

2025, Vol. 15, e110050

 <https://doi.org/10.51995/2237-3373.v15i3e110050>

Nem tudo que reluz é ouro? Oportunidades de melhoria em serviços prestados por academias de ginástica

All that glitters is not gold? Opportunities for improvement in services provided by fitness centers

¿No es oro todo lo que reluce? Oportunidades de mejora en los servicios ofrecidos por gimnasios.

Evadio Pereira Filho 

IFPB - Instituto Federal de Educação da Paraíba, Brasil – evadio.pereira@ifpb.edu.br

Davi Santos Barbosa 

IFPB - Instituto Federal de Educação da Paraíba, Brasil – davi.barbosa@academico.ifpb.edu.br

Lauany Louise de Medeiros Sena 

IFPB - Instituto Federal de Educação da Paraíba, Brasil – lauany.louise@academico.ifpb.edu.br

Thayssa Cruz Araújo 

IFPB - Instituto Federal de Educação da Paraíba, Brasil – thayssa.cruz@academico.ifpb.edu.br

Resumo

O presente artigo aponta, com base na matriz importância-desempenho, em quais atributos os gestores de academias de ginástica devem focar sua atenção, com o propósito de aperfeiçoar as estratégias de qualidade. Os resultados refletem a apreensão das percepções de 362 usuários de academias de ginástica no que tange a onze atributos do serviço de academias de ginástica. Dentre as principais descobertas, duas merecem destaque. Primeiro, o déficit de serviço que os usuários de academias de ginástica identificaram no tocante aos aspectos dos vestiários e banheiros. Segundo, os equipamentos para exercícios e os instrutores também aparecem como fragilidades do serviço, pela alta importância e pelo desempenho abaixo das expectativas. Esses são os atributos que demandam ações de melhorias, com maior nível de urgência.

Palavras-chave: matriz importância-desempenho, estratégias de qualidade, academias de qualidade

Abstract

This article identifies, based on the importance-performance matrix, which attributes fitness academy managers should focus their attention on, with the aim of refining their quality strategies. The results reflect the capture of perceptions from 362 gym users regarding eleven attributes of fitness academy services. Among the main findings, two deserve special mention. First, the service deficit that fitness academy users identified concerning the aspects of changing rooms and bathrooms. Second, exercise equipment and instructors also appear as service weaknesses, due to their high importance and performance below expectations. These are the attributes that demand improvement actions with a greater level of urgency.

Keywords: importance-performance matrix, quality strategies, quality fitness academies

Resumen

El presente artículo señala, con base en la matriz importancia-desempeño, en qué atributos los gerentes de gimnasios deben enfocar su atención, con el propósito de perfeccionar las estrategias de calidad. Los resultados reflejan la captación de las percepciones de 362 usuarios de gimnasios con respecto a once atributos del servicio de gimnasios. Entre los principales hallazgos, dos merecen destaque. Primero, el déficit de servicio que los usuarios de gimnasios identificaron en cuanto a los aspectos de los vestuarios y baños. Segundo, los equipos de ejercicio y los instructores también aparecen como debilidades del servicio, debido a su alta importancia y a su desempeño por debajo de las expectativas. Estos son los atributos que demandan acciones de mejora, con mayor nivel de urgencia.

Palabras clave: matriz importancia-desempeño, estrategias de calidad, gimnasios de calidad



1. Introdução

As academias de ginástica simbolizam não apenas espaços destinados à prática de exercícios físicos, mas exercem um papel chave na promoção de uma rotina saudável, incluindo o bem-estar mental, e no fortalecimento de dinâmicas sociais ao permitirem interações entre os usuários (Oliver *et al.*, 2023). E isso ganha mais robustez, ao perceber os inúmeros chamados da literatura para uma maior atenção e investimentos do poder público em saúde preventiva (Da Cruz, Silva e Scheicher, 2024; Collins *et al.*, 2024). Nesta perspectiva, o setor fitness vem atraindo um número cada vez maior de consumidores ávidos por serviços que satisfaçam às suas expectativas (Pereira Filho, Campos e Dantas, 2013; Pereira Filho, Campos e Dantas, 2015; Pereira Filho e Anez, 2019).

Contudo, o dinamismo e a expansão do setor de academias de ginástica geraram um ambiente de intensa competição, em que a diferenciação é crucial para a sobrevivência e o sucesso da empresa (Campos *et al.*, 2018; Pereira Filho, 2018). Logo, a qualidade do serviço emerge como uma dimensão decisiva, capaz de refletir na satisfação do cliente, na lealdade e na intenção de recompra (Boger *et al.*, 2023; Pereira Filho *et al.*, 2020). Direcionar os esforços e o fluxo decisório gerencial para a constante avaliação e aprimoramento da qualidade percebida pelos clientes não é apenas uma estratégia de marketing, mas uma necessidade intrínseca para a sustentabilidade do negócio (Pereira Filho *et al.*, 2024). Em um mercado onde a replicação de serviços se mostra relativamente fácil, é a excelência na entrega e a percepção de valor que fidelizam e atraem novos usuários, transformando a experiência do cliente em uma jornada única e encantadora (Thawani, 2020; Pereira Filho *et al.*, 2024). Por sua vez, isso se torna um diferencial competitivo inegável.

