: se destacar no marketing de nicho, atendendo determinados grupos de clientes e se inserindo em locais específicos; estar apta às mudanças tecnológicas, permitindo novas vias de comunicação; estar pronta para enfrentar os concorrentes, dando atenção aos sistemas de prestação de serviços, considerando que o setor não apresenta um produto tangível no mercado; e, se destacar nos mecanismos de retenção dos clientes (Hoffman & Bateson, 2015; de Oliveira Ribeiro et al., 2021).

Quando se fala em avaliação do serviço, deve-se levantar algumas variáveis que possibilitem uma compreensão mais específica acerca do que vai ser avaliado; o que está sendo feito para entender a necessidade do cliente; entre outros fatores. Levando em consideração as diferenças e particularidades de cada pessoa, já que elas possuem necessidades/desejos que se diferenciam, torna-se de suma importância o entendimento dos pontos e aspectos em relação ao desempenho a serem trabalhados para atender suas respectivas expectativas (Paladini, 2012).

Diante dos conceitos e características apresentados, surge a importância em se realizar um estudo com a finalidade de contribuir e proporcionar aos leitores e empreendedores do setor, uma maior compreensão acerca da qualidade nas Academias. Neste sentido, o objetivo desta pesquisa é avaliar a qualidade dos serviços prestados pelas Academias de ginástica do município de Salgueiro, utilizando o modelo SERVQUAL e o modelo QUESC. Os modelos foram utilizados em conjunto uma vez que separados não contemplam todas as dimensões para avaliar o serviço prestado pelas academias. O modelo SERVQUAL foi proposto por

Parasuraman *et al.* (1985) com intuito de mensurar a expectativa do cliente em relação ao serviço ofertado em contraponto com a sua percepção ao recebê-lo. Já o modelo QUESC, desenvolvido por Kim e Kim (1995) consiste numa escala baseada em percepções do setor de serviços *fitness* a respeito da prestação dos serviços, sendo esse, um instrumento aplicado especificamente para avaliação da qualidade em serviços *fitness*.

A inexistência de pesquisas com dados relacionados aos serviços prestados pelas Academias do município de Salgueiro, e a efetiva interpretação das considerações dos clientes em relação a expectativa e sua percepção ao utilizar ou buscar os seus respectivos serviços, faz surgir uma oportunidade de entender seu cenário atual e buscar suas possíveis melhorias.

O presente artigo foi dividido em cinco seções. Na primeira seção, foi apresentada a introdução e o objetivo da pesquisa. Na segunda, a fundamentação teórica aborda e detalha o setor de Academias de ginástica, o modelo SERVQUAL e o método QUESC. Na terceira seção os procedimentos metodológicos são apresentados, e detalha o questionário utilizado na elaboração da pesquisa. Na quarta seção é apresentado os resultados. Por fim, na quinta e última seção são apresentadas as conclusões do artigo.

### **Fundamentação teórica**

Nessa seção serão abordados os principais conceitos e estudos sobre o setor de academias no Brasil e o modelo SERVQUAL, assuntos que foram mais relevantes para a elaboração desta pesquisa.

#### ***Setor de academia no Brasil***

As academias de ginástica podem ser consideradas como centros de atividades físicas onde se presta um serviço de avaliação, prescrição e orientação de exercícios físicos, com supervisão direta e atenta de profissionais formados em educação física (Toscano, 2001).

A origem do nome academia se deve ao filósofo Platão (427-347 a.C.), que escolheu, como local para fundar sua escola de filosofia, um bosque que levava o nome do legendário herói grego Academos; por essa causa, a escola recebeu o nome de Academia, onde se ensinava filosofia, matemática e ginástica. Considerando as novas perspectivas, dados recentes mostram que na América Latina o Brasil ocupa a segunda posição em número de clientes e de academias, chegando a 9.6 milhões de clientes matriculados, os dados da International Health Racquet & Sportsclub Association (IHRSA) informam que atualmente o Brasil conta com exatas 34.509 academias espalhadas pelo país, e continua sendo o segundo maior mercado do mundo, além de ocupar a terceira posição no ranking de faturamento com movimentação de mais de U\$2 bilhões de dólares, atrás de Estados Unidos e Canadá, considerando apenas o continente americano. Se tratando apenas da América Latina, o Brasil ocupa a primeira posição no ranking em todas as categorias (ACAD, 2018; IHRSA, 2019).

Levando em consideração a rotina diária e as suas comodidades que são fatores influenciam na redução dos movimentos levando ao sedentarismo, o qual está diretamente relacionado a doenças crônicas, as academias surgem como possibilidade para manter-se ativo, com uma melhor qualidade de vida por meio de exercícios supervisionados (Junior e Planche, 2016).

Para Nahas (2013), os benefícios da prática de exercícios físicos têm motivado cada vez mais as pessoas a buscarem um estilo de vida mais saudável e ativo fisicamente, até mesmo para prevenir doenças cardiovasculares, auxiliar no controle de estresse e auxiliar na manutenção do peso ideal.

Em relação ao faturamento, o Brasil está em décimo lugar no mercado fitness mundial, com mais de 2 bilhões de dólares, ou seja, algo em torno de 8 bilhões de reais por ano, que corresponde a 0,13% do PIB nacional e 3% do faturamento do setor de serviços (Soares, 2017).

A seguir, é apresentado os principais estudos encontrados no setor, onde apresentam informações dos últimos 5 anos acerca do mercado fitness e de academias de ginástica no Brasil. Mustafa (2021) buscou analisar as principais inovações trazidas para o mercado fitness após o início da pandemia do Covid-19. O estudo avalia a percepção dos praticantes de atividades físicas em relação às novas práticas de exercícios, e as principais mudanças e inovações para a prática de exercícios. O resultado apresenta que as principais mudanças estão ligadas aos espaços físicos, e a necessidade de novas modalidades de atividades, a melhora de cuidados de higiene e convívio.

Calesco e Both (2021) procuraram através do seu estudo, avaliar a qualidade dos serviços prestados pelas academias de ginástica, levando em consideração as variáveis sociodemográficas. Para a coleta de dados foi aplicada a Escala de Avaliação da Qualidade dos Serviços Prestados por Academias de Ginástica (QUASPA) foi possível identificar que as academias de ginástica apresentam uma pior qualidade nos serviços relacionados ao marketing. Os resultados da pesquisa, apresentam que existem diferenças significativas nas variáveis escolaridade, tempo de prática contínua de exercícios físicos, tempo de prática contínua de exercícios físicos na mesma academia e o número de academias já frequentadas.

Quelhas et al. (2021) propuseram, compreender a forma como o setor empresarial do fitness brasileiro, representado pela ACAD e sistema CONFEF/CREFs agiram em meio à pandemia da COVID19, quais ações e orientações foram adotadas. Para tanto, buscou-se através da leitura e análise crítica das revistas da ACAD, cuja temática era a pandemia da COVID-19, e com materiais publicados no sítio eletrônico do sistema CONFEF/CREFs que tratavam desse assunto. Como resultado, pode-se observar que os representantes do setor fitness lograram êxito na reabertura das academias, sobre a contextualização de que as academias eram propagadoras de saúde, mesmo que em meio à pandemia.

