



SEMINÁRIO
DESPORTO E
CIÊNCIA

2018

20 e 21 de Abril de 2018

COLÉGIO DOS JESUÍTAS
UNIVERSIDADE DA MADEIRA

Seminário Internacional Desporto e Ciência 2018

Comissão Organizadora

Catarina Fernando, Helder Lopes, João Prudente, Rui Trindade, Ricardo Alves, Hélio Antunes, Ana Luísa Correia, Duarte Sousa e João Noite.

Comissão Científica

Hélder Lopes, João Prudente, Catarina Fernando, Duarte Freitas, Rui Ornelas, Jorge Soares, Élvio Gouveia, Ricardo Alves e Ana Rodrigues

Ficha Técnica

Livro de Atas Seminário Internacional Desporto e Ciência 2018

ISBN: 978-989-8805-38-6

Coordenação da Edição: Catarina Fernando, Hélder Lopes, João Prudente, Rui Ornelas

Editor: Universidade da Madeira

2018 - Funchal, Portugal

Suporte: Eletrónico

Formato: PDF/PDF/A

Satisfação dos sócios com os serviços prestados pelos ginásios e health clubs

Antunes, H. ⁽¹⁾; Soares, J. ⁽¹⁾; Ascensão, L. ⁽¹⁾; Gomes, P. ⁽¹⁾ & Costa, P.

(1) Universidade da Madeira

Resumo

A fidelização dos clientes de Ginásios e *Health Clubs* (GHC) é uma temática que tem vindo a merecer atenção visto que 40 a 65% das pessoas desistem entre os três e os seis meses após o início de atividade (Frota, 2011). Este estudo teve como objetivo identificar a satisfação dos sócios com os serviços prestados, através de um questionário aplicado em 2 GHC da Região Autónoma da Madeira. Participaram 130 sócios dos quais 66 (50,8%) eram do sexo masculino e 64 (49,2%) do sexo feminino, com uma média de idades de 32,9 anos.

Para o tratamento dos dados foi realizada estatística descritiva e o *Chi-Square test*, para comparar os grupos. Os principais resultados indicam que: os sócios estão satisfeitos com os serviços prestados pelos GHC; as modalidades mais praticadas são a musculação e o cardiofitness; as pessoas conhecem os GHC por meio de amigos e familiares; o principal motivo para escolher um GHC é ele estar situado próximo de casa; os sócios estão muito satisfeitos com a simpatia dos professores e horário de funcionamento; a expectativa que os sócios criam noutros GHC não está associada ao grau de satisfação com os diferentes atributos do atual clube.

Palavras-chave: Satisfação; Serviços; Fidelidade; Ginásios e *Health clubs*; Gestão,

Introdução

De acordo com os dados do Eurobarómetro de 2017 cerca de 70% dos portugueses não praticam qualquer exercício físico e apenas 5,4% da população faz exercício físico em ginásios (cerca de 540 mil pessoas). As cadeias de fitness continuam a investir na abertura de ginásios um pouco por todo o país, procurando alcançar novos praticantes, entre os quais se destaca o segmento low cost. Apesar do crescimento da oferta e da procura por serviços de fitness uma das maiores preocupações é a satisfação e fidelização dos clientes (Frota, 2011; Gonçalves, 2012). Um dos fator chave para fomentar a retenção é a satisfação na relação dos clientes com o GHC, na medida em que essa relação permita

a lealdade e a fidelização (McCarthy, 2007; Caldeira, 2006). Neste contexto pretende-se identificar a satisfação dos sócios com os serviços prestados pelos GHC, pois um sócio satisfeito é um sócio que apresenta maior probabilidade de ficar fidelizado à organização, portanto, a satisfação contribui para aumentar a taxa de retenção das organizações.

São objetivos do estudo: analisar e compreender os principais motivos que influenciam na escolha de um Ginásio e *Health Club*; Aferir o grau de satisfação dos atributos dos serviços: facilidade de participação nas atividades/serviços; instalações; materiais (máquinas e aparelhos) e comportamento dos professores/instrutores; Analisar se o grau de satisfação com os atributos do serviço está relacionado com a fidelização dos sócios aos GHC; Verificar se o grau de satisfação com os atributos do serviço difere em função da experiência do sócio em GHC.

