

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA E CIÊNCIAS DO DESPORTO

MELISSA CRISTIANE MARTINS

**O PAPEL DOS PROFESSORES DE EDUCAÇÃO FÍSICA NA PERMANÊNCIA
DOS ALUNOS EM UMA ACADEMIA DA CIDADE DE SÃO LEOPOLDO**

Porto Alegre
2008

MELISSA CRISTIANE MARTINS

**O PAPEL DOS PROFESSORES DE EDUCAÇÃO FÍSICA NA PERMANÊNCIA
DOS ALUNOS EM UMA ACADEMIA DA CIDADE DE SÃO LEOPOLDO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Educação Física e Ciências do Desporto da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciado em Educação Física.

Orientadora: Prof^a Dra. Aline Nogueira Haas

Porto Alegre

2008

Dedico este trabalho de conclusão
de curso a meus pais, Justo e
Deane, meu porto seguro.

AGRADECIMENTOS

Agradeço especialmente e em primeiro lugar aos meus pais que eu amo tanto, que sempre estiveram ao meu lado me apoiando e incentivando e que jamais mediram esforços para que este meu sonho, hoje, pudesse finalmente se tornar realidade.

Com muito amor, ao meu noivo, Billy, que esteve sempre ao meu lado, pela paciência, compreensão e companheirismo nos momentos mais difíceis.

À minha orientadora Aline Nogueira Haas pelo carinho, atenção e paciência a mim dispensadas na elaboração deste trabalho.

A todos os professores que fizeram parte desta caminhada, cada um contribuindo da sua forma para que hoje eu chegasse até aqui e concluísse mais essa etapa da minha vida.

Ao professor Dr. Nelson Todt, de coração, que contribuiu de forma incomensurável para minha formação pessoal e profissional e que me fará sempre lembrar o quanto “A Educação Física é importante!”.

A todos os meus familiares e amigos que de perto ou de longe contribuíram de alguma forma para que essa caminhada fosse concluída.

A Deus por ter colocado todas essas pessoas maravilhosas na minha vida, por ter me dado saúde, força e coragem para seguir em frente e hoje chegar até aqui.

Por fim, a todas as pessoas que se dispuseram a fazer parte da minha amostra, sem as quais não seria possível concluir este trabalho.

RESUMO

Apesar da conhecida e comprovada importância da prática de exercícios físicos, tanto para a saúde quanto para melhora da qualidade de vida, é verificada hoje uma rotatividade de alunos muito grande nas academias. Assim, o objetivo geral deste estudo foi verificar o papel do professor de Educação Física na permanência dos alunos em uma academia da cidade de São Leopoldo e os objetivos específicos foram identificar os fatores que, segundo os alunos, determinam sua permanência na academia estudada e determinar as características dos professores e as suas atitudes durante as aulas que influenciam na permanência dos alunos na academia, segundo a opinião dos mesmos. O trabalho se caracterizou por ser uma pesquisa direta, de campo, do tipo descritiva e com abordagem quantitativa. A amostra foi composta por 54 alunos com idades entre 18 e 67 anos, de ambos os sexos, das modalidades de musculação, aulas pré-coreografadas do sistema Body System e Pilates, de uma academia da cidade de São Leopoldo devidamente registrada no CREF/RS. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário com perguntas fechadas e abertas, elaborado especificamente para este estudo e validado pela orientadora do trabalho e por mais duas professoras da Faculdade de Educação Física e Ciências do Desporto. Para a análise de dados foi utilizado o cálculo do percentual das respostas obtidas nos questionários aplicados. Os dados foram apresentados em forma de gráficos, um quadro e uma tabela, os quais foram discutidos, chegando às considerações finais do trabalho. Após análise e discussão dos resultados considera-se que os principais fatores que determinam a permanência da amostra na academia analisada para a maioria da mesma são o conhecimento e a qualificação dos professores, além da forma dos professores se relacionarem com os alunos. A maioria dos alunos acredita que as principais características do professor que auxiliam na permanência dos mesmos na academia estudada são ser extrovertido, comunicativo e competente, acreditando também que as atitudes dos professores durante as aulas, que influenciam nessa permanência são demonstrar conhecimento, dar explicações sobre seus procedimentos e corrigir sempre os alunos durante os exercícios.

Palavras-chave: Professor de Educação Física. Academia. Alunos. Permanência.

ABSTRACT

Despite the known and proved importance of physical exercises practice, both to health and life quality improvement, a big turnaround of appliers is verified at gyms nowadays. Concerning this, the general objective of this paper was to verify the role of the instructor in maintaining the clients at a Gym in the city of *São Leopoldo*. The specific objectives were to identify the factors that, according to the clients, determine their permanence in the gym and to determine the features of the instructors and their attitudes during training that influence in the client permanence at the gym. The paper was characterized as a direct and field research of the descriptive kind using a quantitative approach. The sample was composed by 54 gym members (clients) aged between 18 and 67 years, males and females, belonging to the body building, Body Systems and Pilates classes from an duly registered in CREF/RS academy of *São Leopoldo*. The instrument used to acquire data was a query with closed and opened questions, prepared specially to this study and validated by the paper's supervisor and two more teachers of *Faculdade de Educação Física e Ciências do Desporto*. To analyze data the percentage compute of the query's answers was used. The data obtained were presented in graphics, a board and a table, that were discussed guiding to the final considerations of the study. After analyzing and discussing the results it is considered that the main factors that determine the sample's permanence in the studied gym, according to the most clients, are the instructor's knowledge and qualification, beyond the form of instructors is related to the clients. The most clients believes that main features of the instructors that influence in their permanence in the gym are to be extrovert, communicative and competent and also believes that instructor's attitudes during training that influence in the clients permanence are to demonstrate knowledge, to give explanations about their procedures and to correct them during training.

Key-words: Instructor. Gym. Client. Permanence.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Período em que os alunos freqüentam a academia.	26
Quadro 1 – Modalidade freqüentada pelos alunos.....	27
Gráfico 2 – Papel do professor na permanência dos alunos na academia.	27
Gráfico 3 – Características do professor que auxiliam na permanência dos alunos na academia.....	29
Gráfico 4 – Atitudes do professor durante as aulas que influenciam na permanência dos alunos na academia.	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Fatores que determinam a permanência dos alunos na academia onde o 1 é o mais importante e o 7 o menos importante	28
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 OBJETIVOS	11
1.1.1 Objetivo geral	11
1.1.2 Objetivos específicos.....	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
2.1 BREVE HISTÓRICO DAS ACADEMIAS	12
2.2 O MERCADO DO FITNESS NO BRASIL.....	15
2.3 A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES	15
2.4 O ALUNO/CLIENTE, O PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA E A PERMANÊNCIA DOS ALUNOS NA ACADEMIA	17
2.4.1 O aluno/cliente.....	17
2.4.2 O professor de Educação Física e seu papel na permanência dos alunos na academia.....	20
3 METODOLOGIA	24
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS.....	34
APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido	36
APÊNDICE B – Modelo de questionário	37

1 INTRODUÇÃO

Atualmente a importância da prática regular de exercícios físicos é conhecida e reconhecida na melhora da qualidade de vida, no aumento da expectativa de vida, na busca da saúde, do bem estar e da satisfação pessoal, e seus benefícios, que antes eram apenas constatados pela observação não controlada e não científica, hoje são comprovados cientificamente por diversas áreas.

Diante da conscientização e comprovação da importância dessa prática, sobretudo orientada, as academias¹ surgem como única alternativa para grande parte da população, sendo um local privilegiado para a prática de exercícios físicos orientados, o que faz com que o número desses locais especializados aumente a cada dia, principalmente nos grandes centros urbanos. Conforme salienta Saba (2001, p. 52) "pesquisas mostram que o aumento do número de academias é impressionante, assim como o aumento da população que se vale de seus serviços, conforme cresce a consciência da importância do desenvolvimento do exercício físico."

Assim, a aderência² ao exercício físico não se torna difícil, pois sua importância, embora já sabida, é lembrada todo dia pela mídia, em todo e quaisquer meios de comunicação, seja na televisão, rádio, jornais ou revistas, e a cada esquina se encontra uma academia oferecendo seus serviços. O que parece ser a grande dificuldade, entretanto, é a manutenção³ desse aluno pelas academias, pois, conforme ressalta Saba (2001) metade das pessoas que começam a "malhar", embora estejam conscientes da importância da atividade física, vai desistir após os seis primeiros meses.