Dito isto, identificar com precisão quais os aspectos do serviço em que os esforços de melhoria devem ser concentrados ainda é um desafio para os gestores das academias de ginástica. Para tanto, ferramentas de diagnóstico de serviço são indispensáveis. A Matriz Importância-Desempenho, proposta por Stock e Lambert (2001), representa uma abordagem analítica eficaz para avaliar a percepção dos clientes sobre a importância de um rol de atributos do serviço e o desempenho da organização neles. Ao mapear esses dois vértices, a matriz aponta quais aspectos do serviço são altamente valorizados pelos clientes, mas onde a academia está aquém das expectativas, indicando pontos do serviço que merecem atenção gerencial prioritária e podem ser alvos de melhorias urgentes. Essa ferramenta estratégica facilita a alocação eficiente de recursos, direcionando investimentos para as áreas que realmente são valorizadas pelo cliente (Pereira Filho e Anez, 2019; Pereira Filho, Tenório e da Silva, 2017; Pereira Filho e Anez, 2021).

À luz do exposto, o presente artigo tem como objetivo apontar, com base na matriz importância-desempenho, em quais atributos os gestores de academias de ginástica devem focar sua atenção, com o propósito de aperfeiçoar as estratégias de qualidade. Para tanto, foram apreendidas as expectativas (importância) de 362 consumidores e suas percepções de desempenho em relação a um conjunto de 11 atributos da escala QSAG (Pereira Filho, Campos e Dantas, 2013). Nesta linha, o trabalho traz contribuições teóricas e gerenciais. No vértice teórico, os *insights* ajudam a melhorar a compreensão entre discrepâncias de percepção (cliente e gestores) sobre que aspectos do serviço que devem ser priorizados. Logo, as descobertas permitem que as prioridades de investimento gerencial se alinhem melhor com necessidades e desejos do consumidor. No eixo gerencial, os achados fornecem um roteiro claro e sólido para a alocação de recursos. Os gestores podem direcionar orçamentos e esforços para os atributos de serviço que são realmente importantes para os clientes. A otimização de recursos resulta em maior eficiência operacional, permitindo implementar ações corretivas específicas e direcionadas, e melhorando o grau de satisfação do consumidor.

2. Qualidade do serviço e seus pilares

A qualidade de serviço é reconhecida como um diferencial competitivo para empresas de serviços (Stock e Lambert, 2001). Diferentemente da qualidade de produtos, a avaliação da qualidade de serviço é mais complexa devido às suas singularidades, como intangibilidade, inseparabilidade, heterogeneidade e perecibilidade (Zeithaml, Berry e Parasuraman, 1993). Assim, a percepção da qualidade de serviço reside predominantemente na experiência do cliente e em como

essa experiência se alinha ou difere de suas expectativas (Pereira Filho *et al.*, 2019; Pereira Filho e Anez, 2021).

Nesse contexto, o paradigma da disconfirmação das expectativas emerge como um modelo teórico capaz de compreender a percepção de qualidade do cliente. De acordo com este paradigma, a percepção de qualidade resulta de um confronto entre o desempenho real do serviço e as expectativas do cliente (Pereira Filho *et al.*, 2019). A magnitude e a direção dessa disconfirmação são cruciais para a avaliação da qualidade e para as atitudes futuras do cliente. Quando os clientes percebem que o serviço superou (ou não atendeu) suas expectativas em relação a atributos específicos, isso impacta diretamente sua avaliação geral, e sugere áreas do serviço que merecem atenção gerencial prioritária. Logo, em uma arena competitiva como a das academias de ginástica, entender e gerenciar essas expectativas é vital para entregar um serviço de qualidade percebida superior.

Para os gestores, identificar as zonas em que o desempenho percebido está aquém das expectativas ou em que o desempenho é excelente, mas o atributo não é tão valorizado, é um desafio estratégico. Sob essa perspectiva, as ferramentas de diagnóstico se tornam indispensáveis para traduzir o paradigma da disconfirmação em ações gerenciais. A matriz importância-desempenho surge como um mecanismo eficaz para operacionalizar os princípios do paradigma da disconfirmação, permitindo que as organizações visualizem as lacunas entre a importância atribuída pelos clientes aos atributos do serviço e o desempenho da empresa nesses mesmos atributos, sinalizando claramente os pontos de melhoria urgente.

2.1 A Matriz Importância-Desempenho

A matriz importância-desempenho (Figura 1), também rotulada como *importance-performance analysis* (IPA), projetada por Stock e Lambert (2001), constitui-se como uma ferramenta analítica cujo objetivo é auxiliar gestores na identificação das prioridades de investimento e melhoria, a partir da percepção dos clientes sobre a importância de um rol de atributos de um serviço e o desempenho da organização em cada um deles. O construto oferece a máxima oportunidade de melhoria. A matriz é do tipo quadrada de ordem 3, composta por nove células a partir da interseção entre as seguintes dimensões: importância de cada atributo e o desempenho da empresa neles (Pereira Filho, Tenório e Da Silva, 2017). A importância revela o que os clientes mais valorizam e esperam do serviço, ao passo que desempenho captura o quanto bem a organização está entregando cada um desses atributos.

