

# **SERVQUAL ENQUANTO INSTRUMENTO PARA AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS POR UMA ACADEMIA DE GINÁSTICA NO MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DA BARRA – RJ**

Maria Zilda Paravidino Tavares Fernandes (ISECENSA) – [mariia\\_zilda@hotmail.com](mailto:mariia_zilda@hotmail.com)  
Maria Eugenia Santana Soares Vasconcelos (ISECENSA) - [messvasconcelos@gmail.com](mailto:messvasconcelos@gmail.com)

## **Resumo**

Nos últimos anos é crescente o número de academias de ginastica no país devido a busca da população por uma qualidade da vida, uma vez que a prática de exercícios físicos proporciona um bem estar geral das pessoas. Este estudo tem como proposito medir a qualidade do serviço de uma academia de ginastica no município de São João da Barra – RJ. Os dados que foram usados nessa pesquisa foram obtidos através da aplicação de questionário baseado no modo servqual, onde foi utilizado a escala *likert* de 5 (1 à 5) pontos, onde 1 corresponde a “insatisfeito “e 5 corresponde a “muito satisfeito “. O mesmo foi entregue na recepção do estabelecimento e também através de e- mail para os usuários da academia. Os resultados demonstraram que para a maioria dos itens avaliados a expectativa é maior que a percepção, podendo citar como exemplo a disponibilidade de estacionamento, o que significa que para os itens avaliados, a academia precisa de soluções corretivas para se reduzir os gaps encontrados.

**Palavras-Chaves:** Qualidade em Serviços, Servqual, Academia de Ginastica.

## **1. Introdução**

A procura por uma boa qualidade de vida, um corpo em forma e saúde, faz com que o mercado de academias cresça em todo território brasileiro. Segundo a ACAD - Associação Brasileira de Academias (2017), apontam que existem 33.157 academias em todo o Brasil e quase 8 milhões de alunos, de acordo com o levantamento realizado pela associação em 2014.

Os clientes desse seguimento buscam por locais que ofereçam infraestrutura, bom preço, equipamentos e aulas de ginástica, para que consigam alcançar o objetivo esperado. Nesse mercado é preciso ter diferencial para se destacar da concorrência, sendo este a qualidade de serviço que são oferecidos pela academia.

A qualidade de serviço pode ser mensurada a partir de expectativas e percepções dos seus clientes, sendo que estes podem ser obtidos através de um método chamado: servqual, uma ferramenta da área da gestão da qualidade, onde o modelo é baseado através da satisfação e percepções que incluiu seus cinco critérios sobre a qualidade do serviço.

No âmbito organizacional, segundo estudos e pesquisas (OMS – Organização Mundial da Saúde, 2017 e ACAD, 2017) ressaltam que uma pessoa é considerada ativa quando pratica alguma atividade física pelo menos três vezes por semana, em seu tempo livre, com duração mínima de 30 minutos. O sedentário é aquele que não faz nenhum tipo de atividade ou esporte. No Brasil, 49,5% da população é sedentária. Isto é, 67 milhões de pessoas não fazem atividades físicas.

Devido ao grande interesse dos indivíduos pelo mercado de academias e busca por uma melhor qualidade de vida, este trabalho tem como objetivo avaliar o serviço prestado por uma academia de ginástica. Portanto, para alcançar o objetivo proposto, foi traçado o perfil dos clientes e identificado a diferença entre expectativa e percepção dos clientes em relação ao serviço prestado por este estabelecimento.

Os consumidores do mercado de academias buscam por lugares que ofereçam: infraestrutura, qualidade de vida, bom atendimento e acima de tudo qualidade em seus serviços, com base no que foi dito, o trabalho possui um alto nível de relevância, pois irá ajudar a compreender as razões pelo qual esse mercado cresce constantemente no Brasil.

## **2. Material e método**

### **2.1. Classificação da pesquisa**

De acordo com Wagner (2008), quanto a natureza, esta pesquisa é considerada aplicada, pois o objetivo é gerar conhecimentos para uma aplicação prática futura para a solução de problemas identificados. A mesma ainda aborda interesses de um público.

Segundo Silva e Menezes (2001), no ponto de vista sobre a forma de abordagem, uma pesquisa é considerada quantitativa, quando os números e opiniões são traduzidos e transformados a partir de alguma ferramenta para serem analisados ou classificados.