Por isso, a principal razão que levou ao desenvolvimento do presente trabalho e à realização dessa pesquisa foi o fato de que apesar da conhecida e comprovada importância da prática de exercícios físicos, tanto para a saúde quanto para melhora da qualidade de vida, é verificada hoje uma rotatividade muito grande nas

¹ Segundo Toscano (2001, p. 41): "As academias de ginástica são os centros de atividades físicas onde se presta um serviço de avaliação, prescrição e orientação de exercícios físicos, sob supervisão direta de profissionais de Educação Física." No presente estudo para se reportar ao termo "academias de ginástica" ora se utilizará a palavra empresa ora academia.

² A expressão aderência deve ser compreendida no sentido de tornar-se adepto ou, conforme a esteira da melhor doutrina, como o comprometimento com o exercício físico (SABA, 2001).

³ Para a melhor compreensão desta pesquisa entender-se-á manutenção como sendo o período superior a 7 (sete) meses ininterruptos em que um aluno permanece frequentando a mesma academia.

academias, sejam elas de grande, médio ou pequeno porte, estejam elas localizadas em grandes ou pequenos centros urbanos.

Como já referido, a captação de clientes não constitui um problema, mas a sua manutenção sim, mais ainda em um mercado competitivo como é o do *fitness*⁴, sendo que hoje a problemática da fidelização de clientes é um desafio para proprietários e administradores de academias, pois conforme refere Rittner (2005) o número de pessoas que desiste da atividade física ou muda de estabelecimento logo após o início da prática é muito grande.

E esse é o grande desafio das academias e seus administradores: a manutenção desse aluno, afinal, para a sobrevivência da academia é essencial que o aluno⁵ permaneça matriculado nela por um longo período de tempo. Diante dessa problemática decidiu-se realizar o presente trabalho e abordar o tema “permanência⁶ dos alunos nas academias”, buscando apresentar soluções para gerar uma maior fidelização dos alunos. Para tanto se busca responder o seguinte problema de pesquisa: Qual o papel do professor de Educação Física na permanência dos alunos em uma academia da cidade de São Leopoldo?

Tendo em vista que se acredita que o profissional de Educação Física que atua em academias tem uma grande parcela de responsabilidade nessa questão, decidiu-se por investigar, no presente, o papel que o professor de Educação Física tem na manutenção dos alunos/clientes por um longo período de tempo na mesma academia. Responsabilidade essa que se acredita estar diretamente relacionada não só com os conhecimentos apresentados pelo professor e com a sua atualização constante, mas também e, principalmente, com a forma como ele se relaciona com os alunos, com a atenção a eles dispensada entre outras razões relativas à relação professor X aluno.

⁴ Nesse estudo ao se utilizar o termo *fitness* se está referindo exclusivamente à sua dimensão física, como sinônimo de condicionamento físico. O American College of Sports Medicine (1995 apud NOVAES e VIANNA, 2003, p. 344) define *fitness* como “a obtenção ou manutenção dos componentes do condicionamento físico, correlacionados com uma boa ou elevada saúde, sendo necessários para realização de tarefas diárias e no confronto com os desafios esperados e inesperados.” Assim, o “mercado do *fitness*” se refere ao mercado direcionado à busca da mencionada obtenção ou manutenção dos componentes do condicionamento físico.

⁵ A palavra aluno no estudo se refere ao cliente regularmente matriculado em alguma modalidade de uma academia de ginástica, devendo ser entendidas as palavras aluno e cliente como sinônimos.

⁶ A palavra permanência deve ser compreendida no mesmo sentido da palavra manutenção apresentada anteriormente, ou seja, período de tempo superior a 7 (sete) meses ininterruptos em que o aluno permanece ou mantém-se frequentando a mesma academia.

Realiza-se, então, o presente estudo com a intenção de auxiliar proprietários e administradores de academias, contribuindo de alguma forma, trazendo respostas, descobertas e caminhos, para que se torne possível uma maior manutenção da clientela, por um maior período de tempo numa mesma academia.

Além dos motivos já mencionados outro fator determinante para a realização da pesquisa está relacionado à necessidade de se contribuir para ampliar a literatura nessa área, haja vista a existência hoje de poucos estudos sobre esta temática.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Verificar o papel do professor de Educação Física na permanência dos alunos em uma academia da cidade de São Leopoldo.

1.1.2 Objetivos específicos

Identificar os fatores que, segundo os alunos, determinam sua permanência na academia estudada e;

Determinar as características dos professores e as suas atitudes durante as aulas que influenciam na permanência dos alunos na academia, segundo a opinião dos alunos/clientes.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 BREVE HISTÓRICO DAS ACADEMIAS

A prática de atividades físicas existe desde a pré-história das mais variadas formas. Nesse período as atividades físicas eram praticadas de forma obrigatória pela própria necessidade de sobrevivência. O homem pré-histórico precisava lutar, caçar e pescar para sobreviver, nadar para atravessar rios e caminhar longas distâncias já que era nômade e mudava constantemente sua morada (TUBINO, 1992).

Com o passar dos tempos e diferindo de acordo com cada civilização as atividades físicas tiveram diversos enfoques como higiênico, fisiológico, moral, ritual, recreativo, espiritual entre outros, tendo sido a dança uma das atividades físicas mais significantes para o homem na antiguidade (OLIVEIRA, 1983).

Tubino (1992) reforça que, com o passar de muitos anos, a atividade física foi tomando forma de exercício físico, pois outros objetivos foram sendo atribuídos a sua prática.

Oliveira (1983, p. 17) afirma que:

Os chineses parecem haver sido os primeiros a racionalizar o movimento humano, emprestando-lhe, ainda, um forte conteúdo médico. Criaram, provavelmente, o mais antigo sistema de ginástica terapêutica de que se tem notícia: o *Kong-fou* (a arte do homem) - surgido por volta de 2700 a.C.

Mas, segundo Tubino (1992) foi com a civilização grega que as atividades físicas passaram a ser reconhecidas como historicamente importantes. Como ressalta Oliveira (1983), no período chamado histórico, na Grécia antiga, surgem os grandes jogos gregos, que eram verdadeiras festas populares e religiosas, as quais envolviam, além de competições atléticas, provas literárias e artísticas.

O mesmo autor relata que as atividades físicas dos indígenas no Brasil eram muito semelhantes às realizadas na pré-história. Nossos primeiros habitantes eram habilidosos e praticavam diversas atividades físicas para sua sobrevivência, tais como: arco e flecha, canoagem, natação, luta, caça, pesca entre outras (OLIVEIRA, 1983).

Oliveira (1983) destaca ainda que em 1837, período após a chegada da família real portuguesa ao Brasil, o Ginásio Nacional criado como instituição-modelo no Rio de Janeiro, incluiu a ginástica nos seus currículos e que em 1851, começou a legislação referente à matéria, obrigando a prática da ginástica nas escolas primárias do Município da Corte.

De acordo com Capinussu e Costa (1989), as academias existem em moldes organizacionais desde 1867, quando foi fundada na cidade de Bruxelas, na Bélgica, uma instituição onde se objetivava o ensino da cultura física através de aparelhos. Após essa data o surgimento de novas instalações onde se praticavam atividades físicas foi se intensificando em outros países Europeus como França e Inglaterra, e também nos Estados Unidos.

Já no Brasil, conforme os referidos autores, coube a um imigrante japonês, exímio praticante de jiu-jitsu, por volta do ano de 1914, montar em sua própria casa na cidade de Belém do Pará a primeira academia em moldes comerciais.

No que se refere ao surgimento da primeira academia no Rio de Janeiro, Capinussu e Costa (1989) relatam ter sido em 1925 quando um português fundou um ginásio na zona central do Rio de Janeiro onde oferecia atividades de halterofilismo e ginástica olímpica.

Já no Rio Grande do Sul os autores afirmam que a primeira academia foi fundada por um halterofilista em Porto Alegre no ano de 1949, o Ginásio Sparta, especializado, como não poderia deixar de ser, em halterofilismo.

