

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE EDUCAÇÃO FÍSICA  
CURSO DE BACHARELADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

JESSICA CAROLINE SANTOS MARTINS

**A IMPORTÂNCIA DO ESPAÇO *KIDS* EM ACADEMIAS *FITNESS* DA  
CIDADE DE CURITIBA/PR, NA PERSPECTIVA DAS MÃES**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA  
2019

JESSICA CAROLINE SANTOS MARTINS

**A IMPORTÂNCIA DO ESPAÇO *KIDS* EM ACADEMIAS *FITNESS* DA  
CIDADE DE CURITIBA/PR, NA PERSPECTIVA DAS MÃES**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à disciplina de TCC2 do Curso de Bacharelado em Educação Física do Departamento Acadêmico de Educação Física - DAEFI da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, como requisito parcial para a aprovação na mesma.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra.: Ana Paula Cabral Bonin Maoski

CURITIBA  
2019



Ministério da Educação  
Universidade Tecnológica Federal do  
Paraná  
Câmpus Curitiba  
Diretoria de Graduação e Educação  
Profissional  
Departamento de Educação Física  
Bacharelado em Educação Física



---

---

## TERMO DE APROVAÇÃO

### A IMPORTÂNCIA DO ESPAÇO KIDS NAS ACADEMIAS FITNESS DA CIDADE DE CURITIBA/PR, NA PERSPECTIVA DAS MÃES

Por

**Jessica Caroline Santos Martins**

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi apresentado em 08 de novembro de 2019 como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharelado em Educação Física. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho **aprovado**.

---

Profa. Dra. Ana Paula Bonin Maoski  
Orientador

---

Prof. Dr. Gilmar Afonso  
Membro titular

---

Profa. Dra. Priscila Marconcini  
Membro titular

\* O Termo de Aprovação assinado encontra-se na coordenação do curso.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus por ter me dado o dom da vida. Ao meu filho Joaquim que me deu rumo e força de vontade para chegar até aqui, aos meus pais e família que me incentivaram grandemente nesses anos.

Agradeço minha orientadora Ana Paula Bonin, que sempre esteve disposta a me ajudar. Agradeço também a minha instituição por ter me dado as ferramentas que me permitiram chegar ao final desse ciclo de maneira satisfatória.

## RESUMO

MARTINS, Jessica Caroline Santos. **A importância do espaço kids em academias *fitness* da cidade de Curitiba/PR, na perspectiva das mães.** 2019. 41f. Trabalho De Conclusão de Curso (Graduação) Bacharelado em Educação Física –Departamento Acadêmico de Educação Física. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

A vida de uma mulher tende a mudar muito após se tornar mãe tendo em vista que agora ela tem uma grande responsabilidade ao criar um novo ser humano. Inúmeras vezes, acaba deixando de lado o exercício físico, mesmo sendo importante para seu bem-estar, para atender às demandas dessa nova fase de vida que se apresenta com responsabilidades muitas vezes não compartilhada com uma rede de apoio. O objetivo deste trabalho foi verificar qual a importância do espaço *kids* nas academias *fitness* da cidade de Curitiba/PR, na perspectiva das mães como forma de incentivo e auxílio à nova rotina das mesmas que frequentam esses espaços. Enquanto procedimentos metodológicos, este estudo se caracteriza como descritivo exploratório e quantitativo. Participaram da amostra 150 mulheres que possuem filhos com idade de 3 a 7 anos e que frequentaram ou frequentam alguma academia *fitness*. O instrumento de pesquisa aplicado foi um questionário online para verificar qual a importância atribuída pelas participantes aos espaços *kids* de qualidade nas academias *fitness*, no qual 83,4 % consideraram de muita importância. Em relação ao espaço *kids* ser um fator determinante para a escolha de uma possível academia de ginástica, 94% consideraram que sim e 99,3% aumentariam sua satisfação como cliente se frequentassem uma academia com o espaço *kids*. Logo de acordo com o presente estudo o espaço *kids* tem muita importância, sendo também para a maioria uma prerrogativa na contratação dos serviços da academia de ginástica, lembrando que o profissional de educação física tem um papel muito importante na vida dessas mães em relação ao incentivo à prática de exercícios físicos.

**Palavras-chave:** Maternidade. Academia Fitness. Espaço Kids.

## **ABSTRACT**

MARTINS, Jessica Caroline Santos. **The importance of kids space in fitness centers in the city of Curitiba/PR**. 2019. 41p. Completion of Course Work (Diploma in Physical Education) - Academic Department of Physical Education. Federal Technological University of Paraná, Curitiba, 2019.

A woman's life tends to change a lot after becoming a mother because she now has a great responsibility in creating a new human being. Countless times, she leaves physical exercise aside, even though it is important for her well-being, to meet the demands of this new phase of life that presents itself with responsibilities that are often not shared with a support network. The objective of this work was to verify the importance of the kids space in the fitness centers in the city of Curitiba/PR, from the perspective of mothers as an incentive and aid to the new routine of those who frequent these spaces. As methodological procedures, this study is characterized as exploratory descriptive and quantitative. The sample included 150 women who have children aged from 3 to 7 years and who attended or are attending a fitness center. The applied research instrument was an online questionnaire to verify the importance attributed by the participants to the quality kids spaces in the fitness centers, in which 83.4% considered of great importance. Regarding the kids space being a determining factor for the choice of a possible gym, 94% considered that yes and 99.3% would increase their customer satisfaction if they attended a gym with kids space. Therefore, according to the present study, the Kids space is very important, and for most of them it is also a prerogative in the hiring of gym services, remembering that the physical education professional has a very important role in the lives of these mothers in relation to encouraging the practice of physical exercises.

**Keywords:** Maternity. Fitness Center. Kids Space.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Idade das participantes	Error! Bookmark not defined.2
Gráfico 2. Estado Civil das Participantes	222
Gráfico 3. Quantidade de filho(s) entre 3 e 7 anos.....	23
Gráfico 4. Quantidade de participantes que trabalham fora	233
Gráfico 5. Participantes que tem rede apoio .....	24
Gráfico 6. Percepção sobre a rotina de cuidado com seu(s) filho(s).....	24
Gráfico 7. Frequência na academia após ser mãe.....	25
Gráfico 8. Duração da frequência nas academias.....	25
Gráfico 9. Conhecimento sobre benefícios do exercício físico.....	26
Gráfico 10. Percepção sobre a dificuldade de ascensão da prática de exercícios físicos.....	26
Gráfico 11. Percepção sobre frequência em academias com espaço kids .....	27
Gráfico 12. Importância do espaço kids .....	27
Gráfico 13. Espaço kids enquanto fator determinante na escolha da academia .....	28
Gráfico 14. Valor da mensalidade x Espaço kids .....	28
Gráfico 15. Satisfação como cliente x espaço kids .....	29

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	Error! Bookmark not defined.	0
	Error! Bookmark not defined.	1
	1.3 OBJETIVO GERAL	Error! Bookmark not defined.2
	1.3.1 Objetivo(s) Específico(s)	Error! Bookmark not defined.2
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>Error! Bookmark not defined.3</b>
	Error! Bookmark not defined.	3
	2.2 GESTÃO DE ACADEMIAS	Error! Bookmark not defined.4
	2.3 ESPAÇO KIDS	Error! Bookmark not defined.7
	2.4 SATISFAÇÃO DO CLIENTE	Error! Bookmark not defined.7
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA DE PESQUISA</b>	<b>Error! Bookmark not defined.20</b>
	3.1 TIPO DE ESTUDO	Error! Bookmark not defined.20
	3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA	Error! Bookmark not defined.20
	3.3 CRITÉRIO DE INCLUSÃO	Error! Bookmark not defined.20
	3.4 CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO	Error! Bookmark not defined.20
	3.5 PROCEDIMENTOS E INSTRUMENTOS	Error! Bookmark not defined.21
	Error! Bookmark not defined.	21
	Error! Bookmark not defined.	1
<b>4</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>Error! Bookmark not defined.2</b>
<b>5</b>	<b>DISCUSSÃO</b>	<b>Error! Bookmark not defined.30</b>
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>Error! Bookmark not defined.33</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>Error! Bookmark not defined.34</b>
	Error! Bookmark not defined.	40

## 1 INTRODUÇÃO

É inegável o quanto as mulheres são cobradas a manter um padrão estético, segundo os autores Araújo e Leoratto (2013), atualmente se manter no padrão de beleza é mais cansativo que os rígidos e apertados espartilhos que eram utilizados décadas atrás, tornando elas as consumidoras mais cobiçadas para a indústria de estética e beleza. E nesse contexto percebe-se que:

As exigências de adequação às imposições do mercado recaem com maior ênfase sobre o corpo da mulher. Isso fica evidente ao observarmos os produtos e serviços produzidos e consumidos em maior escala para e pelo segmento feminino. Porém, faz-se importante destacar que o sucesso na comercialização destas práticas necessita da identificação do consumidor que se busca seduzir. Assim, as práticas corporais ambientadas em academias de ginástica devem se apresentar de modo a encantar suas potenciais consumidoras, objetivando sua identificação com o serviço oferecido (BORGES et al. 2007, p. 242).

Sendo o ambiente de academias de ginástica atrativo para o público feminino e segundo Gonçalves (2012), as mulheres costumam ter maior aderência aos exercícios físicos do que os homens, contudo, é importante destacar que ao se tornar mães são obtidas pela mulher inúmeras responsabilidades que por muitas vezes não são compartilhadas com outras pessoas, ou seja, com uma rede de apoio, o que pode influenciar nessa aderência às academias de ginástica.