Na visão de Gil (2008), uma pesquisa pode ser classificada quanto ao objetivo, sendo descritiva, onde um dos objetivos principais é a descrição das características da população da qual está se avaliando, além disso este tipo de pesquisa apresenta técnicas para a obtenção dos dados.

Sob o ponto de vista de procedimentos técnicos, esta pesquisa pode ser considerada um estudo de caso, uma vez que há um estudo profundo e exaustivo sobre um determinado assunto (Wagner, 2008).

### **2.2. Procedimentos técnicos**

#### **2.2.1. Elaboração do questionário**

Foi elaborado um questionário para autopreenchimento, com vinte e duas questões estruturadas e perguntas sobre o perfil do cliente. Este modelo de questionário foi dividido em quatro blocos, onde:

- a) Bloco I: Composto por perguntas destinada à identificar o perfil do cliente;
- b) Bloco II: Composto por 22 perguntas que visa identificar o nível de expectativa do cliente sobre o serviço oferecido pelo estabelecimento em questão;
- c) Bloco III: Identificação das características mais e menos relevantes;
- d) Bloco IV: Composto por 22 perguntas que visa identificar o nível de percepção do cliente sobre o serviço oferecido pelo estabelecimento em questão.

### **2.2.2. Coleta de dados**

Os dados coletados para este estudo foram obtidos através de questionário que foi impresso e entregue na recepção da academia *Top Fitness* e através de e-mail para os usuários da academia. Obteve-se uma amostra de 72 questionários, onde 40 desses, foram descartados por terem sido respondidos incorretamente, provavelmente em decorrência do não entendimento entre o conceito de expectativa e percepção.

A coleta de dados teve a sua data de começo e termino anteriormente definida, sendo realizada no mês de outubro do presente ano. A amostragem foi escolhida de forma intencional, não probabilística, onde Gil (2008) explica que este tipo de amostra consiste em escolher um subgrupo da população que com suporte nas informações disponíveis, possa ser considerado a característica de toda a população. De acordo com Silva (2009), este tipo de amostragem intencional ocorre quando propositalmente se escolhe uma determinada informação para que se considere a representação de uma população.

## **3. Revisão bibliográfica**

### **3.1. Academia de Ginástica**

Saba (2001) destaca o conceito de ginástica: é o conjunto de atividades físicas cadenciadas e coordenadas por meio de movimentos repetidos, para que sejam obtidos os princípios propostos.

Para Zanette (2003), a ampliação da pratica de atividades físicas se deu por volta de 1967 com o surgimento de campanhas promocionais com o objetivo de modificar pessoas sedentárias em praticantes de atividades físicas. A partir de 1982 com o entusiasmo inflamado pelos programas aeróbicos, os gestores decidiram investir na construção de centros de atividade física, iniciando o surgimento de academias de ginásticas, com a responsabilidade de

disponibilizar um ambiente amplo e as últimas tendências em atividade física para seus clientes.

Segundo o SEBRAE (2017), as áreas e serviços nas academias também aumentaram e ao mesmo tempo transformou – se suas capacidades de repartição de mercado para atuar no setor. Para Saba (2001), a academia de ginástica é a palavra que ficou mais conhecida dos centros de prática de exercícios físicos no Brasil.

### **3.2. Qualidade em Serviços**

De acordo com Barreto *et al* (2010), para melhor entendimento de qualidade em serviços é primordial conhecer a descrição de serviço. Um bom fornecimento de serviço gera satisfação aos clientes, que retornam a consumir ou apontam outras pessoas de seu convívio, crescendo a demanda e como resultado os lucros.

Já para Las Casas (2008), a qualidade em serviço compreende, além dos clientes exteriores, todos os que com ela compartilham, ou seja, os administradores e funcionários. Este mesmo autor, apresenta as seguintes características dos serviços: intangíveis, indivisível, heterogêneos e simultâneos.