Importante observar que a ênfase das academias era inicialmente nas lutas marciais e no halterofilismo, sendo que inclusive Capinussu e Costa (1989, p. 28) se referem à década de 50 como “época de ouro das academias dedicadas ao ensino do halterofilismo.”

Com o passar do tempo, entretanto, a concepção das academias foi mudando e a ênfase ao halterofilismo, assim como nas lutas, perdendo terreno. Até que nos anos 70 surgiu a nomenclatura musculação, como refere Moraes (2006), para quebrar o preconceito que existia contra o halterofilismo e também atrair as mulheres para essa atividade.

Foi nessa época também que o pesquisador Dr. Kenneth Cooper publicou sua obra intitulada “Aeróbica”, onde afirmava que todas as pessoas, inclusive as não-treinadas, poderiam realizar alguma prática corporal, pois isso traria enormes benefícios para a saúde, despertando na população o gosto pela atividade física

especialmente pela corrida, chamada por ele em inglês de *jogging* (NOVAES e VIANNA, 2003).

Ainda nesse período, mais especificamente em 1971, a professora Jack Sorensen lançou a dança aeróbica que tinha como objetivo desenvolver o condicionamento físico dos alunos através da dança, mudando definitivamente os antigos conceitos da ginástica (NOVAES e VIANNA, 2003). Os referidos autores mencionam ainda a colaboração da atriz Jane Fonda ao apresentar um programa diferente de dança aeróbica, o *workout*, cujo objetivo era trabalhar a resistência aeróbica através dos exercícios de ginástica.

Sobre a colaboração dos americanos para a ginástica de academia Pereira (1996) salienta que apesar de trazer poucas inovações em técnicas de movimento, eles passaram a evidenciar aspectos antes pouco caracterizados na ginástica como os aspectos fisiológicos, biomecânicos e didáticos.

Novaes e Vianna (2003, p. 202) destacam que:

A partir da década de 1980, a dança aeróbica foi substituída pela ginástica aeróbica chegando ao Brasil em meados da mesma década, sendo introduzida no Rio de Janeiro, nas academias, clubes, centros esportivos e outros.

Esse período do final dos anos 70 e início dos 80, como comenta Moraes (2006), foi a época em que a febre do bem-estar físico invadiu as academias, sendo a ginástica aeróbica a responsável pela invasão das mulheres nas academias. Esse período ficou conhecido, como referem Tubino (1989) e Moraes (2006), como o *boom* das academias.

Após essa década as academias, que até então se dedicavam a uma única modalidade, como era o caso das lutas e do halterofilismo, passaram a diversificar as modalidades oferecidas e a atrair cada vez mais alunos.

Assim, atualmente, o número de pessoas que procura as academias aumenta a cada dia, bem como o número de academias oferecendo seus serviços nas mais diversas modalidades, tendo essas instituições se transformado em verdadeiras empresas que disputam espaço hoje no competitivo mercado do *fitness*.

2.2 O MERCADO DO FITNESS NO BRASIL

Segundo Rittner (2005) o mercado do *fitness* representa um importante ramo da economia brasileira, tendo registrado no ano de 2003 um faturamento de cerca de R\$ 3 bilhões de reais. Aliado ao aumento cada vez maior da procura por academias nos últimos anos, esse mercado vem enfrentando uma intensa e crescente competitividade.

De acordo com Bergallo (2004) embora ainda não se disponha no Brasil de dados estatísticos precisos, estimava-se existirem (até a publicação de seu artigo em 2004), segundo levantamentos preliminares realizados em vários estados, cerca de 7.000 academias em todo o país, empregando cerca de 120.000 pessoas. Na hipótese de admitir-se uma média de 400 alunos/clientes por unidade, chegava-se a um total de 2,8 milhões de pessoas freqüentando as academias e gerando um faturamento anual de R\$ 1,5 bilhões (sendo estimada uma mensalidade média de R\$ 45,00 – variando de R\$ 30,00 a R\$ 220,00).

Já Costa (2005 apud MASCARENHAS et al., 2007) refere que em 2005 o número de academias no país já chegava aos 20.000, sendo que mais de 3,2 milhões de pessoas as freqüentavam, chegando o Brasil ao posto de país com a maior proporção de academias por habitante. Esse crescimento obviamente é estimulado além da busca pelo “corpo perfeito” e da melhora da qualidade de vida, por uma série de inovações do setor, como as técnicas de trabalho empregadas, a modernização da aparelhagem e estrutura entre outras.

Diante desse crescimento assustador do setor uma das maneiras de conquistar espaço nesse mercado é a obtenção da fidelidade de seus clientes atuais, uma vez que é grande o número de pessoas que, como já referido, pouco tempo após iniciar à prática da atividade física, desiste da mesma ou muda de estabelecimento.

2.3 A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Neste item far-se-á uma breve abordagem acerca do termo “fidelização de clientes”, cabendo destacar, inicialmente que esse é um termo usualmente utilizado no ramo do *marketing*, sobretudo na área da compra e venda.

Segundo definição retirada do Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa fidelização significa a “conquista da constância do cliente com relação ao uso dos produtos de determinada marca, serviço, loja ou rede de pontos de venda etc.” (HOUAISS e VILLAR, 2001, p. 1337).

No ramo de negócios, segundo Cuba (2005), a fidelização tem como pressuposto que é mais rentável para a empresa que os clientes atuais continuem comprando, do que conquistar novos clientes. Além disso, é cinco vezes mais caro reconquistar um cliente do que tomar providências para evitar que ele mude para outra empresa (LAS CASAS, 2006 apud ÁVILA e SANTOS, 2007).

Ao encontro do referido acima Kotler (1999 apud ÁVILA e SANTOS, 2007, p. 63) enfatiza que é primordial:

[...] manter os clientes atuais e desenvolver cada vez mais o relacionamento existente, pois um cliente perdido representa mais do que a perda da próxima venda; a empresa perde o lucro de todas as compras futuras daquele cliente, para sempre.

É importante destacar também que o cliente satisfeito e, sobretudo, fiel constitui uma importante arma publicitária já que ele faz propaganda e fala bem da empresa para outras pessoas (CUBA, 2005). No mesmo sentido afirmam Ávila e Santos (2007, p. 64): “A divulgação boca-boca é uma maneira muito eficaz para agregar novos clientes à empresa; um consumidor confia muito mais na opinião de um amigo que já utilizou o serviço ou produto do que em um vendedor ou outdoor.”

Quanto ao longo processo que é o de fidelização de clientes Moutella (2004 apud CUBA, [2005]) destaca que:

Fidelidade não se compra; se conquista a longo prazo através de atitudes que transmitam confiança, respeito, cuidado, atenção e carinho com o outro. E fidelização é um processo contínuo de conquista da lealdade.

Fica evidente então a importância da fidelização de clientes, ou seja, de se manter clientes, para o crescimento e sobrevivência de uma empresa não só no ramo da compra e venda, mas também na prestação de serviços e é esse, segundo Ávila e Santos (2007), o papel do marketing de relacionamento.

Dentro desse contexto de marketing de relacionamento, representado neste estudo pela atitude pessoal, onde entram a atenção e o cuidado com os clientes, é que a fidelização será estudada. Sendo importante lembrar que na presente

pesquisa, por não se tratar de uma empresa cujo foco é a compra e venda, será utilizado o termo permanência de clientes ao invés de “fidelização de clientes” devendo ser entendido, entretanto, no mesmo sentido de busca de lealdade, de fidelidade, dos clientes/alunos por um longo período de tempo.

2.4 O ALUNO/CLIENTE, O PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA E A PERMANÊNCIA DOS ALUNOS NA ACADEMIA

Como visto, o mercado do *fitness* vem enfrentando uma concorrência intensa e crescente, refletida na quantidade de academias/empresas atuantes no ramo, bem como pelo abandono ou mudança de estabelecimentos pelos alunos das academias.

Procurar-se-á entender a partir de agora o processo de fidelização ou manutenção de clientes de uma academia de ginástica através do estudo do papel do professor de Educação Física na referida permanência dos alunos.

2.4.1 O aluno/cliente

Tendo em vista que o foco do presente trabalho é o aluno/cliente, é imprescindível que se estude um pouco sobre ele que é a razão de existir de toda a academia/empresa.

