

Marcelo André Fett

**VALIDAÇÃO DO INSTRUMENTO SQAS (Service Quality Assessment Scale) PARA O
CENÁRIO BRASILEIRO.**

Orientadora: Waléria Christina Resende Fett

Co-Orientador: Eddie T. C. Lam

Cuiabá

2014

Marcelo André Fett

VALIDAÇÃO DO INSTRUMENTO SQAS (Service Quality Assessment Scale) PARA O CENÁRIO BRASILEIRO.

Projeto de pesquisa apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Educação Física do Campus de Cuiabá - Universidade Federal de Mato Grosso - como parte dos requisitos básicos para obtenção do título de Mestre em Educação Física.

Orientadora: Waléria Christina Resende Fett

Co-Orientador: Eddie T. C. Lam

Comissão Examinadora

João Carlos Alchieri

Luiz Fabrizio Stoppiglia

Cuiabá, 02 de dezembro de 2014

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte.

F421v Fett, Marcelo André.
VALIDAÇÃO DO INSTRUMENTO SQAS (Service Quality
Assessment Scale) PARA O CENÁRIO BRASILEIRO / Marcelo
André Fett. -- 2014
31 f. ; 30 cm.

Orientadora: Waleria Christiane Rezende Fett.
Co-orientadora: Eddie T. C. Lam.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Mato Grosso,
Faculdade de Educação Física, Programa de Pós-Graduação em
Educação Física, Cuiabá, 2014.
Inclui bibliografia.

1. SQAS. 2. Escala. 3. Avaliação. 4. Serviços. I. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Permitida a reprodução parcial ou total, desde que citada a fonte.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA
Avenida Fernando Corrêa da Costa, 2367 - Boa Esperança - Cep: 78060900 - Cuiabá/MT
Tel : 65 3615-8837 - Email : mestradoef@ufmt.br

FOLHA DE APROVAÇÃO

TÍTULO : "VALIDAÇÃO DO INSTRUMENTO SQAS (SERVICE QUALITY OF HEALTH-FITNESS CLUBS) PARA O CENÁRIO BRASILEIRO"

AUTOR : Mestrando Marcelo André Fett

Dissertação defendida e aprovada em 02/12/2014.

Composição da Banca Examinadora:

Presidente Banca / Orientador	Doutor(a)	Waléria Christiane Rezende Fett
Instituição : UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO		
Examinador Interno	Doutor(a)	Luiz Fabrizio Stoppiglia
Instituição : UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO		
Examinador Externo	Doutor(a)	João Carlos Alchieri
Instituição : Universidade Federal do Rio Grande do Norte		
Examinador Suplente	Doutor(a)	Carlos Alexandre Habitante
Instituição : UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO		

CUIABÁ.23/08/2021.

ABSTRACT

Background: The increase in the number of gyms is a worldwide and Brazilian phenomenon. Knowing the quality of the service of this segment is important both economically and for the health area. The objective of the present study was to analyze the applicability of the Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs of the services offered by gyms and Health Clubs from Brazil.

Methods: A questionnaire containing 40 SQAS questions based on 6 dimensions was applied. The sample comprised participants ($n = 417$) from six gyms in the state of Mato Grosso, Brazil.

Results: Through an exploratory factor analysis (AFE) of the data collected, six factors emerged after the removal of some items, with 35 items with a coefficient of 0.40 or higher, without double loading: Personal (8 items, $\alpha = 0.873$), Program (5 items, $\alpha = 0.929$), Locker room (5 items, $\alpha = 0.829$), Physical Installation/Building (6 items, $\alpha = .877$), Training Area (5 items, $\alpha = 0.981$), Children's Space (6 items, $\alpha = 0.981$).

Conclusion: The revised Brazilian version of the SQAS includes 35 items and presented consistent psychometric properties. All these items are important for the entrepreneur to develop their business, with emphasis on children's space items and program, which have obtained the highest psychometric indexes. The SQAS has the ability to point out the items that weigh the most for the evaluation of the customers for the service received.

Keywords: Gyms, Service Quality Assessment Scale (SQAS), Exploratory Factor Analysis (EFA).

VALIDAÇÃO DO INSTRUMENTO SQAS (Service Quality Assessment Scale) PARA O CENÁRIO BRASILEIRO.

RESUMO

Introdução: O aumento do mercado de Academias é um fenômeno mundial e brasileiro. Conhecer a qualidade do serviço deste segmento tem importância econômica e para a área de saúde.

Objetivo: Analisar a aplicabilidade do instrumento Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health–Fitness Clubs em tradução livre ESCALA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS (SQAS): Um instrumento para avaliar a qualidade dos serviços oferecidos por Academias, para o cenário brasileiro.

Métodos: Foi aplicado um questionário contendo duas seções: (a) Formulário de perguntas do SQAS contendo 40 itens em 6 dimensões e (b) informação sócio-demográfica. Os participantes (n = 417) de seis Academias participaram do estudo. Através de uma análise fatorial exploratória (AFE) dos dados coletados, seis fatores emergiram após a remoção de alguns itens. A versão brasileira revisada do SQAS inclui 35 itens e apresentou consistentes propriedades psicométricas.

Conclui-se que o SQAS é um instrumento válido que pode ser usado para avaliar a qualidade dos serviços oferecidos por academias no Brasil.

Palavras-chave: Academias, Service Quality Assessment Scale (SQAS), Análise Fatorial Exploratória (AFE).

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO	08
2. JUSTIFICATIVA	09
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
3.1 Conceito de Modelo de Qualidade de Serviços	10
4. OBJETIVOS	13
5. METODOS	14
6. ANÁLISE ESTATÍSTICA	16
7. RESULTADOS	18
7.1 Resultados Demográficos	18
7.2 Resultados Estatísticos	22
8. DISCUSSÃO	24
9. CONCLUSÃO	25
10. REFERÊNCIAS	26
11. ANEXOS	29
11.1 QUESTIONÁRIO SQAS	30

1 - INTRODUÇÃO

A cada ano, os brasileiros têm se tornado mais conscientes sobre aspectos de saúde, portanto, com uma busca cada vez maior pelo mercado que oferece estes serviços. Este cenário está relacionado ao aumento da aderência de pessoas a prática de atividades físicas regulares, consequentemente ao aumento de estabelecimentos que oferecem estes serviços (Aguiar, 2007; Correia, 2009; Kara, 2012; Pedragosa, Saba, 2001; Yildiz, 2011;). As estatísticas mostram que a prática regular de atividades físicas leva a uma menor ausência ao trabalho, por diminuir o número de internações, reduzindo o custo dos serviços de saúde, levando as grandes corporações a investir cada vez mais em academias ou centros de fitness (Mc-Donald & Howland, 1998).