Método

A amostra é constituída por um total de 130 sócios (56,2%; $n=73$ do GHC 1 e 43,8%; $n=57$ do GHC 2) da Região Autónoma da Madeira, sendo 64 pessoas do sexo feminino (49,2%) e 66 do sexo masculino (50,8%). Mais dados sobre a caracterização dos participantes encontram-se na Tabela 1.

Tabela 1: Amostra

| GHC | População | Entregues | Recolhidos | Válidos |
|--|--------------------|-----------|------------|------------|
| 1 | 1249 | 73 | 73 | 73 (56,2%) |
| 2 | 609 | 57 | 57 | 57 (43,8%) |
| Total | 1858 | 130 | 130 | 130 (100%) |
| Sexo | Masculino | 66 | 50,8% | |
| | Feminino | 64 | 49,2% | |
| Idades | Média | 32,9 anos | | |
| | Mínimo | 15 anos | | |
| | Máximo | 56 anos | | |
| Situação Profissional | Empregado | 110 | 84,6% | |
| | Desempregado | 18 | 13,8% | |
| | Estudante | 2 | 1,5% | |
| Habilitações Académicas | 1º Ciclo | 1 | 0,8% | |
| | 2º Ciclo | 6 | 4,6% | |
| | 3º Ciclo | 3 | 2,3% | |
| | Secundário | 31 | 23,8% | |
| | Licenciatura | 54 | 41,5% | |
| | Curso Profissional | 11 | 8,5% | |
| | Pós-Graduação | 13 | 10,0% | |
| | Mestrado | 11 | 8,5% | |
| Há Quanto Tempo Frequenta o GHC | Até 1 ano | 58 | 44,6% | |
| | 1 a 2 anos | 22 | 16,9% | |
| | 2 a 3 anos | 23 | 17,7% | |

| | | |
|----------------|----|-------|
| 4 a 5 anos | 9 | 6,9% |
| Mais de 5 anos | 18 | 13,8% |

O instrumento foi constituído por 2 secções: a A é constituída por questões demográficas já referidas; a B os inquiridos tinham que responder de forma fechada às seguintes perguntas: (1) Há quanto tempo frequenta este GHC, (2) Qual ou quais as modalidades que costumam frequentar, (3) Como conheceu este GHC, (4) Motivos que o levaram a escolher este GHC).

Ainda na secção B os inquiridos tiveram que responder de acordo com a sua satisfação a 5 questões compostas por vários atributos/itens (Tabela 2). As respostas eram dadas pelos sócios numa escala tipo-Lickert 6 pontos (0. Sem opinião, 1. Nada satisfeito, 2. Pouco satisfeito, 3. Nem pouco satisfeito nem satisfeito, 4. Satisfeito, 5. Muito satisfeito).

Tabela 2: Questões e Itens do Questionário

| | |
|---|--|
| Indique o seu grau de satisfação relativamente ... | Horário de funcionamento do Ginásio/Health Clubs; Horário de funcionamento das aulas de grupo; Número de atividades/serviços oferecidos; Acesso ao Ginásio/Health Clubs e estacionamento; Tempo de espera para utilização de máquinas de musculação e aparelhos cardiofitness; Preço; Informações disponibilizadas no <i>site</i> do Ginásio/Health Clubs. |
| Indique o seu grau de satisfação relativamente ... | Higiene; Conforto (dimensão, arejamento, luminosidade, acústica); Estado de conservação; Qualidade do piso. |
| Indique o seu grau de satisfação relativamente ... | Quantidade; Cargas/peso; Disposição (como estão arrumadas); Estado de conservação. |
| Indique o seu grau de satisfação relativamente ... | Simpatia dos professores/instrutores; Orientação e acompanhamento dos professores/instrutores; Avaliação periódica; por parte dos professores; relativamente ao seu desempenho. |
| Indique o seu Grau de Satisfação Geral relativamente ... | Qual o seu grau de satisfação geral relativamente ao Ginásio/Health Clubs. |

O tratamento dos dados foi feito sob a forma de estatística descritiva onde se apresentam tabelas e gráficos de frequência e respetivas percentagens relativamente às variáveis já apresentadas e através da análise inferencial com recurso ao teste *Chi-Square* para averiguar a relação entre a satisfação com os atributos do serviço e fidelização dos sócios aos GHC. O nível de significância utilizado para os testes foi de 0,05.