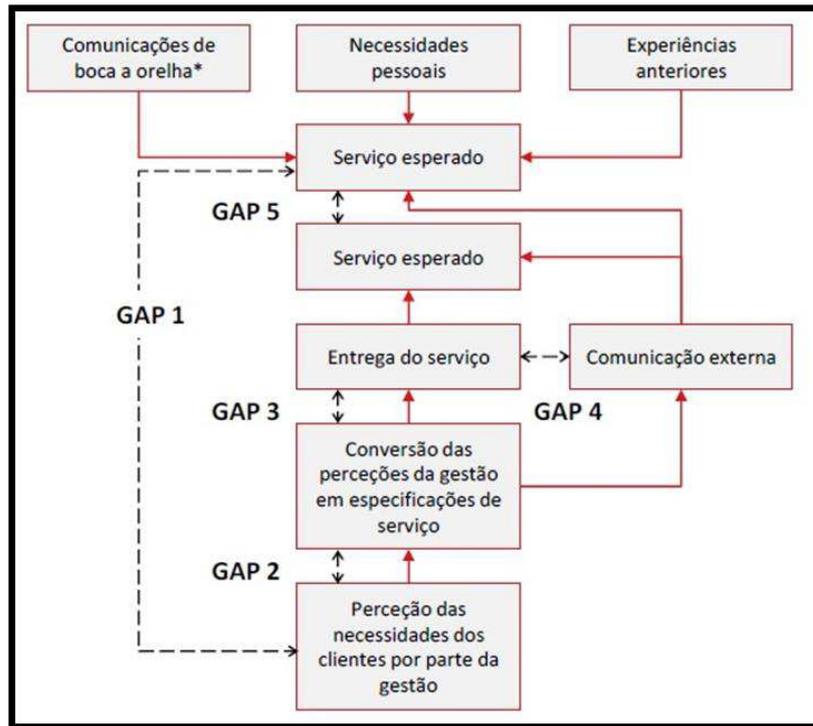
#### **3.2.1. Servqual**

De acordo com Cranberry (2014), o servqual acredita que a qualidade do fornecimento de serviços é uma criação do pensamento subjetivo que tem como consequência do confronto que o cliente faz entre o grau de serviço percebido (percepção) e o grau de serviço esperado (expectativa).

Ainda para Cranberry (2014), após vários estudos sobre qualidade, as cinco dimensões ficaram reduzidas as seguintes: confiabilidade, empatia, garantia, capacidade de resposta e tangibilidade.

De acordo com Suarez (2015), foi ilustrado na figura 1, o prosseguimento de um modelo especulativo que posiciona e explica as falhas que produzem as dificuldades da qualidade: as diferenças entre expectativas e percepção.

Figura 1: Modelo GAP de Qualidade em Serviços



Fonte: Cranberry(2014).

Ainda para este autor, quando o gap cinco não é conservado sob controle, o resultado é a ausência dos clientes, má reputação e imagem negativa da organização.

## 4. Estudo proposto

### 4.1. Descrição do objeto estudado

A academia, objeto de estudo, fundada há dois anos e meio, localiza – se em um bairro centro na cidade de São João da Barra, interior do estado do Rio de Janeiro, com estrutura de 400 m<sup>2</sup> contando com térreo e primeiro andar com sala de musculação, onde tem capacidade para cerca de 400 alunos, sendo divididos durante os turnos, sendo no período de verão esse número aumenta aproximadamente para 420 alunos diversificados em relação a sexo e faixa etária.

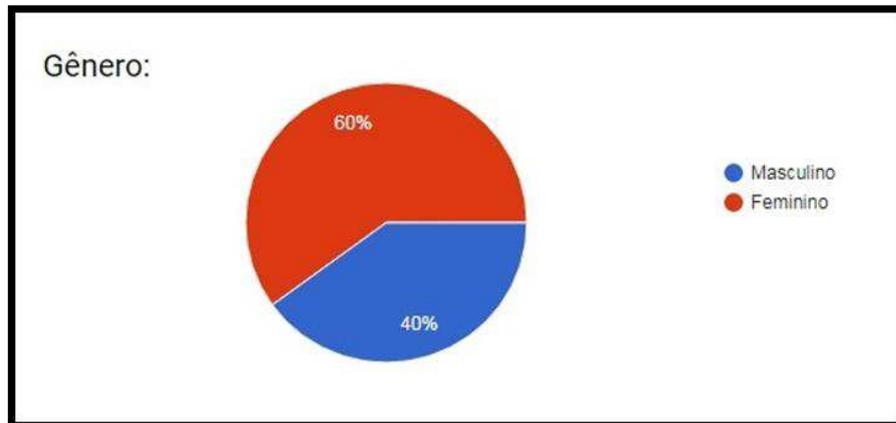
A academia oferece aos clientes as seguintes atividades: musculação, *muay – thai*, ritmos, *bike – indoor* e *top 4* incluso somente para alunos que possuem o cartão fidelidade. Possui também uma lanchonete para os clientes.

