

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA GESTÃO DE ACADEMIAS E SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Deivid Santos do Nascimento¹; Paulo Eduardo Santos²; Luiz Henrique Peruchi³; Pedro Toledo⁴

¹ Estudante de Educação Física; e-mail: deividsdn@gmail.com

² Estudante de Educação Física; e-mail: dpaulero@gmail.com

³ Professor da Universidade Mogi das Cruzes; e-mail: peruchi@umc.br

⁴ Professor da Universidade Mogi das Cruzes; e-mail: proftoledo@gmail.com

Área do Conhecimento: Ciências da Saúde

Palavras-chave: Marketing; Qualidade; Fitness

INTRODUÇÃO

Nos últimos tempos devido as grandes transformações ocasionadas pelos diversos instrumentos de produção acabaram atingindo o mercado das academias de ginásticas, houve um grande crescimento desse nicho de mercado que aumenta consideravelmente a cada ano. Apostar em uma academia de ginástica se tornou um grande negócio, tendo altas possibilidades de lucratividade a quem investe (FURTADO, 2007). Estima-se que nos próximos cinco anos, deve-se crescer em torno de 100% esse nicho de mercado de atividades físicas. “Para concorrer é preciso investir milhões em academias. Aquele salão de bairro não tem mais vez. Pode-se comparar a nova safra de academias aos supermercados, e as antigas às mercearias” (COELHO FILHO, 1998, p. 9). A tecnologia nas academias beneficia o profissional da educação física pois permite um maior controle sobre as ações realizadas pelos alunos, desde o iniciou de suas atividades na academia. A utilização dos meios tecnológicos permite que o professor tenha um acompanhamento rigoroso do seu aluno, ocasionando inúmeras vantagens para a academia, gerando lucratividade para a empresa (FURTADO, 2007). A aplicabilidade da tecnologia mesmo proporcionando inúmeros benefícios a academia, acaba gerando aos professores uma grande exigência nas atividades do dia-a-dia do aluno, pois com um maior controle sobre os resultados a cobrança aos profissionais se torna maior. (LAINO; ENTRIEL; RODRIGUEZ, 2004). O objetivo desse estudo, portanto, foi desenvolver através da tecnologia da informação, uma ferramenta que iria auxiliar na gestão das academias, um aplicativo para dispositivo móvel. Este aplicativo foi desenvolvido para favorecer os gestores em sua administração, realizando a união da tecnologia com a área fitness. Vale ressaltar que inicialmente o aplicativo foi desenvolvido para o sistema operacional *Android*.

OBJETIVOS

Objetivo Geral: Utilizar a tecnologia da informação para auxiliar a gestão de academias.

Objetivos Específicos: Desenvolver um aplicativo de avaliação de aula dos professores de academia para dispositivo móvel; Gerar relatórios para serem utilizados como ferramentas de gestão; e Verificar se o aplicativo será uma ferramenta benéfica à gestão;

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do projeto, será utilizado o programa Appinventor para a criação da ferramenta de avaliação. O programa conterá os artifícios necessários para o

desenvolvimento do aplicativo, ao ser sistematizado o mesmo conterá um teste ao qual haverá 2 opções de avaliação (boa ou ruim), e uma lacuna para justificativa de sua escolha, além de conter as categorias de modalidade (musculação, ginástica e natação) e as informações do aluno (sexo e idade), ao ocorrer a utilização do aplicativo as informações necessárias estarão armazenadas em um banco de dado localizado no Google Drive, que poderá ser acessado pelo gestor através de uma conta no Google.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados gerados a partir do aplicativo nos telefones celulares dos participantes eram armazenados no Google Drive e assim permitiram a elaboração de figuras que facilitaram a visualização. Na Tabela 1 pode-se visualizar a tela visualizada pelos alunos participantes.

Tabela 1: Descrição dos dados contidos nos aplicativos, visualizado pelo aluno.

Data:	
Sexo:	
Aula:	Musculação / Ginástica / Natação
Avaliação:	Boa () Ruim ()
Comentário:	

De acordo com a utilização do aplicativo, os dados foram tabulados em forma de tabelas, aos quais especifica-se a data e hora em que a pessoa utilizou para realizar a avaliação da aula; o sexo da pessoa, identificando-se masculino ou feminino; as aulas com a escolha de três opções, dentre elas musculação, ginástica e natação; a avaliação escolhendo se foi boa ou ruim e por último um comentário que ficaria a critério do aluno na sua avaliação, de como foi a aula.

Na modalidade de musculação 25 pessoas analisaram as aulas, sendo que 79% consideraram as mesmas como *Boa* e 21% como *Ruim*. Os comentários gerados para justificativa da aprovação das aulas foram do tipo *Muito bom realizar esta aula; Estou gostando do resultado, já estou vendo as mudanças em meu corpo; Treino bom para definição*. Para a opção *Ruim* as justificativas foram *insatisfação devido a postura de alguns profissionais, da falta de equipamento específico e da falta de organização do corpo de professores que trabalham na academia*.