A falta de locais apropriados com segurança e conforto para a prática de atividades físicas nas nossas cidades leva a população a buscar outras opções para a prática regular da atividade física, sendo a Academia de Ginástica e Musculação, uma das opções mais procuradas pela população urbana (Osti, 2009; Saba, 2001; Uhlmann et al., 2009;). O Brasil pela terceira vez consecutiva ocupa a segunda posição no ranking de pais com maior número de academias, ficando atrás somente dos EUA, contando com 22,4 mil empresas do setor em 2012 (Acad, 2013). Isto equivale a um crescimento acima de 50,81% em relação a 2010, com um faturamento na ordem de 2,3 bilhões de reais em 2012. Este número expressivo de academias gerou um mercado competitivo entre si, bem como também com outras empresas ligadas a indústria da saúde-fitness, onde cada vez mais existem espaços destinados a esta prática, em condomínios, prédios, hotéis, resorts e empresas entre outros (Aguiar, 2007).

Com a atenção voltada para o melhor atendimento ao Cliente de Academias de Ginástica e Musculação, houve uma crescente evolução nesta indústria a qual passou a produzir máquinas, equipamentos e instalações de elevada complexidade e qualidade, criando uma atmosfera propícia para este tipo de prática (Karteroliotis, Papadimitriou, 2000). Academias mantidas por entidades como SESI (Serviço Social da Indústria), SESC (Serviço Social do Comércio), SEST/SENAT (Serviço Social do Transporte) para citar apenas algumas, com valores subsidiados aos seus cooperados, competem diretamente com empresas comerciais que oferecem serviços similares (Correia, Pedragosa, 2009). Portanto, conhecer como este mercado opera e quais as características que mais importam para os seus clientes, é importante tanto para o aprimoramento do serviço prestado, quanto para que as empresas consigam estabilidade econômica.

Assim, este trabalho teve como objetivo analisar a aplicabilidade do instrumento Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs em tradução livre ESCALA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS (SQAS): Um instrumento para avaliar a qualidade dos serviços oferecidos por Academias, para o cenário brasileiro.

2 – JUSTIFICATIVA

Utilizando-se de fontes de informação cada vez mais rápidas, a percepção e conseqüente exigência do cliente crescem juntos com o mercado de Fitness. As pesquisas sobre a satisfação dos clientes são essenciais para a sobrevivência de empresas de qualquer setor. O principal objetivo da mensuração da satisfação dos consumidores é, justamente, obter uma avaliação confiável sobre o desempenho da empresa sob o ponto de vista dos mesmos, medindo, assim, a qualidade externa da empresa, indicando caminhos para as decisões futuras (Aguiar, 2007).

Sob intensa competição, a gestão tem que se tornar cada vez mais eficiente, e o surgimento de programas e ferramentas de qualidade do serviço oferecido, as quais afetam diretamente a retenção dos clientes e a vitalidade financeira da empresa, tem sido de grande importância (McDonald & Howland, 1998; Berry, Parasuraman & Zeithaml, 1996). Recursos de marketing têm dado melhor resultado quando investidos para manter os clientes existentes do que atraindo novos (Fornell, 1992; Fornell & Wernerfelt, 1987; Sonnenberg, 1989). Para satisfazer os clientes, a qualidade dos serviços deve atender as expectativas dos clientes (Stum & Thiry, 1991). Segundo Grönroos (1984), a qualidade do serviço pode ser medida através das expectativas dos consumidores e a percepção do serviço oferecido.

Assim, torna-se relevante investigar esta realidade no mercado brasileiro e em especial na região em que o trabalho foi desenvolvido, pois estas informações são ainda desconhecidas.

3 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 - CONCEITO DE MODELO DE QUALIDADE DE SERVIÇOS

Alguns estudos iniciais sobre a qualidade de serviços oferecidos por empresas, eram muito gerais ou genéricos e algumas vezes muito específicos onde ambas abordagens possuem méritos e limitações (Brown, Churchill, & Peter, 1993; Murray & Howat, 2002; Parasuraman et al., 1988). Lam, Zhang e Jensen (2005), por sua vez, desenvolveram uma escala (SQAS), constituída por 40 itens. Esta escala foi aplicada junto a 1202 membros de dez academias de ginástica situadas nos Estados Unidos. Como principal resultado, ficou constatada a multidimensionalidade da qualidade, uma vez que seis dimensões emergiram da análise fatorial. O modelo proposto para este estudo (SQAS) é uma síntese de modelos formulados em diferentes setores industriais (Brady & Cronin, 2001; McDougall & Levesque, 1994; Parasuraman et al.; Rust & Oliver, 1994) com aplicação específica para entidades esportivas e recreacionais (Chelladurai et al., 1987; Howat et al., 1996, 1999; Kim & Kim, 1995; Papadimitriou & Karteroliotis, 2000).

Um modelo multidimensional de qualidade de serviço foi formulado para identificar as variáveis que determinam a percepção da qualidade do serviço oferecido por academias. Neste modelo encontramos seis dimensões abaixo descritas:

- 1- Pessoal
- 2- Programas
- 3- Vestiários
- 4- Instalação Física (Prédio)
- 5- Área de treinamento
- 6- Espaço Infantil

Estas seis dimensões, no entanto podem ser agrupadas sob três itens principais, (Pessoal, Programas de atividades e Espaço Físico), derivados do modelo tri-componente de qualidade de serviço (Brady & Cronin, 2001; Rust & Oliver, 1994), o SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988). Estas seis dimensões feitas sob estes três conceitos são determinantes de qualidade de serviços que podem ser utilizados para captar as percepções dos clientes em relação a qualidades dos serviços oferecidos por academias. As definições destas dimensões são importantes para a clarificação do modelo apresentado.

Como a maior parte dos serviços envolve a interação entre o fornecedor do serviço e seus clientes (Berry, Parasuraman & Zeithaml, 1985) e isto é particularmente verdadeiro e evidente em academias, onde a interação começa ao passar pela porta de entrada, o pessoal de atendimento representa a organização e promove diretamente o serviço junto ao consumidor (Shostack, 1977). A aparência, atitude, conhecimento e cortesia do pessoal tem influência direta sobre a percepção do cliente quanto a qualidade do serviço (Bitner, Booms, & Tetreault, 1990; Brady & Cronin, 2001; Czepial, Solomon, &

Surprenant, 1985). Cottam e Mudie (1999) observam que durante as atividades desenvolvidas na academia, os consumidores irão interagir com os funcionários, e que variáveis como conhecimento e cortesia no atendimento são muito importantes.