Por exemplo, para aqueles atributos de alta importância e em que o desempenho da firma é muito baixo, os gestores devem implementar ações corretivas de forma prioritária e imediata pois negócios provavelmente estão sendo desperdiçados em decorrência desse *déficit* de qualidade.

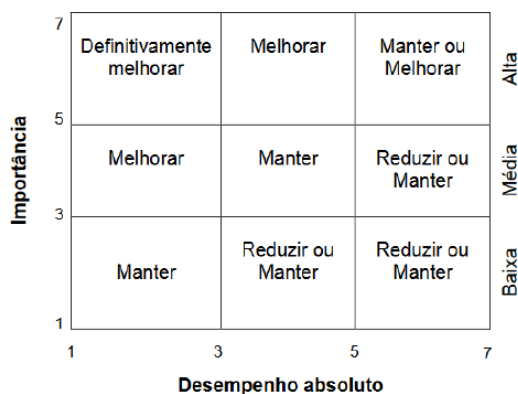


Figura 1. Matriz importância-desempenho
Fonte: Stock e Lambert (2001)



Por outro lado, os atributos de baixa importância e em que a organização apresenta um desempenho elevado são vistos como zonas de excesso. Assim, sugere-se desinvestir rapidamente e realocar os recursos em itens que recaiam nos fragmentos “definitivamente melhorar” ou “melhorar”. Em suma, a matriz indica nove possibilidades, cujos resultados sugerem ações sem conhecimento da situação dos concorrentes (Pereira Filho, Tenório e Da Silva, 2017).

3. Método

Para este estudo, foi utilizado o desenho de pesquisa ilustrado na Figura 2. Três etapas constituem esse processo.

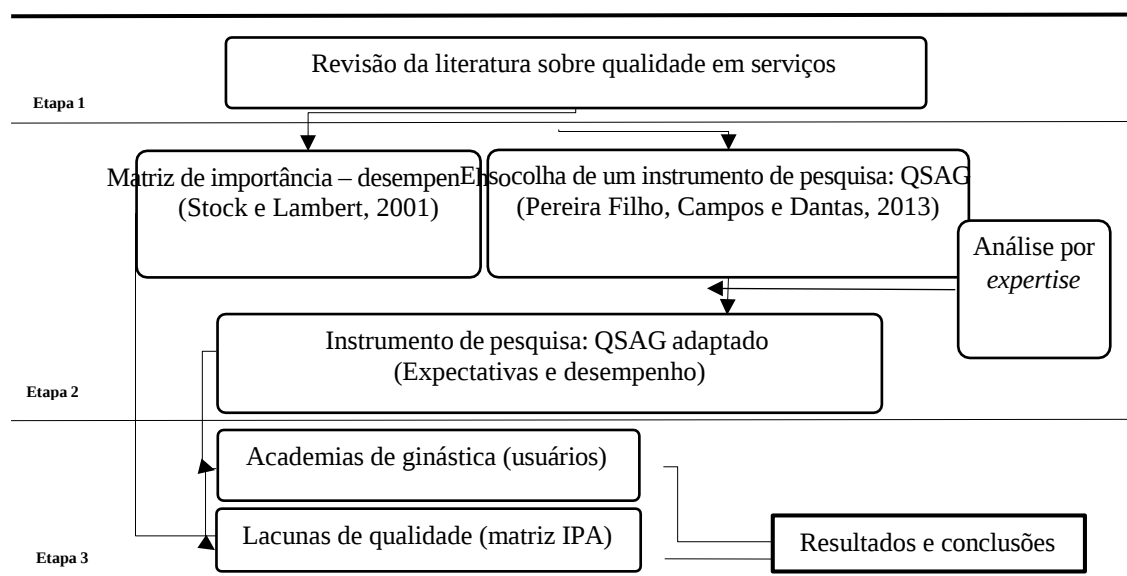


Figura 2. Desenho de pesquisa

A primeira etapa foi uma revisão da literatura sobre qualidade em serviços, visando compreender os elementos que circunscrevem o construto e selecionar, dentre os instrumentos de pesquisa já validados, aquele que mensure a qualidade dos serviços no setor de academias de ginástica, de forma mais apropriada ao cenário da pesquisa.

A segunda etapa consistiu na escolha e refinamento da escala a ser empregada no estudo. A ferramenta QSAG, elaborada por Pereira Filho, Campos e Dantas (2013) foi escolhida, pois incorporava atributos que melhor descreviam os serviços fitness. No entanto, algumas adaptações se faziam necessárias para melhor retratar o cenário de coleta. A partir de opiniões de *expertises* (professores de educação física), o conjunto de 31 variáveis da escala QSAG foi apresentado a dois especialistas. Estes executaram a função de juízes, analisando os níveis de clareza das sentenças que definiam cada variável, bem como opinaram sobre a irrelevância dos itens, selecionando apenas aquelas que melhor retratavam o setor de academias de ginástica local. Os examinadores foram selecionados por conveniência e acessibilidade. Ao final, esse filtro reduziu o número de variáveis de pesquisa a onze itens.