Além disso, o fato de existirem academias em funcionamento, não quer dizer que a maioria da população vai frequentar regularmente (SILVA; FRANCO; JORGE, 2011, p.35).

As responsabilidades pós-maternidade que muitas vezes não são divididas com mais pessoas, podem dificultar a prática de exercícios físicos e a frequência dessas mulheres em academias de ginástica.

Para Bandeira e Sei dl-de-Moura (2012) o investimento e cuidado para que um filho se desenvolva bem e saudável, geralmente é realizado pela mãe independente do contexto. Sendo uma atitude necessária para que crianças humanas se desenvolvam, já que nascem frágeis e

dependentes de cuidado. Além do fato que a cobrança sobre ter um corpo *fitness*, não diminui quando as mulheres se tornam mãe, logo voltar o quanto antes a ter uma vida equilibrada entre exercício físico e alimentação saudável traz a sensação de dever cumprido.

Sabe aquela sensação deliciosa de dever cumprido, (...). Por dever cumprido entende-se alimentação equilibrada e ginástica praticada com regularidade que resultaram, claro, num corpo super em forma e pronto para ser exibido por aí. É muito bom estar no peso certo, com as curvas em cima e a saúde muito bem, obrigada, reflexo de meses e meses de cuidados constantes e persistentes. Alguém tem alguma dúvida se vale ou não a pena? (BRAGA, 2017, p.56).

Dessa forma, seria interessante investir na gestão de academias para o público materno, justamente pelo meio *fitness* apresentar-se como uma área de constante desenvolvimento e evolução em várias vertentes como a administrativa, a de tecnologia e saúde, trazendo assim mais opções aos segmentos de mercado (SABA, 2012, p.01). Segundo Fernandes (2013), a empresa que tiver capacidade de antecipar-se nas tendências, obterá sucesso sabendo que a fidelização do cliente é influenciada por fatores pessoais, psicológicos, culturais e sociais. Além do fato que para Dornelas (2014), analisar o mercado é importantíssimo para criar uma estratégia de negócio, fazendo com que o empreendedor possa estar suprindo a necessidade do cliente e reconhecendo seu público-alvo.

Sendo assim, acredita-se que para as mães seria interessante frequentar uma academia de ginástica com espaço *kids*, haja vista, que poderia aumentar a satisfação das clientes.

Compreende como qualidade de um serviço, quando as suas necessidades extrínsecas e intrínsecas são prontamente atendidas pelo estabelecimento de determinado serviço, afinal, a satisfação está diretamente ligada a qualidade de serviço e superação de expectativas. (SALDANHA, 2013, p.46)

## 1.1 JUSTIFICATIVA

Academicamente, este estudo se justifica devido à importância de se estudar a gestão de negócios em academias *fitness*, entendendo a

mudança natural que acontece com a mulher no período pós maternidade que dificulta a frequência nos locais de prática de exercícios físico, acarretando assim no diferencial dos estabelecimentos que optam por incluir um espaço apropriado para crianças.

É importante acompanhar as grandes mudanças comportamentais, culturais e sociais das mulheres que muitas vezes enfrentam duplas jornadas em seu trabalho e tarefas domésticas, e se tornam potenciais consumidoras. Além do fato de que por muitas, vezes a mulher deixa de ser a protagonista e passa a dar prioridade ao seu filho. O corpo mudou e na maioria das mães causa insatisfação, o novo membro da família demanda de cuidados que podem levar ao esgotamento físico e em muitos momentos a solidão materna se faz presente.

Gostaria de salientar que desde o meu segundo período na faculdade faço estágio em academias *fitness*, mais especificamente em salas de musculação e muitas vezes durante as montagens de treino escutei frases como: “Preciso de um treino com duração de 40 minutos pois vou buscar meus filhos na escolas”, “Fiquei todo esse tempo sem realizar exercícios físicos por conta do nascimento dos meus filhos” ou “Faltei ontem porque estava cuidando do meu filho”.

Frases as quais só tive mais sensibilidade quando me tornei mãe, e vi a dificuldade em retomar a prática de exercícios mesmo eu sendo do curso de Bacharelado em Educação Física. Pensando nisto, o presente trabalho procurou explorar uma forma de ajudá-las a continuarem a prática de exercícios, acolhendo seus filhos no ambiente da academia. Mostrando se é possível para a gestão de academias acrescentar um espaço Kids, aumentando o número de clientes do público materno.

## 1.2 PROBLEMA

Qual a importância do espaço *kids* nas academias *fitness* da cidade de Curitiba/PR, na perspectiva das mães?

### 1.3 OBJETIVO GERAL

Verificar qual a importância do espaço *kids* nas academias da cidade de Curitiba/PR, na perspectiva das mães.

#### 1.3.1 Objetivo(s) Específico(s)

- Identificar se o espaço *kids* é uma prerrogativa para que as mães contratem os serviços oferecidos pelas academias *fitness* de Curitiba;
- Conhecer a rotina da prática de exercícios físicos das mães curitubanas com filhos de 3 anos a 7 anos de idade;
- Identificar os fatores que dificultam a ascensão das mães no contexto de exercício físico.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 ATIVIDADE FÍSICA E EXERCÍCIO FÍSICO NO CONTEXTO PÓS-GESTAÇÃO

Sabendo que as condições físicas, emocionais e sociais do indivíduo, podem ser aprimoradas com a regularidade de atividades físicas (LIZ, 2013), e que podem ser notados até mesmo com esforços de baixa intensidade e comuns no dia a dia (ACSM, 2014). Contudo é interessante sistematizar um programa regular de exercícios físicos e deve abordar pelo menos três componentes da aptidão física: capacidade aeróbica, força muscular e flexibilidade, sempre priorizando as necessidades individuais (ACSM, 2014).

Alguns autores como Matsudo (2000); Nelson (2007), concordam que a atividade física regular também oferece benefícios para os aspectos cognitivos e emocionais, melhorando o autoconceito, autoestima, imagem corporal e diminuindo a tensão muscular, insônia, riscos de depressão, estresse e ansiedade.

Martins et al. (2011) relatam que os exercícios no pós-parto podem ser iniciados após o nascimento do bebê no parto natural, sempre de forma gradual. E na cesariana os exercícios para o abdômen devem ser realizados no final do primeiro mês pós-parto, sempre informando as puérperas nesse sentido.

Dertkgil (2005) ressalta que os exercícios influenciam também na flexibilidade, auxiliando na postura corporal podendo evitar ou diminuir as lombalgias. Os exercícios influenciam também na flexibilidade, auxiliam na postura corporal evitando ou diminuindo as lombalgias. E também ajudam no retorno venoso, prevenindo varicosidades.

Lembrando que a prática sistemática de exercícios beneficia em especial as mulheres, ou seja, mulheres ativas correm um risco menor de se tornarem obesas, apresentam mais resistência muscular e cardiorrespiratória, menor chances de desenvolver cardiopatias, têm maior satisfação com auto-imagem, logo uma melhor autoestima comparando com sedentárias (MATSUDO, 2007, p.25).

Além do fato que a ideia de saúde e corpo perfeito, faz com muitas pessoas acreditem que as doenças que atingem e deformam a figura humana se assemelha ao fracasso pessoal (ORTEGA, 2003).

Doran e Davis (2011) declaram que cabe aos profissionais da saúde sobressaltar os benefícios da atividade física, e a constante prática de exercício físico pode ser aplicada nos primeiros cuidados, podendo virar uma estratégia vantajosa na maior visibilidade da atividade física.

## 2.2 GESTÃO DE ACADEMIAS

A gestão engloba a administração fazendo dela uma função necessária em seu desempenho, desta forma, administrar seria planejar, dirigir, organizar e controlar pessoas com objetivo de atingir com eficiência o intuito de uma organização, e a gestão tira proveito de todas as funções e conhecimentos necessários para através de pessoas com uma forma eficiente atingir os desígnios de uma entidade/organização.

A expressão academias de ginástica nos tempos atuais, pode se considerar: o lugar, ou a escola onde se ministra a instrução física (SABA, 2001). O mesmo Saba (2006), caracteriza academias de ginástica como locais que oferecem vários tipos de treinamento, sob a supervisão de um profissional da área de Educação Física. Outro ponto de vista, Roth (2007), é que o ambiente também proporciona um convívio social entre os frequentadores e lazer mental. E a prestação de serviço vai do estético para a saúde.

Considerando que o Brasil está em segundo lugar no ranking mundial em número de academias, perdendo apenas para os Estados Unidos (MENEZES, 2013, p.35). Tornando-se um mercado muito rentável, de 2,5 bilhões segundo a IHRSA, sendo importante a elaboração de estratégias eficientes de gestão.

Segundo Pereira (2005), as constantes transformações do mundo contemporâneo obrigam as academias a atualizarem a forma de gerenciar seus funcionários. A concorrência, a tecnologia cada vez se inovando, novos métodos administrativos e a sociedade voltada para a

competitividade é que ditam como deve ser o ritmo das atividades relacionadas a negócios.

Os pilares dessas academias modernas são gestão, infraestrutura e profissionalização de equipes. São empresas que buscam eficiência, nas quais o corpo diretivo é composto por empresários com experiência em investimentos. Os gestores também precisam se esforçar para compreender melhor o mercado e encontrar estratégias condizentes com seus negócios, pois a visão empirista ainda é muito presente (MOTTA; MORAES, 2017, p. 126 e 142).

