

## **Como avaliar a retenção em Health & Fitness Clubs:**

### **Proposta de Estudo**

**Gonçalves, Celina** (Mestre)

Instituto Politécnico de Bragança

**Correia, Abel** (Doutor) FMH-UTL; **Cardoso, Margarida** (Doutor) EG-ISCTE

### **RESUMO**

**Introdução:** No contexto desportivo actual, constata-se que os Ginásios/Health & Fitness Clubs procuram trocas sociais e económicas, trocas de significados e emoções, para além de irem ao encontro do seu grupo alvo na constante procura de alcançar os seus objectivos. Com o crescente aumento da concorrência é preciso preservar e conquistar uma posição que satisfaça o sócio. Deste modo, os Clubes de fitness precisam de compreender os praticantes face às diversas possibilidades de prática e de posicionar as suas actividades perante a concorrência. É preciso ser influente e influenciar a mente dos sócios.

A pergunta de partida que nos move é neste estudo é: Em que medida é que o posicionamento, isto é, a percepção dos sócios contribui para a retenção e fidelização de clientes na rede SOLINCA Health & Fitness Clubs.

**Metodologia:** Construiu-se um modelo de análise formado por quatro dimensões (recursos, acessibilidade, o serviço em si e imagem) num total de 24 itens. Na recolha de dados secundários utilizar-se-á a observação directa e a análise documental e nos dados primários o questionário aplicado aos sócios, a construção do questionário teve como base a identificação de potenciais atributos relevantes através da elaboração de uma extensa lista de atributos e a recolha de dados será feita através de uma amostra não probabilística.

O tratamento da análise documental e realizar-se-á através da análise de conteúdo temática de tipo “lógico-semântico”, como é proposto por Bardin (1977) e Vala (1990). Na estatística descritiva utilizar-se-á parâmetros de tendência central e dispersão e na estatística inferencial utilizar-se-á a análise discriminante e a análise factorial em componentes principais (Aaker, Kumar, & Day, 2001).

**Resultados:** Com a presente proposta de estudo, e considerando a dimensão e importância do mercado do Fitness em Portugal, pretende-se identificar e diferenciar os serviços de Fitness da rede SOLINCA Health & Fitness Clubs perante a concorrência e na medida em que esse posicionamento induz a retenção, na perspectiva do sócio. Só mediante o conhecimento do posicionamento percebido pelo sócio é que podemos perceber se este vai ou não de encontro ao posicionamento estratégico do Clube de Fitness e elaborar novas estratégias de reposicionamento para retenção e fidelização de sócios.

**Conclusão:** Na sequência do posicionamento percebido, o conhecimento dos atributos associados a esse posicionamento poderá contribuir para a elaboração do posicionamento estratégico geral da rede, assim como para a melhoria da qualidade e satisfação do serviço prestado.

## **Proposta para apresentação de Comunicação**

Celina Raquel Nunes Gonçalves  
Bouxinhas, Almoster  
3250-025 Alvaiázere  
Tel.: 962988289, Fax: 236651048  
[celinag@ipb.pt](mailto:celinag@ipb.pt)