De acordo com Pereira (1996, p. 28) “[...] quando você tem um cliente/aluno, na verdade você tem um bem que deve ser administrado com eficiência para que seu valor não seja dissipado [...]”. Em outras palavras, o cliente deve ser muito bem cuidado para que não seja perdido e para isso a sua satisfação deve ser o objetivo, a razão da existência da empresa, e todos os esforços devem ser dispensados no sentido de satisfazer suas expectativas.

Com relação à satisfação de clientes Pereira (1996, p. 59) refere que:

Se a pessoa ficar satisfeita com uma compra, contará a outras 8 pessoas; se ficar descontente, contará a 22 pessoas. De cada 27 clientes que experimentam um mau serviço, 26 não reclamam. Daqueles que decidem reclamar, somente 1 em cada 10 voltam como cliente. Custa 5 a 6 vezes mais caro conquistar um novo cliente do que manter um cliente existente.

E isso ocorre também com relação à prestação de serviços em academias, pois um aluno insatisfeito contará a muito mais pessoas sobre seu descontentamento do que o aluno satisfeito sobre seu contentamento em relação aos serviços prestados.

Além disso, segundo Nogueira (2000), 96% dos alunos insatisfeitos não reclamam, o que leva a conclusão que “de cada cem alunos insatisfeitos quatro reclamam, ou seja, quando 1 (um) aluno vem a você, à recepção e/ou a um professor, ele estará representando a insatisfação de outros vinte e quatro alunos.” (NOGUEIRA, 2000, p. 98).

Diante de tal afirmação, forçoso é concluir que se deve sempre pesquisar acerca do contentamento e satisfação dos alunos e não esperar que um aluno venha exprimir sua insatisfação sobre o serviço, pois se isso chegar a ocorrer talvez seja tarde demais, já que, como visto, não será apenas um, mas vários alunos insatisfeitos.

Pereira (1996) apresenta também dados percentuais sobre as razões pelas quais uma empresa perde clientes. Entre essas razões onde são citados o preço alto (9%) e o desapontamento quanto à qualidade de produtos (14%), a insatisfação com a atitude do pessoal (má qualidade do serviço) foi a mais citada alcançando o percentual de 68%.

No mesmo sentido, Nogueira (2000) refere alguns motivos de maior incidência na perda de clientes na área do *fitness*. Entre as razões citadas aparece o surgimento de uma nova academia e a mudança de professor, mas o autor destaca que aproximadamente 70% dos clientes saem das empresas por estarem insatisfeitos com atitude pessoal, devido à má qualidade dos serviços prestados pelas mesmas.

Percebe-se então, com as afirmações desses três autores, que a atitude do pessoal que trabalha na empresa está em primeiro lugar na preocupação dos clientes, sendo para eles o aspecto que reflete a boa ou a má qualidade do serviço.

Pereira (1996, p. 65) descreve cinco dimensões em que o cliente espera obter a qualidade do serviço:

*Confiabilidade: a capacidade de proporcionar o que foi prometido, com segurança e precisão;

*Convicção: os conhecimentos e a cortesia dos empregados, e sua capacidade de transmitir confiança e segurança;

- *Aspectos tangíveis: as instalações físicas e equipamentos, e aparência do pessoal;
- *Empatia: o grau de cuidado e atenção individual proporcionado aos clientes;
- *Receptividade: a disposição para ajudar os clientes e fornecer um atendimento imediato.

Como se pode notar, das cinco dimensões citadas quatro delas se referem, novamente, à atitude pessoal e ao relacionamento mantido entre empregado/cliente. Nota-se então a grande importância da qualidade do pessoal e da atitude do pessoal para a manutenção de clientes.

Além disso, Kotler e Armstrong (1999 apud ALBUQUERQUE e ALVES, 2007) referem que aqueles clientes que estiverem altamente satisfeitos serão menos suscetíveis a preço do que aqueles não tão satisfeitos e permanecerão clientes durante muito mais tempo.

Portanto, se a qualidade do serviço ficar abaixo da expectativa do cliente, se terá um cliente descontente e suscetível às ofertas da concorrência. Se o serviço preencher suas expectativas, ao contrário, se terá nele uma pessoa satisfeita, que não se importará em pagar o preço estipulado, dando assim início a um processo de fidelização que tende a crescer cada vez mais, desde que preservadas as ações de atendimento às necessidades (KOTLER e ARMSTRONG, 1999 apud ALBUQUERQUE e ALVES, 2007).

É importante destacar, também, que essa atitude pessoal tão referida até aqui, que reflete a qualidade do serviço para os clientes/alunos nas academias está diretamente relacionada ao papel desempenhado pelo professor de Educação Física. Papel esse que diz respeito a atitudes como cortesia, grau de cuidado e atenção com que trata os alunos, capacidade de transmitir confiança e segurança com relação aos seus conhecimentos entre tantas outras.

Assim, analisar-se-á a partir de agora o papel que o professor de academia desempenha na manutenção do alunado por um longo período tempo, gerando a tão almejada fidelização dos clientes.

2.4.2 O professor de Educação Física e seu papel na permanência dos alunos na academia

Como já referido acima, a atitude pessoal do professor de Educação Física pode ser a principal causa de evasão de alunos de academias, ou seja, ele pode ter grande parcela de responsabilidade na manutenção ou não desses clientes.

Pereira (1996) menciona algumas características que segundo ela o professor de academia deve possuir, entre estas: ser criativo e comunicativo, ser solícito e prestativo, inspirar confiança a respeito de seus procedimentos, se relacionar bem com os alunos, chamá-los pelo nome, se preocupar quando faltam, se manter atualizado e informado entre tantas outras.

A mesma autora refere que:

As academias são hoje em dia empresas com fins lucrativos, além, é claro, de terem a responsabilidade de ser um meio educativo, transformador de hábitos e comportamentos. Portanto, cabe ao professor adequar-se a essa realidade empresarial associada à educação. (PEREIRA, 1996, p. 28).

Ela menciona ainda que a função do professor pode ir além de ministrar aulas. O papel do professor é acompanhar o desenvolvimento dos alunos, incentivá-los, elogiá-los, corrigi-los quando necessário, orientá-los, mostrar-se preocupado e interessado (PEREIRA, 1996).

Saba (2001, p. 83) afirma que:

Aulas mal ministradas podem impedir a manutenção e a aderência ao exercício físico. Essa posição é compartilhada por Berger e McInman, que apresentam dados confirmando que os indivíduos que recebem pouca atenção do corpo técnico tendem a desistir duas vezes mais, que os indivíduos que recebem elevada atenção.

O professor não pode se esquecer jamais que o aluno é um ser humano, um ser biopsicossocial, composto por corpo e mente e não apenas um corpo isolado e que, apesar de trabalhar com a educação do físico, não pode desconsiderar o aspecto psicológico.

Nesse contexto cabe destacar um estudo feito por Rittner (2005) relativo ao marketing de relacionamento em uma academia aonde foram apresentadas aos alunos questões sobre os serviços prestados, a consistência dos serviços, a competência, adjetivos e características atribuídas aos seus professores entre

outras. Nesse estudo foram apresentadas pelos alunos respostas que enfatizam a importância da relação professor X aluno, como a afirmação de um aluno da academia quando salienta 'você precisa de alguém que, além de toda a parte técnica, seja um amigo.' (RITTNER, [2005]). Outras respostas relacionam a competência do professor não com os conhecimentos técnicos apresentados por ele, mas sim à atenção dispensada por ele aos alunos como referido por um deles: "os profissionais são competentes [...] atribuo esta competência à ajuda, informação, acompanhamento e correção recebidos durante a prática [dos exercícios]." (RITTNER, [2005]).

Vejam-se outras respostas obtidas na pesquisa de Rittner (2005) referentes ao papel do professor de Educação Física, consideradas pertinentes a esse estudo:

[...] o que me faz continuar sempre aqui é a atenção que eu recebo; eu sempre tive muita atenção e acho isto fundamental [...] os funcionários estão sempre bem humorados e são atenciosos, desde a recepção aos professores e até mesmo a gerência [...] dá gosto vir aqui.