Na escala SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), quatro de cinco dimensões são relacionadas como o serviço é fornecido pelo pessoal responsável (i.e., confiabilidade, receptividade, segurança e empatia). Brady & Cronin (2001) afirmaram que os clientes fazem suas avaliações de atitude e comportamento baseados na sua percepção relacionada a dimensão de Qualidade. Em modelos desenvolvidos por Rust & Oliver (1994), McDougall & Levesque (1994), esta dimensão é referida como entrega de serviço e processo de serviço. A ênfase está em como o serviço é entregue (o processo) e não o que é entregue (bem final).

A dimensão Programa não foi encontrada nos modelos genéricos de qualidade dos serviços, os quais não foram feitos especificamente para a indústria e serviços de esporte e saúde (Brady & Cronin, 2001; McDougall & Levesque, 1994; Parasuraman et al., 1988; Rust & Oliver, 1994). Estes modelos não podem ser adaptados pelos pesquisadores para serem utilizados em academias, onde os programas são elementos de extrema importância para este ramo de negócios, afetando diretamente a satisfação do consumidor. O modelo proposto por Kim e Kim (1995) utiliza-se de uma variedade de programas e atividades físicas oferecidas (programas para família, programas para crianças, atividades comunitárias, variedade de esportes, etc). Já Papadimitriou e Karteroliotis (2000) propuseram um programa chamado Availability and Delivery Program, similar ao programa elaborado por Kim e Kim's Program.

Howat et al. (1999) considerou todas as variáveis relacionadas ao espaço físico como centrais e classificou todos os serviços e programas como periféricos. Esta dimensão periférica dos serviços e programas, incluindo algumas variáveis como existência de algum tipo de serviço de atendimento infantil (kids), variedade de atividades, programas recém-lançados, informações atuais sobre novas atividades e assim por diante.

O termo Programa foi utilizado nesta dimensão utilizando-se do modelo de seis fatores. O Espaço Infantil foi uma dimensão separada no modelo SQAS. Todos os modelos de qualidade de serviço investigados, reconheceram a importância da dimensão relacionada ao Espaço Físico (Brady & Cronin, 2001; Chelladurai et al., 1987; Howat et al., 1996, 1999; Kim & Kim, 1995; McDougall & Levesque, 1994; Papadimitriou & Karteroliotis, 2000; Parasuraman et al., 1988; Rust & Oliver, 1994). O conceito de dimensão do Espaço Físico no SQAS representa o espaço construído e também o espaço em torno da construção, como o bairro e vizinhos (Bitner, 1992). Esta dimensão representada pelo fator Ambiência contida no modelo QUESC (Quality Excellence of Sports Centers), (Kim e Kim 1995) que inclui tanto o fator construção como o meio ambiente em que foi construído.

Kim e Kim (1995) reconheceram que espaço adequado, claridade e brilho, espaços modernos, vestiários confortáveis e assim por diante, foram os principais componentes do fator Ambiência nos Centros Esportivos coreanos. Chelladurai et al (1987) indicou que os itens físicos em uma Academia ou

Centro Esportivo estão relacionados aos equipamentos (limpeza, conservação, disponibilidade e variedade), vestiários e o próprio prédio (limpo, de tamanho adequado para a população esperada, horas e dias de funcionamento). Howat et al (1999) identificou três fatores em sua escala de qualidade de serviços para academias e centros de treinamento: Pessoal, Central e Periférico. O fator central de sua escala contém itens relacionados à segurança da empresa, segurança para guardar o veículo dos clientes, prédio limpo e bem organizado e assim por diante.

Consistente com a literatura prévia de qualidade de serviço, o modelo SQAS proposto em seis dimensões foi derivado de três dimensões iniciais: Pessoal, Programa (Programa, Espaço Infantil), e Prédio (Vestiários, espaço físico e espaço de treinamento). A separação do Espaço Infantil do Programa mostrou-se necessário por causa no constante aumento da demanda por este tipo de serviço pelas academias e Centros esportivos (Mintel International Group Limited, 2001). Por razões similares, Lam, Zhang e Jensen (2005) preferiram utilizar apenas o termo genérico Prédio ou construção para discriminar os atributos físicos da empresa, subdividimos em três fatores que são os vestiários, o espaço de treinamento e a construção do prédio, o que poderá proporcionar uma visão mais detalhada sobre a área a ser melhorada pelos proprietários e gerentes destas empresas.

O modelo SQAS com seis dimensões, bem como outros modelos hipotéticos foram examinados a fim de determinar o melhor modelo para academias no cenário brasileiro.

4 - OBJETIVO

Analisar a aplicabilidade do instrumento Service Quality Assessment Scale (SQAS): *An Instrument for Evaluating Service Quality of Health–Fitness Clubs* em tradução livre ESCALA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS (SQAS): *Um instrumento para avaliar a qualidade dos serviços oferecidos por Academias*, para o cenário brasileiro.

5 - METODOS

Foi aplicado um questionário contendo duas seções: (a) Formulário de perguntas do SQAS contendo 40 itens em 6 dimensões e (b) informação sócio-demográfica. Os participantes (n = 417) de seis Academias participaram do estudo. O trabalho de pesquisa foi balizado pela literatura sobre gestão de serviços e estudos empíricos sobre a qualidade dos serviços em academias de ginástica. Este é um estudo transversal realizado com clientes das Academias de Cuiabá no período de Agosto de 2014 onde todos os clientes assinaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), aprovado previamente pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP: 658/CEP/HUJM/09, em 26/06/2009).

A amostra foi calculada a partir dos dados preliminares de 42 academias que possuem situação regular junto ao Cref 11 e 16.800 clientes desta região. Para a seleção da amostra foi realizado o cálculo da densidade de clientes das academias representativos da população de Cuiabá, baseado na sua distribuição entre academias existentes (Cref 11 MT/MS / 2013).

Foi utilizada a expressão:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{E^2} \quad (1)$$

onde: z é obtido da tabela de distribuição normal padronizada; p é a proporção dos clientes; E é margem de erro admitida, a 95% de confiança, com $z=1,96$, erro de 5% ($E=0,05$) e proporção de 0,5 ($p=0,5$). Foram excluídos aqueles que não completaram totalmente o questionário.