Na tentativa de entender e atingir de maneira eficaz o mercado para ampliar o número de clientes, as academias têm adotado o *wellness*. Que seria a união de todos os aspectos que englobam saúde e aptidão (social, mental, física, emocional e espiritual), potencializando o bem estar do indivíduo para viver e até trabalhar (FURTADO, 2009).

[...] o de incorporação de técnicas e teorias administrativas que vão configurar a gestão e a organização do trabalho neste espaço de forma racionalizada. Assim, as mudanças ocorridas na característica das academias constituíram três estágios. Um estágio inicial caracterizado pela 46 afinidade com a área, como motivação para a implementação das academias. Por isso, a administração empírica, amadora ou do senso comum preponderava. Um segundo estágio, caracterizado pela mescla entre a afinidade com a área e a inserção das tecnologias da administração em busca de lucros, surgido, principalmente, a partir dos anos 80 (FURTADO, 2009, p. 5).

Ainda de acordo com o mesmo autor, o terceiro estágio é aquele em que se consideram as academias mais avançadas no quesito desenvolvimento as denominadas “academias híbridas”. Ou seja, academias dispostas a atender demandas de grupos específicos, que estão procurando serviços diferenciados que atendam suas necessidades e anseios relacionados à prática de exercício físico. É importante entender o cliente como um todo, por isso:

É macro. Olha o ser humano como um todo. Os compromissos que cada indivíduo deve assumir consigo mesmo, a fim de respeitar-se e preservar-se. É um código de atitudes saudáveis que promove altos índices de saúde e prevenção de doenças; refletindo cuidado nas relações interpessoais, de modo a manter elevado o estado de espírito; o que nos leva a ponderar diante de tentações e a recusar envolver-se em ações que poderiam ser prejudiciais. Atitude em prol do bem-estar é conhecer e respeitar

seus limites, evitando pensamentos e ações autodestrutivas. O nível de wellness de uma pessoa depende muito de suas escolhas. A prática do exercício físico é parte desse processo. O conceito de fitness está dentro do modelo wellness. Esse é o modelo que fortalece a permanência dos clientes nas academias e cria inúmeros vínculos além do estético. Estes exemplos revelam que o mercado já não se contenta mais com ações focadas exclusivamente no fitness. Busca-se uma visão mais ampla de atuação apoiada no wellness (bem-estar). Os gestores precisam reformular seus negócios para atender a esta demanda (SABA, 2006, p. 144-145).

Segundo Saba (2003), existe a necessidade para que o gestor se atente com os fatores que influenciam no posicionamento psicológico e comportamental dos alunos dentro da academia, oferecendo conforto, limpeza e um atendimento satisfatório com seus objetivos principais. As academias precisam, além de ter uma estrutura preparada, de profissionais competentes, gestores que buscam se atualizar no contexto em que a Educação Física está nos nacionalmente.

Em um estudo de Alexandro et al. (2010), identificou-se as barreiras de “falta de tempo”, “preguiça/falta de motivação”, “distância dos locais de práticas”, “custo da mensalidade” e a “baixa qualidade das aulas”, as mesmas contribuem para a desistência da prática de exercícios físicos em academias *fitness*. Sendo a falta de tempo relacionada à jornada excessiva de trabalho, tempo para obrigações familiares e dificuldades na administração do tempo.

Em contrapartida, os aspectos motivacionais de adesão ao exercício físico para Liz (2013), seriam a busca pela melhoria da saúde, fortalecimento muscular, estética e disposição. Ademais, a imagem corporal, ou seja, a maneira como vemos o nosso corpo e a aparência dos outros, também é um fator de relevância para se interessar e conseqüentemente iniciar a busca de exercícios para a melhora da aparência (FERMINO et al., 2010).

Compreendendo as barreiras outro aspecto importante é o que dificulta os gestores, para Zeithaml, Bitner e Gremler (2011) muitos gerentes erram ao investir em novos recursos na melhoria dos serviços oferecidos, por não pesquisarem o que os clientes preferem e acham importantes.

O público que frequenta academias de ginástica tem cada vez mais buscado serviços exclusivos e personalizados, logo as academias e empresas que oferecem esses serviços estão, se seccionando para atender

grupos mais específicos como o feminino, infantil, idoso etc. Nesse cenário, é importante entender as diferentes características na relação sobre ofertas de produto. Sabendo que serviços são atividades econômicas, que beneficiam e valorizam o cliente, em um determinado local, proporcionando mudanças, de acordo com o desejo dos clientes (QUEIROZ et al., 2018).

### 2.3 ESPAÇO KIDS

Trata-se de uma área infantil reservada contendo brinquedos, atividades recreativas e se possível um monitor, priorizando a segurança das crianças dentro do espaço kids. (TAKEUTO; ARTILHA; CÂNDIDO, 2018). O que constitui estes espaços são ter brinquedos apropriados para crianças, e materiais que possibilitem a prática de trabalhos manuais. Além do fato que brincar faz parte do desenvolvimento da criança.

Para Piaget (1976), as atividades lúdicas são obrigatórias para o desenvolvimento intelectual infantil. Não sendo apenas entretenimento ou um escape para gastar a energia das crianças, mas meios contribuintes que enriquecem o desenvolvimento do intelecto.

O fato de a criança, desde muito cedo, poder se comunicar por meio de gestos, sons e mais tarde representar determinado papel na brincadeira faz com que ela desenvolva sua imaginação. Nas brincadeiras as crianças podem desenvolver algumas capacidades importantes, tais como a atenção, a imitação, a memória, a imaginação. Amadurecem também algumas capacidades de socialização, por meio da interação e da utilização e experimentação de regras e papéis sociais (BRASIL, 1998, p. 22).

Para Silvae Graciano (2009) o ato de brincar é muito importante para a criança, pois para ela é coisa mais séria do mundo, é tão necessário quanto se alimentar ou descansar para que se desenvolva. Ao brincar a criança, começa a entender a realidade interna e externa, se inserindo ao seu meio social. Enquanto a mãe cuida do seu bem-estar praticando exercício físico, seu filho pode brincar, o que é muito importante para seu desenvolvimento.

## 2.4 SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Amaral e Dantas (2015), ressaltam que identificar os interesses e expectativas do cliente é um dever, pois é possível atendê-lo e mantê-lo com maior nível de satisfação. Focar no cliente/usuário tem como objetivos: atrair, satisfazer e reter consumidores.

Nesta perspectiva a satisfação tem três elementos característicos, sendo eles:

O primeiro elemento é que a satisfação denota um estado de natureza psicológica, que sugere um julgamento baseado na experiência resultante de um processo cognitivo (racional), juntamente com os elementos afetivos (emocionais). O segundo é que a satisfação decorre de uma situação de consumo, isto é, surge de uma avaliação posterior à compra. O terceiro é que a satisfação possui uma característica relativa, uma vez que provém de um processo comparativo entre a experiência de consumo subjetiva, vivida pelo consumidor, e uma base referencial anterior à compra (DANTAS, 2014, p.54).

O grau de satisfação tem ligação com a opinião quando se utiliza um produto ou serviço, formando posteriormente um julgamento positivo ou negativo, de acordo com as expectativas do cliente (RECH, FERMINO, HALLAL, REIS, 2011; ZEQUINÃO; CARDOSO, 2013).

Além de que, pode-se usar a percepção de satisfação como parâmetro da motivação durante a prática de exercícios físicos, contribuindo para um comportamento mais ativo, afinal quanto maior a satisfação durante a prática de exercícios físicos mais o indivíduo se tornará ativo (FERREIRA, 2012; RECH et al., 2011).

É importante ressaltar que o crescimento acelerado das academias de ginásticas aumenta a competitividade, levando os proprietários a investirem em formas de satisfazer seus clientes que estão mais exigentes, com o objetivo de fidelizar os mesmos (IHRSA, 2012).

Em um estudo feito por Pinheiro e Almeida (2011), avaliando o nível de satisfação dos clientes em uma academia na cidade de São Paulo é conclusivo a importância de se realizar estudos periodicamente pela academia, em relação a satisfação do cliente para aumentar a qualidade dos serviços.

O cliente tem se inovado nas formas de se satisfazer, sendo muito mais exigente, atentado aos seus direitos e as possíveis ofertas de produtos da concorrência. A tecnologia contribui ao impor um mundo com inúmeros desafios e possibilidades. A mudança é crucial (OLIVEIRA; GARCIA, 2017).

Para que o público materno frequente as academias de ginástica é importante entender quais são seus desejos e expectativas, além de relacionar com sua nova realidade.

### 3 METODOLOGIA DE PESQUISA

#### 3.1 TIPO DE ESTUDO

O estudo se caracteriza como descritivo, exploratório de abordagem quantitativa. Para Mattar (2001), a pesquisa quantitativa tem como finalidade a validação das hipóteses utilizando dados ordenados. Giraldi (2008), argumenta que o estudo exploratório proporciona maior familiaridade com a problema do estudo, e o descritivo, é usado em razão de descrever característica da amostra/população escolhida. O estudo transversal único envolve a coleta de informações independente da qual for os elementos da população somente uma vez (MALHOTRA, 2004).

#### 3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Amostra de 150 mulheres com filhos a partir de 3 até 7 anos de idade, na cidade de Curitiba, que frequentem ou tenham frequentado academias *fitness*.

#### 3.3 CRITÉRIO DE INCLUSÃO

- Ter filhos de 3 a 7 anos;
- Frequentar ou ter frequentado academias *fitness* em Curitiba;
- Ser mulher;
- Aceitar o termo de consentimento para responder o questionário.

#### 3.4 CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO

- Não responder corretamente o questionário.