### 4.2. Resultados e discussões

#### 4.2.1. Definição do perfil

No que diz respeito ao gênero dos entrevistados, 60% eram do gênero feminino e 40% do gênero masculino, conforme ilustra a figura 1 abaixo.

Figura 1- Percentual de Gênero



Fonte: Próprio Autor.

Em relação a frequência dos entrevistados na academia de ginastica, a pesquisa executada demonstrou que 80% dos entrevistados praticam atividades físicas (4) quatro vezes ou mais, 16,7% dos entrevistados frequentam a academia de ginastica (3) três vezes por semana e 3,3% dos entrevistados frequentam a academia (2) duas vezes por semana, conforme a figura 2 ilustrada abaixo.

Figura 2 - Percentual de Frequência

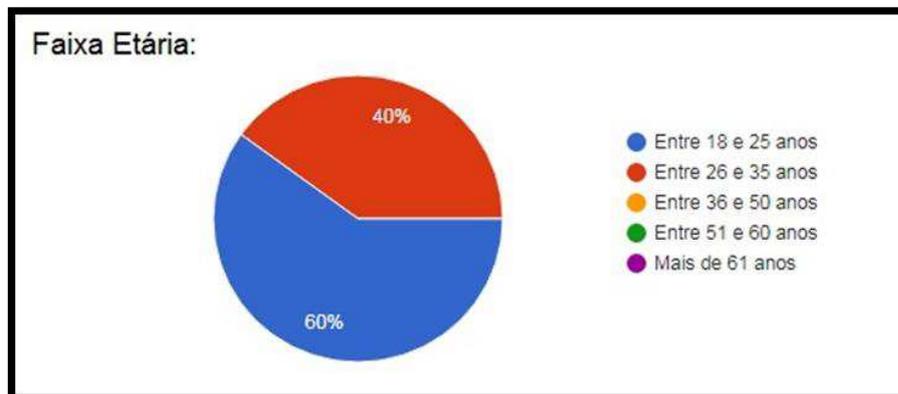


Fonte: Próprio Autor.

Esse resultado é proveniente da qualidade de vida, estética e pratica de exercícios físicos que os entrevistados procuram, fazendo com que este mercado continue crescendo no Brasil.

Segundo a figura 3, a faixa etária dos entrevistados varia da seguinte forma:

Figura 3 - Percentual de Faixa Etária

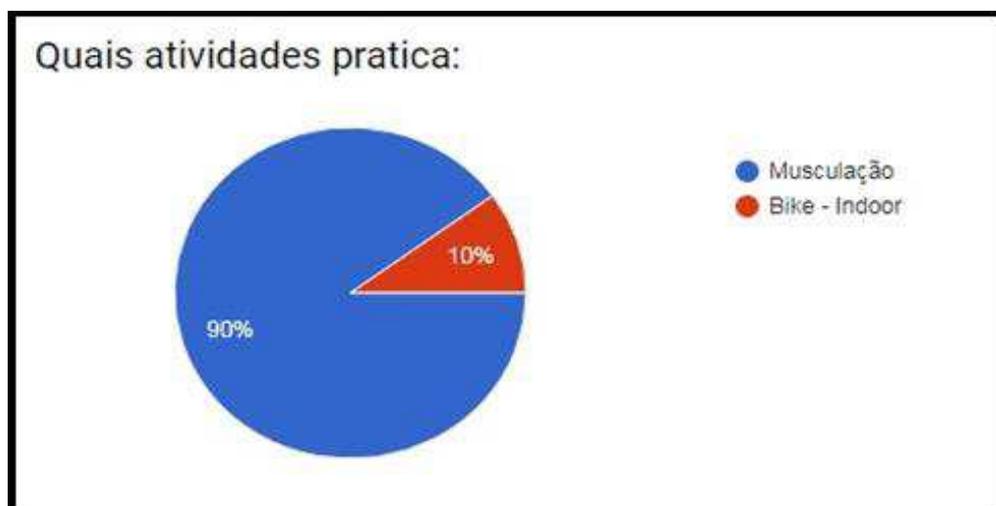


Fonte: Próprio Autor.