Para o estudo foram consideradas as academias com n =+ 500 clientes. Emergiram 16 academias que possuíam esta característica. Todas foram convidadas a participar desta pesquisa, através primeiramente de contato telefônico e após o pesquisador fez contato pessoal com proprietários das respectivas academias. Apenas 6 academias aceitaram participar do estudo. As demais apresentaram explicações para a refutação, tais como: “nossa academia já faz várias pesquisas com os alunos e não queremos aborrecê-los com mais uma”; Alguns proprietários concordaram em conversa pela manhã, e à tarde mudaram de opinião. Outros concordaram, mas depois seus sócios não autorizaram a nossa entrada na academia, entre outras desculpas.

Nestas 6 academias foram realizadas entrevistas utilizando-se questionário para obtenção das respostas os mesmos (n=417) responderam sobre os 40 itens contidos nas seis dimensões e também sobre às características sócio-demográficas e econômicas. Entre as variáveis sócio-demográficas, a idade foi obtida em anos completos. Para avaliar a condição econômica dos clientes foi utilizado a renda *per capita* mensal. Para avaliar a escolaridade considerou-se o número de anos completos estudados sendo categorizados de acordo com critérios da ABEP³⁰ em: primário, científico, superior incompleto, superior completo, pós-graduação, mestrado e doutorado.

As dimensões e itens pesquisados através da aplicação do SQAS são as seguintes:

Dimensão I. Pessoal

1. Possui conhecimento específico e habilidade para a função

2. Aparência
3. Prontidão para o atendimento
4. Paciência
5. Comunicação com os clientes
6. Capacidade da equipe em lidar com reclamações
7. Cortesia
8. Atenção individualizada dos instrutores
9. Consistência do Serviço

Dimensão II. Programa

1. Variedade dos programas (modalidades)
2. Disponibilidade de programas de vários níveis
3. Conveniência dos programas dias e horários
4. Qualidade do conteúdo dos programas
5. Tamanho apropriado das turmas
6. Música (caso tenha)
7. Adequação do espaço

Dimensão III. Vestiários

1. Disponibilidade de armários
2. Manutenção Geral
3. Limpeza
4. Acessibilidade
5. Segurança

Dimensão IV. Construção do Prédio

1. Localização
2. Horário de atendimento
3. Estacionamento
4. Acessibilidade ao Prédio
5. Segurança para estacionar
6. Controle de temperatura
7. Controle de Iluminação
8. Agradabilidade do ambiente

Dimensão V. Área de Treinamento

1. Equipamentos modernos
2. Adequação de sinais visuais e direções (disposição intuitiva)
3. Variedade de equipamentos
4. Disponibilidade dos equipamentos
5. Manutenção geral

VI. Espaço Infantil

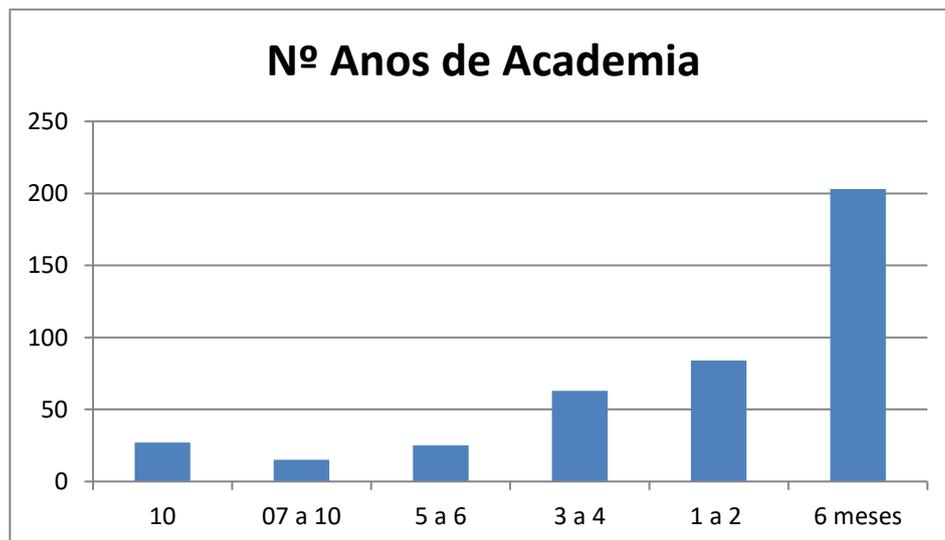
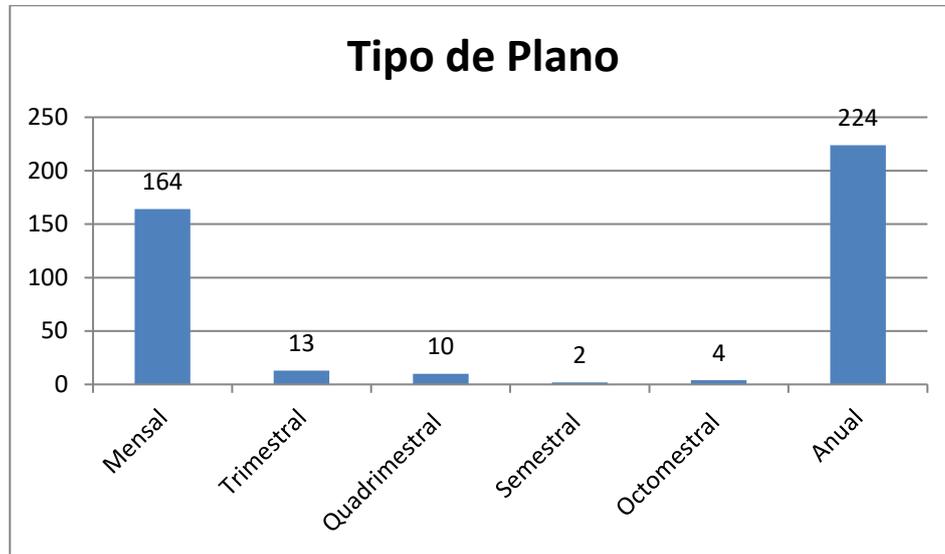
1. Qualidade da equipe e professores
2. Limpeza dos equipamentos e acessórios
3. Horário de funcionamento
4. Adequação do espaço
5. Segurança do espaço
6. Diversidade de aprendizado e novas experiências