### 3.5 PROCEDIMENTOS E INSTRUMENTOS

Foi aplicado um questionário (Anexo) online feito através da plataforma digital Google Forms, com 16 perguntas de múltipla escolha, determinadas adequadamente para os questionamentos apontados no estudo, as questões foram formuladas pela autora desta pesquisa, tendo por base o referencial teórico do estudo objetivando traçar um perfil das mães e sua perspectiva em relação ao espaço kids.

A amostra foi definida entre mulheres de 18 a 40 anos que tenham filhos com idades entre 3 a 7 anos. Lembrando que foi possível que o preenchimento do questionário fosse realizado em qualquer aparelho (computador, tablet e smartphones) com acesso à internet e que seria mantido o anonimato das participantes.

### 3.6 RISCOS E BENEFÍCIOS

Os riscos relacionados, embora mínimos, são sobre a exposição da identidade das respondentes, gerando um possível constrangimento, todavia esse risco foi minimizado pela garantia do anonimato das participantes. Os benefícios diretos são a possibilidade das academias implantarem o espaço kids, favorecendo as mães. Benefícios indiretos estão relacionados e dar uma nova perspectiva de gestão de negócios aos proprietários de academias fitness.

### 3.7 ANÁLISE DE DADOS

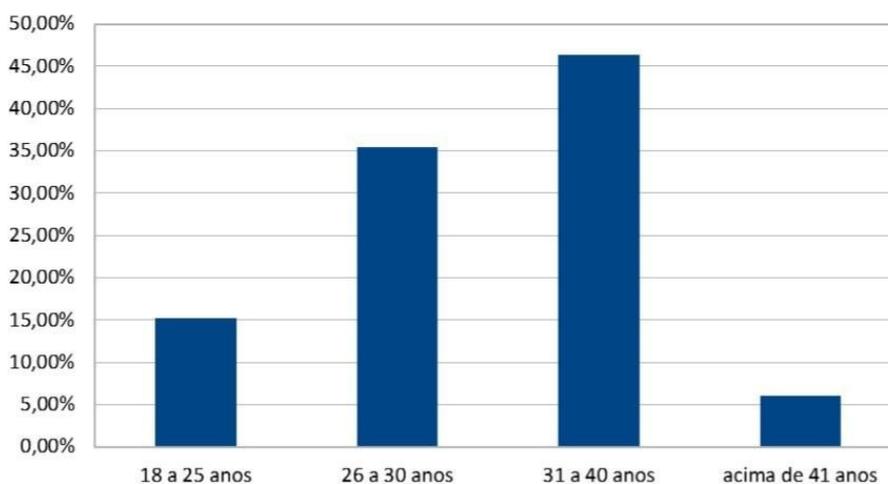
Para análise de dados foi utilizada a estatística descritiva, transformando os resultados em dados para gráficos.

A amostra foi constituída por 150 participantes com filho (s) de 3 a 7 anos de idade, visando verificar qual a importância do espaço kids nas academias fitness da cidade de Curitiba/PR, na perspectiva das mães. A seguir serão apresentados os resultados das questões subdivididas nas seguintes categorias: Dados gerais; cuidado com os filhos e espaço kids.

## 4 RESULTADOS

No que se referem aos dados gerais das participantes, constatamos que a idade varia de 18 a 41 anos de idade, sendo que 46,4% têm de 31 a 40 anos, 32,5% têm de 26 a 30 anos, 15,2% de 18 a 25 anos e 6% acima de 41 anos, conforme gráfico abaixo:

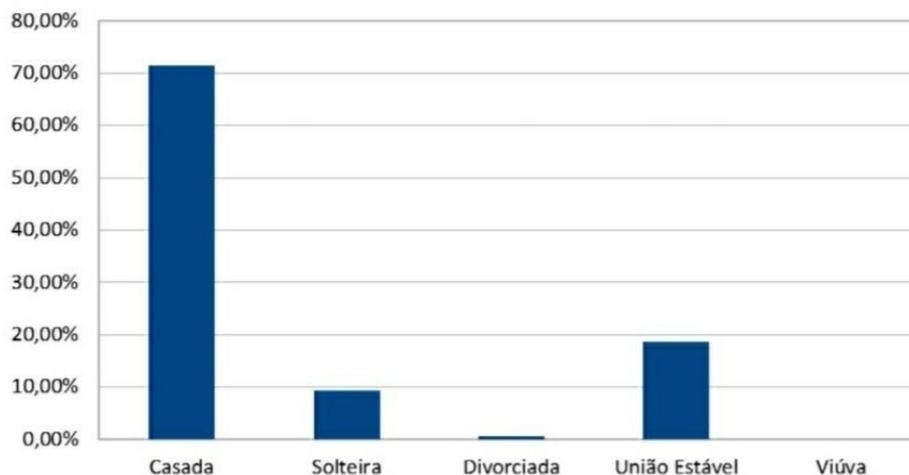
Gráfico 1. Idade das participantes



Fonte: A autora (2019)

Com relação ao estado civil, verificamos que 71,5% das participantes são casadas, 17,9% estão em união estável; 9,3% solteiras e 0,7% divorciadas.

Gráfico 2. Estado Civil das Participantes

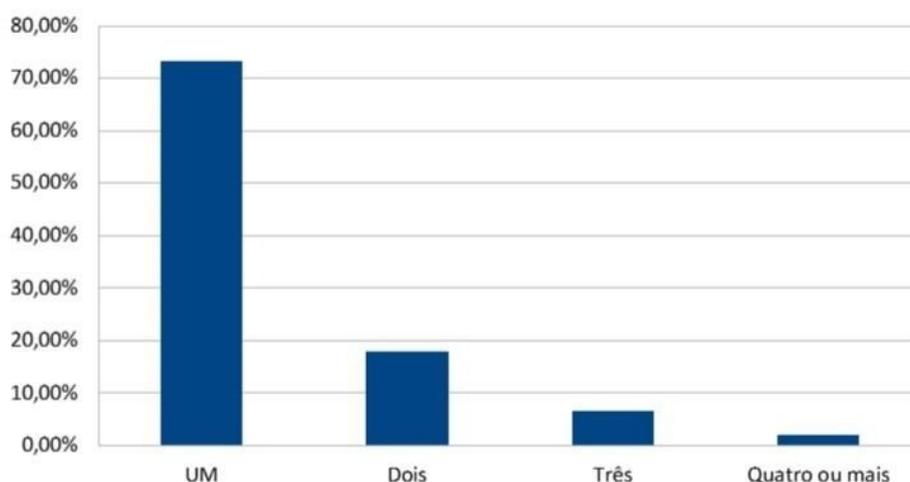


Fonte: A autora (2019)

Nas profissões citadas pelas participantes a maioria se identificou como do lar na quantidade de 8 mulheres. Outras profissões expressivas foram de 5 vendedoras, de 4 professora e 5 auxiliares administrativa. Lembrando que foram citadas profissões nas mais diversas áreas de atuação como: administrativas, de segurança, educação, estética e saúde.

Em relação a quantidade de filhos com idades de 3 a 7 anos 73,8% das participantes têm um filho, 18% têm dois, 6,7% têm três e 2% têm quatro ou mais filhos.

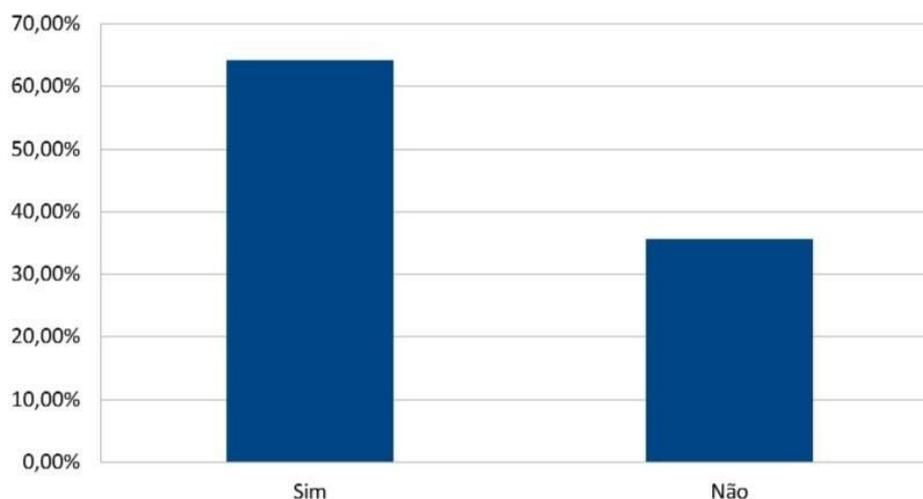
Gráfico 3. Quantidade de filho(s) entre 3 a 7 anos



Fonte: A autora (2019)

Sobre as mães trabalharem fora 64,7% responderam que sim e 35,3 responderam que não, conforme gráfico abaixo:

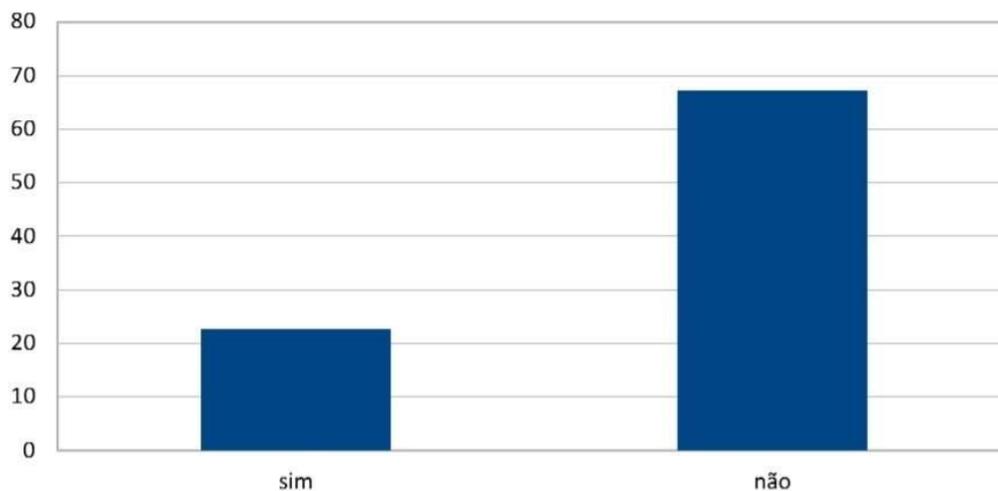
Gráfico 3. Quantidade de participantes que trabalham fora



Fonte: A autora (2019)

Na categoria “Cuidados com os filhos”, grande parte das participantes 77,3% alegaram que não tinham uma rede de apoio para ajudar nos cuidados com o(s) filho(s), impossibilitando a frequência delas em academias de ginástica e 22,7% revelaram que possuem essa rede de apoio.