[...] recebemos um atendimento bem personalizado, estão sempre te olhando, ver se está fazendo certo ou errado, não é massificado, é como se tivesse um personal trainer do seu lado [...] às vezes você está fazendo o exercício, ele vem vindo lá de longe e corrige você.

[...] os professores são ótimos, sempre no maior astral. São educados, gentis, interessados, bem humorados, estando sempre prontos para atender aquilo que você pedir, para orientar e, observar se você está fazendo os exercícios da maneira correta. (RITTNER, [2005]).

Constata-se assim que os dados referidos acima corroboram com o pensamento de Pereira (1996) e Saba (2001) visto que, como eles, enfatizam a importância de fatores como a atenção dispensada pelo professor aos alunos, de ser bem humorado, atencioso, interessado, competente, de acompanhar, corrigir e orientar o aluno, de transmitir confiança sobre os seus procedimentos, para a permanência dos mesmos na academia.

Além disso, é importante ressaltar que, ao contrário do que muitos pensam, as pessoas não freqüentam as academias apenas com fins estéticos. Esse objetivo pode até existir, mas não isoladamente. Nos dias de hoje, quando as pessoas andam cada vez mais estressadas, apressadas e sedentárias pelo modo de vida que lhes é imposto, a prática do exercício físico constitui também um idílio de saúde e paz (SABA, 2001).

Segundo o mesmo autor a “busca sequiosa por ideal estético – acredita-se que na maioria dos casos frustrante – pode ser responsável pela elevada rotatividade de clientes [...]” (SABA, 2001, p. 50).

Dessa forma, acredita-se que os objetivos da prática dos exercícios nas academias precisam ser revistos. Saba (2001) acredita que ao se falar nos objetivos da atividade física na academia se deva tirar a ênfase dada à beleza, à estética, e passar a enfatizar a qualidade de vida, o bem-estar, o aumento da expectativa de vida. E que, com tal providência, talvez se impeça que tantos alunos se frustrem por não atingirem o padrão de beleza imposto pela sociedade e, ao contrário, se alegrem com os benefícios atingidos para sua saúde e não abandonem a atividade. E destaca ainda que “o preparo dos profissionais é de fundamental importância na mudança desse paradigma.” (SABA, 2001, p. 53).

Pereira (2006) afirma que a culpa pelas pessoas não inserirem em seu cotidiano a prática de atividade física sistemática, abandonando as academias após terem iniciado a atividade, é dos professores de Educação Física que ainda não descobriram sua importância como disseminadores de uma vida mais saudável. Segundo ela para que isso ocorresse bastaria que os professores comentassem em suas aulas que, por exemplo, um abdômen grande não significa apenas estar fora dos padrões de beleza impostos pela sociedade, mas também a grande probabilidade, de acordo com pesquisas, de vir a contrair diabetes e ter doenças cardiovasculares; ou que aumenta a cada dia o número de pessoas que aos 50 anos já usam fraldas geriátricas, pois a falta de atividade física leva a uma frouxidão do assoalho pélvico que gera o descontrole dos esfíncteres, entre outros argumentos.

De acordo com a autora, estes e outros argumentos, cientificamente provados, se bem utilizados pelos professores gerariam a consciência de que as academias não são apenas instituições com fins estéticos, mas sim instituições educativas, formadoras e transformadoras de comportamentos.

Nesse contexto reside a importância e responsabilidade do professor de Educação Física, no sentido de não salientar tanto a busca por um corpo esguio representativo de um padrão estético imposto pela sociedade, mas sim, exaltar os benefícios para a saúde e salientar a importância de ser ter um corpo saudável que proporcionará mais e melhores anos de vida.

Como já mencionado, insistentemente, a adoção é o primeiro passo, mas é no cotidiano das academias com a adequação dos programas, qualificação dos profissionais, entre outras, que se conquista e fideliza os clientes (SABA, 2001).

3 METODOLOGIA

Este estudo se caracterizou por ser uma pesquisa direta, de campo, do tipo descritiva e com abordagem quantitativa.

A população do estudo foi composta por alunos acima de 18 anos de idade, de ambos os sexos, das modalidades de musculação, aulas pré-coreografadas do sistema Body System e Pilates, de uma academia da cidade de São Leopoldo/RS devidamente registrada no CREF/RS.

Para a seleção da amostra, inicialmente, foi realizada uma consulta ao coordenador da academia, visando obter informações sobre o número de alunos com as características necessárias para a sua inclusão na amostra. Após a consulta, foi verificado que a academia possui cerca de 200 alunos com estas características.

Posteriormente, com o intuito de convidar esses alunos para participar da pesquisa, foi realizado o contato pessoal e individual com os mesmos, entregando-lhes o termo de consentimento livre e esclarecido (APÊNDICE A). Todos os participantes da amostra que aceitaram participar da pesquisa assinaram o termo de consentimento, que os colocou a par de todos os objetivos da pesquisa e da forma como esta iria ocorrer.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário com perguntas fechadas e abertas (APÊNDICE B), elaborado especificamente para este estudo e validado pela orientadora do trabalho e por mais duas professoras da Faculdade de Educação Física e Ciências do Desporto (APÊNDICE C).

A etapa de coleta de dados ocorreu entre os dias 31 de março e 10 de abril de 2008, quando foram aplicados os questionários nos alunos. Os questionários foram entregues para os componentes da amostra pela própria pesquisadora na academia. Alguns respondiam as perguntas e entregavam o questionário para a pesquisadora logo após o término de seu preenchimento. Já outros, devido à falta de tempo e disponibilidade, levaram o questionário para casa, para respondê-lo com mais tempo e tranqüilidade. Foram distribuídos cerca de 80 questionários, porém, somente 54 foram devolvidos definindo o número total da amostra.

Assim, a amostra, que se caracterizou por ser do tipo intencional, foi composta por 54 alunos com idades entre 18 e 67 anos, idade média 36 ± 13 anos, de ambos os sexos, sendo 29 mulheres (53,7% da amostra) e 25 homens (46,3% da amostra), das modalidades de musculação, aulas pré-coreografadas do sistema

Body System e Pilates, de uma academia da cidade de São Leopoldo/RS devidamente registrada no CREF/RS. Os critérios de inclusão na mesma foram a idade, a modalidade praticada e a participação voluntária.

Para a análise de dados foi utilizado o cálculo do percentual de respostas obtidas nos questionários aplicados. Os dados foram apresentados em forma de gráficos, um quadro e uma tabela e discutidos, chegando às considerações finais do trabalho. Os gráficos foram confeccionados no programa de software Excel for Windows XP Professional, versão 2003.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados obtidos nos questionários aplicados. Os gráficos de 1 a 4 apresentam os percentuais obtidos nas questões 1, 3, 5 e 6 do questionário, o quadro 1 apresenta os dados obtidos na questão 2 e a tabela 1 as respostas obtidas na questão 4.

Para análise do tempo em que os alunos freqüentam a academia estudada e para a elaboração do gráfico correspondente aos resultados da pergunta número 1 será tomado como marco o período de 6 meses, período esse considerado crítico por Saba (2001) pois conforme já estudado, segundo ele, metade das pessoas que começa a freqüentar uma academia vai desistir após os seis primeiros meses.