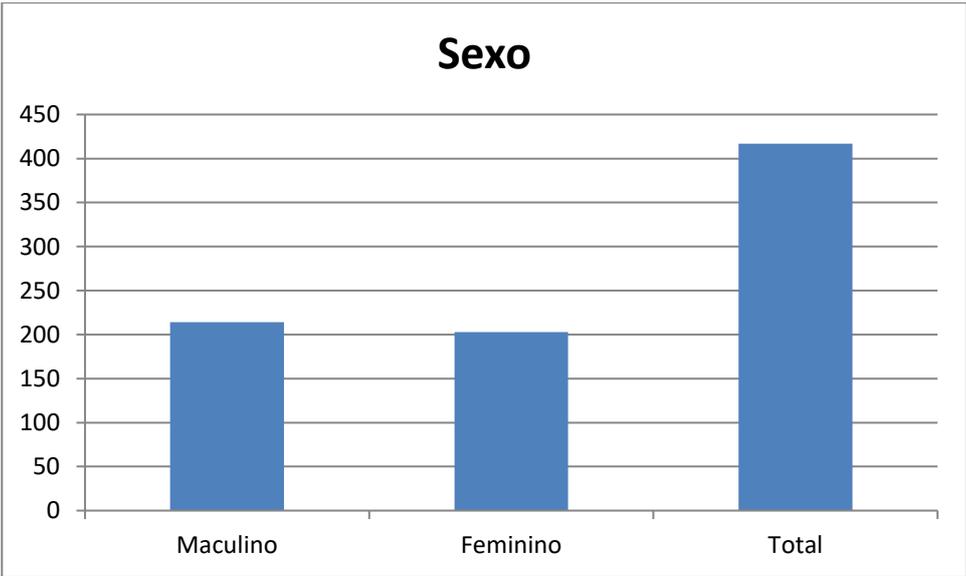
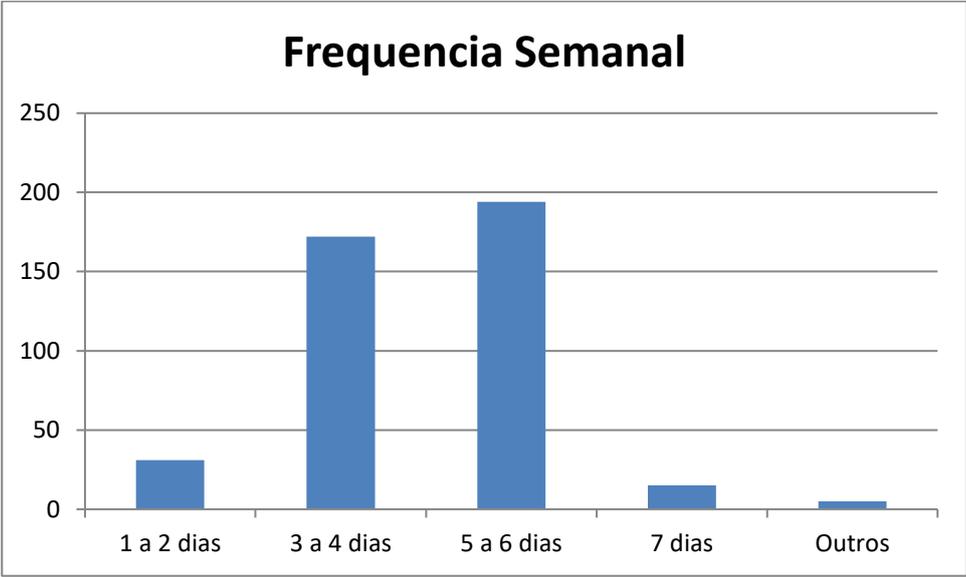
6 – ANÁLISE ESTATÍSTICA

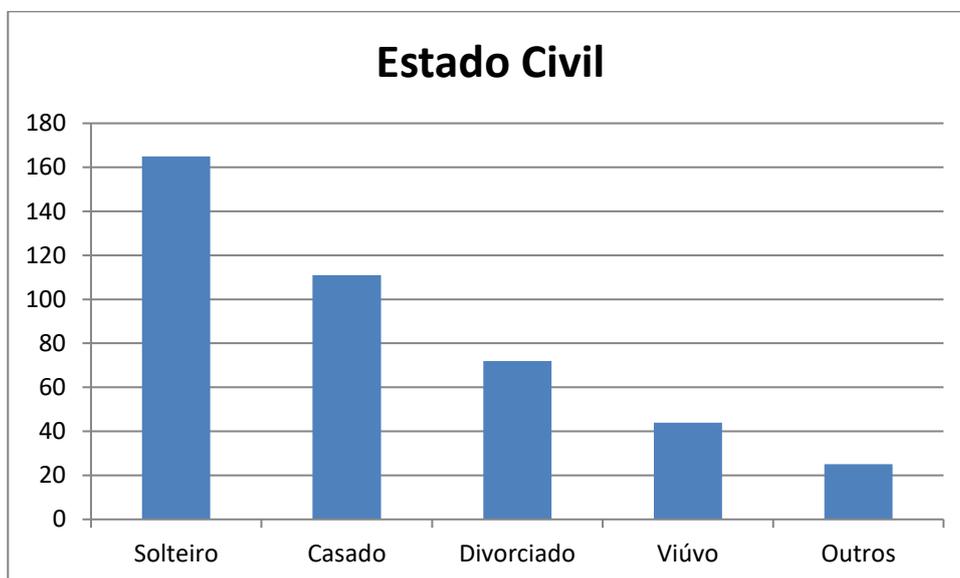
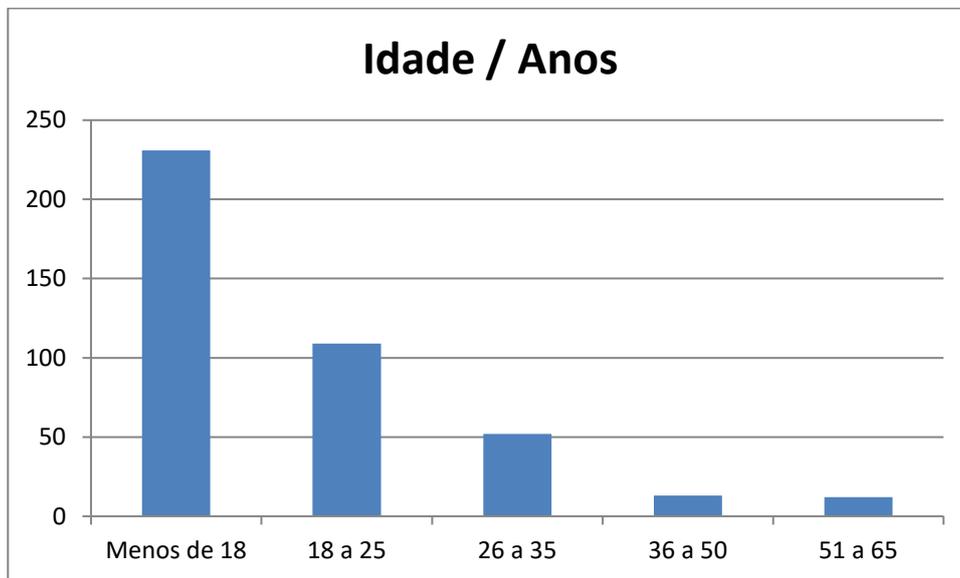
Uma análise fatorial exploratória foi utilizada para examinar a estrutura fatorial da Versão em Português da Escala de Avaliação da Qualidade de Serviço (SQAS-P). A REDUÇÃO DE DADOS (Factor) e ESCALA (Análise de Confiabilidade) (DATA REDUCTION (Factor) and SCALE (Reliability Analysis) procedimentos de SPSS para Windows (PASW Statistics 18, de 2014) foram utilizados para tabular os resultados. O método de extração alfa (Kaiser & Caffrey, 1965) foi utilizado e o número de fatores foi fixada em seis, baseado em estudo anterior (Lam, Zhang, & Jensen, 2005), e rotação promax (Hendrickson & White, 1964) foi usado para obter uma estrutura simples. A escala (Análise de Confiabilidade) de procedimentos do SPSS para Windows (PASW Statistics 18, de 2014) foi utilizada para calcular os coeficientes de confiabilidade alfa (Cronbach, 1951) para todos os fatores retidos.