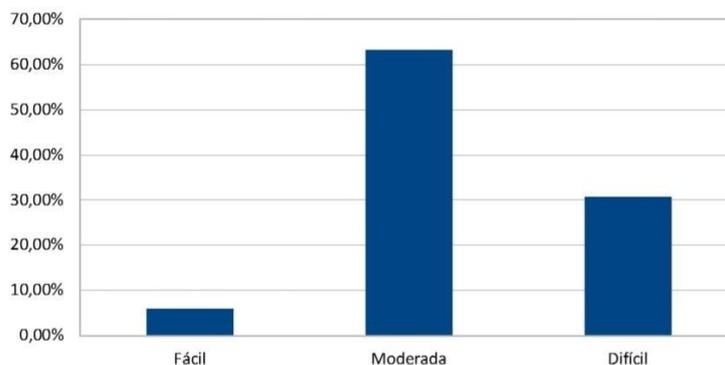
Gráfico 4. Participantes que tem rede apoio



Fonte: A autora (2019)

No que se refere à rotina de cuidados com os filhos 63,3% das participantes dizem ser de dificuldade moderada, 30,7% de dificuldade difícil, 6% de dificuldade fácil a rotina

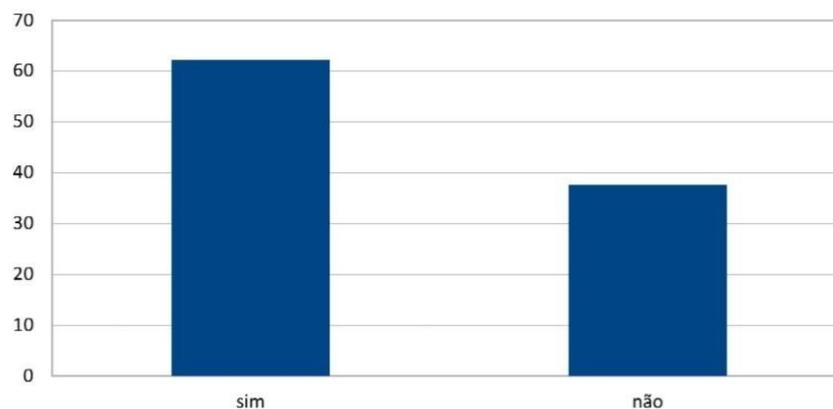
Gráfico 5. Percepção sobre a rotina de cuidado com seu(s) filho(s)



Fonte: A autora (2019)

Na questão sobre frequência em academias de ginástica, 62,3% das mães frequentaram alguma academia após o nascimento do(s) filho(s) e 37,7% não voltaram a frequentar.

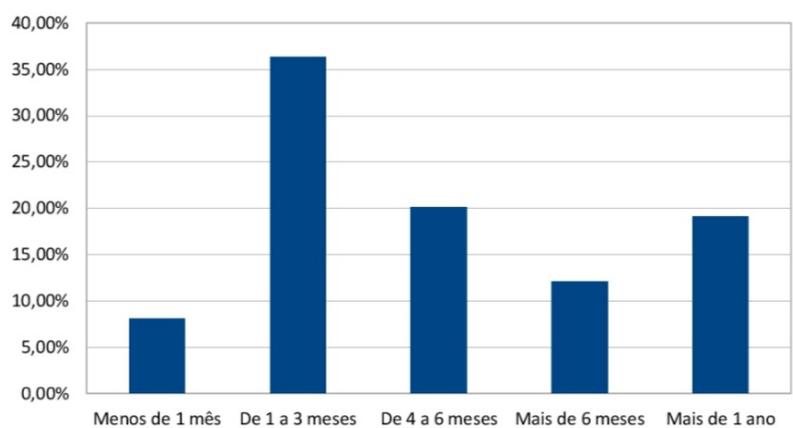
Gráfico 6. Frequência na academia após ser mãe



Fonte: A autora (2019)

E as participantes que responderam sim, 36,4% frequentaram durante 1 ano a 3 meses, 20,2% de 4 a 6 meses, 19,2% mais de 1 ano, 12,1% mais de 6 meses, e 8,1 % menos de 1 mês.

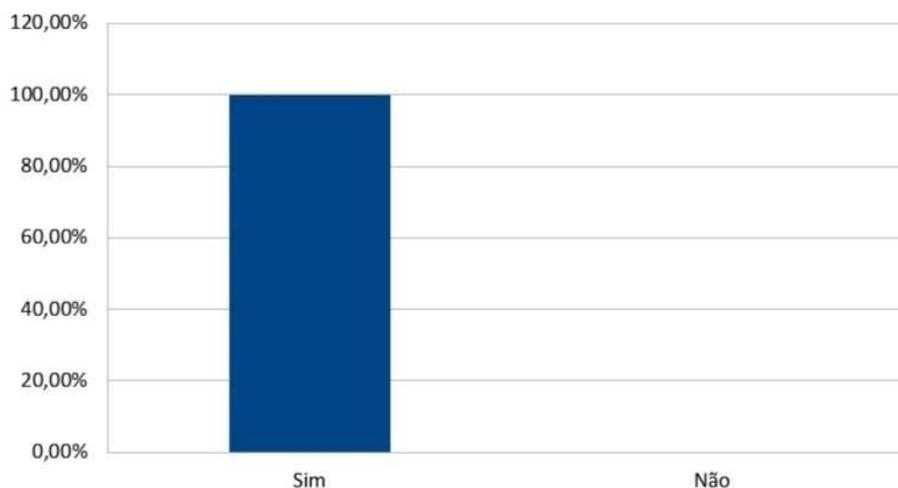
Gráfico 7. Duração da frequência nas academias



Fonte: A autora (2019)

Sobre ter conhecimento dos benefícios do exercício físico foi unânime a resposta das participantes

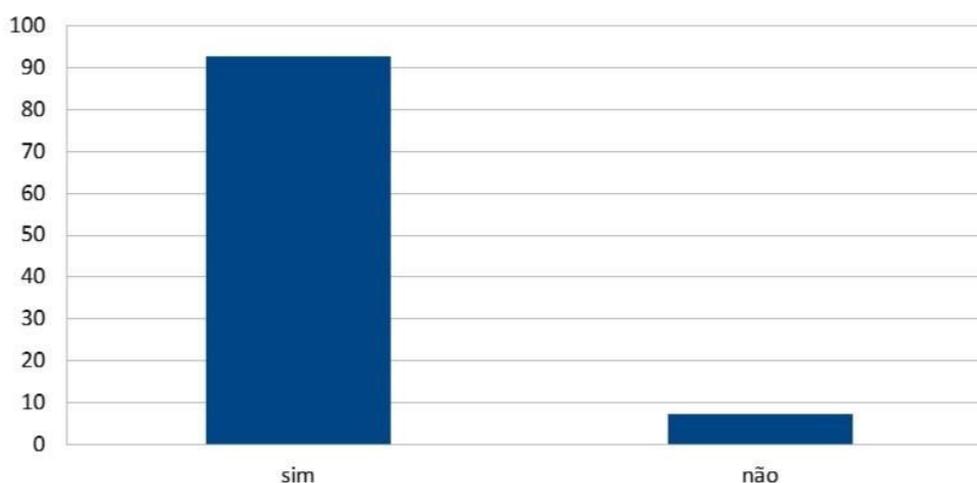
Gráfico 8. Conhecimento sobre benefícios do exercício físico



Fonte: A autora (2019).

O fato de ter filho(s) com idade 3 a 7 anos pode dificultar o acesso a prática de exercícios físicos. Nesse sentido, a maioria das participantes, 92,7% respondeu que sim e 7,3% respondeu que não.