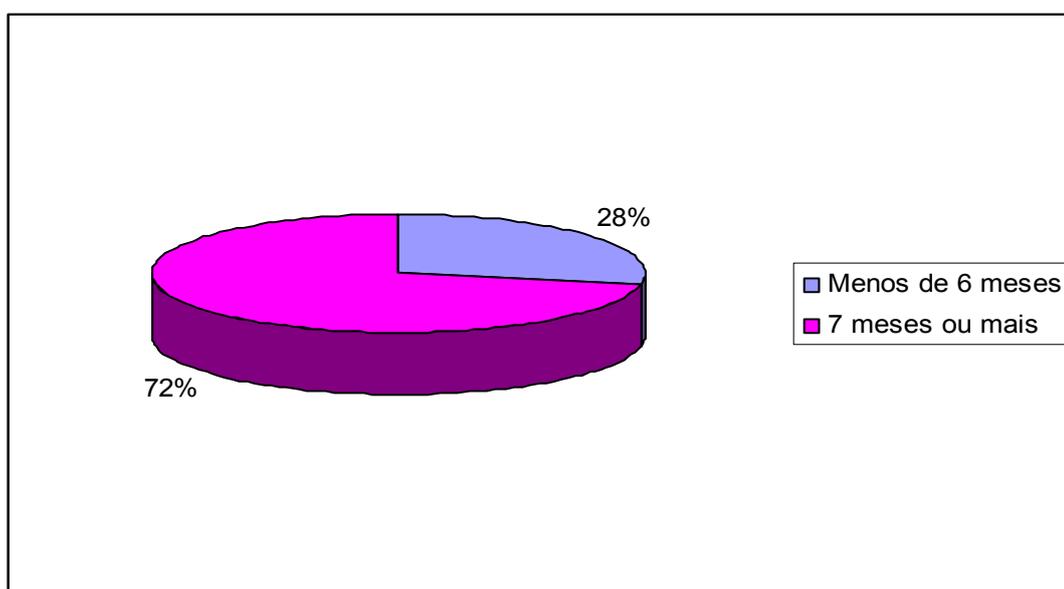


Gráfico 1 – Período em que os alunos freqüentam a academia.
Fonte: A autora (2008).

A partir do gráfico 1 nota-se que 72% da amostra freqüenta a academia há mais de 7 meses, sendo importante destacar que desse percentual 39% a freqüenta há mais de 5 anos. Além disso, esse percentual de 72% (maioria da amostra) representa um bom índice de permanência na academia estudada, a qual é entendida, neste estudo, como sendo o período superior a 7 meses ininterruptos em que o aluno permanece freqüentando a mesma academia.

Percebe-se então que a academia estudada tem um bom público que lhe é fiel (72% da amostra), sendo que se procurará descobrir com as demais questões da

pesquisa, quais as razões que faz esse cliente permanecer fiel a essa academia por tanto tempo.

MODALIDADES	NÚMERO DE ALUNOS
Musculação	47
Musculação e aulas pré-coreografadas (Body Systems)	3
Musculação e Pilates	1
Musculação, aulas pré-coreografadas (Body Systems) e Pilates	1
Pilates	1
Aulas pré-coreografadas (Body Systems)	1
TOTAL DE ALUNOS	54

Quadro 1 – Modalidade freqüentada pelos alunos.
Fonte: A autora (2008).

Quanto às modalidades freqüentadas pela amostra o quadro 1 mostra que a grande maioria freqüenta a musculação o que vai ao encontro do que mencionou o coordenador técnico da academia, no sentido de que, apesar das diversas modalidades oferecidas, a musculação é o seu “carro-chefe”.

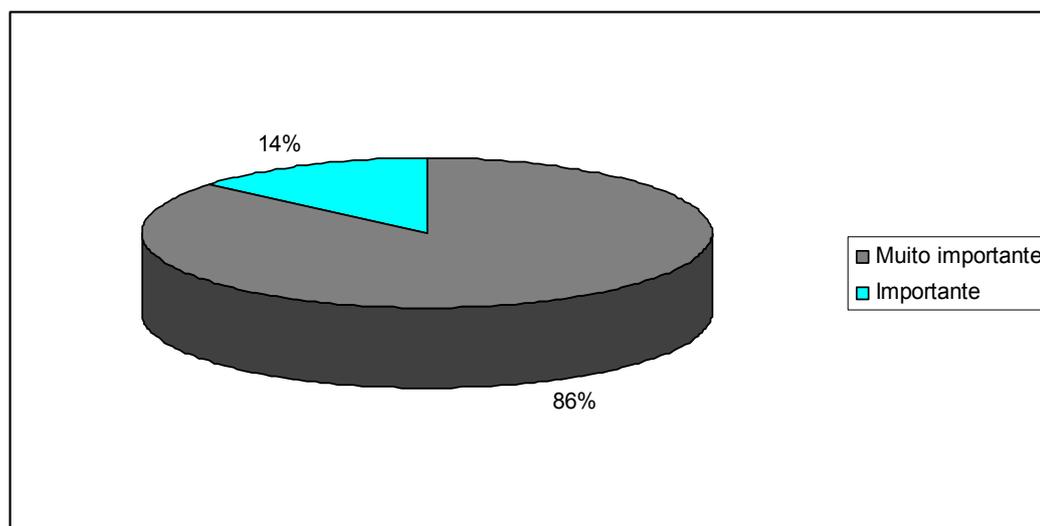


Gráfico 2 – Papel do professor na permanência dos alunos na academia.
Fonte: A autora (2008).

O gráfico 2, que se refere às respostas obtidas na pergunta 3 do questionário, mostra que 86% da amostra considera o papel do professor muito importante na permanência dos alunos na academia e que os outros 14% consideram o seu papel

importante. Cabe destacar que não houve nenhuma resposta sequer considerando o papel do professor na academia pouco ou nada importante. Assim, os dados obtidos na pergunta 3 (gráfico 2) nada mais fazem do que confirmar o que pensam Saba (2001) e Pereira (1996) que afirmam que o professor tem um importante papel na permanência dos alunos na academia.

Dentro desse contexto pode-se considerar o papel do professor fundamental para o processo de fidelização dos alunos na academia, o que nos leva a crer que o investimento da academia estudada nos professores que nela atuam seja de extrema importância, já que os próprios alunos consideram que, para sua permanência na mesma, o papel dos professores tem muita relevância.

Tabela 1 - Fatores que determinam a permanência dos alunos na academia onde o 1 é o mais importante e o 7 o menos importante

FATORES	1	2	3	4	5	6	7
Valor da mensalidade	0	4	6	6	9	9	20
Localização	3	3	9	4	5	19	11
Estrutura	20	8	11	8	4	3	0
Horários oferecidos	1	12	3	10	15	7	6
Modalidades oferecidas	1	3	10	10	12	9	9
Conhecimentos e qualificação dos professores	24	11	4	9	2	2	2
Forma dos professores se relacionarem com os alunos	5	13	11	7	7	5	6
TOTAL DE ALUNOS	54	54	54	54	54	54	54

Fonte: A autora (2008).

Já na tabela 1 se verifica que os conhecimentos e a qualificação dos professores são, segundo a opinião da amostra, o principal fator responsável pela sua permanência na academia estudada, representando 44% das opiniões (24 alunos). Já o segundo fator apontado foi a forma dos professores se relacionarem com os alunos, representando 24% (13 alunos).

Faz-se mister destacar também que os dois fatores que menos influenciam na permanência dos alunos é o valor da mensalidade, representando 37% da amostra (20 alunos) e a localização da academia representando 35% da amostra (19 alunos). O fato do valor da mensalidade ser o que menos influencia na permanência dos alunos na academia reforça a opinião de Kotler e Armstrong (1999 apud ALBUQUERQUE e ALVES, 2007) que afirmam que se o cliente estiver satisfeito com o serviço prestado ele não se importará em pagar o preço estipulado.

Diante de tais respostas pode-se vislumbrar, como uma estratégia de *marketing*, visando aumentar o percentual de alunos fiéis, que a academia deve investir cada vez mais em seus profissionais, seja exigindo que realizem cursos de atualização e/ou especialização ou mesmo promovendo e/ou patrocinando tais cursos constantemente. Além desses cursos visando o aperfeiçoamento dos profissionais, são de vital importância cursos de didática, desinibição, formação pessoal entre outros, visando sempre à melhora das relações interpessoais entre professor e aluno, pois conforme enfatiza Kotler (1999 apud ÁVILA e SANTOS, 2007, p. 63) “é primordial manter os clientes atuais e desenvolver cada vez mais o relacionamento existente.”