Este resultado é decorrente das pessoas mais novas terem mais disposição e tempo livre para frequentar a academia de ginástica, já que o mercado *fitness* cresce a partir da necessidade da população de praticar exercícios físicos, para prevenir doenças futuras que sejam decorrentes da falta de prática de exercício físico.

Em relação a quais atividades os entrevistados mais praticam, a figura 4 abaixo, há uma preferência pela atividade de musculação com 90% dos entrevistados. Em segundo lugar com 10% dos entrevistados a preferência foi pelo *bike – indoor*.

Figura 4 - Percentual das Atividades Praticadas



Fonte: Próprio Autor.

Vale ressaltar que para esta opção os entrevistados poderiam marcar mais de uma atividade que pratica. Como podemos observar os entrevistados preferem mais a prática de musculação pois esta atividade tem a combinação de vários exercícios.

#### 4.2.2. Importância dos aspectos

Para o cálculo das médias dos aspectos, as pontuações recebidas por cada um foram somadas e divididas pelo número total de questionários válidos. O quadro 1 abaixo apresenta a média das pontuações recebidas por cada aspecto da qualidade de acordo com o quesito importância.

Quadro 1 - Pontuação dos Aspectos

Pontuação dos Aspectos	
Aspectos	Média
Tangibilidade	19,17%
Empatia	19,33%
Capacidade de Resposta	21,00%
Garantia	21,50%
Confiabilidade	19,00%
Total	100 Pontos

Fonte: Dados da Pesquisa.

Ao analisar o quadro 1 pode – se perceber que o aspecto segurança foi a que recebeu maior pontuação quanto a sua importância e o aspecto confiabilidade foi a que recebeu menor pontuação.

No que refere-se às questões sobre o grau de importância, ou seja o que os entrevistados consideram o aspecto mais importante a segunda mais importante ou a menos importante foram contados a frequência que cada um dos aspectos foram votados e pela quantidade de resposta válidas, foram calculados o percentual de seus valores, conforme o quadro 2:

Quadro 2 - Importância dos Aspectos

Importância dos Aspectos						
Aspectos	Mais Importante		Segunda Mais Importante		Menos Importante	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
Tangibilidade	4	13,30%	3	10%	14	46,70%
Empatia	3	10%	9	30%	4	13,30%
Capacidade de Resposta	3	10%	9	30%	3	10%
Garantia	15	50%	6	20%	2	6,70%
Confiabilidade	5	16,70%	3	10%	7	23,30%
Total	30	100%	30	100%	30	100%

Fonte: Dados da Pesquisa.

No quadro acima verificou -se que a dimensão mais importante foi o aspecto segurança com 50 % das respostas, os aspectos em empatia e sensibilidade foram considerados a segunda característica mais importante com 30% das respostas válidas pelos entrevistados, já o aspecto tangibilidade foi a menos importante com 46,70% das respostas válidas.

A escolha do aspecto segurança como a mais importante é algo proveniente, pois os clientes esperam que um programa de treinamento baseado no que o cliente procura, ou seja, as atividades físicas que ele irá realizar de acordo com as suas necessidades.

Um detalhe relevante é que muitos alunos esperam uma atenção personalizada e interesse da academia no bem-estar, como também cortesia e boa educação dos funcionários, tornando assim os aspectos empatia e sensibilidade a segunda característica mais importante.

#### 4.2.3. Expectativa x percepção

#### 4.2.4. Análise sobre tangibilidade

Em relação ao aspecto tangibilidade, o item com o *gap* mais crítico foi quantidade de equipamentos disponíveis com (-0,80), *gap* menos crítico limpeza das instalações e equipamentos com (-0,27). Já o item climatização, som e iluminação adequados com (0), mostra um *gap* com qualidade indiferente para os usuários, conforme quadro 3.