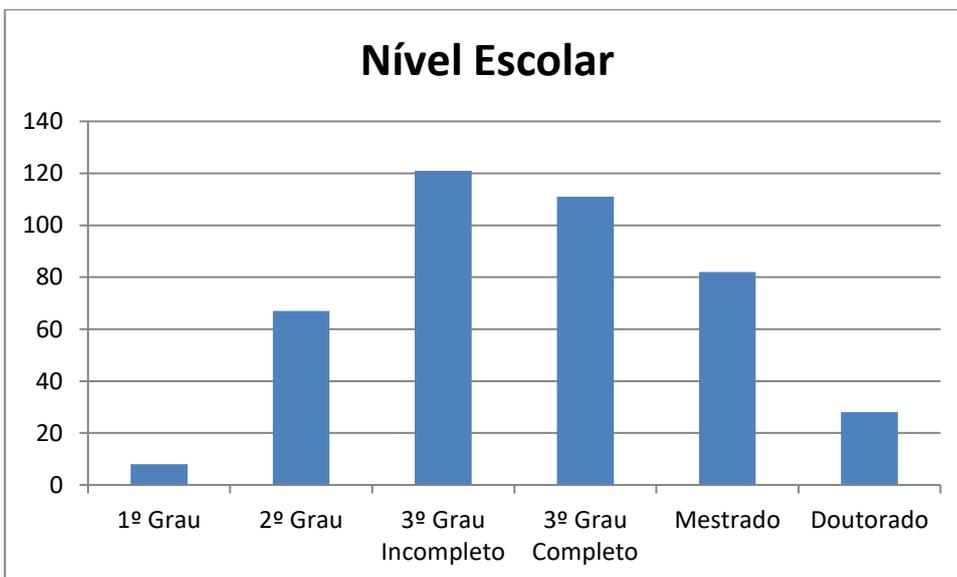
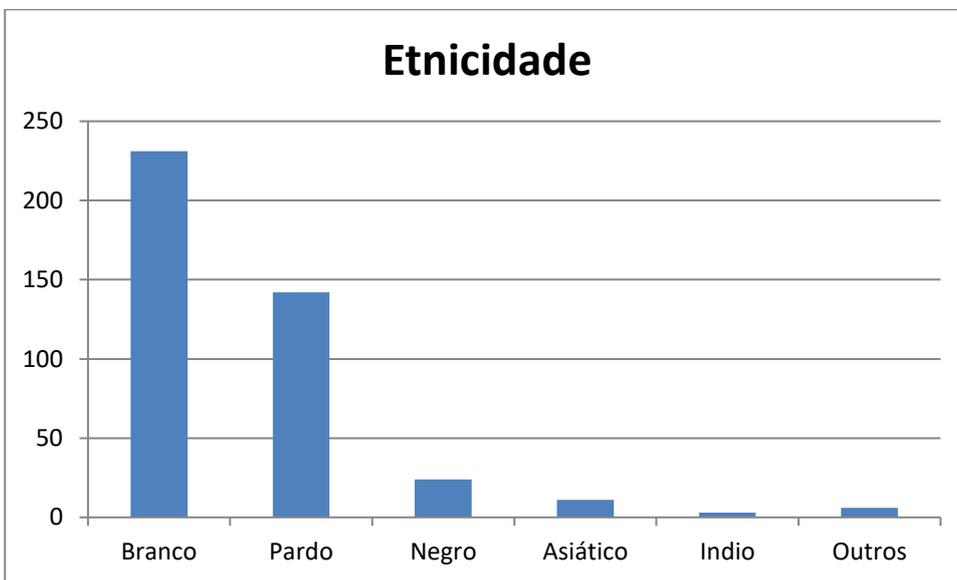
7 - RESULTADOS

7.1 Resultados Demográficos











Participantes:

Participaram deste estudo 417 clientes de 6 Academias da região metropolitana de Cuiabá, sendo 214 homens e 203 mulheres, onde 55,4% consideraram-se brancos, freqüentavam 5-6 vezes por semana a academia (46,5%). A maioria era composta de solteiros (39,6%) e levavam menos de 20 minutos para chegar à sua academia (82,9%). A maioria dos membros (55,6%) estava cursando ou tinha concluído o 3º Grau. Mais da metade dos participantes tinham idade até 18 anos, e eram clientes à pelo menos 6 meses (48,7%), e tinham a renda situada em menos de um à cinco salários mínimos (64%).