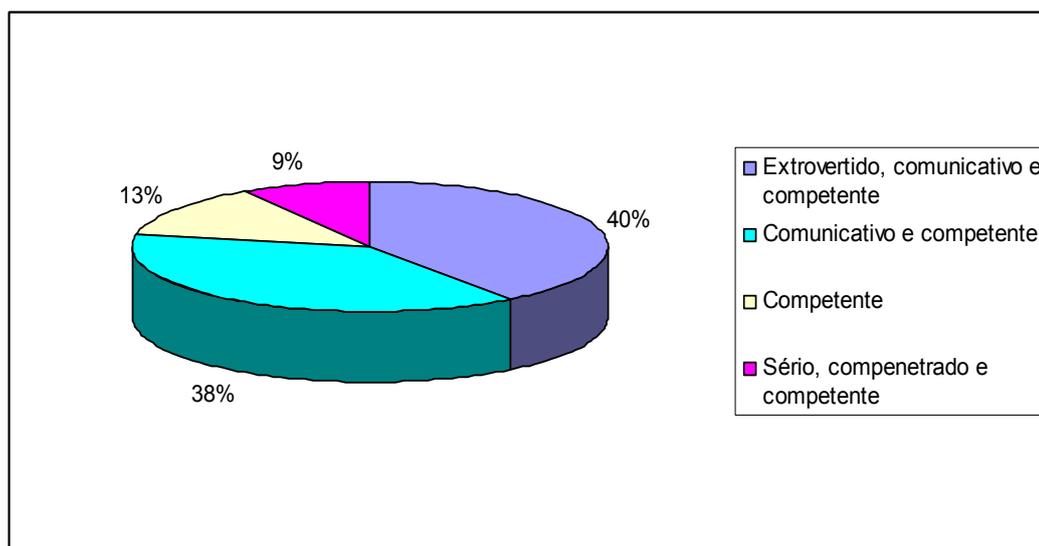


Gráfico 3 – Características do professor que auxiliam na permanência dos alunos na academia.

Fonte: A autora (2008).

Quanto às características do professor que auxiliam na permanência dos alunos na academia, percebe-se no gráfico 3 que mais de 70% dos alunos aliam à competência do professor outras características, como ser extrovertido e

comunicativo, pois segundo a própria observação colocada no questionário por um aluno bastante antigo da academia “*não adianta saber muito e não ter bom relacionamento, não se comunicar com os alunos para transmitir o que sabe.*”

Os dados apresentados no gráfico 3 corroboram com as colocações de Pereira (1996) ao referir características que um professor de academia deve ter, destacando: ser comunicativo, se relacionar bem com os alunos, entre outras.

Além disso, características como extrovertido e comunicativo, abordadas nessa questão, estão inseridas na atitude pessoal, sendo que uma má atitude pessoal é considerada por Pereira (1996) e Nogueira (2000) como a principal razão pela qual uma academia/empresa perde clientes.

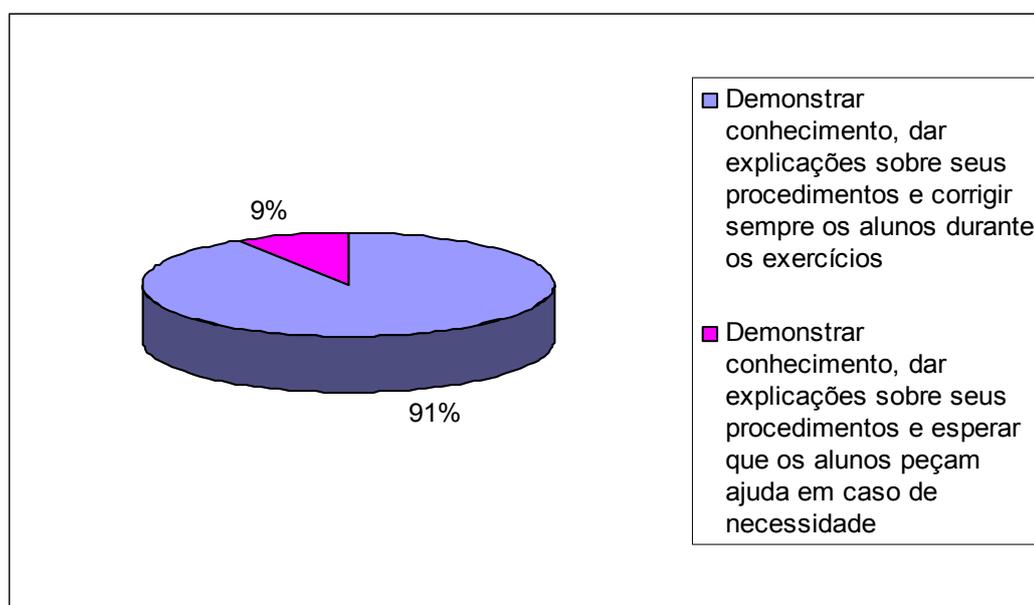


Gráfico 4 – Atitudes do professor durante as aulas que influenciam na permanência dos alunos na academia.
Fonte: A autora (2008).

Conforme se observa no gráfico 4, que refere as atitudes do professor durante as aulas que influenciam na permanência dos alunos na academia, 91% da amostra considera que ele deve, além de demonstrar conhecimento e dar explicações sobre seus procedimentos, corrigir sempre os alunos durante os exercícios. É importante destacar que os 9% restantes também consideraram que o professor deve demonstrar conhecimento e dar explicações sobre seus procedimentos, diferindo dos outros 91% apenas quanto ao fato de considerarem que o professor deve esperar os alunos pedirem ajuda em caso de necessidade e não corrigi-los sempre.

Veja-se que a opinião da maioria da amostra (91%) vai ao encontro de respostas obtidas em estudo feito por Rittner (2005), apresentado no referencial, em que já era enfatizada a importância do professor corrigir os exercícios e acompanhar os alunos durante as aulas.

Além disso, Pereira (1996) refere que atitudes como as apresentadas nessas respostas, entre as quais estão a disposição para ajudar, o grau de cuidado e a atenção individual proporcionada aos clientes, representam para os mesmos a qualidade do serviço.

Também é importante destacar que não só as respostas obtidas na última questão, mas na grande maioria das perguntas do questionário estudado convergem para um único ponto, a importância da atitude pessoal dos professores de Educação Física para a manutenção dos alunos/clientes na academia/empresa. Assim, por tudo que foi visto até aqui, acredita-se que uma das maneiras de conquistar espaço no competitivo mercado do *fitness* é a obtenção da fidelidade dos clientes atuais através do investimento nos profissionais de Educação Física, sendo uma importante e rentável estratégia de *marketing*.

Dessa forma, essa pesquisa pode estar sinalizando para uma mudança de concepção acerca da importância do profissional de Educação Física e, conseqüentemente, para uma maior valorização desse profissional. De acordo com os dados apontados pela pesquisa, os proprietários e administradores de academias poderão ser levados a valorizar e investir mais nos professores de Educação Física, já que, se eles abandonarem a academia, seus alunos também poderão abandoná-la. E, como já mencionado por Cuba (2005) no referencial teórico desse estudo, é mais rentável para uma empresa manter seus clientes atuais do que conquistar novos clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após análise e discussão dos resultados chegou-se às seguintes considerações finais:

- Os principais fatores que determinam a permanência da amostra na academia analisada para a maioria da mesma são o conhecimento e a qualificação dos professores, além da forma dos professores se relacionarem com os alunos;

- A maioria da amostra acredita que as principais características do professor que auxiliam na sua permanência na academia estudada são ser extrovertido, comunicativo e competente; e,

- As atitudes dos professores durante as aulas que influenciam na permanência dos alunos na academia, segundo a maioria da amostra, são demonstrar conhecimento, dar explicações sobre seus procedimentos e corrigir sempre os alunos durante os exercícios.

Os resultados obtidos mostram o cumprimento do objetivo proposto no início deste trabalho, que buscava uma maior compreensão sobre o papel do professor de Educação Física na permanência dos alunos na academia estudada, podendo-se concluir que o papel do professor é de fundamental importância para a permanência dos alunos nessa academia.

Tendo em vista essa importância atribuída aos professores de Educação Física, este estudo pode estar sinalizando para uma maior valorização desses profissionais, sendo que o investimento de proprietários e administradores de academias nos seus professores pode ser uma rentável estratégia de *marketing*.

Cabe também ressaltar que no decorrer da elaboração deste estudo, houve o desafio de encontrar referências bibliográficas consistentes sobre o tema, investigando o papel dos professores de Educação Física na permanência de alunos em academias. Por isso, esse estudo procurou contribuir ampliando a literatura nessa área, trazendo respostas e caminhos para que proprietários, administradores de academias e demais pessoas do ramo possam desenvolver ou aprimorar, de maneira mais eficaz, as suas estratégias de marketing e fidelização de clientes, diminuindo a perda dos mesmos e tornando-se mais competitivas no mercado do *fitness*.