Calesco e Both (2020), buscaram identificar os critérios considerados importantes para o bom desempenho das academias de ginástica, na visão dos clientes e administradores. Para

isso, utilizou-se a técnica Delphi com uma amostra formada por 90 clientes e 30 administradores. Como resultado, foram evidenciados 51 critérios considerados importantes para o bom desempenho de academias. Após a análise de conteúdo foram identificadas quatro dimensões, sendo: Ambiente, Gestão, Marketing e Acessibilidade, representadas pelos indicadores: Estímulo, Estrutura, Limpeza, Planejamento, Atendimento, Administração, Qualificação dos profissionais, Inovação, Comunicação e Estratégia.

Neto, Melo e Medeiros (2018) propõem com seu estudo de caso, realizado no município de Marabá, sudeste do Pará, avaliar a qualidade dos serviços prestados em uma academia de ginástica, por meio do desdobramento da função qualidade, associada ao SERVQUAL, juntas são ferramentas que buscam traçar o perfil do consumidor, bem como compreender o “foco do cliente”. Os resultados foram considerados satisfatórios, pois, por meio da identificação dos itens mais relevantes apresentados pelos consumidores, foi possível direcionar as melhorias que resultarão no aumento da satisfação de seus clientes, bem como na garantia de fidelização e conseqüentemente, no aumento do faturamento da empresa.

Costa (2018) O trabalho apresenta como objetivo analisar a qualidade de serviços prestados por uma academia de ginástica 4 Elementos, localizada na cidade de Caruaru, no estado de Pernambuco. Utilizando como base o modelo SERVQUAL, foi feita uma análise com auxílio da escala de Likert de cinco pontos, para melhor obtenção dos resultados. O estudo teve como metodologia aplicada a aplicação de questionários. No final da pesquisa os principais resultados obtidos foram que, os níveis de satisfação obtido foi favorável, apesar de não atingir as expectativas do dono.

Calesco e Both (2019) através do seu estudo, buscou identificar fatores que interferem na escolha, permanência e desistência dos clientes de academias de ginástica, seu objetivo foi de construir e validar um instrumento de avaliação da qualidade dos serviços prestados por academias de ginástica. O estudo foi constituído de quatro etapas (identificação das questões, avaliação da clareza, importância e relevância da matriz de análise, análise da fidedignidade das questões do instrumento e análise das questões frente ao constructo do instrumento). Diante disso pôde-se concluir que o instrumento denominado “Escala de avaliação da qualidade dos serviços prestados por academias de ginástica (QUASPA)” possui propriedades psicométricas satisfatórias, sendo composto por 21 questões distribuídas em três dimensões, as quais são: Ambiente, Gestão e Marketing.

Azevedo (2021) Procurou ao analisar o perfil dos usuários de academias de ginástica na Zona Norte de Natal/RN, descobrir se a expectativa quanto à qualidade do serviço oferecido condiz com aquela que é percebida pelos clientes. A pesquisa se caracteriza como exploratória-descriptiva e qualitativa, com a colaboração de 72 participantes matriculados nas academias localizadas na Zona Norte de Natal/RN. Como resultado, a pesquisa mostrou que, apesar de pontuar bem em diversos aspectos, as academias da Zona Norte de Natal/RN ainda oferecem

serviços aquém do esperado pelos clientes, havendo a necessidade de melhorar em pontos específicos, que, podem vir se tornar um diferencial, possibilitando reter clientes antigos e conquistar novos.

### **Qualidade em serviços**

Para Paladini (2012) a qualidade não é um termo exclusivo, mas uma palavra de domínio público, significa que a sua definição não pode ser feita de qualquer modo, uma definição errônea pode levar ações cujas consequências afetam seriamente a empresa, sendo alguns casos fatais em termos de competitividade.

Foram muitos os teóricos que ajudaram a construir a área de qualidade, conforme foi apresentado no histórico da gestão da qualidade, mas alguns tiveram um papel especial e mereceram a denominação Gurus da Qualidade. O que eles têm em comum é que fizeram parte da história, tanto pela contribuição teórica como pela intervenção em empresas.

A qualidade do serviço pode ser considerada um tema complexo, por mostrar a necessidade de uma definição que inclua cinco dimensões: confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangíveis. Essas dimensões são usadas para introduzir o conceito de lacuna de qualidade de serviço. Essa lacuna é baseada na diferença entre as expectativas de um cliente de um serviço e as percepções de o serviço que é prestado (Fitzsimmons; Fitzsimmons, 2010).

Segundo Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010), a todo o momento os serviços estão atrelados de maneira direta ou indireta a nossas vidas e mensurar a qualidade dos serviços prestados por meio da percepção do cliente é uma proposta desafiadora dentro de uma organização. Os meios de comunicação adotam os termos “satisfação do cliente” e “qualidade” para determinar a qualidade em serviço, porém é necessário entender que satisfação dos consumidores é algo mais amplo e intangível e definir a qualidade em serviço se resume a especificar as dimensões do serviço. Fundamentado nessa ótica, a qualidade percebida em serviços é um elemento da satisfação do consumidor.

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010) definem qualidade percebida pelos clientes, citando os autores Parasuraman et al. (1985), como a comparação da percepção do serviço prestado em relação à expectativa do serviço desejado. A expectativa do cliente, por sua vez, pode ser influenciada por meio do contato boca a boca, através das necessidades pessoais e por intermédio da experiência passada.

### **Modelo SERVQUAL**

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) desenvolveram um modelo para medir a qualidade dos serviços, através das diferenças entre percepções e expectativas que os clientes têm do serviço prestado, o SERVQUAL. Este modelo avalia a qualidade dos serviços prestados por uma empresa e serve para mostrar as necessidades, desejos e percepções de seus clientes. Através dos resultados de uma pesquisa, é possível elucidar os pontos fracos a serem corrigidos e os fortes para que sejam explorados como uma vantagem competitiva.

O modelo SERVQUAL mostrou-se uma ferramenta capaz de medir com eficácia a satisfação do cliente e traçar um perfil comportamental em diversas áreas (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988). Identificou-se no modelo, cinco fatores determinantes da qualidade dos serviços que são descritos a seguir:

1. Credibilidade: habilidade de prestar serviço conforme prometido;
2. Presteza: disposição de ajudar clientes;
3. Segurança: conhecimento de funcionários e sua habilidade de transmitir segurança;
4. Empatia: atenção individualizada dispensada aos clientes;
5. Tangibilidade: aparência de instalações físicas, equipamentos, funcionários e material de comunicação.

Com base nestes cinco fatores, os pesquisadores desenvolveram a escala SERVQUAL, composta de 22 itens. A utilização do modelo SERVQUAL é realizado em duas etapas: na primeira, são mensuradas as expectativas dos clientes. Na segunda, são mensuradas as percepções dos clientes em relação ao serviço prestado. Segundo Zeithaml e Bitner (2003), para utilizar o método SERVQUAL e assim medir a qualidade do serviço, é necessário calcular, primeiramente, a diferença entre expectativas e as percepções do serviço.

Dessa forma, obtém-se o valor ou GAP para cada afirmação do questionário, definido como a diferença obtida entre o serviço percebido e o serviço desejado. Assim, quanto maior for o índice positivo, maior será a superioridade do serviço. As avaliações são realizadas por meio de um questionário que utiliza uma escala do tipo Likert de cinco pontos, em que os seus extremos são definidos como “Concordo totalmente” e “Discordo totalmente” (Cardoso, 2004).