Ademais, esta etapa permitiu a escolha da matriz importância-desempenho de Stock e Lambert (2001) como uma ferramenta útil a ser utilizada para identificar pontos do serviço que merecem ser melhorados, e sua ordem de prioridade.

A terceira etapa residiu na aplicação do questionário com 362 usuários de academias de ginástica, situadas no sertão paraibano e adjacências. A escolha das instituições obedeceu a critérios de conveniência e acessibilidade. Por fim, uma avaliação das expectativas (importância) e das percepções do serviço recebido (desempenho) foi executada, objetivando identificar os principais déficits de qualidade e orientar os gestores sobre quais direcionamentos seguir para melhorar a prestação do serviço.

3.1 Atributos e instrumento de pesquisa

A tabela 1 enumera os onze atributos utilizados e já com as reformulações e apontamentos feitos pelos juízes (professores).

Atributos
Var₁. Prescrição de exercícios físicos pelo instrutor de acordo com os objetivos do cliente.
Var₂. Atendimento dos instrutores da academia (cortesia, presteza, atenção e simpatia).
Var₃. Conhecimento técnico e prática profissional dos instrutores para executar suas atividades e entender as necessidades, limitações e potencialidades dos clientes.
Var₄. Clareza das informações ofertadas pelo instrutor aos clientes (instruções de como usar os equipamentos, a forma correta de executar o exercício, entre outras).
Var₅. Quantidade de instrutores, recepcionistas e pessoal de apoio para atender a demanda.
Var₆. Capacidade da equipe em lidar com situações de emergência (procedimentos de primeiros socorros em casos de machucados, cortes, fraturas, quedas, desmaios, dores agudas, infartos, entre outros).
Var₇. Estado de conservação dos espaços físicos, mobílias e equipamentos da academia.
Var₈. Quantidade de vestiários e banheiros disponíveis na academia.
Var₉. Conforto térmico nos ambientes da academia (salas, vestiários, banheiros, recepção, entre outros).
Var₁₀. Variedade e modernidade de máquinas de musculação, aparelhos para treinamento aeróbico, pesos livres e demais acessórios
Var₁₁. Quantidade de máquinas de musculação, aparelhos para treinamento aeróbico, pesos livres e demais acessórios disponíveis na academia.

Tabela 1. Atributos usados no instrumento de pesquisa

Foi aplicado um questionário estruturado, composto por dois módulos. O primeiro módulo inclui perguntas relacionadas a aspectos sociodemográficos e a rotina de exercícios físicos em academias. Na seção subsequente, os respondentes foram interrogados sobre o grau de importância e o desempenho percebido, considerando atributo a atributo. Para o último módulo, as respostas foram capturadas mediante a utilização de uma escala Likert de 11 pontos, variando de zero (não importante/péssimo desempenho) a dez (muito importante/excelente desempenho).

4. Resultados e discussões

Os resultados reproduzem a apuração de 362 respostas válidas de consumidores de academias de ginástica. A tabela 2 mostra aspectos sociodemográficos e outros relacionados a prática de exercícios físicos em academias de ginástica. Em sua maioria, os respondentes são mulheres (54,42%), são jovens com idade média de aproximadamente 23 anos, que frequentaram a escola no máximo até a conclusão do ensino médio (77,35%) e que moram em municípios paraibanos (75,41%). No mais, mostram-se como consumidores que usam as academias de ginástica, com razoável frequência (até 4 vezes por semana, 60,77%), e há pelo menos 2 anos, elencando a saúde como fator principal para a continuidade da prática de exercícios nestes espaços (61,60%).

Aspectos sociodemográficos da amostra e outros		
gênero	masculino	45,58%
	feminino	54,42%
idade (anos)	(pergunta aberta)	23,49
residência	cidade da Paraíba	75,41%
	cidade do Rio Grande do Norte	23,49%
	cidade de Pernambuco	1,10%
nível de escolaridade	1º grau completo	34,81%
	2º grau completo	42,54%
	superior completo	17,68%
	pós-graduação completa	4,97%
frequência de uso	até 2 dias	10,77%



(por semana)	de 3 a 4 dias	50,00%
	5 dias ou	39,23%
motivo para o uso	Saúde	61,60%
	Estética	38,40%
tempo de prática (anos)	(pergunta aberta)	2,62

Tabela 2. Aspectos da amostra

4.1 Matriz importância-desempenho

Considerando cada variável de qualidade do serviço, foram calculadas as médias nominais de desempenho (M_D) e de importância (M_I) para cada uma delas, bem como as respectivas lacunas de qualidade (gaps, $M_D - M_I$), conforme Tabela 3. As lacunas (gaps) extraídas entre desempenhos e importâncias podem resultar em escores negativos ou positivos. Os valores negativos indicam que os usuários receberam um nível de serviço aquém do esperado, ao passo que os positivos expressam que o desempenho excedeu as expectativas. Estas análises permitem que os gestores das academias de ginástica possam identificar oportunidades de melhorias. Os resultados indicam que os onze atributos possuem lacunas negativas, ensejando direcionamentos para melhorias.