Quadro 3 - Análise Sobre o Aspecto Tangibilidade

Aspecto	Itens	Expectativa	Percepção	Gap
Tangibilidade	Limpeza das Instalações e Equipamentos	4,57	4,30	-0,27
	Climatização, Som e Iluminação Adequados	4,30	4,30	0
	Equipamento Modernos e Eficazes	4,67	4,27	-0,40
	Quantidade de Equipamentos Disponíveis	4,50	3,70	-0,80

Fonte: Dados da Pesquisa.

De acordo com a análise dos *gaps* em relação ao aspecto tangível, mostra que (3) três dos itens apresentam *gaps* negativos, pois as percepções são menores que as expectativas, sendo assim qualidade insatisfatória. Assim, limpeza das instalações e equipamentos, equipamentos modernos e eficazes e quantidade de equipamentos disponíveis não satisfaz as ambições dos alunos.

O item limpeza das instalações e equipamentos pode ser considerado de qualidade ruim, pois a limpeza é feita no horário de funcionamento, ou seja, no horário em que os alunos estão praticando atividades físicas.

Para o item quantidade de equipamento disponíveis que também apresentou qualidade ruim, pode ser considerado perante a percepção dos alunos que a academia não tem aparelhos suficientes para atender à todos.

Já o item climatização, som e iluminação, apresentou qualidade indiferente, portando pode-se considerar que para os alunos não foi tão atrativo.

#### 4.2.5. Análise sobre garantia

No aspecto garantia, o item que teve o maior *gap* foi você se sente seguro com o atendimento oferecido com (-0,37) e o menos crítico foram (2) dois: capacidade dos professores de atender e sanar dúvidas com (-0,07) e os professores entendem as suas necessidades (o que você procura) com (-0,07) de acordo com o quadro 4.

Quadro 4 - Análise Sobre o Aspecto Garantia

Aspecto	Itens	Expectativa	Percepção	Gap
Garantia	Capacidade dos Professores de Atender e Sanar Dúvidas	4,60	4,53	-0,07
	Os Professores Demonstram Conhecimento em Relação as Atividades	4,60	4,50	-0,10
	Você se Sente Seguro com o Atendimento Oferecido	4,80	4,43	-0,37
	Os Professores Entendem as Suas Necessidades (O que Você Procura)	4,43	4,37	-0,07

Fonte: Dados da Pesquisa.

Analisando o quadro acima, observa-se que todos os *gaps* do aspecto garantia foram negativos, também pela ocorrência das percepções serem menores do que as expectativas, onde resulta em uma qualidade não muito boa. Neste caso a forma de prestar um serviço de forma que garantia a segurança dos alunos não satisfaz o que foi esperado pelos mesmos.

Neste aspecto os alunos esperam cortesia dedicada dos funcionários, a segurança na hora de passar a ficha de treino e o acompanhamento durante a realização do mesmo, onde o comportamento dos funcionários ou de alguns desses pode ter influenciado para o resultado desta dimensão ter todos os *gaps* negativos, não atendendo as exigências dos clientes.

#### 4.2.6. Análise sobre empatia

O quadro 5 apresenta que todos os *gaps* são negativos, onde o mais crítico se dá para o item tratamento personalizado com (-0,23), e o menos crítico no item o atendimento na recepção é rápido com (-0,03).

Quadro 5 - Análise Sobre o Aspecto Empatia

Aspecto	Itens	Expectativa	Percepção	Gap
Empatia	Tratamento Personalizado Sem Serviço de Personal	4,17	3,93	-0,23
	Horário de Funcionamento	4,73	4,63	-0,10
	O Atendimento na Recepção é Rápido	4,57	4,53	-0,03
	Interesse e Disposição na Prestação de Serviços	4,57	4,43	-0,13
	Comunicação Clara com o Cliente	4,43	4,3	-0,13

Fonte: Dados da Pesquisa.

Percebe-se então que no aspecto empatia para todos os itens abordados, apresenta uma qualidade insatisfatória, onde a percepção é menor que a expectativa. Pode-se concluir que a

vontade na prestação de serviço sobre atendimento, interesse e comunicação não atendeu as expectativas dos alunos. Os alunos esperam tratamento personalizado, horários que atendam suas necessidades, uma boa relação entre aluno e funcionário, ou seja, um tratamento que atenda às suas necessidades básicas. Portanto, conclui-se que a academia não atendeu as exigências dos clientes, resultando em um *gap* negativo para todos os itens.