Gráfico 9. Percepção sobre a dificuldade de acesso à prática de exercícios físicos

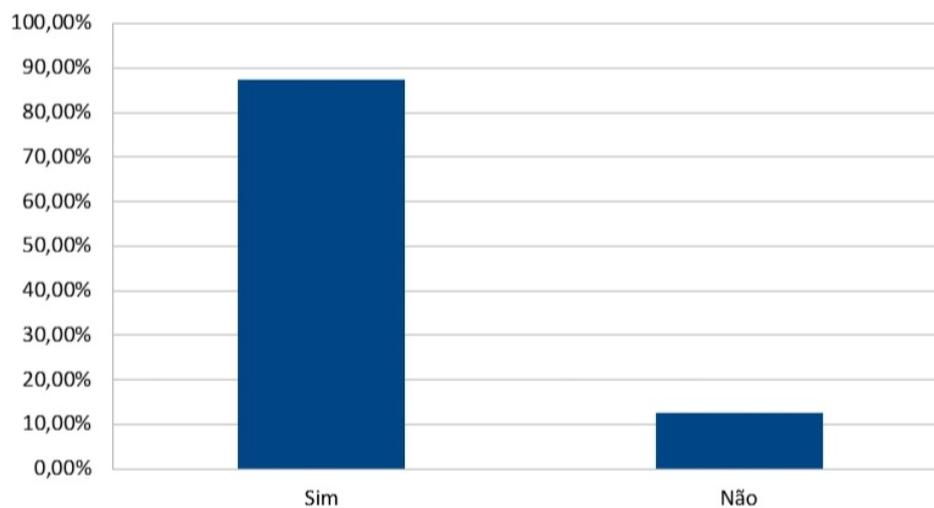


Fonte: A autora (2019)

Na categoria “espaço kids” as participantes foram questionadas se frequentariam uma academia de ginástica com espaço reservado para

acomodar seu(s) filho(s) e 87,3% responderam que sim e 12,7% responderam que não.

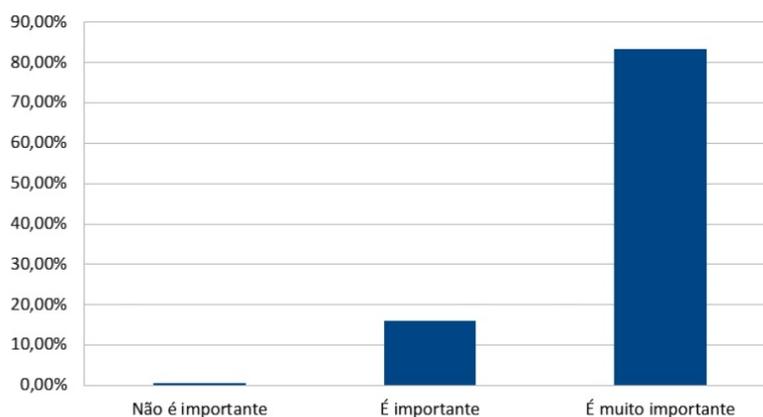
Gráfico 11. Participantes que frequentariam academia com espaço kids



Fonte: A autora (2019)

Em relação a importância do espaço kids, 83,4% responderam que é muito importante, 15,9% relataram que é importante e 0,7% respondeu que não é importante.

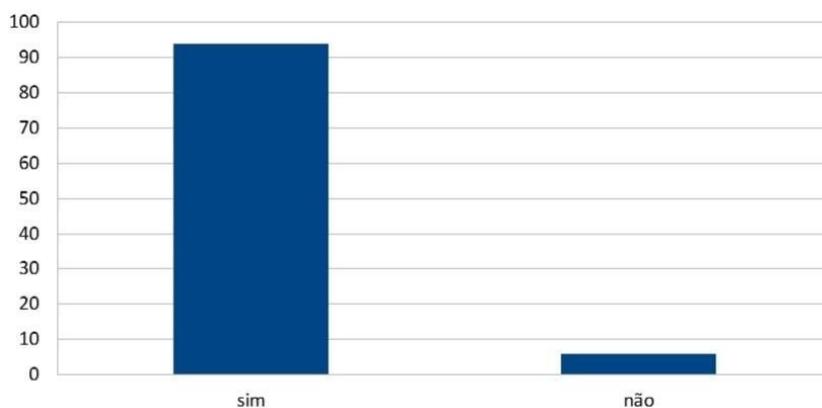
Gráfico 10. Importância do espaço kids



Fonte: A autora (2019)

Sobre o espaço Kids ser um fator determinante para a escolha da academia de ginástica 94% responderam que sim e 6% responderam que não.

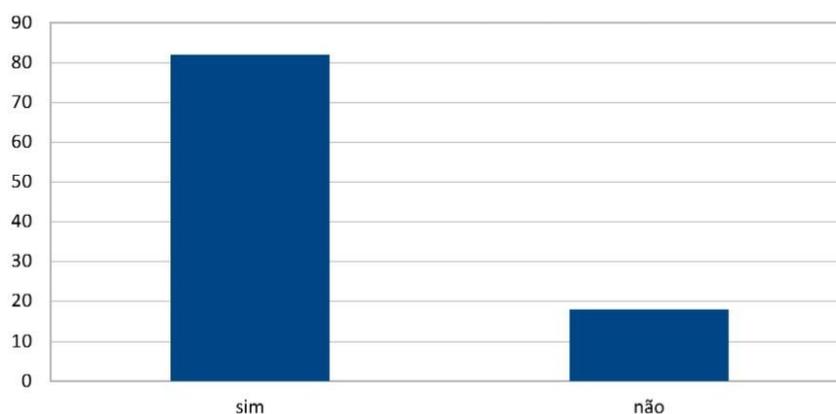
Gráfico 11. Espaço kids enquanto fator determinante na escolha da academia



Fonte: A autora (2019)

Ao serem questionadas se pagariam um valor maior na mensalidade para treinar em uma academia de ginástica com espaço Kids, 82% responderam que sim e 18% das participantes responderam que não.

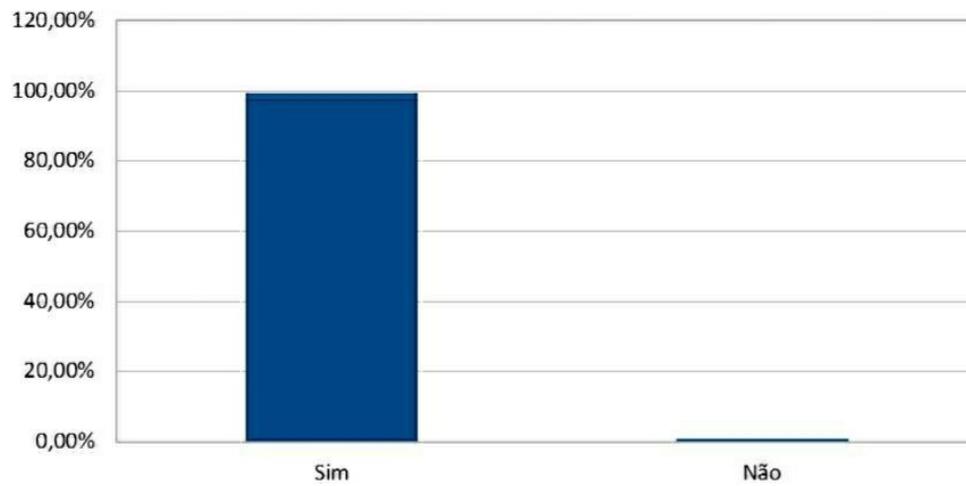
Gráfico 12. Valor da mensalidade x Espaço kids



Fonte: Autora (2019)

Foi questionado às participantes se a satisfação como cliente aumentaria caso a academia de ginástica oferecesse espaço kids, 99,3% responderam que sim e 0,7% respondeu que não.

Gráfico 13. Satisfação como cliente x espaço kids



Fonte: A autora (2019)

## 5 DISCUSSÃO

De acordo com os resultados da pesquisa, foi constatado que 46,4% das participantes têm idades de 31 a 40 anos. Segundo dados da Estatística do Registro Civil, divulgados pelo IBGE, no ano de 2017 em 35,1% dos casos a mãe tinha 30 anos ou mais de idade no momento do parto. Confirmando uma tendência no crescimento de mães nesse grupo de idade que aumentou 33% em relação ao ano de 2016.

Os dados nos mostram que as mulheres vêm adiando a maternidade porque a proporção de mães que tiveram filhos na faixa dos 20 anos ou menos vem caindo gradativamente. A mulher também vem se casando mais tarde, o que colabora para o crescimento da taxa de fecundidade em mulheres após os 30 anos de idade (OLIVEIRA, 2016, s.p).

Na questão sobre as mães trabalharem fora a maioria respondeu que sim (64,7%), porém é importante ressaltar que 35,3% responderam que não e esse dado pode ser associado com o estudo de Bruschini et al (2011) que comentam que a maternidade é um fator determinante na interferência no trabalho feminino haja vista que os filhos, quando pequenos, dificultam a ocupação feminina no mercado de trabalho.

Em relação às profissões, foram citadas várias e de diferentes áreas de atuação corroborando com o estudo de Bruschini et al (2011) que cita como exemplos desse progresso feminino o fato de que algumas profissões, antes de domínio masculino, estão muito próximas da igualdade de gênero, estatisticamente falando. Segundo os dados de 2009, as mulheres representavam 41,7% dos empregos formais para médicos, 50% para advogados, 47% dos empregos para procuradores e advogados públicos, 37% dos postos de magistrados, 41% dos membros do ministério público e 56% dos empregos formais para arquitetos.

A engenharia, como outras profissões da área tecnológica e científica, tem sido menos permeável à presença das mulheres que, naquele ano, representaram 16% dos empregos formais para engenheiros no país (BRUSCHINI ET AL, 2011).

Entretanto, há áreas (cursos de nível superior) que ainda concentram levados contingentes de mulheres, conforme demonstram as estatísticas do

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisa (INEP) de 2011, ilustradas no gráfico n° 1, que apontam a concentração feminina em 10 principais áreas: “Serviços de Beleza” (com 97,2% de matrículas femininas), “Ciências da Educação” (92,3%), “Secretariado e Trabalhos de Escritório” (91,2%), “Serviço Social e Orientação” (91,0%), “Ciências Domésticas” (89,4%), “Terapia e Reabilitação” (84,5%), “Enfermagem e Atenção Primária (Assistência Básica)” (84,4%), “Psicologia” (81,1%), “Biologia e Bioquímica” (71,5%), além de “Farmácia” (71,3%). Esse quadro provavelmente refletirá no mercado de trabalho e reforçará o paradigma das profissões femininas.