Sob esse pano de fundo, os autores empregaram duas matrizes importância-desempenho, de forma suplementar. A primeira consiste em situar os pares ordenados, formado pelos escores médios das respostas de importância e de desempenho de cada atributo, numa matriz 3 por 3. O que resultou em uma matriz de desempenho absoluto (Figura 3). Ao representarem as médias de importância sobre o eixo Y e as médias de desempenho sobre o eixo X, as quais caracterizam cada uma das variáveis observadas, é possível identificar em quais zonas do serviço ocorrem *déficits* de qualidade. Assim, é possível extrair ações que podem ser usadas para dar suporte às decisões gerenciais de aperfeiçoamento das estratégias de qualidade.

Atributos da escala	M_D	M_I	GAP ($M_D - M_I$)
Var ₁	7,93	8,77	-0,84
Var ₂	8,49	9,03	-0,54
Var ₃	8,50	8,96	-0,46
Var ₄	8,56	9,02	-0,46
Var ₅	7,61	8,43	-0,82
Var ₆	7,71	8,52	-0,81
Var ₇	8,28	8,81	-0,53
Var ₈	6,71	7,51	-0,80
Var ₉	7,54	8,37	-0,83
Var ₁₀	7,95	8,80	-0,85
Var ₁₁	8,10	8,81	-0,71
Nota. M_D : média de desempenho. M_I : média de importância. GAP: lacunas de qualidade.			

Tabela 3. Médias de importância e desempenho por atributo do serviço.

Os achados da matriz IPA (figura 3), em suma, apontam que dez atributos recaíram sobre um quadrante em que se sugerem ações de “melhoria ou manutenção” do nível de serviço prestado pela academia de ginástica. Para estes, nota-se que o desempenho ofertado pela academia (alto) está alinhado ao grau de importância (alto) que os usuários percebem o atributo. Os clientes tanto os valorizam, quanto veem que a empresa os executa com excelência. Nesta linha, estes atributos são percebidos como forças estratégicas do negócio. Isso exige que os gestores adotem um dos caminhos: ou mantenha o bom trabalho, continuando com operações do serviço em alto nível ou aprimorem esses diferenciais competitivos. Entre eles merecem realce, pois têm alto nível de importância atribuída, as variáveis Var₂ (atendimento dos instrutores) e Var₄ (clareza das instruções técnicas). Essas descobertas coadunam com os trabalhos de Pereira Filho, Campos e Dantas (2013, 2015). Estes autores apontam que o cenário fitness põe o instrutor como protagonista no *design* de serviços de excelência. No mais, as variáveis atreladas aos funcionários ganham maior projeção no pós-pandemia, como relatado no estudo de Pereira Filho e Anez (2021). Estes atributos devem servir como âncoras para aperfeiçoar outros itens que não estejam no mesmo nível, como é o caso

do atributo Var_8 (relativo a vestiários e banheiros). O Var_8 é o único que se situa em um quadrante em que a importância atribuída é alta e o desempenho da academia é mediano. Isso torna o atributo um dos alvos prioritários para a incorporação de ações de melhoria.

Estudos (Oelze, Mesquita e Dias, 2015; Özaras *et al.*, 2023) já alertavam para uma certa insatisfação de usuários de academias de ginástica para esse atributo dos vestiários. Provavelmente, alguns diagnósticos gerenciais podem ter levado as academias a não ofertarem um desempenho satisfatório em relação aos vestiários e banheiros sejam: a) foco atual das academias em ofertar uma melhor experiência de treino, como disponibilidade de equipamentos modernos, espaços de treinos mais amplos, variedade de aulas, estética do espaço de musculação, entre outros; b) mudança de comportamento do consumidor, ao preferir treinos mais curtos e eficientes, reduzindo a utilização diária dos banheiros; ou até a c) redução de custos operacionais.