Resultados

Satisfação geral dos sócios com os serviços prestados pelos GHC

Os sócios encontram-se em geral Satisfeitos (66,2%; $n=86$) com os serviços que prestados pelos GHC, a outra grande parte dos inquiridos (26,2%; $n=34$) disse estar muito satisfeito com estes serviços; com uma percentagem nada representativa (0,8%) um dos inquiridos respondeu estar nada satisfeito e outro ($n=1$; 0,8%) disse estar pouco satisfeito.

Principais motivos para a escolha dos GHC

Os principais motivos para a escolha do GHC são, em primeiro lugar, a proximidade de casa, onde 62,3% ($n=81$) dos participantes no estudo disseram ser importante para escolher os GHC; em segundo lugar a qualidade das instalações (60%; $n=78$); e em terceiro lugar a diversidade de atividades (50%; $n=65$). Relativamente aos motivos que menos se evidenciaram os sócios colaboradores escolheram a inexistência da atividade que pretendiam fazer, noutra GHC (6,9%; $n=9$), como o motivo de menos importância; a qualificação dos professores foi o segundo motivo de menor relevância (19,2%; $n=25$); e por último a proximidade do trabalho onde 23,8% ($n=31$) referiram como principal motivo para escolher o GHC (Ver Gráfico 1).