Araújo e Castro (2016) Aplicaram o método SERVQUAL com o objetivo de avaliar a qualidade dos serviços de uma academia de ginástica na cidade de Petrolina – PE. A partir do primeiro contato com a empresa, onde foi apresentado a proposta do estudo e feita uma entrevista com o proprietário, a fim de colher as informações preliminares. Como resultado, o estudo mostra que das variáveis da qualidade apenas a dimensão empatia encontra-se com um nível de satisfação aceitável. As outras dimensões, tangibilidade, confiabilidade, responsabilidade e segurança, apresentaram insatisfação e necessitam de atenção em alguns itens específicos.

Ferraz et al. (2018) O estudo utilizou como base o modelo clássico SERVQUAL, incrementado e com adaptação do modelo QUESC, que consiste num instrumento aplicado para avaliação da qualidade em serviços de academia de ginástica, com o objetivo de apoiar o gerenciamento de hospedagem. Nesse estudo constatou-se que o SERVQUAL foi insuficiente para avaliar a satisfação do cliente, visto que os itens cujas pontuações apontaram os maiores gaps são a maioria proveniente do modelo QUESC. Porém as descobertas apresentam uma nova oportunidade que pode auxiliar os envolvidos na academia de ginástica a gerenciar essas

empresas considerando as características do cliente. O resultado do estudo permite impor ações a fim de conquistar a fidelidade do cliente, melhorar a satisfação dos funcionários e diferenciar um hotel para seus concorrentes.

Lima et al. (2022) Procurou através do seu estudo, que tem como objetivo mensurar a qualidade dos serviços prestados em uma academia localizada na cidade de Abaetetuba-PA, utilizando para isso o modelo SERVQUAL. Diante dos dados coletados e realizado o diagnóstico dos pontos de insatisfação dos clientes, pode-se chegar aos resultados da pesquisa e formular uma proposta de melhoria para garantir a satisfação dos frequentadores do estabelecimento.

Carvalho et al. (2019) através de sua pesquisa buscou analisar a qualidade dos serviços oferecidos por uma pequena empresa varejista e comparar com as percepções dos clientes de uma empresa Benchmark. Para isso, por meio de um estudo de caso, foram aplicados 60 questionários nas duas empresas, Como resultado, foram obtidos os seguinte dados: I) a ferramenta SERVQUAL ainda é pouco utilizada no mercado de atuação em que as empresas estão inseridas; II) o ponto forte da Empresa 1 é a dimensão Empatia e da Empresa Benchmark, Responsividade; III) ambas empresas apresentam oportunidades de melhoria na parte Tangível (Instalações físicas); IV) apesar da Empresa Benchmark obter um melhor resultado na média geral, existem itens em que a Empresa 1 é mais desenvolvida, como por exemplo, atenção individualizada

Vargas, Messias (2020), procuraram avaliar a qualidade de uma escola de idiomas localizada no interior de São Paulo, por intermédio da aplicação do método SERVQUAL para realizar uma análise dos principais serviços por ela fornecidos. O método utilizado na pesquisa foi misto, composto por uma análise bibliográfica do tema, seguido por uma pesquisa de campo, através da coleta de dados por intermédio de dois questionários para uma quantidade de alunos dessa escola. Em última análise, todos os resultados foram analisados e delimitadas possíveis intervenções para a melhoria dos serviços de qualidade do empreendimento.

Leite (2019) buscou fazer a análise e avaliação da qualidade da prestação de serviços do Sistema Único de Saúde (SUS), mediante a utilização do instrumento SERVQUAL. E teve como principal objetivo elencar a importância das cinco dimensões de serviços que estruturam o modelo SERVQUAL: Tangibilidade, Confiabilidade, Receptividade, Segurança e Empatia. A metodologia empregada utilizada deu-se através de pesquisa descritiva quantitativa. No final da pesquisa os resultados mostram que a dimensão com melhor resultado foi a Segurança, com -0,787 pontos, e sendo este o melhor resultado, as demais dimensões tiveram valores inferiores à mesma, Tangibilidade, -1,013, Receptividade, -1,027, seguido da Confiabilidade, -1,080, e por último, Empatia, com -1,262.

Vassalo, Trombine (2020) desenvolveram a partir de um estudo bibliográfico seguido de um estudo de caso numa empresa prestadora de serviços em equipamentos de informática, na cidade de Varginha-MG, a fim de identificar as satisfações e insatisfações dos clientes da



empresa e os principais motivos que as levam a renovação ou cancelamento dos contratos. O estudo de caso foi realizado através de coletas de dados por um questionário SERVQUAL, avaliando as 5 dimensões da qualidade e tendo como objetivo identificar a qualidade do serviço prestado através do método, para tomada de decisões gerenciais. Após a aplicação e análise do método SERVQUAL, foi avaliado através da Matriz G.U.T qual item é prioridade de mudança e assim elaborar uma proposta de melhoria para este item, a qual foi definida através do método PDCA.

Borba, Cezar, Zucatto (2020) buscaram com seu artigo, que tem como objetivo realizar um estudo bibliométrico em dissertações e teses elaboradas em instituições públicas e privadas do Brasil entre os anos 2000 e 2020 analisar o modelo SERVQUAL como ferramenta de avaliação do serviço público. Através dos principais resultados obtidos com a pesquisa, percebeu-se que grande parte dos trabalhos resultante da base de dados abordam a temática saúde, outra descoberta é a predominância de produções acadêmicas e profissionais de cursos de mestrado.

### **Modelo QUESC**

Kim e Kim (1995) desenvolveram uma escala baseada em percepções do setor de serviço fitness a respeito da entrega de serviços. Esta escala foi especificamente projetada para medir a qualidade do serviço fitness chamado QUESC. De acordo com Athanasopoulou (2008) e Prentice (2013), essa escala fornece uma análise aprofundada sobre os relacionamentos desenvolvidos entre provedores de serviços do setor fitness e seus clientes.

A escala consiste em uma articulação formal de como a empresa percebe os requisitos e os recursos do cliente contidos na gestão da qualidade que têm impacto a curto e longo prazos. O instrumento tem duas partes. A primeira parte mede a conveniência de uma lista de itens da escala. Na segunda parte, a mesma lista de itens é utilizada para medir a percepção da qualidade do serviço prestado.

Ying (2015) através da sua pesquisa, ele utiliza o modelo QUESC para analisar a qualidade do serviço de academias comerciais em Changsha, nela ele aponta os principais problemas das academias comerciais, e apresenta um esquema para corrigi-los, buscando proporcionar uma contribuição significativa aos indivíduos e empresas. Como conclusão apresenta a necessidade de melhorar e fortalecer o padrão de qualidade do serviço prestado, a busca por uma melhor capacitação/atualização em relação ao treinamento dos funcionários das academias, além de reforçar a gestão interna, diminuir custos, em busca de formar uma certa economia em escala.

Afhtunos e Theodoraskis (2005) buscaram com seu estudo identificar os aspectos da prestação de serviços considerados mais importantes pelos usuários de academias gregas e examinar se seus desejos diferem de acordo com o tipo de academia que usam. Utilizando o instrumento QUESC desenvolvido por Kim e Kim (1995), participaram da pesquisa, através do

questionário proposto um total de 346 indivíduos que eram membros de academias públicas e privadas em Atenas/Grécia. Como Resultado, os aspectos de prestação de serviços mais desejados pelos usuários dos centros esportivos referem-se às instalações, às atitudes e habilidades dos profissionais que trabalham nessas academias, e atributos relacionados ao custo de participação e itens relacionados à programação e agendamento dos serviços prestados.