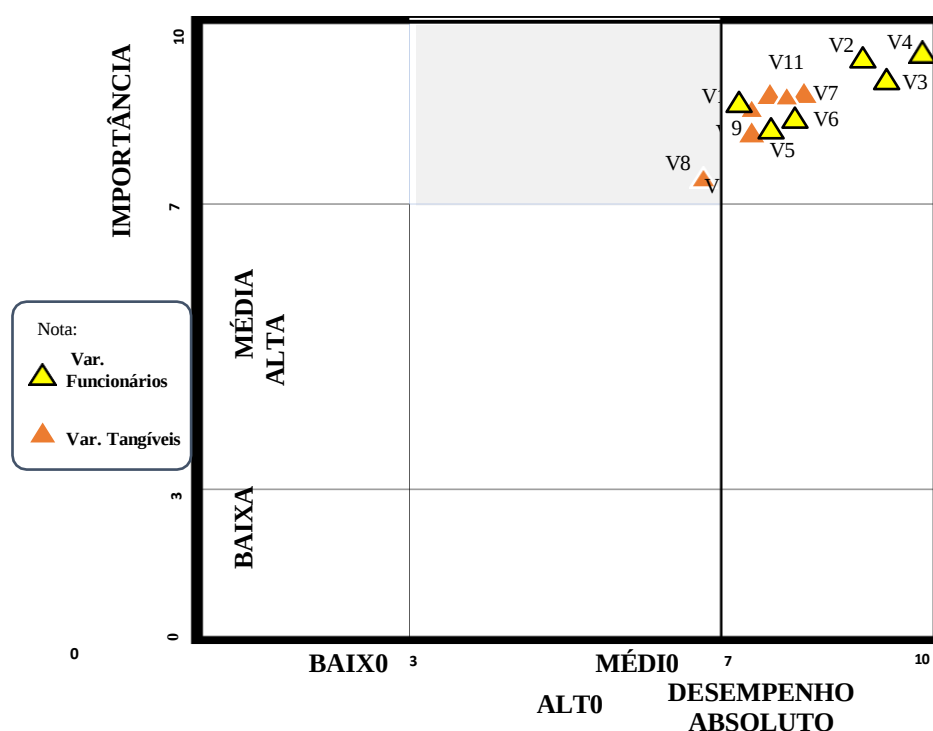


Figura 3. Matriz IPA (com desempenho absoluto)

Com os inúmeros apontamentos até então, os autores propuseram a elaboração de uma segunda matriz IPA oriunda do cruzamento entre importância e lacuna de qualidade (*gap*) de cada atributo (figura 4). O objetivo da nova matriz era priorizar ações de melhorias nas áreas mais críticas, mesmo dentro de um grupo de atributos já considerado importante. Essa matriz permitiu indicar, com mais precisão e amplitude, qual(is) a(s) área(s) demandavam ações urgentes, otimizando os esforços gerenciais para a implantação de melhorias nas academias de ginástica. Os resultados chamam atenção para seis atributos, sendo três do aspecto tangível (Var_8 , Var_{10} e Var_{11}) e três relativos aos funcionários (Var_1 , Var_5 e Var_6). Esses atributos foram aqueles que apresentaram maiores níveis de importância, conjuntamente com os maiores *déficits* de qualidade (*gaps* negativos). Aqui, além de vestiários (Var_8), outros aspectos do serviço foram postos como zonas que merecem ações de aperfeiçoamento, tais como maquinários (Var_{10} e Var_{11}) e outros traços pertinentes aos funcionários (Var_1 , Var_5 e Var_6). Isso confirma a complexidade e multidimensionalidade que envolve a gestão e ofertas de serviços de qualidade, segundo relatam Pereira Filho *et al.* (2024).



A partir da sobreposição das duas matrizes, as descobertas se tornam mais claras e robustas (Tabela 4). É possível enumerar o atributo Var_8 como um ponto de interseção, indicando uma zona de melhoria com demanda urgente. Não só pela importância atribuída a ele, mas por apresentar uma expressiva deficiência de qualidade entre os itens avaliados. Isso reforça os apontamentos de Stock e Lambert (2001). Para tanto, com vista a melhorar as avaliações referentes a esse tópico, sugere-se aos administradores que tracem ações pontuais que valorizem a higiene, conforto e funcionalidade desses espaços, tais como: aumentar frequência de limpeza, disponibilidade de insumos de higiene pessoal, estrutura que assegure a privacidade nos chuveiros, entre outros. Isso segue os chamados de Özaras *et al.* (2023).

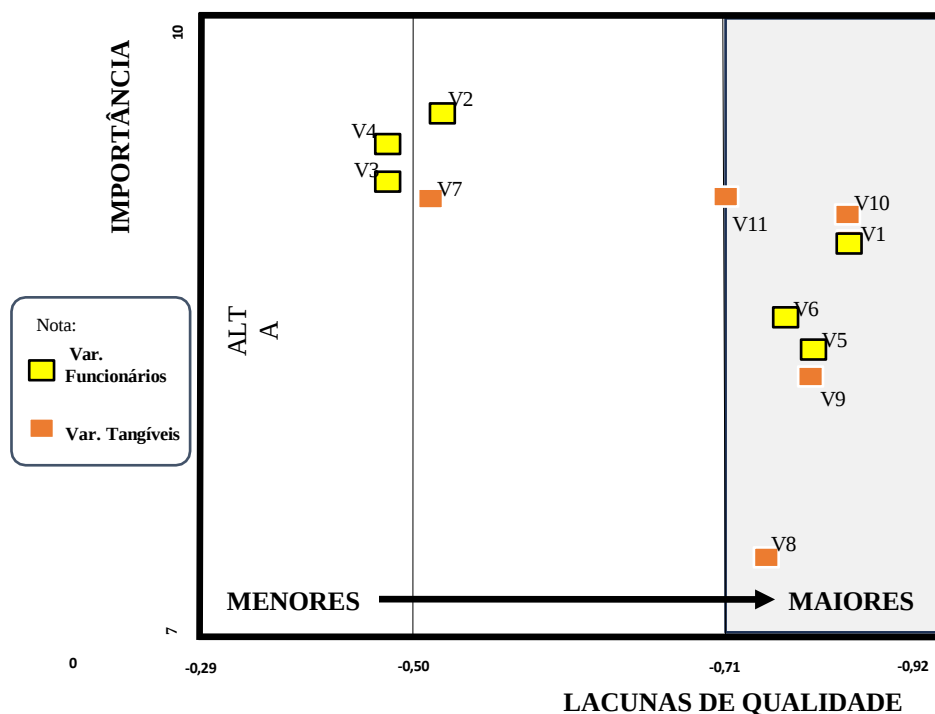


Figura 4. Matriz IPA (com lacunas de qualidade)

Além disso, as variáveis Var_{10} e Var_1 também não podem ser deixadas em segundo plano, pois apresentam as maiores lacunas de qualidade e tem um grau de importância significativo.