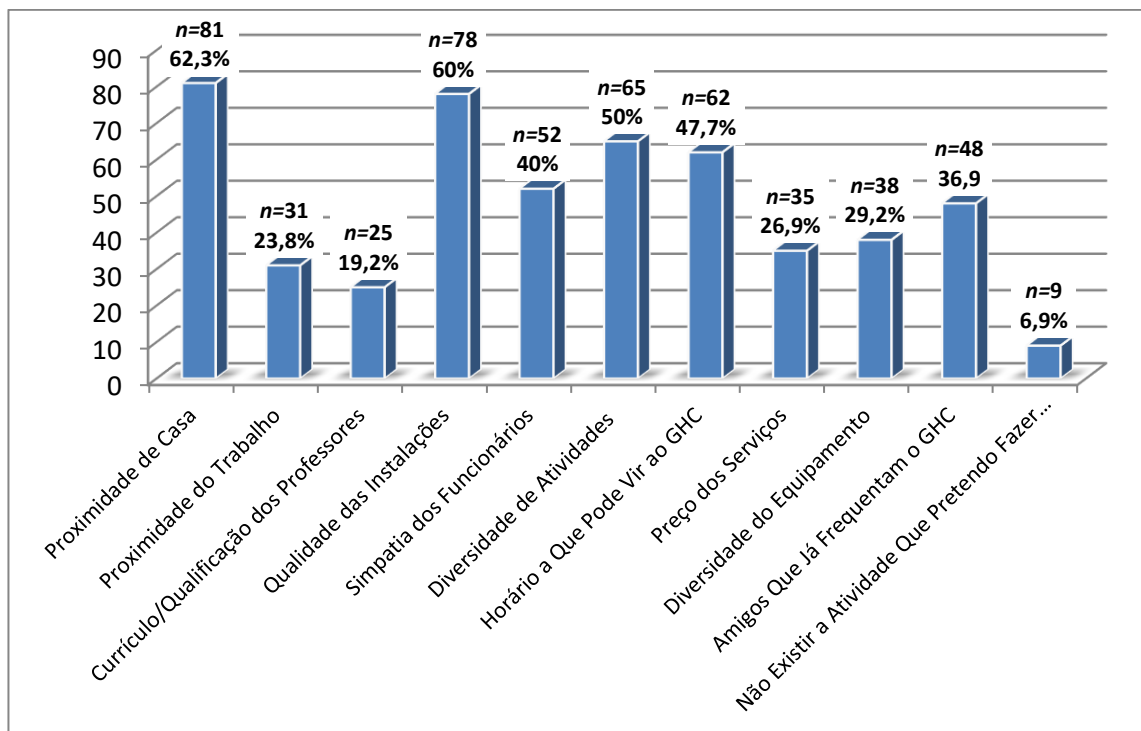


Gráfico 1: Motivos para a escolha dos GHC

Satisfação dos Sócios com os Atributos dos GHC

Relativamente à satisfação dos sócios com os diferentes atributos dos GHC, verifica-se que em média eles se encontram muito satisfeitos com dois atributos, o “Horário de funcionamento” e a “Simpatia dos professores”.

Relativamente aos restantes atributos os sócios apresentam-se em média satisfeitos (Ver Gráfico 2).

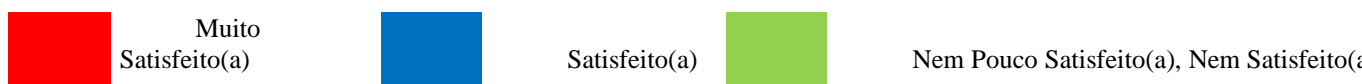
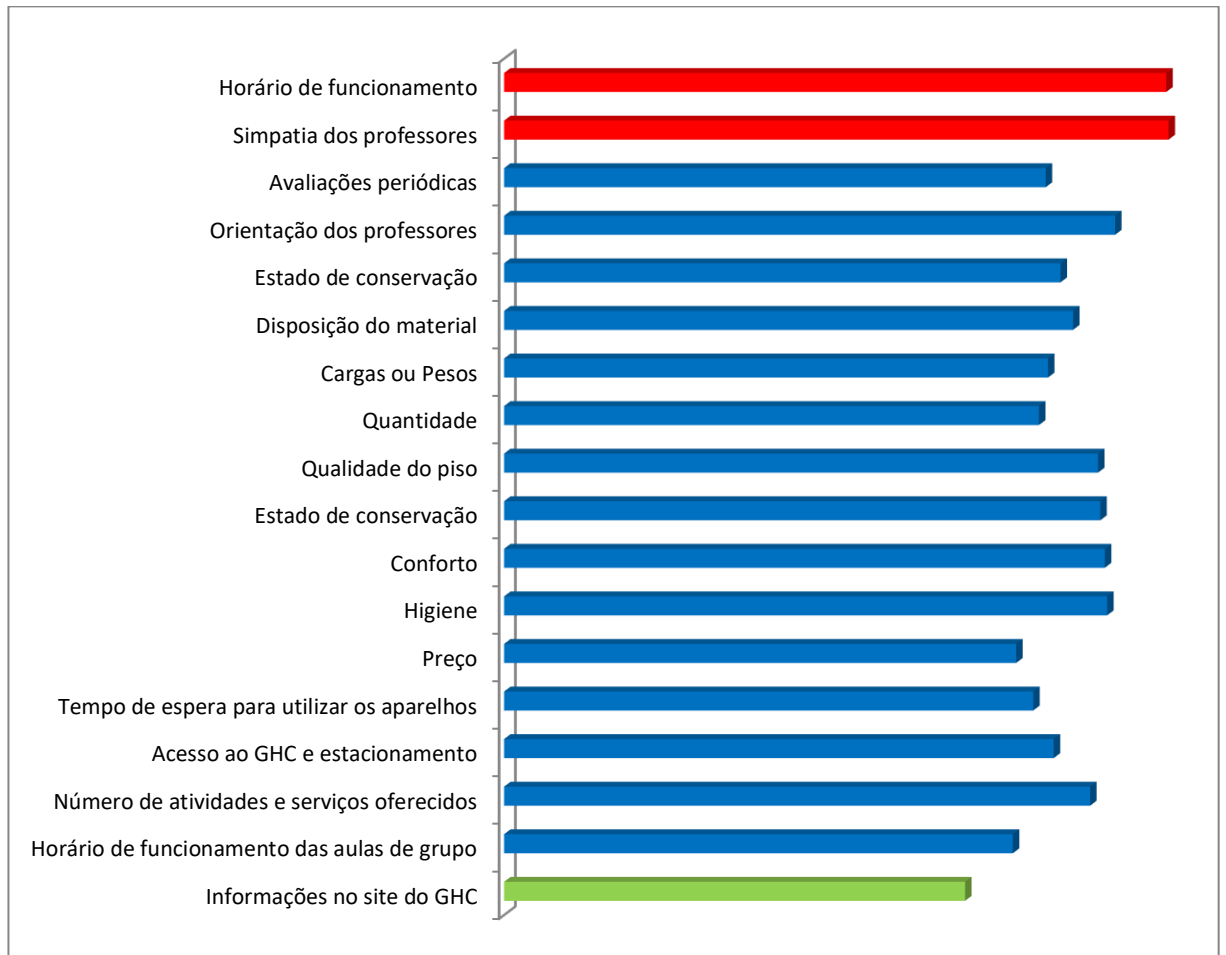