Ferraz *et al.* (2018) propuseram com seu estudo desenvolver uma abordagem para servir de apoio para o gerenciamento de hospedagem, utilizando para metodologia o modelo SERVQUAL para avaliação das expectativas e das percepções dos clientes, e incrementado pelo modelo QUESC, que corresponde a um modelo aplicado especificamente para avaliação da qualidade em serviços de academias de ginástica. A pesquisa foi realizada com 206 clientes quanto à qualidade do serviço na academia de ginástica do hotel. Como resultado a pesquisa pode fornecer descobertas que fornecem uma nova perspectiva que pode incentivar os envolvidos na academia de ginástica a gerenciar essas empresas considerando as características do cliente. Identificando quais dimensões de qualidade precisam de mais atenção, e melhorando a qualidade do serviço hoteleiro.

## **Metodologia**

De acordo com Gil (2008) esta pesquisa pode ser classificada como do tipo aplicada quanto a sua natureza. Quanto a abordagem a pesquisa é classificada como quantitativa, pois concentra-se na em fazer a análise crítica dos resultados obtidos, realizando as interpretações necessárias a respeito dos fenômenos observados e atribuindo os significados. A pesquisa visa apresentar a avaliação da qualidade dos serviços prestados pelas academias no município de salgueiro - PE, e como uso do método SERVQUAL e QUESC podem contribuir com o desempenho das Academias de ginástica.

A pesquisa quanto ao objetivo caracteriza-se como descritiva, onde busca descrever como a utilização do SERVQUAL e do QUESC pode ser de grande valia para a gestão da qualidade nas academias que recorrem a esta ferramenta.

O modelo SERVQUAL foi utilizado nesta pesquisa levando em consideração sua capacidade de através de fatos e dados mensurar quais fatores determinado cliente considera mais importante na prestação de um serviço. E o QUESC, por se tratar de um método que estuda especificamente a qualidade do setor fitness. Os modelos foram utilizados em conjunto uma vez que separados não contemplam todas as dimensões para avaliar o serviço prestado pelas academias.

Por se tratar de uma pesquisa do tipo Survey utilizando um questionário que não identifica o participante, ou seja, uma pesquisa de opinião não identificada, de acordo com a Resolução nº 510 de 2016 do Conselho Nacional de Saúde, o uso deste tipo de pesquisa está de acordo com os parâmetros éticos e dispensa a análise por Comitê de Ética de Pesquisa.

O questionário utilizado nesta pesquisa foi dividido em três partes, onde, na primeira parte são coletadas as informações que visam identificar o perfil socioeconômico dos respondentes, como idade, grau de escolaridade, motivos que o fizeram procurar uma academia, tempo que costuma praticar atividades físicas, período que mais frequenta, entre outros.

Na Segunda parte foi estudado a experiência dos respondentes em busca da idealização de uma academia ideal, quais os fatores seriam mais importantes para cada perfil em particular, essa parte contém 33 questões (22 questões referentes ao modelo SERVQUAL e 11 referente ao modelo QUESC), nas quais foram utilizadas a escala Likert de 1 a 5. A mesma escala aparece também nessa terceira e última parte, onde foi estudado a percepção dos respondentes em relação aos serviços prestados pela academia de ginástica que cada indivíduo frequenta, contendo as mesmas 33 questões da parte dois onde idealizaram uma academia ideal, conforme apresentado na Tabela 1.

**Tabela 1.**

*Dimensões e atributos estudados*

Modelo	Dimensão	Código	Atributos
SERVQUAL	Tangibilidade	Atributo 1	Instalações e equipamentos modernos e em boas condições.
		Atributo 2	O ambiente físico limpo, bem iluminado e com temperatura agradável.
		Atributo 3	Localização e fácil acesso.
		Atributo 4	Espaço adequado e barulho dentro de limites suportáveis.
	Credibilidade	Atributo 5	Instruções claras e confiáveis.
		Atributo 6	Supervisão de exercício conforme sua disponibilidade de permanência na academia.
		Atributo 7	Guardar registros dos clientes (ex.: cadastro/banco de dados).
		Atributo 8	Envolvimento e comprometimento com a qualidade e a melhoria dos serviços prestados.
		Atributo 9	Disponibilidade de horários de atendimento flexíveis de conhecimento dos clientes.
	Presteza	Atributo 10	Ter sempre boa vontade em ajudar seus clientes.
		Atributo 11	Agir com disponibilidade e prontidão para atender os clientes.
		Atributo 12	Passar confiança para os clientes durante a prestação do serviço.
		Atributo 13	Ser corteses com os clientes.
	Segurança	Atributo 14	Possuir o conhecimento necessário para execução dos serviços.
		Atributo 15	Atendimento personalizado.
		Atributo 16	Ouvir atentamente as solicitações ou queixas dos clientes.
		Atributo 17	Ter procedimentos customizados.
	Empatia	Atributo 18	Problemas resolvidos com prontidão.
		Atributo 19	Ter disponibilidade de tempo para atendimento adequado.
		Atributo 20	Boa aparência.
		Atributo 21	Comunicação de fácil compreensão e utilização pelos clientes.
		Atributo 22	Segurança ao negociar problemas de atendimento com os clientes.
QUESC	Programas oferecidos	Atributo 23	Fornecer programas específicos para cada faixa etária das pessoas.
		Atributo 24	Disponibilidade de lanchonete.
		Atributo 25	Disponibilidade de lojas de produtos esportivos.
		Atributo 26	Disponibilidade de várias modalidades de exercícios para os clientes.
		Atributo 27	Possuir equipamentos novos e com manutenção em dia.
		Atributo 28	Possuir facilidade de adesão e preços acessíveis.
		Atributo 29	Disponibilidade de descontos por indicação e pacotes promocionais.
	Privilegio	Atributo 30	Inovar os programas a fim de estimular os clientes na prática de exercícios.
		Atributo 31	Disponibilidade de medidas de segurança contra acidentes e procedimentos de emergência.
	Estimulação	Atributo 32	Segurança para pertences pessoais em armários a fim de evitar perdas, furtos ou danos.
		Atributo 33	Estacionamento seguro para clientes.

Os questionários foram divulgados nas redes sociais, desta maneira a amostra desta pesquisa foi coletada por conveniência e os resultados refletem as características da amostra

estudada. Em relação ao tamanho da amostra, o questionário foi respondido por 58 pessoas, num total de 7 academias que a cidade possui, todas do mesmo porte, num período de 3 meses, que foi desde o mês de julho até setembro de 2022. Por fim, os resultados desta pesquisa serão analisados via estatística descritiva.

## Resultados

No delineamento do perfil socioeconômico, variáveis referentes à idade, sexo, escolaridade e bairro que moram foram consideradas. De acordo com os dados da Tabela 2, obtidos através do questionário aplicado, a faixa etária dos respondentes está entre 18 e 24 anos de idade, totalizando 60% da amostra geral dos participantes. Na coleta dos dados constatou-se também que a predominância foi de mulheres, com 52% dos respondentes. Quanto ao nível de escolaridade, 38% dos respondentes possuem ensino superior incompleto. Estes resultados são consequência da característica da amostra coletada por conveniência em redes sociais.

**Tabela 2.**  
*Perfil socioeconômico do respondente*

Variável	Nível	Quantidade	Total	Percentual
Idade	18-24	35		60%
	25-34	17	58	30%
	35+	6		10%
Sexo	Masculino	28	58	48%
	Feminino	30		52%
Nível de escolaridade	Fundamental incompleto	1		2%
	Fundamental Completo	1		2%
	Médio Incompleto	2		3%
	Médio Completo	11	58	19%
	Superior Incompleto	21		38%
	Superior Completo	18		31%
	Pós-Graduação	3		5%

Se tratando das academias, a Tabela 3 apresenta uma variação das academias frequentadas pelos participantes, dando-se um destaque para a Academia 3, com 24% das respostas. Observa-se também que 64% dos participantes praticam atividades físicas a mais de 3 anos.