Lacunas de qualidade		Atributo	ranking de importância	Ações Matriz (I x D)	Ações Matriz (I x Gap)
ranking	magnitude				
1º	-0,85	Var_{10}	6º	MM	ME_{AL}
2º	-0,84	Var_1	7º	MM	ME_{AL}
3º	-0,83	Var_9	10º	MM	ME_{AL}
4º	-0,82	Var_5	9º	MM	ME_{AL}
5º	-0,81	Var_6	8º	MM	ME_{AL}
6º	-0,80	Var_8	11º	ME	ME_{AL}
7º	-0,71	Var_{11}	4º	MM	ME_{AL}
8º	-0,54	Var_2	1º	MM	ME_M
9º	-0,53	Var_7	4º	MM	ME_M
10º	-0,46	Var_3	3º	MM	ME_B
11º	-0,46	Var_4	2º	MM	ME_B

Nota. MM: ação de manter ou melhorar. ME_{AL} : melhorar com alta urgência. ME_M : melhorar com média urgência. ME_B : melhorar com baixa urgência. I x D: matriz construída a partir da importância e desempenho absoluto. I x Gap: matriz construída a partir da importância e lacunas de qualidade.

Tabela 4. Resumo das ações propostas pelas matrizes de importância e desempenho

Há um clamor dos usuários por mais variedade e modernidade dos equipamentos, bem como uma forma adequada que os instrutores usam para prescreverem os exercícios frente aos objetivos do cliente. Os elementos tangíveis e *staff team* já foram citados por Pereira Filho e Anez (2020) em estudos anteriores, ao apresentá-los como antecedentes da rotatividade de usuários em academias de ginástica. Isso reforça a preocupação empresarial e, nesta direção, recomenda-se que os gestores se conectem, de forma refinada, com o mercado para renovar e ampliar os equipamentos e personalizar a prescrição de exercícios ao perfil, limitações e habilidades do usuário.

Outro item que é necessário aprimorar refere-se à capacidade da equipe do *front office* em lidar com situações de emergência (Var₆). Fenômeno já enumerado em trabalhos anteriores de Pereira Filho, Campos e Dantas (2013, 2015). Para tanto, sugere-se uma rotina de treinamentos voltados a primeiros socorros.

5. Considerações finais

Este artigo discutiu sobre qualidade de serviços prestados por academias de ginástica, tomando por base os fundamentos teóricos da matriz de importância-desempenho. Nesta linha, foi possível elucidar que atributos os gestores devem centrar a atenção e os esforços para auxiliar na tomada de decisões estratégicas e na melhoria contínua dos serviços. Os achados facilitam não só a identificação desses pontos frágeis, como também lança luz a respeito dos pontos fortes, que se remetem às áreas em que as academias se destacam e devem manter o foco. Dentre as principais descobertas, duas merecem destaque. Primeiro, o *déficit* de serviço que os usuários de academias de ginástica identificaram no tocante aos aspectos dos vestiários e banheiros. Atributo do serviço que eles valorizam e que não está sendo correspondido à altura. Logo, há um clamor dos consumidores por melhores condições nestes espaços, seja de higiene e limpeza (odor, disponibilidade de insumos, limpeza dos armários), infraestrutura e conservação (chuveiros, torneiras, iluminação, pintura), conforto e comodidade (assentos, espelhos, temperatura da água). Segundo, os equipamentos para exercícios e os instrutores também aparecem como fragilidades do serviço, pela alta importância e pelo desempenho abaixo das expectativas. Em resumo, esses são os atributos que demandam ações de melhorias, com maior nível de urgência.

O estudo trouxe contribuições significativas para pesquisadores e gestores. Em termos de avanços da pesquisa acadêmica, este trabalho inovou ao utilizar, concomitantemente, duas matrizes importância-desempenho, uma com emprego de desempenho absoluto e outra com lacunas de qualidade. Essa combinação permitiu identificar pontos de melhorias no serviço com mais precisão, reunindo uma grande coleção de ações que auxiliam decisões gerenciais mais eficientes e sólidas. No eixo gerencial, este estudo fornece um passo adicional. Ele explora os elementos que devem ser aperfeiçoados pelos gestores das academias de ginástica, a fim de ofertar melhores desempenhos e encantar os usuários. Assim, os achados permitem que os gestores possam concentrar esforços em áreas cruciais.

Por fim, algumas limitações cercaram o estudo. A pesquisa foi desenvolvida no contexto brasileiro, logo os achados não podem ser generalizados para o setor de fitness, tampouco para outros contextos culturais e épocas distintas. Sob essa fenda, recomenda-se a replicação do estudo em academias de ginástica situadas em diferentes recortes espaciais. Outras limitações referem-se ao uso da escala QSAG adaptada (Pereira Filho, Campos e Dantas, 2013) e com menos itens e ao tipo de amostragem. Recomenda-se que futuros estudos utilizem a versão original da escala, e usem técnicas de amostragem mais probabilísticas. Isso permite alcançar maior rigor científico.

