

# MUITO + GESTÃO

**Anais da Semana Científica e de Extensão**

Escola de Negócios - Univali  
Curso de Administração  
Campus de Biguaçu

## **Pesquisa de satisfação de cliente na academia Stilo Natural**

Bruna Marina Oliveira dos Santos<sup>1</sup>

Maria Albertina Bonin<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente estudo foi realizado na área de marketing e teve como principal objetivo realizar uma pesquisa de satisfação dos clientes da academia Stilo Natural, como objetivos específicos esse trabalho teve: verificar o nível de satisfação de seus clientes, identificar pontos fortes e fracos e sugerir melhorias de ação. A empresa estudada está localizada na cidade de Antônio Carlos, e atua no ramo fitness há 2 anos. Este estudo iniciou-se com a fundamentação teórica abordando temas relevantes, embasado na literatura da área de marketing. A presente pesquisa possui uma abordagem quantitativa e se caracteriza de forma descritiva, buscando-se, por meio da quantificação e análise dos dados coletados, avaliar a satisfação dos clientes da empresa Stilo Natural. Realizou-se também a aplicação e a análise de questionários em cada modalidade pesquisada onde 71 questionários foram aplicados na modalidade de musculação, e 33 nas modalidades de hidroginástica/hidrojump, sendo feito antes aplicação de um pré-teste. A análise dos dados obtidos com os questionários se fez de forma predominantemente quantitativa. Após essa etapa utilizou-se o software Excel, para a tabulação dos dados e construção dos gráficos apresentados no trabalho. Os resultados da pesquisa foram analisados, disponibilizando a análise dos pontos fortes e fracos da empresa e ainda o conhecimento da percepção dos alunos referente aos serviços oferecidos pela empresa. A partir da análise dos resultados identificou-se como pontos fortes a climatização, atendimento, banheiro\vestiário, localização, dias e horários de funcionamento, aparência interna e externa, aparência dos funcionários, preços praticados, serviços periféricos, horários disponíveis e tempo de duração das aulas, quantidade de alunos por aula nas modalidades hidroginástica e hidrojump, disposição e prestatividade por parte dos instrutores de hidroginástica e hidrojump, relação valor pago serviço oferecido, conhecimento técnico dos instrutores, qualidade e estado de conservação dos aparelhos, quantidade de aparelhos disponíveis, mix (músicas das aulas, música ambiente, televisão e espelhos, tempo de espera para uso dos aparelhos, layout disposição dos aparelhos, quantidade de materiais extras (bolas, pesos, colchonetes, bicicletas e caneleiras etc.) e identificou-se como pontos fracos o atendimento da recepção, estacionamento, tamanho da sala de musculação, presteza e orientação dos instrutores

Palavras-chave: Satisfação de clientes, Marketing, Serviços

---

<sup>1</sup> Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. brunamariana961@gmail.com

<sup>2</sup> Prof<sup>a</sup>. MSc. Orientadora, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. mbonin@univali.br