**Tabela 3.**  
*Academias, tempo matriculado(a).*

Variável	Nível	Quantidade	Total	Percentual
Academia	Academia 1	11	58	19%
	Academia 2	14		24%
	Academia 3	5		9%
	Academia 4	2		3%
	Academia 5	12		21%
	Academia 6	3		5%
	Academia 7	10		17%
Tempo matriculado	0 a 11 meses	5	58	9%
	1 a 2 anos	16		27%
	3+ anos	37		64%

Todos os participantes da pesquisa foram questionados quanto aos motivos que o fizeram procurar a academia de ginástica, presente na Tabela 4. Para 56% dos participantes, a principal razão para frequentar, são por questões de Saúde/Qualidade de vida. Em relação a frequência na academia, 52% afirmaram que frequentam de 5 a 7 vezes por semana, e 44% entre 2 e 4 vezes por semana. Quanto ao período, 34,5% praticam durante a tarde e 34,5% durante o período noturno e 74% dos participantes responderam que passam entre 1 e 2 horas na academia de ginástica.

**Tabela 4.**  
*Razões, frequência, período e horas.*

Variável	Nível	Quantidade	Percentual
Razões para frequentar	Saúde/Qualidade de vida	33	56,9%
	Controle do peso	4	6,9%
	Razões estéticas	15	25,9%
	Aptidão física	3	5,2%
	Para prestar concurso	1	1,7%
	Recomendação Médica	1	1,7%
	Saúde mental	1	1,7%
Frequência	1 vez por semana	2	4%
	2 à 4 vezes por semana	26	44%
	5 à 7 vezes por semana	30	52%
Período	Manhã	18	31%
	Tarde	20	34,5%
	Noite	20	34,5%
Horas	No máximo 1 hora	14	24%
	Entre 1 e 2 horas	43	74%
	Entre 2 e 3 horas	1	2%

A partir dos dados das expectativas e percepções dos clientes foi possível calcular o gap referente a cada item do questionário. A Tabela 5 contém as informações referentes a cada item do questionário, quanto a expectativa, a percepção e o gap.

**Tabela 5.***Médias das Expectativas, Percepção e GAP por Atributo*

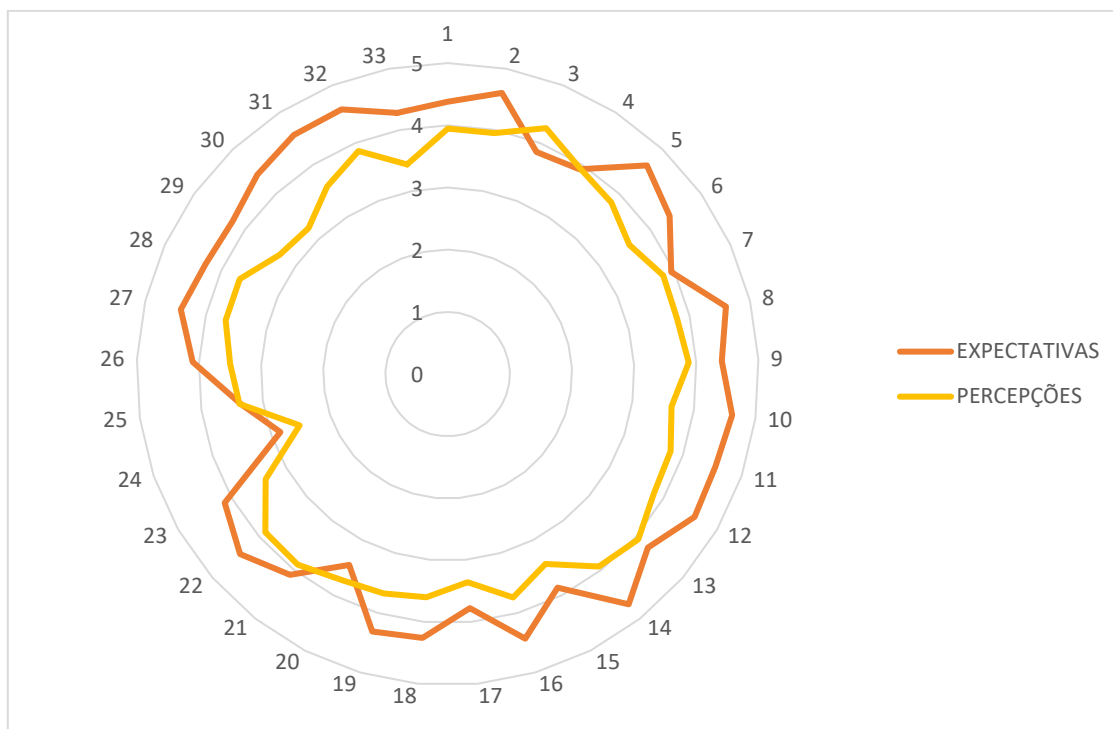
<b>Atributos</b>	<b>Médias das expectativas</b>	<b>Médias das Percepções</b>	<b>Médias dos Gaps</b>
Atributo 1	4,37	3,94	-0,43
Atributo 2	4,60	3,94	-0,65
Atributo 3	3,84	4,25	0,41
Atributo 4	3,91	3,93	0,02
Atributo 5	4,63	3,81	-0,82
Atributo 6	4,37	3,58	-0,79
Atributo 7	3,94	3,81	-0,13
Atributo 8	4,60	3,79	-0,81
Atributo 9	4,41	3,87	-0,53
Atributo 10	4,62	3,63	-0,98
Atributo 11	4,55	3,79	-0,75
Atributo 12	4,58	3,82	-0,75
Atributo 13	4,25	4,05	-0,20
Atributo 14	4,70	3,93	-0,77
Atributo 15	3,86	3,43	-0,43
Atributo 16	4,43	3,74	-0,68
Atributo 17	3,77	3,36	-0,41
Atributo 18	4,25	3,60	-0,65
Atributo 19	4,31	3,67	-0,63
Atributo 20	3,44	3,72	0,27
Atributo 21	4,10	3,89	-0,20
Atributo 22	4,41	3,87	-0,53
Atributo 23	4,13	3,37	-0,75
Atributo 24	2,84	2,51	-0,32
Atributo 25	3,36	3,37	0,02
Atributo 26	4,10	3,50	-0,60
Atributo 27	4,41	3,67	-0,74
Atributo 28	4,27	3,67	-0,60
Atributo 29	4,24	3,31	-0,93
Atributo 30	4,43	3,24	-1,18
Atributo 31	4,56	3,58	-0,98
Atributo 32	4,58	3,86	-0,72
Atributo 33	4,27	3,43	-0,84

Ao observar a Tabela 5 é possível verificar que apenas os atributos 3, 4, 20 e 25 obtiveram percepção maior que a expectativa. A média dos gaps que se configuram como a diferença entre percepção e expectativa, foi negativa para quase todos os itens, expondo que os usuários não foram atendidos da maneira como esperavam.