Quanto à Administração Pública ser um espaço mais propício à ascensão profissional das mulheres, Abreu e Meireles (2012) apresentam ressalvas. Relatam que apesar de o acesso aos cargos do serviço público serem igualitários, porque é feito principalmente por meio de concursos públicos, os obstáculos para as mulheres na ascensão profissional para o alto escalão também se fazem presente.

Com relação a aspectos de cuidados com o(s) filho(s), 77,3 % das participantes afirmam não tem uma rede de apoio (família extensa, amigos, colegas de trabalho, relações comunitárias e serviços de saúde, de credo religioso ou político, incluindo tanto as relações íntimas como aquelas ocasionais) (Rapoport; Piccinini, 2006). Podemos relacionar a afirmação de que investir em um filho, cuidar para que ele se desenvolva bem e saudável é uma tarefa realizada pela maioria das mães nos mais diversos contextos (Bandeira; Seidl-de-Moura, 2012). Ainda nesse sentido, é possível perceber que pais e mães tendem a adaptar-se de formas diferentes, por causa de vários fatores, nomeadamente das suas características pessoais, das características do bebê e também das características do seu contexto social mais amplo (RAMOS; CANAVARRO, 2007).

No que se refere a dificuldade da rotina dos cuidados com o(s) filho(s) 63,3% das participante da pesquisa consideram ‘moderada’ e 30% consideram ‘difícil’, o que para Ramos e Canavarro 2007, apesar da felicidade que está geralmente associada a chegada de um novo membro da família, a necessidade de reorganização da vida dos indivíduos é muito

grande, podendo conduzir, nas mães e nos pais, a elevados níveis de perturbação emocional.

O fato de 62,3% das mulheres não conseguirem voltar a frequentar uma academia de ginástica após o nascimento do (s) filho (s), está relacionado ao fato de algo inusitado na vida da mulher, que tem que adaptar à nova vida que inclui, por exemplo, as demandas do bebê, uma interação conjugal que passa a envolver um terceiro membro e a vida profissional e social com a presença de um ser que depende dela (RAPOPORT; PICCININI, 2006). Além do fato que, para Pinheiro, Silva e Petroski (2010), a grande quantidade de compromissos familiares com cônjuge, filhos e pais é a segunda barreira mais percebida para se praticar musculação.

Houve unanimidade nas respostas sobre o conhecimento que a prática de exercícios físicos traz benefícios, contudo, ainda que existam estudos na literatura científica sinalizando os muitos benefícios que se tem ao praticar atividade física ainda prevalece a inatividade física associada aos maiores níveis de sobrepeso, obesidade e falência na população, de modo geral (LONG et al., 2015).

No que se refere ao espaço kids o estudo de Takeuto; Artilha e Cândido (2018) concluiu que esse espaço é muito eficaz para todos os aspectos, tanto para pais, crianças bem como para os donos de estabelecimentos. É algo satisfatório para todos e que tem trazido bons resultado em vários aspectos e que pode ser disseminado enquanto ideia para um número cada vez maior de estabelecimentos, em especial de academias haja vista, por exemplo, que 87,3% das participantes da presente pesquisa frequentariam uma academia de ginástica com espaço kids; 83,4% dão muita importância ao espaço Kids; 94% consideram como um fator determinante a academia de ginástica ter espaço kids para a escolha da mesma e 82% pagariam um valor maior na mensalidade pelo serviço adicional. Levando em consideração que Hemzo (2011) afirma que a qualidade de serviços está relacionada a surpreender e superar de modo consistente as expectativas do cliente, 99,3% das participantes do presente estudo se sentiriam contempladas e com uma satisfação aumentada caso a academia de ginástica oferecesse espaço Kids.

## 6 CONCLUSÃO

A cada ano um número maior de mulheres tornam-se mães, contudo acompanhar as mudanças da vida de uma mulher em relação a maternidade pode ser o diferencial de uma academia de ginástica. Após a análise dos resultados obtidos através deste estudo, foi possível perceber que, de forma geral, ter filhos pode se tornar uma barreira expressiva para a adesão da prática de exercícios físicos mesmo que elas saibam os benefícios do mesmo.

O espaço Kids dentro da academia de ginástica acaba se tornando uma rede de apoio para essas mães a ponto de que a grande maioria pagaria uma mensalidade maior se preciso fosse e por fim, aumentariam a satisfação como clientes desses espaços.

Logo de acordo com esse estudo o espaço Kids tem muita importância, sendo também para a maioria uma prerrogativa na contratação dos serviços da academia de ginástica, auxiliando a rotina das mães quando elas trabalham fora ou não, pois muitas delas têm como barreira não ter uma rede de apoio o que acaba por dificultar que consigam realizar exercícios físicos, mesmo tendo plena consciência dos benefícios para seu bem estar.

Sendo satisfazer o cliente um dos maiores objetivos da gestão de academias, é importante atentar-se a esse público almejando assim a retenção de alunos.

Enquanto limitações deste estudo podem ser apontados os aspectos referentes à idade dos filhos para a amostra, já que muitas mães enfrentam dificuldades para frequentar a academia de ginástica desde o nascimento do bebê. Para estudos futuros, sugere-se que sejam levadas em consideração abordagens qualitativas aprofundando em como as mães lidam com a falta de ajuda e insatisfação corporal. Além disso, seria interessante analisar como a vida da mulher muda após a maternidade e de que maneira a prática de exercícios físicos influencia nesse período.

Por fim, lembrar que os profissionais de educação física têm um papel muito importante nas vidas dessas mães, principalmente pelo incentivo à

prática de atividade física de maneira personalizada e respeitando os anseios e necessidade desse público específico.

## REFERÊNCIAS

ACSM. *American College Sports of Medicine. ACSM's guidelines for exercise testing and prescription*. 9. ed. [online], 2013.

ALEXANDRO, A. **Aderência à prática de exercícios físicos em academias de ginástica**. Motriz, Rio Claro, v.16, n. 1, p. 181-188, jan.-mar. 2010.

ALRECK, P. L. e SETTLE, R. B. *The Survey Research Handbook*. Irwin, 1995.

AMARAL, Sueli Angélica do; DANTAS, Edmundo Brandão. Satisfação de clientes, marketing e serviços de informação. In: **ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**, 15., 2014, Belo Horizonte. Anais. Belo Horizonte: UFMG, 2014.

ARAÚJO, C, D. LEORATTO, D. **Alterações da silhueta feminina: a influência da moda**. Revista Brasileira Ciências do Esporte. Florianópolis, v. 35, n. 3, p. 717- 739, 2013.

BANDEIRAS, T. T. A., & SEIDL-DE-MOURA, M. L. **Crenças de pais e mães sobre investimento parental**. Ribeirão Preto: Paidéia, 2012, 22(53), 355-363. BARROS, M. V.. G..; REIS, R. S.;HALLAT, P. C.; FLORINDA, A. A.; FARIAS, J.

BARROS, M. V.. G..; REIS, R. S.;HALLAT, P. C.; FLORINDA, A. A.; FARIAS, J. C. **Análise de Dados em Saúde**. Londrina: Paraná, 2012.

BORGES, P, J, A. **Acumulação flexível, técnicas de inovação e grande indústria do fitness: o caso curves Brasil**. Pensar a Prática. 10/2: 237-259, jul./dez, 2007.

BRAGA, A. **Corpo, mídia e cultura**. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/CORPO%20MIDIA%20E%20CULTURA.pdf>. Acesso: 25/08/2019.

BRASIL. **MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO. SECRETARIA DE EDUCAÇÃO FUNDAMENTAL**. Referencial curricular nacional para a

educação infantil: formação pessoal e social. Brasília: MEC/SEF, v.01 e 02.1998. 85p.

CHEMELLO, M. R.; LEVANDOWSKI, D. C.; DONELLI, T. M. S. **Ansiedade materna e maternidade: Revisão crítica da literatura**. Porto Alegre, v. 21, p.78-89, 2017.

COOPER, D. R. e SHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DANTAS, E. B. **Gestão da informação sobre a satisfação de consumidores e clientes**: condição primordial na orientação para o mercado. São Paulo: Atlas, 2014.

DERTKIGIL, M. S. J. et al. Líquido amniótico, atividade física e imersão em água na gestação. **Revista Brasileira Materno Infantil**; v. 5, p. 403-410, 2005.

DIAS, E. P.; **Conceitos de gestão e administração**: uma revisão crítica. REA-Revista Eletrônica de Administração, 2011.

DORAN, F.; DAVIS, K. **Factors that influence physical activity for pregnant and postpartum women and implications for primary care**. *Australian Journal Of Primary Health*. Issue, 2011

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser um empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

EDUCAÇÃO FUNDAMENTAL. **Referencial curricular nacional para a educação infantil: formação pessoal e social**. Brasília: MEC/SEF, v.01 e 02.1998. 85 p.

ENFERMAGEM. **Sanare**: sobral, Ceará. Disponível em: <https://sanare.emnuvens.com.br/sanare/article/view/827/498> Acesso em: 22/04/2019.

FERMINO, R. C.; PEZZINI, M. R.; REIS, R. S. **Motivos para a prática de atividade física e imagem corporal em frequentadores de academia.** Revista Brasileira de Medicina do Esporte, vol. 16, n. 1, p. 18-23, 2010.