Por fim, cabe destacar que os resultados desta pesquisa não devem ser generalizados nem vistos como conclusivos. Entretanto, os dados obtidos podem ser

utilizados como entradas para um novo trabalho e também servir de incentivo para que mais estudos nesse sentido sejam realizados.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Cristina Lúcia Fernandes A.; ALVES, Ruziano Soares. A evasão dos alunos das academias: um estudo de caso no Centro Integrado de Estética e Atividade Física – CIEAF, na cidade de Caicó-RN. **Dominium Revista Científica da Faculdade de Natal**, Natal, ano 5, v. 1, p. 1-33, jan./abr. 2007. Disponível em: <http://mail.falnatal.com.br:8080/revista_nova/a5_v1/artigo_4.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2008.

ÁVILA, Sarah H.; SANTOS, Marcelo. Marketing de relacionamento: a melhor estratégia para fidelizar clientes. **Revista Eletrônica de Gestão Contemporânea**, Rio Grande, v. 2, n. 1, p. 58-69, 2007. Disponível em: <http://www.atlanticosul.edu.br/rg/revista/artigos_revista/4_edicao/marketing_de_relacionamento.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2008.

BERGALLO, Carlos Heitor. **Uma breve panorâmica sobre a Indústria do Fitness**. Rio de Janeiro: [2004]. Disponível em: <http://www.acadbrasil.com.br/artigos/artigos_mercado_01.htm>. Acesso em: 21 abr. 2008.

CAPINUSSU, José Maurício; COSTA, Lamartine Pereira da. **Administração e marketing nas academias de ginástica**. São Paulo: IBRASA, 1989. 78 p.

CUBA, Fábio Faria. **O contact center como filosofia de gestão estratégica na fidelização de clientes**. São Paulo: [2005]. Disponível em: <<http://gestcorp.incubadora.fapesp.br/portal/monografias/pdf/90.pdf>>. Acesso em: 21 abr. 2008.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. 2922 p.

MASCARENHAS, Fernando et al. Acumulação flexível, técnicas de inovação e grande indústria do *fitness*: o caso curves Brasil. **Revista Pensar a Prática**, Goiânia, v. 10, n. 2, p. 237-259, 2007. Disponível em: <<http://revistas.ufg.br/index.php/fef/article/view/1070/1671>>. Acesso em: 28 abr. 2008.

MORAES, Luiz Carlos de. **O boom das academias**. Rio de Janeiro: [2006]. Disponível em: <www.totalsport.com.br/colunas/moraes/ed1501.htm>. Acesso em: 26 fev. 2008.

NOGUEIRA, Écio Madeira. **Tudo o que você queria saber sobre qualidade total em academias**. Rio de Janeiro: Sprint, 2000. 155 p.

NOVAES, Jefferson S; VIANNA, Jéferson M. **Personal training e condicionamento físico em academia**. Rio de Janeiro: Shape, 2003. 404 p.

OLIVEIRA, Vitor Marinho de. **O que é educação física**. São Paulo: Brasiliense, 1983. 111 p.

PEREIRA, Marynês Monteiro Freixo. **Academia estrutura técnica e administrativa**. Rio de Janeiro: Sprint, 1996. 193 p.

_____. **Falta de profissionalismo. Professor! Academia! Universidade! De quem é a culpa?** São Paulo: [2006]. Disponível em:
<http://www.providersolutions.com.br/mostra_gestao.asp?cGestao=10>.
Acesso em: 13 mar. 2008.

RITTNER, Mário Celso. Estratégias de Relacionamento: um estudo sobre o papel da confiança na relação entre uma academia de ginástica e seus clientes. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 12., 2005, Bauru. **Anais eletrônicos...** Bauru: [s.n.], [2005]. Disponível em:
<http://www.feb.unesp.br/dep/simpep/Anais_XIISIMPEP/07.php>. Acesso em: 11 mar. 2008.

SABA, Fábio. **Aderência à prática de exercício físico em academias**. São Paulo: Manole, 2001. 120 p.

TOSCANO, José Jean de Oliveira. Academia de Ginástica: Um Serviço de Saúde Latente. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, Brasília, ano 9, n. 1, p. 40-42, jan. 2001. Disponível em <http://www.ucb.br/mestradoef/RBCM/9/9%20-%201/completo/c_9_1_5.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2008.

TUBINO, Manoel José Gomes. **Esporte e cultura física**. São Paulo: IBRASA, 1992. 99 p.

TUBINO, Manoel José Gomes. **Metodologia científica do treinamento desportivo**. São Paulo: IBRASA, 1989. 434 p.

APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido

Título da pesquisa: O papel dos professores de Educação Física na permanência dos alunos em uma academia da cidade de São Leopoldo

Pesquisador responsável: Profa. Dra. Aline Nogueira Haas e acadêmica Melissa Cristiane Martins

Nome do avaliado: _____

Você está sendo convidado, como voluntário, a participar desta pesquisa, por ter o perfil da população necessária para que a mesma se realize. Esta pesquisa pretende identificar qual o papel do professor de Educação Física na permanência dos alunos em uma academia da cidade de São Leopoldo. As pessoas que concordarem em fazer parte desse estudo deverão preencher um questionário que, depois de respondido, será analisado pelos pesquisadores envolvidos com o mesmo. Sua participação não causará nenhum risco à sua privacidade e você é livre para recusar-se a participar ou retirar seu consentimento a qualquer momento. Todos os procedimentos de coleta de dados desse estudo serão fornecidos gratuitamente e sua identidade será tratada pelos pesquisadores envolvidos com padrões profissionais de sigilo

Eu, _____, fui informado dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada, tendo tempo para ler e pensar sobre a informação contida no termo de consentimento antes de participar do estudo. Recebi informação a respeito dos procedimentos de avaliação realizados, esclareci minhas dúvidas e concordei voluntariamente em participar deste estudo. Além disso, sei que novas informações, obtidas durante o estudo, me serão fornecidas e terei liberdade de retirar meu consentimento de participação na pesquisa, face a estas informações. Caso tiver novas perguntas sobre este, posso chamar a Profa. Dra. Aline Nogueira Haas, pesquisadora responsável pelo projeto, no telefone 3320-3683, ou a acadêmica Melissa Cristiane Martins no telefone 3474-1184 para qualquer pergunta sobre este estudo.

Declaro que recebi cópia do presente Termo de Consentimento.

_____	_____	____/____/____
Assinatura do Avaliado	Nome	Data

_____	_____	____/____/____
Assinatura do Pesquisador	Nome	Data

APÊNDICE B – Modelo de questionário

Idade: _____ Sexo: _____

Número de vezes por semana que frequenta a academia: _____

Horas por semana que frequenta a academia: _____

1) Frequenta a academia há quanto tempo? _____

2) Modalidade(s) que pratica:

() Musculação

() Pilates

() Aulas pré-coreografadas (Body Systems)

3) Qual é o papel do professor na permanência dos alunos na academia?

() muito importante

() importante

() pouco importante

() nada importante

() outros. Quais? _____

4) Quais dos fatores abaixo listados determinam a sua permanência na academia em ordem de importância? Marque com números conforme a ordem de importância:

() Valor da mensalidade

() Localização

() Estrutura (espaço físico e equipamentos)

() Horários oferecidos

() Modalidades oferecidas

() Conhecimentos e qualificações dos professores

() Forma dos professores se relacionarem com os alunos

() outros. Quais (listados em ordem de importância)? _____

5) Marque com um "X" quais das características abaixo listadas você considera importantes para um professor de academia que auxiliam na sua permanência na mesma:

() extrovertido

() sério

() comunicativo

() compenetrado

() competente

() outras. Quais? _____

6) Marque com um "X" as atitudes abaixo listadas que você considera que o professor de academia deve ter durante suas aulas que influenciam na sua permanência nas mesmas:

() demonstrar conhecimento e dar explicações sobre seus procedimentos

() esperar que os alunos perguntem para dar explicações

() corrigir sempre os alunos durante os exercícios

() esperar que os alunos peçam ajuda em caso de necessidade

() outros. Quais? _____