Verifica-se também que o atributo que apresentou o serviço mais satisfatório foi o atributo 3 sobre a academia deve ser bem localizada e de fácil acesso (0,4137). E o atributo que apresentou o pior desempenho entre o que o usuário esperava e o que de fato notou com a prestação do serviço foi o Atributo 30 (A academia inova os programas a fim de estimular os clientes na prática de exercícios) com (-1,18). A Figura 1 apresenta o radar das médias das Expectativas e Percepção por Atributo.

**Figura 1**

*Radar das médias das Expectativas e Percepção por Atributo*

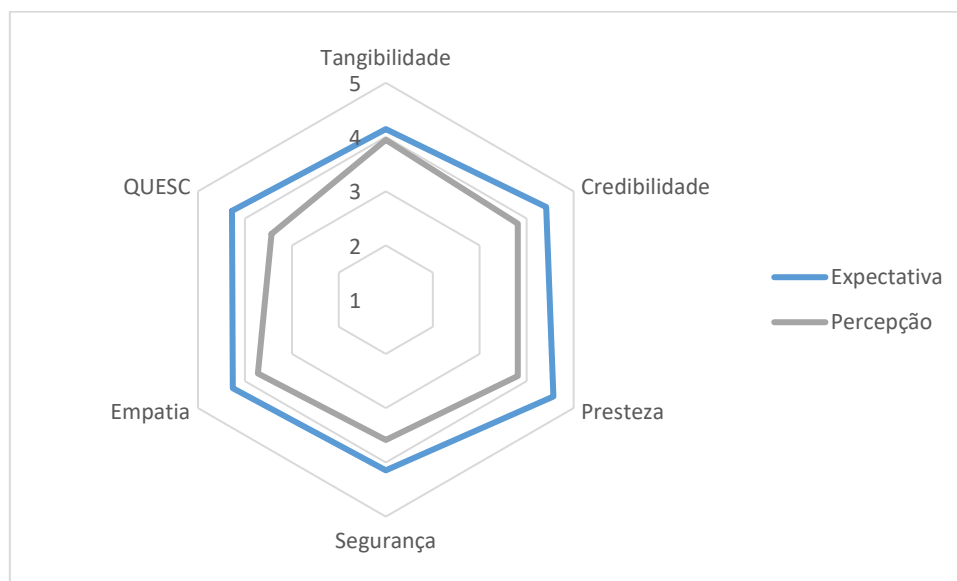


A partir da análise visual apresentada na Figura 1, é perceptível a diferença vista entre as médias de expectativa e percepção na maioria dos itens. A média da expectativa relacionada aos serviços excedeu consideravelmente a média da percepção após utilização dos serviços. Na Tabela 6 e Figura 2 foram analisadas as médias de expectativa e percepção por dimensão e constatou-se que a dimensão que possui uma lacuna maior é a credibilidade com (-0,79). Já a dimensão que apresentou o menor gap geral foi a empatia (-0,53).

**Tabela 6.**

*Médias e desvios-padrões das Expectativas, Percepção e GAP por Dimensão*

Atributos	Médias das expectativas	Médias das Percepções	Médias dos Gaps
Tangibilidade	4,14	3,94	-0,20
Credibilidade	4,41	3,81	-0,79
Presteza	4,56	3,81	-0,75
Segurança	4,14	3,58	-0,56
Empatia	4,25	3,72	-0,53
QUESC	4,27	3,43	-0,74

**Figura 2***Radial das médias das Expectativas e Percepção por Dimensão*

Na análise de quartil presente na Tabela 7, foi estabelecido o grau de prioridade dos atributos. Os atributos com maior grau de criticidade quanto às expectativas compunham as dimensões de tangibilidade (14. Os instrutores devem possuir o conhecimento necessário para execução dos serviços, 2. O ambiente físico deve ser limpo, bem iluminado e com temperatura agradável, incluindo os vestiários.), credibilidade (5. instruções claras e confiáveis, 8. responsáveis comprometidos com qualidade e melhoria) e empatia (10. Os instrutores devem ter sempre boa vontade em ajudar seus clientes e 12. funcionários que transmitem confiança).

Quanto à percepção as dimensões tangibilidade (25. A academia dispõe de lojas de produtos esportivos), credibilidade (15. O atendimento aos clientes é personalizado), empatia (26. A academia dispõe de várias modalidades de exercícios para os clientes.), segurança (33. A academia dispõe de um estacionamento seguro para clientes) e presteza (17. A academia possui procedimentos customizado e 23. A academia fornece programas específicos para cada faixa etária das pessoas) foram os atributos que obtiveram prioridade mais crítica.

Com relação aos gaps, as dimensões com prioridade que merecem mais atenção foram, tangibilidade 30, a academia deve inovar os programas a fim de estimular os clientes na prática de exercícios.), credibilidade (10. Os instrutores devem ter sempre boa vontade em ajudar seus clientes, e 31. A academia deve dispor de medidas de segurança contra acidentes e procedimentos de emergência), empatia (33. A academia deve dispor de um estacionamento seguro para clientes, 5. instruções claras e confiáveis e 8. Os funcionários e instrutores devem estar envolvidos e comprometidos com a qualidade e a melhoria dos serviços prestados) e presteza (14. Os instrutores devem possuir o conhecimento necessário para execução dos serviços).



**Tabela 7.**

*Análise de quartil das Expectativas, Percepção e GAP por Atributo*

EXPECTATIVA				PERCEPÇÃO				GAP			
TIPO DE PRIORIDADE	ATRIBUTO	MÉDIA	QUARTIL	TIPO DE PRIORIDADE	ATRIBUTO	MÉDIA	QUARTIL	TIPO DE PRIORIDADE	ATRIBUTO	MÉDIA	QUARTIL
PRIORIDADE CRÍTICA	14	4,706897	4,706897	PRIORIDADE BAIXA	3	4,258621	4,258621	PRIORIDADE BAIXA	3	0,413793	0,413793
	5	4,637931			13	4,051724			20	0,275862	
	10	4,62069			1	3,948276			4	0,017241	
	2	4,603448			2	3,948276			25	0,017241	
	8	4,603448			4	3,931034			7	-0,13793	
	12	4,586207			14	3,931034			13	-0,2069	
	32	4,586207			21	3,896552			21	-0,2069	
PRIORIDADE ALTA	31	4,568966	4,551724	PRIORIDADE MÉDIA	9	3,87931	3,87931	PRIORIDADE MÉDIA	17	-0,41379	-0,41379
	11	4,551724			22	3,87931			1	-0,43103	
	16	4,431034			32	3,862069			15	-0,43103	
	30	4,431034			12	3,827586			9	-0,53448	
	9	4,413793			5	3,810345			22	-0,53448	
	22	4,413793			7	3,810345			26	-0,60345	
	27	4,413793			8	3,793103			28	-0,60345	
PRIORIDADE MÉDIA	1	4,37931	4,310345	PRIORIDADE ALTA	11	3,793103	3,724138	PRIORIDADE ALTA	2	-0,65517	-0,65517
	6	4,37931			16	3,741379			18	-0,65517	
	19	4,310345			20	3,724138			16	-0,68966	
	28	4,275862			19	3,672414			32	-0,72414	
	33	4,275862			27	3,672414			27	-0,74138	
	13	4,258621			28	3,672414			11	-0,75862	
PRIORIDADE BAIXA	18	4,258621	4,103448	PRIORIDADE CRÍTICA	10	3,637931	3,5	PRIORIDADE CRÍTICA	12	-0,75862	-0,77586
	29	4,241379			18	3,603448			23	-0,75862	
	23	4,137931			6	3,586207			23	-0,75862	
	21	4,103448			31	3,586207			14	-0,77586	
	26	4,103448			26	3,5			6	-0,7931	
	7	3,948276			15	3,431034			8	-0,81034	
	4	3,913793			33	3,431034			5	-0,82759	
	15	3,862069			23	3,37931			33	-0,84483	
	3	3,844828			25	3,37931			29	-0,93103	
17	3,775862	17	3,362069	10	-0,98276						
20	3,448276	29	3,310345	31	-0,98276						
25	3,362069	30	3,241379	30	-1,18966						
24	2,844828	24	2,517241								

Todas as respectivas dimensões devem receber notada atenção dos gestores das academias, visando propor a criação e a utilização de planos de ações pautados na melhoria contínua dos serviços prestados pelas mesmas, como investir no treinamento dos funcionários para além de suas habilidades técnicas, buscando o desenvolvimento de habilidades humanas que priorizem o bom tratamento geral para com os usuários.