#### 4.2.6. Análise sobre capacidade de resposta

De acordo com o quadro 6, todos os itens do aspecto capacidade de resposta apresentam um *gap* negativo (percepções abaixo das expectativas). O item com *gap* mais crítico foi para o item resposta ágil a reclamações e problemas com (-0,30) e o menor crítico foi os professores nunca estão ocupados para atender aos pedidos dos alunos com (-0,07).

Quadro 6 - Análise Sobre o Aspecto Capacidade de Resposta

Aspecto	Itens	Expectativa	Percepção	Gap
Capacidade de Resposta	Os Funcionários prestam um serviço eficaz	4,60	4,40	-0,20
	Os Professores sempre estão Dispostos a ajudar	4,57	4,40	-0,17
	Os Professores Nunca Estão Ocupados para Atender aos Pedidos dos Alunos	4,23	4,17	-0,07
	Resposta Ágil a Reclamações e Problemas	4,33	4,03	-0,30

Fonte: Dados da Pesquisa.

Deste modo, a qualidade é considerada como ruim pois existe uma falha dos funcionários em relação a responder e atender as necessidades e as expectativas dos alunos, resultando na insatisfação dos mesmos. Pode-se observar que para este aspecto todos os itens tiveram *gaps* negativos, portanto pode ser resultado proveniente dos funcionários ou professores não ter atendido corretamente as necessidades dos clientes.

#### 4.2.8. Análise sobre confiabilidade

A análise do quadro 7 sobre o aspecto confiabilidade apresentou (2) dois *gaps* críticos que foram disponibilidade de estacionamento com (-1,27) e promoções e pacotes de desconto com (-2,98). Porém, nem todos os itens deste aspecto foram negativos, para cumprimento de horários e prazos com (0,03) e diversidade de serviços (modalidades) também com (0,03).

Quadro 7 - Análise Sobre o Aspecto Confiabilidade

Aspecto	Itens	Expectativa	Percepção	Gap
Confiabilidade	Cumprimento de Horários e Prazos	4,63	4,67	0,03
	Exatidão do Serviço	4,40	4,23	-0,17
	Diversidade de Serviços (Modalidades)	4,57	4,60	0,03
	Disponibilidade de Estacionamento	4,17	2,90	-1,27
	Promoções e Pacotes de Desconto	4,40	1,42	-2,98

Fonte: Dados da Pesquisa.

Percebe-se então que (3) itens avaliados pelos alunos apresentaram *gaps* negativos (percepção menor que a expectativa), onde pode se concluir que a qualidade é insatisfatória, não atendendo o que os alunos esperavam. Já para os demais itens apresentaram *gaps* positivos (percepção maior que a expectativa), onde pode ser considerado que o serviço oferecido pela academia atendeu as expectativas apresentando assim um serviço de qualidade.

Neste aspecto, o usuário espera que o que foi prometido seja executado. Para (2) dois itens, é possível observar que a academia cumpriu com o que foi prometido, várias modalidades, ou seja, mais opções para os usuários escolher qual a melhor que agrada, cumprimento dos horários e prazos, onde o estabelecimento cumpriu o que prometeu, tendo a confiabilidade dos alunos.

Os itens mais críticos deste aspecto, se dá pelo motivo dos usuários não estarem satisfeitos com o que foi percebido, onde o estacionamento só é válido para motos e bicicletas e com uma quantidade específica de vagas, não atendendo à todos que frequentam a academia. Já para promoções e pacotes de desconto, é necessário que a academia possa oferecer mais promoções e promover desconto, pois os valores cobrados que no período de crise econômica no país não são compatíveis com a realidade dos alunos.

## **5. Conclusão**

O corrente estudo buscou analisar a diferença entre a expectativa e a percepção da qualidade de serviço oferecido por uma academia de ginástica no município de São João da Barra, sob o foco do cliente, por meio do método *SERVQUAL*.

Os resultados obtidos neste trabalho demonstram que o serviço prestado em vários aspectos encontra-se abaixo do esperado. A colocação entre as expectativas e percepções apresentou em quase todos os aspectos, com exceção dos itens o “2, 18 e 20”, um *gap* negativo, assinalando qualidade insatisfatória por parte do serviço concedido.