7.2 Resultados Estatísticos

Depois de examinar a matriz padrão da rotação Promax, verificou-se que dois itens da dimensão Programa (item 6. Música e 7. Adequação do espaço) foram carregados em mais de um fator. O coeficiente de três itens (2. Aparência e Uniforme) da dimensão Pessoal, e (6. Controle de Temperatura e 7. Controle de Iluminação) ambos da dimensão Instalação Física/Prédio, foram triviais (isto é, todos eles estavam a menos de 0,35) e todos foram removidos. Como resultado desse refinamento, a versão final do SQAS-P incluiu seis fatores e 35 itens: Pessoal (8 itens), Programa (5 itens), Vestiário (5 itens), Instalação física/Prédio (6 itens), Área de Treinamento (5 itens) e Espaço Infantil (6 itens). Todos os 35 itens tiveram um coeficiente de 0,40 ou superior, sem duplo carregamento. Os coeficientes de confiabilidade alfa para estes seis fatores foram 0,873, 0,929, 0,829, 0,877, 0,907, e 0,981 respectivamente. Os intervalos dos coeficientes de confiabilidade alfa (ou seja, 0,83-0,98) sugeriu que todos os itens em cada fator foram confiáveis para estimar a respectiva construção.

Tabela 2. Fator de Coeficientes dos 35-Items SQAS-P

Dimensões	I	II	III	IV	V	VI
<u>I. Pessoal</u> ($\alpha = .873$)						
1. Conhecimento específico e habilidades	.50					
3. Prontidão para o atendimento	.75					
4. Paciência	.83					
5. Comunicação com os clientes	.70					
6. Capacidade da equipe em lidar/reclamaç	.73					
7. Cortesia	.48					
8. Atenção individualizada pelos instrutores	.66					
9. Consistência do Serviço	.76					
<u>II. Programa</u> ($\alpha = .929$)						
1. Variedade dos programas		.81				
2. Disponib.de programas de vários níveis		.90				
3. Conveniência dos programas dias/horár		.86				
4. Qualidade do conteúdo dos programas		.89				
5. Tamanho apropriado das turmas		.74				
<u>III. Vestiários</u> ($\alpha = .829$)						
1. Disponibilidade de armários			.74			
2. Manutenção geral			.45			
3. Limpeza			.71			
4. Acessibilidade			.83			
5. Segurança			.60			
<u>IV. Instalação Física (Prédio)</u> ($\alpha = .877$)						
1. Localização				.53		
2. Horário de atendimento				.60		
3. Estacionamento				.84		
4. Acessibilidade ao prédio				.85		
5. Segurança para estacionar				.65		
10. Adequação de sinais visuais e direções				.47		
<u>V. Área de Treinam.</u> ($\alpha = .907$)						
8. Agradabilidade do ambiente					.70	
9. Equipamentos modernos					.77	
11. Variedade de equipamentos					.98	
12. Disponibilidade de equipamentos					.79	
13. Manutenção geral dos equipamentos					.78	
<u>VI. Espaço Infantil</u> ($\alpha = .981$)						
1. Qualidade da equipe e dos professores						.89
2. Limpeza dos equip. e acessórios						.91
3. Horário de funcionamento						.95
4. Adequação do espaço						.97
5. Segurança do espaço						.97
6. Diversidade de aprendizado/novas exp.						.97

8 – DISCUSSÃO

Este estudo foi designado à validar um instrumento para avaliar a qualidade de serviços oferecidos por Academias. Consistente com a literatura o este estudo confirmou que a qualidade dos serviços é um estudo multidimensional que requer múltiplas dimensões para avaliar as percepções dos clientes. O SQAS consiste de 40 itens sob 6 dimensões: Pessoal (9 itens), Programa (7 itens), Vestiários (5 itens), Instalação Física (Prédio) (7 itens), Área de Treinamento (6 itens) e Espaço Infantil (6 itens). Se for necessário uma escala de avaliação onde todos os itens sejam invariantes para cargas fatoriais, uma escala com 35 itens é proposta: Pessoal (8 itens), Programa (5 itens), Vestiários (5 itens), Instalação Física (Prédio) (6 itens), Área de Treinamento (5 itens) e Espaço Infantil (6 itens) após os resultados serem apresentados através de uma análise fatorial exploratória (AFE) dos dados coletados, onde seis fatores emergiram após a remoção de alguns itens. A versão brasileira revisada do SQAS inclui os 35 itens acima e apresentou consistentes propriedades psicométricas (probabilidades, procedência).

Os Resultados deste estudo fundamentam o modelo SQAS onde a qualidade do serviço pode ser determinada pelos clientes das Academias, como resultado de seus encontros de serviços.

9 - CONCLUSÃO

O instrumento SQAS poderá ser útil para melhorar a gestão empresarial do ramo de academias, pois poderá determinar quais as áreas que mais e que menos satisfazem os seus clientes, que precisam ser mantidas e que precisam de melhorias. Este instrumento poderá ser utilizado para melhor entender as necessidades e valores dos clientes, para que a empresa use efetivamente seus recursos financeiros e humanos de maneira à satisfazer seus clientes. Futuros estudos poderão ser de extrema importância para a melhoria deste instrumento, onde através de uma nova formulação, utilizando-se de metodologias diversas como entrevistas mais amplas e detalhadas, ou estudos longitudinais, para que a empresa venha saber com maior certeza e refinamento de informações, por exemplo, quais os horários preferidos de seus clientes, ou qual tipo de equipamento cardiovascular preferido e mais utilizado. Isto levará à um melhor entendimento sobre os motivos e mecanismos psicológicos que geram a satisfação e insatisfação dos clientes em relação específica a este ramo de trabalho.

Conclui-se que o SQAS é um instrumento válido que pode ser usado para avaliar a qualidade dos serviços oferecidos por academias no Brasil.

10 – REFERÊNCIAS

- Acad, Associação Brasileira de Academias. Revista ACAD Brasil, n. 56, nov. 2011. Disponível em: <www.acadbrasil.com.br>. Acesso em: 30 de maio de 2012.
- Aguiar, Fernanda A. de. Análise da satisfação dos clientes das academias de ginástica da cidade de João Pessoa (PB). 2007. 173f. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa/PB, 2007.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56, 57–71.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54, 71–84.
- Bogomolova, S., Romaniuk, J. & Sharp, A. (2009) Quantifying the extent of temporal decay in service quality ratings. *International Journal of Market Research*.
- Brady, M. K., & Cronin, J., Jr. (2001). Some new thought on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 33–49.
- Brown, T. J., Churchill, G. A., & Peter, J. P. (1993). Improving the measurement of service quality. *Journal of Retailing*, 69, 127–139.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1989). Single sample cross-validation indices for covariance structures. *Multivariate Behavioral Research*, 24, 445–455.
- Chelladurai, P., Scott, F. L., & Haywood-Farmer, J. (1987). Dimensions of fitness services: Development of a model. *Journal of Sport Management*, 1, 159–172.
- Czepial, J. A., Solomon, M. R., & Surprenant, C. F. (1985). *The service encounter*. Lexington, MA: Lexington.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6–21.
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement errors. *Journal of Marketing Research*, 18, 39–50.
- Grönroos, C. (1982). *Strategic management and marketing in the service sector*. Helsingfors, Sweden: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Howat, G., Absher, J., Crilley, G., & Milne, I. (1996). Measuring customer service quality in sports and leisure centers. *Managing Leisure*, 1, 77–89.
- Howat, G., Murray, D., & Crilley, G. (1999). The relationships between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Australian public sports and leisure center customers. *Journal of Park and Recreation Administration*, 17(2), 42–64.