Durante a aplicação do questionário foi solicitado aos respondentes que determinassem NOTA de 0 (menos importante) a 10 (mais importante) a 5 características relacionadas à academia de ginástica.

Na característica ligada a localização, a aparência das instalações físicas, equipamentos, os funcionários e materiais de comunicação (ex: panfletos, guia de exercício, ficha do aluno), 34% dos respondentes atribuíram a nota 10 (mais importante). Em relação a característica que propõe avaliar a capacidade de prestar o serviço no tempo prometido de forma confiável 31% avaliaram com nota 10 (mais importante). A característica ligada a boa vontade e disposição para ajudar os clientes 36% avaliaram com 10 (mais importante). Já a característica ligada a competência técnica e o conhecimento e instrutores e a habilidade deles em transmitir

segurança e confiança nos serviços prestados obteve do total de 58 respondentes 39% deram nota 10 (mais importante). A característica Preocupação e o fornecimento de atenção individualizada aos clientes, por parte dos funcionários e instrutores, onde 29% dos respondentes atribuíram nota 10 como sendo a de maior importância.

Quando perguntados qual das cinco características mencionadas anteriormente era considerada mais importante para uma academia de ginástica, 55% dos respondentes escolheram que a característica de maior importância era a competência técnica, conhecimento e instrutores com a habilidade em transmitir segurança e confiança nos serviços prestados. A segunda característica mais levantada foi a questão ligada a preocupação e o fornecimento de atenção individualizada aos clientes, por parte dos funcionários e instrutores, com 31%. A característica menos importante foi em relação a localização, a aparência das instalações físicas, equipamentos, os funcionários e materiais de comunicação (ex: panfletos, guia de exercício, ficha do aluno), 50% responderam que numa academia de ginástica essa característica é a de menor importância.

A pesquisa trouxe como resultado delinear as principais características das pessoas que frequentam as academias no município de Salgueiro utilizando para isso o método SERVQUAL e o método QUESC, ferramenta utilizada para avaliação da qualidade em serviços de academias de ginástica. Ferraz et al. (2018) teve como resultado da pesquisa também oferecer descobertas que fornecem uma nova perspectiva que pode incentivar os envolvidos na academia de ginástica a gerenciar essas empresas considerando as características do cliente. Entender as características e individualidades de cada indivíduo pode ser uma vantagem, no momento de elaborar uma ação que implique em ações coletivas. Outro resultado da pesquisa, correspondeu a capacidade de determinar quais as dimensões apresentavam maior nível de atenção. Araújo e Castro (2017) Aplicaram o método SERVQUAL com o objetivo de avaliar a qualidade dos serviços de uma academia de ginastica na cidade de Petrolina – PE, como resultado foi possível conhecer e delimitar como as dimensões eram aceitas satisfatoriamente ou não pelos seus clientes.

## **Conclusão**

Através da aplicação do modelo SERVQUAL, o presente estudo avaliou a qualidade dos serviços prestados pelas academias de ginástica do município de Salgueiro – PE, analisando os principais atributos e quais detém um grau de importância para seus clientes, além de identificar e entender quais os setores que carecem de maior atenção dos seus respectivos gestores.

Destaca-se como principais achados os gaps que merecem mais atenção por parte dos gestores das academias, que são os itens referentes às dimensões tangibilidade, credibilidade, empatia. Em termos de município, a pesquisa pode ajudar na elaboração de políticas públicas relacionadas as principais prioridades destacadas neste trabalho.

A partir das análises foi possível identificar os atributos essenciais na avaliação do consumidor quanto aos serviços e determinar quais os fatores mais relevantes para eles, o que contribui para uma concentração dos esforços e enfoque maior dos responsáveis gerenciais dessas academias nas necessidades reais do objeto do seu atendimento.

O modelo SERVQUAL, mostrou-se, portanto, uma ferramenta de grande valia no auxílio à busca de melhorias relacionadas aos serviços oferecidos, proporcionando níveis de satisfação mais aceitáveis e desejáveis pelos clientes, oferecendo, de forma prática, uma vantagem competitiva.

O estudo contribui para a teoria, à medida que coloca em discussão uma pesquisa ainda não realizada no município, na prática, pode ser utilizada para que os gestores destas academias possam introduzir ações corretivas para os possíveis problemas encontrados, de forma criteriosa e satisfatória, apontando e entendendo suas principais limitações e questões inerentes a satisfação das pessoas que frequentam e usufruem dos seus serviços, oferecendo um conhecimento estratégico e teórico para seus gestores. De forma pontual, cada academia deve avaliar continuamente seu serviço para direcionar melhorias na qualidade do serviço prestado.

Diante da contínua necessidade de aprimoramento dos serviços e a inconstante variação dos desejos e necessidades das pessoas, é aconselhável a aplicação do método SERVQUAL de forma periódica, para que os gestores das academias acompanhem os efeitos das ações propostas e, monitorem a satisfação dos seus clientes. Com o devido planejamento torna-se possível identificar os erros, ou imprevistos, corrigi-los e, alcançar melhorias satisfatórias.

### **Agência financiadora**

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001 and the Fundação de Amparo a Ciência e Tecnologia de Pernambuco.

### **REFERÊNCIAS**

- Afhtunos, Y., & Theodorakis, N. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers: Gender, age, type of sport center and motivation differences. *Journal of Service Theory and Practice*, 15(3), 245-258.
- Araújo, J., & Castro, A. (2016). Aplicação da ferramenta SERVQUAL para mensurar a satisfação dos clientes em uma academia de ginástica em Petrolina – PE, *Exacta*, 15(2), 323-334.
- Athanasopoulou, P. (2008). Antecedents and consequences of relationship quality in athletic services, *Managing Service Quality*, 18(5), pp. 479 – 495.
- Azevedo, W. C. D. (2021). *Avaliação da percepção da qualidade das academias de ginástica na zona norte de NATAL/RN*. Dissertação (Técnico em Comércio) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Campus Natal – Zona Norte, Natal.