Gráfico 2: Satisfação dos sócios relativamente aos diferentes atributos

Relação entre a satisfação e a fidelização nos GHC

Encontrou-se uma relação estatisticamente significativa relativamente a um atributo. A satisfação dos clientes com tempo de espera nas máquinas de musculação e aparelhos cardiofitness, é uma variável que difere significativamente do tempo de fidelização dos clientes aos GHC, sendo os clientes com mais de um ano de vínculo aos

GHC, aqueles que manifestaram estar num nível intermédio de satisfação (nem muito nem pouco satisfeito) relativamente a este atributo tangível.

Tabela 3: Relação entre a Satisfação e a Fidelização nos GHC

| Facilidade de Participação nas Atividades ou Serviços | Tempo de Fidelização ao Ginásio e Health Club | | | | | | Sig. |
|--|---|------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------|--------------|
| | Muito insatisfeito ou Insatisfeito | | Nem muito nem pouco satisfeito | | Satisfeito ou Muito satisfeito | | |
| | Até 1 ano | Mais 1 ano | Até 1 ano | Mais 1 ano | Até 1 ano | Mais 1 ano | |
| Horário de funcionamento do GHC | 5(29,4%) | 12(70,6%) | 16(44,4%) | 20(55,6%) | 37(48,1%) | 40(51,9%) | 0,376 |
| Horário de funcionamento das aulas de grupo | 5(62,5%) | 3(37,5%) | 11(44%) | 14(56%) | 35(41,7%) | 49(58,3%) | 0,524 |
| Número de atividades/serviços oferecidos | 2(66,7%) | 1(33,3%) | 5(25,0%) | 15(75,0%) | 48(46,6%) | 55(53,4%) | 0,147 |
| Acesso ao GHC e estacionamento | 10(38,5%) | 16(61,5%) | 9(60,0%) | 6(40,0%) | 38(43,2%) | 50(56,8%) | 0,386 |
| Tempo de espera para utilização das máquinas de musculação e aparelhos cardiofitness | 2(40,0%) | 3(60,0%) | 7(25,0%) | 21(75,0%) | 46(51,7%) | 43(48,3%) | 0,045 |
| Preço | 5(35,7%) | 9(64,3%) | 17(37,0%) | 29(63,0%) | 35(51,5%) | 33(48,5%) | 0,242 |
| Informações disponibilizadas no <i>site</i> do GHC | 5(31,3%) | 11(68,8%) | 12(40,0%) | 18(60,0%) | 35(52,2%) | 32(47,8%) | 0,236 |
| Instalações | | | | | | | |
| Higiene | 4(44,4%) | 5(55,6%) | 7(46,7%) | 8(53,3%) | 47(44,3%) | 59(55,7%) | 0,986 |
| Conforto (dimensão, arejamento, luminosidade, acústica) | 1(33,3%) | 2(66,7%) | 7(38,9%) | 11(61,1%) | 50(45,9%) | 59(54,1%) | 0,793 |
| Estado de Conservação | 1(16,7%) | 5(83,3%) | 7(41,2%) | 10(58,8%) | 50(47,2%) | 56(52,8%) | 0,325 |
| Qualidade do piso | 1(50,0%) | 1(50,0%) | 8(29,6%) | 19(70,4%) | 49(49,0%) | 51(51,0%) | 0,197 |
| Materiais (máquinas e aparelhos) | | | | | | | |
| Quantidade | 5(45,5%) | 6(54,5%) | 12(34,3%) | 23(65,7%) | 39(48,8%) | 41(51,3%) | 0,356 |
| Cargas/peso | 1(14,3%) | 6(85,7%) | 9(37,5%) | 15(62,5%) | 44(47,8%) | 48(52,2%) | 0,177 |
| Disposição (como estão arrumadas) | 0(0%) | 2(100,0%) | 7(30,4%) | 16(69,6%) | 47(47,5%) | 52(52,5%) | 0,152 |
| Estado de conservação | 1(16,7%) | 5(83,3%) | 8(36,4%) | 14(63,6%) | 46(47,9%) | 50(52,1%) | 0,231 |
| Comportamento dos professores/monitores | | | | | | | |
| Simpatia | 0(0%) | 2(100,0%) | 0(0%) | 4(100,0%) | 58(46,8%) | 66(53,2%) | 0,079 |
| Orientação e acompanhamento | 2(28,6%) | 5(71,4%) | 5(35,7%) | 9(64,3%) | 49(45,8%) | 58(54,2%) | 0,548 |
| Avaliações periódicas | 2(18,2%) | 9(81,8%) | 9(45,0%) | 11(55,0%) | 42(46,7%) | 48(53,3%) | 1,97 |