Referências

Boger Jr, C. A., Kwon, J., Charmchian, M., Ritter, M., & Taylor Jr, S. T. (2023). Beer style advocacy: Strengthening the relationship

between consumers' satisfaction and repurchase intention. *Journal of Foodservice Business Research*, 26(1), 1-26.
Collins, L. G., Minto, C., Ledger, M., Blane, S., & Hendrie, D. (2024). Cost-effectiveness



- analysis and return on investment of SunSmart Western Australia to prevent skin cancer. *Health Promotion International*, 39(4).
- Da Cruz, T. G. C., Silva, L. P., & Scheicher, M. E. (2024). Influence of physical activity on depressive symptoms in elderly in the community. *Brazilian Journal of Physical Therapy*, 28.
- Oelze, A. G. L., de Mesquita, J. M. C., & Dias, A. T. (2015). Análise das Causas da Insatisfação e do Abandono pelos Clientes de Academias de Ginástica. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 4(3), 124-139.
- Oliver, D. M., McDougall, C. W., Robertson, T., Grant, B., Hanley, N., & Quilliam, R. S. (2023). Self-reported benefits and risks of open water swimming to health, wellbeing and the environment: Cross-sectional evidence from a survey of Scottish swimmers. *Plos one*, 18(8).
- Pereira Filho, E., Campos, D. F., Dantas, M. L. R. (2013) Mensuração da qualidade de serviço em academias de ginástica: das escalas padronizadas ao desenvolvimento de uma escala específica. *Holos*, 5(1), 175–190. <https://doi.org/10.15628/holos.2013.1425>
- Pereira Filho, E., Campos, D.F., & Dantas, M. (2015). Customer expectations about the service offered by fitness centres in Natal/RN: a study under the perspective of the analysis of clusters. *International Journal of Services and Operations Management*, 22, 1-20.
- Pereira Filho, E., Añez, M. E. M., Nobrega, K. C., & Fernandes, L.T. (2024). How to offer good service? A study on behavior of consumer expectations over time in educational servisse. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 41(7), 1898-1919, 2024. doi: 10.1108/IJQRM-04-2021-0116
- Pereira Filho, E. & Anez, M. E. M. (2021). Why are you so tolerant? Towards the relationship between consumer expectations and level of involvement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(1). doi: 10.1016/j.jretconser.2021.102467
- Pereira Filho, E., & Anez, M. E. M. (2021). O sonho acabou? Um estudo da teoria do prazer do consumidor em reclamações contra agências de viagens. *Revista brasileira de pesquisa em turismo*, 15(1), 1-17.
- Pereira Filho, E., & Anez, M. E. M. (2019). fatores da qualidade do serviço que afetam a fidelidade dos alunos e suas intenções em recomendar a escola: um estudo no setor da educação pública. *Revista de Ciências da Administração*, 21(1), 57-71.
- Campos, D. F., Garcia, E. F. L., Campos, D. C., & Pereira Filho, E. (2018). Qualidade do serviço no comércio varejista de vestuário: lacunas percebidas pela clientela feminina. *Race - revista de administração, contabilidade e economia*, 17, 507-518.
- Pereira Filho, E. (2018). ¿Escala estandarizada o específicas? Opciones epistemológicas en calidad del servicio. *Revista eletrônica gestão e serviços*, 9(1), 2394-2412.
- Pereira Filho, E., Costa, R. R. A., Anez, M. E. M., & Dantas, M. G. S. (2020). Motivações para a rotatividade de usuários em academias de ginástica. *Revista gestão organizacional (online)*, 13(3), 32-52. doi: 10.22277/rgo.v13i3.5036
- Pereira Filho, E., Anez, M. E. M., & Ferreira, L. V. F. (2019). Cuán grande es mi amor por ti: El efecto de las lovemarks sobre las expectativas de los consumidores. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(4), 860-881.
- Pereira Filho, E., Tenório, F. A. G., & Da Silva, J. R. (2017). Oportunidades de Melhorias: Qualidade do Serviço Prestado em Escolas Públicas. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 15(2), p. 31-51.
- Stock, J. R.; Lambert, D. M. (2001). *Strategic logistics management.*, New York: McGraw Hill.
- Thawani, S. (2020). Mastering customer journeys to enhance customer experience and competitive advantage. In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, March, pp. 158-163.
- Zeithaml, V. A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of servisse. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12, 1993. doi: 10.1177/0092070393211001.
- Özars, F., Ayılğan, E., Yıldız, Y. A., & Şahin, İ. (2023). Investigation of how the quality of service provided in private gyms is perceived by users (example of Yalova province). *Revista de Gestão e Secretariado*, 14(10), 17090-17102.



Recebido em: 10/06/2025

Aceite em: 17/07/2025

Endereço para correspondência:

Evadio Pereira Filho

evadio.pereira@ifpb.edu.br



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative
Commons Attribution 4.0