Nas aulas de natação, dos 30 alunos que avaliaram 89,5%, optaram por dizer que a aula foi *Boa*, e os comentários evidenciaram a grande satisfação dos alunos em ter aula com determinado professor, elogiando não somente ele, mas também suas aulas, além de destacar as qualidades do profissional, assim citando *Professor competente, Professor atencioso, Ótima aula, Aula dinâmica*. Em relação às pessoas que optaram em dizer que a aula foi *Ruim*, 10,5%, justificaram sua insatisfação com a estrutura e organização, comentando *Água gelada, Não gostei do novo método de escolha dos alunos para realizar a aula, Gostaria que voltasse como antes*.

Por fim, nas aulas de ginástica apenas 2,5% dos 15 alunos que avaliaram, optaram por dizer que a aula foi *Ruim*, justificando sua resposta, dizendo *Profissional conversava muito com as alunas*. Já o restante 97,5% dos alunos estavam satisfeitos com as aulas, escolhendo a opção *Boa* no aplicativo, enfatizando *Aula dinâmica, Aula excelente, Aula divertida, Professor atencioso*.

Os dados mostram uma relação de satisfação do aluno com a academia, o professor e a aula ministrada por eles; além de avaliar de uma forma simples, porém coerente o que o cliente-aluno está achando do serviço prestado pela academia.

Em vista dos dados tabulados e quantificados, podemos constatar a satisfação dos alunos em aula, assim como Kotler; Keller (2015) dizem, que, umas das providências

para o controle de qualidade é acompanhar a satisfação do cliente por meio do sistema de sugestão e reclamação.

Com diversos sistemas de avaliação de atendimento em diversos locais, o aplicativo veio para facilitar a vida dos gestores e do cliente, os resultados foram enviados a um sistema ao qual o responsável pela academia possuía acesso, mostrando de forma coerente e clara a forma como seus clientes veem o local em que o mesmo administra.

Um dos grandes pontos positivos é a praticidade tanto para a avaliação do aluno, quanto para o entendimento do gestor na coleta de dados.

De forma prática podemos ver o quão interessante é a pesquisa, e o que uma ferramenta tão simples pode mostrar informações tão relevantes ao grande mercado de academias; cativar, entender e fidelizar seus alunos leva certo tempo, porém com uma ferramenta dinâmica e eficiente, como um aplicativo para celular, podemos ter uma visão enorme e um entendimento maior dos nossos alunos.

CONCLUSÕES

De acordo com os objetivos propostos ao trabalho, foi realizado um trabalho, pensando em alcançar de forma geral e específica com a finalidade de facilitar a gestão de academias, além de favorecer o desenvolvimento do profissional das academias, e não deixando para traz o principal foco de toda academia que é o cliente. Com o desenvolver do trabalho, um projeto inicial que estava sendo pensado apenas no papel, teve sua realização de forma efetiva e coerente com o passo a passo descrito no projeto. Primeiramente, a ferramenta de avaliação de aula foi desenvolvida de uma forma simples, sendo projetada como um aplicativo para celulares, com todas as funções objetivas, de forma clara e de fácil acesso aos alunos. Os alunos que aderiram a novidade de avaliação de aula, no decorrer do projeto, foram a cada aula fazendo o uso do aplicativo, sendo que, assim que o aluno expôs sua satisfação ao responder o questionário via celular, era gerado automaticamente relatórios já tabelados e enviados a uma conta, ao qual o gestor da academia possuía acesso. Assim, para levar uma fidelização concreta dos clientes, a ferramenta deve ser aplicada juntamente com uma estratégia de marketing, para que assim haja a garantia de ser usados frequentemente, pois iria despertar ainda mais o interesse dos usuários, assim havendo uma rotina nas respostas do questionário via celular. Para finalizar, como foi citado acima, o projeto alcançou todos os objetivos descritos no trabalho, assim para uma futura pesquisa, deve-se abordar de uma maneira diferente, unindo não só as áreas de gestão de academias e de tecnologia de informação, mas também áreas administrativas e de marketing, para que no futuro esta ferramenta tenha uma aplicação geral, sem qualquer tipo de restrição e gerando um instrumento que leve 100% de aproveitamento a ambas as partes, administrador-cliente.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, A. C. **Academias de ginástica e musculação: preparação de recursos humanos**. 2000. 147 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Motricidade) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro-SP, 2000.

BENTO, Alexandre Rodizio; BALAN, Diego; NEGRELLO, Douglas Giovanni; HORI, Hesron Hoffmann. **Importância da tecnologia no acompanhamento das atividades dos alunos de academia**. Disponível:<http://www.convibra.com.br/upload/paper/2013/29/2013_29_8124.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2015.

COELHO FILHO, C. A. de A. **O discurso do profissional de ginástica em grandes academias no Rio de Janeiro**. 1998. 166 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 1998.

FURTADO, Roberto Pereira. Do fitness ao wellness: os três estágios de desenvolvimento das academias de ginástica. **Revista Pensar a Prática**. v. 12. n. 1. 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/fe/article/view/4862/4516>> . Acesso em: 21 mar. 2015.

FURTADO, R. P. Novas Tecnologias e Novas Formas de Organização do Trabalho do Professor nas Academias de Ginástica. **Revista Pensar a Prática**. v.10. n.2. ps. 307-322. Goiânia, 2007.

GRONROOS, C. *A service quality model and its marketing implications*. **European Journal of Marketing**. v. 18 n. 4, ps. 36-44. 1984.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015. xxvi, 765 p..