Relação entre a satisfação e a experiência em GHC

Neste estudo foi possível aferir que o facto de um sócio já ter frequentado outro GHC, não apresenta uma associação estatisticamente significativa ($p > 0,05$) com o grau de satisfação destes. Pode ainda ser dito que apesar do sócio ter criado expectativas sobre este tipo de serviços quando frequentou outro GHC, estas não influenciaram (de forma a ser estatisticamente aceite) a satisfação com o GHC atual.

Conclusões

Este estudo permitiu retirar as seguintes conclusões:

Em geral os sócios estão satisfeitos com os serviços prestados pelos GHC;

As modalidades mais praticadas pelos sócios nos GHC são (1) a musculação e o cardiofitness, (2) o RPM e (3) a localizada;

Os homens e as mulheres praticam mais a modalidade de musculação e cardiofitness, no entanto o sexo masculino domina em número a participação nesta modalidade. A modalidade de GAP e localizada é dominada em número pelo sexo feminino;

As pessoas conhecem os serviços prestados através de amigos e familiares;

Os dois principais motivos que levam as pessoas a escolher um GHC são (1) a proximidade de casa e (2) a qualidade das instalações;

Os sócios inquiridos estão em média muito satisfeitos com a simpatia dos professores e o horário de funcionamento, e estão nem pouco satisfeitos nem satisfeitos com as informações no *site* das organizações;

A satisfação dos sócios relativamente ao tempo de espera para utilizar as máquinas de musculação e aparelhos de cardiofitness, está relacionado com o tempo de fidelização destes aos GHC. Os sócios com mais de um ano de fidelização apresentam-se nem muito nem pouco satisfeitos com este atributo;

A expectativa que os sócios criam noutros GHC, não está associada ao grau de satisfação com os diferentes atributos do atual clube.

Bibliografia

Caldeira, S. (2006). Retenção de Clientes. In A. Correia, A. Sacavém, & C. Colaço, Manual de Fitness & Marketing (pp. 165-184). Lisboa: Visão e Contextos.

European Commission (2017). Sport and physical activity. Special Eurobarometer 472, pp. 1-4.

Frota, M. (2011). Gestão da Retenção. In A. Sacavém, Manual de Gestão de Ginásios e Health Clubs - Excelência no Sector do Health & Fitness (pp. 103-148). Lisboa, Portugal: André Manz - Produções Culturais e Desportivas, Unipessoal Lda.

Gonçalves, C., & Diniz, Ana (2015). Analysis of member retention in fitness through satisfaction, attributes perception, expectations and well-being. *Revista Portuguesa de Marketing*. 38 (34), 65-76.

McCarthy, J. (2007). IHRSA'S Guide to membership retention (2.^a Edição). Boston: IHRSA.