- Borba, V. T., Cezar F. V., & Zucatto, L. C. (2021). Qualidade do serviço público por meio do modelo Servqual: uma análise das dissertações e teses brasileiras (2000-2020). In *XX Colóquio Internacional de Gestão Universitário – CIGU*, 2021.
- Brasil. Ministério da Saúde. (2020). *Como fica a prática de atividade física durante a pandemia de Coronavírus?* Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-querome-exercitar/noticias/2020/como-fica-a-pratica-de-atividade-fisica-durante-a-pandemia-de-coronavirus> Acesso em: 24/02/2022.
- Cardoso, F. A. R., & Neto, A. C. (2004). *Análise da qualidade no setor de serviços segundo o método de avaliação SERVQUAL*. Dissertação (Mestrado em Métodos Numéricos em Engenharia). Ciências exatas e de Tecnologia, Universidade Federal do Paraná – UFPR, Curitiba.
- Calesco, V. A., & Both, J. (2020). Critérios de avaliação dos serviços prestados pelas academias de ginástica. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 9(3), 516-538.
- Calesco, V. A., & Both, J. (2021). Qualidade dos serviços prestados pelas academias de ginástica. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (39), 18-23.
- Calesco V. A., & Both, J. (2019) Escala de avaliação da qualidade dos serviços prestados por academias de ginástica (QUASPA). *Journal of Physical Education*, v. 30, 3011.
- Carvalho, M. L. F., Neves, S. M., Campos, L. B. P., & Oliveira, C. H. (2019). Aplicação da ferramenta servqual para a análise da qualidade em serviços e benchmarking: estudo de caso em empresas varejistas. *GEPROS: Gestão da Produção, Operações e Sistemas*, 15(1), 22-47.
- Costa, R. G. N. (2018). *Análise da qualidade dos serviços de uma academia de ginástica de pequeno porte*. Dissertação (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Pernambuco.
- Club Industry. *The 2016 IHRSA Global Report: The State of the Health Club Industry*, 25/05/2016 Disponível em: <https://www.clubindustry.com/press-releases/ihrsa-releases-2016-global-report> Acesso em: 24/02/2022.
- Chiavenato, I. (2000). *Introdução à teoria geral da Administração*. (6a ed.). São Paulo: Campus.
- Carvalho, M., & Paladini, E.P. (2012). *Gestão da qualidade: Teoria e Prática*. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- de Oliveira Ribeiro, R. L. A., de Macêdo, D. F., & da Guia Santos, D. (2021). Aplicação de ferramentas da qualidade para a implantação de um Sistema de Gestão da Qualidade: estudo de caso no IFAL. *Diversitas Journal*, 6(2), 2478-2490.
- dos Santos, J. B., Pontes, E. A. S. P., & Moraes, E. C. (2022). Ginástica laboral: as contribuições da teoria freiriana e da concepção construtivista de Antoni Zabala. *Diversitas Journal*, 7(3), 1420 – 1435.
- Ferraz, N. D. A., Melo, F. J. C. D., Jerônimo, T. D. B., Albuquerque, A. P. G. D., & Medeiros, D. D. D. (2018). Avaliação da qualidade dos serviços: caso real no centro fitness do hotel. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12, 01-27
- Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. *Administração de serviços: operações, estratégias e tecnologia da informação*. 5. ed. Porto Alegre –RS: Bookman, 2010.
- Furtado, R. P. (2009). Do Fitness ao wellnes: os três estágios de desenvolvimento das academias de ginástica. *Pensar a Prática*. 12(1), 1-20.
- Gil, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008
- Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. G. (2015). *Princípios de marketing de serviços*. (3º ed.). São Paulo: Cengage Learning
- IHRSA - International Health Racquet & Sportsclub Association. (2016). *2016 IHRSA global report*. IHRSA, Boston, MA.

- Junior, A. C. T., & Planche, T. C. (2016). Motivos de Adesão de Mulheres a Prática de Exercícios Físicos em Academias. *Revista Equilíbrio Corporal Saúde*. 8(1), 28-32.
- Kim, D. & Kim, S. (1995). QUESC: an instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of Sport Management*, 9(2), 208-220.
- Leite, S. P. M. L. *Gestão da qualidade na saúde pública: a expectativa e percepção dos clientes do sus sob a perspectiva do modelo SERVQUAL*. Dissertação (Graduação em Administração) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade. 2019.
- Lima, A. De O., Martins, H. Dos S., Nogueira, N. M., Nobre, M. B., Nobre, A. J. B., & Amorim, A. B. (2022). The use of the servqual tool to measure the quality of service in a gym in the city of Abaetetuba-PA. *Research, Society and Development*, 11(5), e5611527805,
- Melo, F. J. C. (2016). *Uma abordagem quantitativa para a avaliação da qualidade em serviços*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CTG. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção - Recife.
- Motta, Márcio. *Tipos de academias*. Disponível em: <<https://academiaexito.com.br/tipos-de-academia/>> Acesso em: 28 de dez., 2020.
- Mustafá, M. (2021). *Análise do mercado fitness no Brasil durante a pandemia do Covid-19*. 32p. Disponível em:<<https://repositorio.unipampa.edu.br/jspui/handle/rii/6108>>. Acesso em 24/03/2022.
- Nahas M. V. (2013). *Atividade física, saúde e qualidade de vida: conceitos e sugestões para um estilo de vida ativo*. 6. ed. Londrina: Midiografia.
- Neto P. J. S.; Melo, F. J. C.; Medeiros, D. D. (2018). Avaliação da qualidade em serviços: um estudo de caso no setor fitness. *XXV Simpósio de engenharia de produção*.
- Paladini, E. P. (2012). *Gestão da qualidade: teoria e prática*. São Paulo: Atlas.
- Parasuraman, A.; Zeithaml V. A.; Berry, L. L. A. (1988). Servqual: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 1, 12-40.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; Berry, L. L. A. (1985). Conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 4, 41-50.
- Prentice, C. (2013). Service quality perceptions and customer loyalty in casinos, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(1), 1-21.
- Quelhas, Á., Raposo, B. M., Dias, G. P., Nozaki, H. T., Lopes, M. J., Coimbra, T. C., ... & Botrel, T. V. (2021). O Setor Empresarial Do Fitness Brasileiro Em Meio À Pandemia Da Covid-19. *Educação em Foco*, 26(Especial 04), e26091-e26091.
- Sapucaia, A. R. R., de Carvalho, C. M. F., da Silva Santos, J. M., de Sousa Cavalcanti, R. J., & das Montanhas Avelino, M. D. F. (2022). Mediação de ensino por meio do aplicativo WhatsApp: reflexões pibidianas. *Diversitas Journal*, 7(3), 2097 – 2107.
- Sebrae. *Relatório de Inteligência Fitness*, (2017). Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Fitness%0%20Pr%C3%A7%C3%A3o.pdf>> Acesso em: 25/02/2022.
- Soares, R. *Como é o Mercado Fitness do Brasil nos dias atuais?* Disponível em: <<https://www.iespe.com.br/blog/mercado-fitness/>> acesso em: 11 de abr., 2017
- Toscano, J.J.O. (2001). Academia de ginástica: um serviço de saúde latente. *Rev. Bras. Ciên. e Mov.* 9 (1): 41-43.

- Vargas, B. C. S., & Messias, D. B. (2020). A aplicação da ferramenta servqual como pilar para a gestão de qualidade em empresas. In *X Congresso Brasileiro de Engenharia da Produção*.
- Vassalo, G. C. V. B., & Trombine, J. C. (2020). Avaliação da qualidade percebida dos serviços prestados por uma empresa de informática com o auxílio da ferramenta SERVQUAL. *Repositório UNIS. Sul de minas*. 1(1), 1-21.
- Ying, He. (2015). Evaluation of Service Quality of Commercial Fitness Club Based on the QUESC Model. *The Open Cybernetics & Systemics Journal*, 1, 899-903.
- Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J. (2003). *Marketing de Serviços: A Empresa com Foco no Cliente*. 2ª Edição. Porto Alegre: Bookman.