Tendo em entendimento os resultados da pesquisa e no objetivo de corrigir as deficiências apresentadas pelos aspectos do *SERVQUAL*, seria importante a academia adquirir mais equipamentos, aumentar a área de estacionamento para atender mais alunos, estabelecer um horário específico fora do horário de funcionamento para limpeza das instalações e equipamentos, estabelecer um pacote de promoções e descontos na mensalidade dos alunos. Além da relação de funcionários e aluno ser de grande importância, para que as atividades possam ser executadas e que possam atingir os objetivos que os clientes desejam.

A academia deve continuar investindo na diversidade de modalidades, pois os alunos irão continuar tendo mais opções de escolha, podendo assim optar na atividade que melhor lhe agrada. Deve também continuar cumprindo os horários e prazos prometidos aos clientes, onde os mesmos perceberam que o prometido foi cumprido conforme o proposto pelo estabelecimento estudado.

Sobre climatização, som e iluminação adequados, é necessário que o estabelecimento invista nesses itens para que a qualidade dos mesmos passe a ser percebidas pelos alunos, deixando de ser indiferente.

## REFERENCIAS

ARAUJO, Jefferson Jesus; SILVA, Ana Cristina G. Castro. **Aplicação da Ferramenta Servqual para Mensurar a Satisfação dos Clientes em uma Academia de Ginástica em Petrolina – PE**. ENEGEP, 2016. Internet. Disponível em: < [http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN\\_STP\\_227\\_329\\_28797.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STP_227_329_28797.pdf)>. Acesso em: 10 de Setembro de 2017.

BARRETO, Eduardo Guimarães Lima; SANTOS, Roberta de Lourdes Silva; GOMES, Maria de Lourdes Barreto; SILVA, Luís Bueno. **Uma Análise Sobre a Qualidade de Serviços em uma Academia de Ginástica Através do Método Servqual**. ENEGEP, 2010. Internet. Disponível em: < [http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010\\_TN\\_STO\\_114\\_751\\_17351.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010_TN_STO_114_751_17351.pdf) >. Acesso em: 10 de Setembro de 2017.

BERG, Ernesto. **O momento da verdade do cliente**. 2 de Junho de 2015. Internet. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/o-momento-da-verdade-do-cliente/87737/>>. Acesso em: 13 de Setembro de 2017.

CRANBERRY, toolbox. **A servqual**. Lisboa, Portugal, 2014. Internet. Disponível em: <<http://www.cranberryabc.com/wp-content/uploads/2014/10/Cranberry-CTB-SERVQUAL.pdf>>. Acesso em: 18 de Maio de 2017

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª edição. São Paulo: Atlas. 2008. 28P.  
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos**. 6ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A; 2008. 10P. 14P.

LINHARES, Leticia Mosso de Azevedo; FREITAS, André Luís Policani. **Um Modelo Para Avaliação da Qualidade de Serviços em Academias de Ginástica**. ENEGEP, 2010. Internet. Disponível em: < [http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010\\_TN\\_WIC\\_125\\_809\\_15987.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010_TN_WIC_125_809_15987.pdf)>. Acesso em: 10 de Setembro de 2017.

SABA, Fabio. **Aderência: À prática do exercício físico em academias**. 1º edição. Bela Vista, São Paulo: Editora Manole Ltda, 2001. 4P.

SEBRAE– **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/fitness-opportunidades-e-competitividade-no-avanco-do-mercado/>>. Acesso em: 01 de Junho de 2017.

SILVA, Edna Lucia; MENEZES, Eстера Muskat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 3ª Edição. Revista Atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC.2001.  
SUAREZ, Gregório. **Servqual: Medindo a qualidade em serviços**. 30 de Outubro de 2015. Internet. Disponível em: <<https://qualityway.wordpress.com/2015/10/30/servqual-medindo-a-qualidade-em-servicos-por-gregorio-suarez/>>. Acesso em: 20 de Maio de 2017.

ZANETTE, Elisangela Torrilla. **Análise do perfil dos clientes de academias de ginástica: o primeiro passo para o planejamento estratégico.** Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003. Internet. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3601/000402416.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 21 de Maio de 2017.

WAGNER, Alessandra Souza da Silva. **A Psicopedagogia Resgatando a Aprendizagem.** (Monografia de Pós Graduação) – Institutos Superiores de Ensino do CENSA. Agosto, 2008.