- International Health, Racquet, & Sportclub Association (IHRSA)The 2012 IHRSA global report analyzes industry performance and outlook. EUA, maio 2012.Disponível em: <www.ihrsa.org>.
- Kim, D.; Kim, S.Y. QUESC: an instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of Sport Management*, v. 9, n. 2, pp. 208-220, 1995.
- Lagrosen, S.; Lagrosen, Y. Exploring service quality in the health and fitness industry.*Managing Service Quality*, v. 17, n.1, pp. 41-53, 2007.
- Kim, D., & Kim, S. Y. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea.*Journal of Sport Management*, 9,208–220.
- McDonald, M. A., & Howland, W. (1998). Health and fitness industry. In L. P. Masteralexis, C. A. Barr, & M. A. Hums (Eds.),*Principles and practice of sport management*(pp. 431–451). Gaithersburg, MD: Aspen. SERVICE QUALITY OF HEALTH–FITNESS CLUBS 109
- McDougall, G. H. G., & Levesque, T. J. (1994). A revised view of service quality dimensions: An empirical investigation.*Journal of Professional Services Marketing*, 11,189–209.
- Mintel International Group Limited.(2001).Health and fitness club market.Chicago: Author.
- Murray, D., & Howat, G. (2002). The relationships among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian Sports and Leisure Center.*Sport Management Review*, 5,25–43.
- Osti, L. R. de. Atributos de satisfação como determinantes da lealdade de clientes de academias no Brasil. 2009. 93f. Dissertação (Mestre em Gestão do Desporto) - Programa de Pós-Graduação em Gestão do Desporto, Universidade Técnica de Lisboa, Portugal, 2009.
- Papadimitriou, D. A.; Karteroliotis, K. The service quality expectations in private sport and fitness centers: a reexamination of the factor structure. *Sport Marketing Quarterly*, v. 9, n. 3, pp. 157-164, 2000.
- Parasuraman, A; Zeithaml, V. A.; Berry, L. L.A conceptual model of servicequality and its implications for future research.*Journal of Marketing*, v. 49, pp. 41-50, 1985.
- Pedragosa, V.; Correia, A. Expectations, satisfaction and loyalty in health and fitnessclubs.*International Journal of Sport Management and Marketing*, v. 5, n. 4, pp.450–464, 2009.
- Saba, F. Aderência à pratica de exercícios físicos em academias. São Paulo: Manole,2001.
- Uhlmann, V. C.; Petri, A. A. M.; Damke, L.; Dillmann, C.; Zamberlan, L. Motivações e a satisfação de usuários de academias de ginástica. In: SemeAd – Seminário emAdministração, 12., 2009, São Paulo, anais eletrônicos. São Paulo: SemeAd, 2009.

Yildiz, S. M. An importance-performance analysis of fitness center service quality:empirical results from fitness centers in Turkey. *African Journal of Business Management* , v. 5, n. 16, pp. 7031-7041, 2011.

Yildiz, S. M; Kara, A. A re-examination and extension of measuring perceived servicequality in physical activity and sports centres (PSC): QSport-14 scale. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, v. 13, n. 3, pp. 189-208, 2012.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985).Problems and strategies in service marketing.

11- ANEXOS

11.1 – Questionário SQAS

SERVICE QUALITY ASSESSMENT SCALE (SQAS)

	E SERVIÇO ESPERADO Quão importante isto é para você?								P SERVIÇO RECEBIDO Como sua Academia está se saindo?															
	Menos Importante			Médio			Mais Importante		Péssimo			Médio			Excelente									
PESSOAL																								
1. Possui conhecimento e habilidades	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
2. Aparência e uniforme	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
3. Vontade de ajudar	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
4. Paciência	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
5. Comunicação com os clients	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
6. Resposta aos problemas e reclamações	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
7. Cortesia	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
8. Atenção individualizada pelos instrutores	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
9. Consistência do Serviço proposto /oferecido	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
AULAS/PROGRAMA																								
1. Variedade de aulas/programas	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
2. Disponibilidade de aulas em vários níveis.	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
3. Conveniencia das aulas/programas (horários)	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
4. Qualidade do conteúdo das aulas/programas	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
5. Tamanho apropriado das turmas/aulas	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
6. Música (caso tenha)	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
7. Adequação do espaço	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
VESTIÁRIOS																								
1. Disponibilidade e qualidade dos Armários	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
2. Manutenção geral	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
3. Limpeza do chuveiro e area molhada	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
4. Acessibilidade	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
5. Segurança	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
INSTALAÇÃO FÍSICA/PRÉDIO																								
1. Conveniencia e localização	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
2. Horário de funcionamento	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
3. Disponibilidade para estacionar	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
4. Acessibilidade ao prédio	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
5. Segurança para estacionar	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
6. Controle de Temperatura	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
7. Controle de Iluminação	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
ÀREA DE TREINAMENTO																								
1. Agradabilidade do ambiente	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
2. Equipamentos modernos	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
3. Adequação de sinais visuais e direções	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
4. Variedade de equipamento	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
5. Disponibilidade de equipamento	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
6. Manutenção geral dos equipamentos	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
ESPAÇO KIDS																								
1. Qualidade da equipe e professors	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
2. Limpeza dos equipamentos e acessórios	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
3. Horário de funcionamento	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
4. Adequação do espaço	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
5. Segurança do espaço	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA

6. Diversidade e qualidade do conhecimento ensinado	1	2	3	4	5	6	7	NA	1	2	3	4	5	6	7	NA
---	---	---	---	---	---	---	---	----	---	---	---	---	---	---	---	----

Copyright by Eddie T. C. Lam, Ph.D