FERREIRA, C. M. C. **Um estudo sobre fidelização e retenção de clientes na área do fitness.** Instituto Politécnico de Castelo Branco, 2012.

FLORES, M. R., BELTRAMI, L. & SOUZA, A. P. R. **O manhês e suas implicações para a constituição do sujeito na linguagem.** Distúrbios da Comunicação, 23, p. 143-152, 2011.

FURTADO, R, P. **Do Fitness ao Wellness:** os três estágios de desenvolvimento das academias de ginástica. Goiânia: Pensar a Prática, 2009.

GIRALDI, J. M. E. **Implementação a comunicação integrada de marketing (CIM) dificuldades e mensuração de resultados.** EGesta - Revista Eletrônica de Gestão de Negócios, V. 4, n. 4, out./dez., 2008.

GONÇALVES, C., CORREIA, A., DINIZ, A. **Variáveis internas e externas ao indivíduo que influenciam o comportamento de retenção de sócios no fitness.** Podium, sport, leis. tour. rev. 2012. 1(2): 27-60.

HAIR Jr., J. F. **Análise multivariada de dados.** 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IHRSA. **The 2012 IHRSA global report analyzes industry performance and outlook.** EUA, maio 2012.

LIZ, C. M. **Motivação para a prática de musculação de aderentes e desistentes de academias.** Dissertação (Mestrado em Ciências do Movimento). Florianópolis: UESC, 2011.

MACEDO, A. R. P. **A Importância de Espaços Kids Club para a Animação Turística Hoteleira.** Universidade de Évora, 2018. 147 p.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing:** uma Orientação Aplicada. Porto Alegre: Atlas, 2004.

MARTINS, A. **Proposta de exercícios físicos no pós-parto.** Um enfoque na atuação do enfermeiro obstetra. Revista *Investigación y Educación en Enfermería*, 2011.

MATSUDO, S. M.; MATSUDO, V. R.; ARAUJO, T. **Nível de atividade física da população do Estado de São Paulo:** análise de acordo com gênero, idade, nível socioeconômico, distribuição geográfica e de conhecimento. Revista Brasileira de Ciência e Movimento. Brasília, v. 10, n. 4, 2007.

MATSUDO, Sandra M.; MATSUDO, Victor R.; ARAUJO, Timoteo. et al. **Nível de atividade física da população do Estado de São Paulo: análise de acordo com gênero, idade, nível socioeconômico, distribuição geográfica e de conhecimento.** Revista Brasileira de Ciência e Movimento, Brasília, v. 10, n. 4, p. 41-50, out. 2002.

MATSUO, Renata Frazão et al. IMAGEM CORPORAL DE IDOSAS E ATIVIDADE FÍSICA. **Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte**, Tatuapé, v. 6, n. 1, p.37-43, 2007. Disponível em: <[https://www.mackenzie.br/fileadmin/OLD/47/Graduacao/CCBS/Cursos/Educao\\_Fisica/REMEFE-6-1-2007/art03\\_edfis6n1.pdf](https://www.mackenzie.br/fileadmin/OLD/47/Graduacao/CCBS/Cursos/Educao_Fisica/REMEFE-6-1-2007/art03_edfis6n1.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2019.

MODESTO, Jhomyr Dias; ULBRICHT, Leandra; NEVES1, Eduardo. Borba. **Satisfação de Clientes em Serviços de Educação Física Supervisionada na Região de Curitiba, Brasil:** Aplicação do QSCSEF. **Motricidade**, Curitiba, v. 12, p.48-58, jun. 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.mec.pt/pdf/mot/v12n2/v12n2a07.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2019

MOTTA, E. M.; MORAES, M. C. B. **Proposta de atributos de serviços e de indicadores de desempenho para academias fitness.** v.1, n.6. jan 2017. Disponível em: <http://www.podiumreview.org.br/ojs/index.php/rgesporte/article/view/167/pdf> Acesso em: 15/05/2019.

NELSON, M. E.; REJESKI W., J. **Physical activity and public health in older adults: recommendation from the American College of Sports Medicine and the American Heart Association.** **Medicine & Science in Sports & Exercise.** Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17762378> Acesso em: 15/05/ 2019.

OLIVEIRA, E. J.; GARCIA, C. **A gestão eficiente de pessoas como um diferencial competitivo.** v.1, n.2. 2017

ORTEGA, F. **Práticas de ascese corporal e constituição de bioidentidades**. Rio de Janeiro, 2003.

PARLATO-OLIVEIRA, E. **A clínica de linguagem de bebê: um trabalho transdisciplinar**. São Paulo: Instituto Langage, 2011.

PEREIRA, M. **Administração sem segredo: sua academia rumo ao sucesso**. São Paulo: Phorte, 2005.

PIAGET, Jean. **A Equilibração das Estruturas Cognitivas**. trad. Marion Penna. R.J. Ed. Zahar, 1976.

PINHEIRO, R; ALMEIDA, M. A. B. **Análise da satisfação do cliente de uma academia de ginástica**. Buenos Aires, 2011.

PUERPÉRIO. **Federação Brasileira das Associações de Ginecologia e Obstetrícia**. São Paulo: Diretoria Triênio, 2010.

QUEIROZ, R. S. B. **Envelhecimento populacional e suas implicações à gestão de marketing: Uma investigação no setor de academias de ginástica**. Revista de Administração da Ufsm: **Brazilian Journal of Management, Santa Maria**, v. 11, n. 2, p.213-227, Santa Maria: UFSM, 2018.

RECH, C. R., FERMINO, R. C., HALLAL, P. C., **Validade e fidedignidade da escala de satisfação com a prática de atividade física em adultos**. Revista de Saúde Pública. 45(2), 286– 293.

ROTH, C.W. **A Competitividade das academias de ginástica e musculação de Santa Maria**. Santa Maria: UFSM, 2007.

SABA, F. **Aderência: à prática do exercício físicos em academia**. Bela Vista: Manole, 2001.

SABA, Fabio. **Gestão em Atendimento: Manual prático para Academias e Centros Esportivos**. 2. Ed. Barueri: Manole, 2012.

SABA, F. **Liderança e gestão: para academias e clubes esportivos.** São Paulo: Phorte, 2006.

SALDANHA, L. C. **Gestão da Produção: Integração Entre o Planejamento e Controle da produção e a Gestão da Qualidade.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.

SCORSI, L., LYRA, M. C. D. P. **O manhês e o desenvolvimento da comunicação adulto-bebê: uma revisão da literatura com uma proposta de análise microgenética das trocas mãe-bebê.** Interação em Psicologia, 2012.

SILVA, J. C. P. L.; FRANCO, A. L. N.; JORGE, S. V. **Prática de Exercício Físico (PEF), Qualidade de Vida (QV), Saúde e Academias.** Caderno Unifoa, Rio de Janeiro, v. 6, p.95-108, 2011. Disponível em: <http://revistas.unifoa.edu.br/index.php/cadernos/article/view/1653> Acesso em: 15/05/2019.

TAKEUTO, F. Y.; ARTILHA, L.; CÂNDIDO, L. **Espaço kids: o que pensam os pais, as crianças e os donos.** Unitoledo, Araçatuba, v. 2, p.135-154, dez/2018.

Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J; Gremler, D. D. (2011). **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman.

ZEQUINÃO, M. A., CARDOSO, F. L. **Criação e avaliação das qualidades psicométricas do questionário de satisfação dos clientes em serviços de Educação física.** Revista Brasileira de Ciências do Esporte, 2013.

## APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO

### QUESTIONÁRIO UTILZADO NA PESQUISA

1. Idade?

18 anos  + 18 anos até 25 anos  +25 anos até 30 anos  +30 anos

2. Estado Civil?

Solteira  Casada  Divorciada  Viúva  União Estável

Qual a sua profissão: \_\_\_\_\_

3. quantos filhos igual ou maiores de 3 a 7 anos?

1  2  3  4 ou +

4. Você trabalha fora?

SIM  NÃO

5. Você está satisfeita com sua imagem corporal após o nascimento do seu filho(s)?

SIM  NÃO

6. Você tem uma rede de apoio para ajudar nos cuidados com seu filho(s), que possibilitem sua frequência a uma academia de ginástica?

SIM  NÃO

7. Como você considera a rotina de cuidados com o seu filho(s)?

Difícil  Moderado  Fácil

8. Frequenta ou frequentou alguma academia de ginástica depois do nascimento do seu filho?

9. Se sim, por quanto tempo?

+ de 1 mês  + de 3 meses  +6 meses  + de 1 ano

SIM  NÃO

10. Você tem conhecimento dos benefícios do exercício físico?

SIM  NÃO

11. O fato de você ter um filho com idade de 3 a 7 anos dificulta seu acesso para a prática de exercícios físicos?

SIM  NÃO

12. Você frequentaria uma academia de ginástica que tenha um espaço reservado

para acomodar seu filho?

SIM  NÃO

Caso tenha respondido sim na questão 12, responda as questões 13,14,15 e 16.

13. Para você qual a importância do espaço kids em uma academia de ginástica?

Importante  não é importante

14. O espaço kids seria um fator determinante para que você escolhesse uma suposta academia de ginástica?

SIM  NÃO

15. Você pagaria um valor maior na mensalidade se a academia de ginástica tivesse espaço kids?

SIM  NÃO

16. Sua satisfação como cliente aumentaria caso a academia de ginástica que você frequenta/frequentou oferecesse o espaço kids?

SIM  NÃO