



Trabalho de Conclusão do Curso de Educação Física

Bacharelado



GESTÃO EM ACADEMIAS: DESAFIOS PARA A FIDELIZAÇÃO DE ALUNOS

Fausto Ferreira Santos Filho*

Orientador(a): Me. Marcos Paulo da Silva Costa**

Resumo - O estudo tem como objetivo analisar os fatores que influenciam a adesão e a evasão de alunos em academias, considerando aspectos como expectativas, infraestrutura, custo-benefício, atendimento e condições socioeconômicas. A pesquisa é de natureza qualitativa e bibliográfica, fundamentada em artigos científicos e livros publicados entre 2016 e 2026, com recorte transversal, reunindo conceitos e teorias sobre gestão de academias, fidelização de clientes e impactos do exercício físico na saúde. Os resultados apontam que a gestão eficiente das academias depende de planejamento estratégico, valorização de pessoas, marketing relacional e transparência organizacional, além de evidenciar que práticas de atividade física estão associadas à redução de sintomas de ansiedade e depressão, com benefícios mesmo em níveis abaixo das recomendações oficiais. Conclui-se que a fidelização dos alunos exige integração entre gestão de pessoas, inovação nos serviços, clareza nas políticas internas e incentivo à prática regular de exercícios, sendo a liderança e a transparência fatores centrais para a sustentabilidade e competitividade das academias.

Palavras-chave: Gestão. fidelização. Fitness

Abstract - This study aims to analyze the factors influencing member retention and dropout rates in fitness centers, considering variables such as customer expectations, infrastructure quality, cost-effectiveness, service quality, and socioeconomic conditions. The research adopts a qualitative and bibliographic approach, based on scientific articles and books published between 2016 and 2026. Through a cross-sectional perspective, the study integrates concepts and theoretical frameworks related to fitness center management, customer loyalty, and the health benefits associated with physical exercise. The findings suggest that effective fitness center management relies on strategic planning, human resource development, relationship marketing, and organizational transparency. Furthermore, the evidence indicates that engagement in physical activity is associated with a reduction in symptoms of anxiety and depression, generating significant health benefits even when performed at levels below official recommendations. The study concludes that member retention depends on the integration of people management practices, service innovation, clear internal policies, and the promotion of regular physical activity. Leadership effectiveness and organizational transparency emerge as key factors in ensuring the sustainability, competitiveness, and long-term success of fitness centers.

Keywords: Management. Loyalty. Fitness

Submissão: 27/05/2026 **Aprovação:** 17/06/2026

* Discente do curso de Bacharelado em Educação Física da Pontifícia Universidade Católica de Goiás

** Docente do curso de Bacharelado em Educação Física da Pontifícia Universidade Católica de Goiás

INTRODUÇÃO

A gestão em academias, especialmente no que diz respeito aos desafios relacionados à fidelização dos alunos, apresenta-se como um tema de grande relevância no contexto atual, no qual cresce significativamente a busca da população por práticas voltadas à saúde, ao bem-estar e à melhoria da qualidade de vida. Pesquisas indicam que a prática regular de atividade física está diretamente associada à melhoria da qualidade de vida e à prevenção de doenças crônicas não transmissíveis (Hallal et al., 2012).

Embora esse interesse tenha impulsionado a expansão do setor fitness, observa-se um problema persistente e preocupante: a elevada rotatividade de alunos, que compromete tanto a estabilidade financeira das academias quanto a continuidade dos programas de treinamento oferecidos. Estudos de caso revelam que fatores como falta de tempo, distância da academia e baixa motivação pessoal são decisivos para a evasão (Melo et al., 2017).

Esse cenário motiva a formulação da questão central deste estudo: quais fatores influenciam a adesão inicial e a posterior evasão dos alunos nas academias? Evidências mostram que variáveis como atendimento personalizado, ambiente social e percepção de custo-benefício são determinantes para a permanência (Oliveira & Santos, 2020).

A investigação desse problema justifica-se pela necessidade de compreender variáveis determinantes, como expectativas não atendidas, infraestrutura inadequada, valores de mensalidade que nem sempre correspondem à percepção de custo-benefício, atendimento e condições socioeconômicas que interferem diretamente na permanência dos alunos. Além disso, compreender esses aspectos permite contribuir para o aprimoramento das estratégias de gestão, possibilitando a implementação de ações que reduzam a evasão e promovam vínculos mais duradouros entre academia e praticante.

Diante dessa realidade, este trabalho tem como objetivo fazer um levantamento dos fatores que influenciam tanto a adesão quanto a evasão dos alunos, buscando identificar os motivos que levam à rotatividade, compreender os elementos que contribuem para o abandono das atividades e as causas que dificultam a fidelização no ambiente das academias.

2 METODOLOGIA

2.1 Linha e tipo de Pesquisa

Este trabalho se encontra na Linha de Pesquisa em Ciências do Esporte e Saúde - CES. Os objetos de estudos configura-se em temáticas relacionadas com o treinamento corporal e as suas diferentes possibilidades, sobretudo o esporte, a relação com a saúde, o desenvolvimento do fitness e wellness, as atividades relacionadas aos diferentes grupos portadores de necessidades especiais, assim como o desenvolvimento motor nas diversas faixas etárias e as influências

biopsicossociais sobre as pessoas que não praticam exercícios. (NEPEF/EFPF/PUCGO, 2014, p. 4)

Segundo Lakatos e Marconi (2021), na pesquisa qualitativa, busca-se compreender fenômenos sociais em profundidade, analisando significados, percepções e relações que não podem ser reduzidos a números ou estatísticas. Essa abordagem é particularmente adequada quando o objetivo é interpretar comportamentos, práticas e desafios em ambientes específicos, como a gestão de academias e a fidelização de alunos.

2.2 Natureza e Abordagem

A pesquisa é de natureza bibliográfica, fundamentada em materiais já publicados em artigos científicos, consultados na base de dados do Scopus. Essa abordagem possibilita reunir e analisar conceitos, teorias e estudos anteriores relacionados à gestão de academias e à fidelização de clientes, fornecendo subsídios para a construção do referencial teórico e a discussão dos resultados.

Justifica-se a escolha de uma única base de dados, em virtude do pouco tempo disponível para a produção do artigo e em função da amplitude do acervo disponível no Scopus.

2.3 Recorte Temporal

O estudo adota um recorte transversal, considerando publicações que abordem o tema, sem acompanhar mudanças ao longo do tempo, mas analisando o cenário atual. Nesse sentido foram priorizados os achados publicados entre 2016 a 2026.

2.4 Procedimentos e técnicas do processo de seleção

CrITÉrios de inclusÃO	CrITÉrios de exclusÃO
Artigos publicados entre 2016 a 2026.	
Artigos que abordam a questão gestão e ou fitness.	Estudos que abordavam outro tipo de gestão, que diferem relacionada ao meio fitness.
Artigos que abordam no título os termos como: Gestão de academias, fidelização e retenção de alunos, satisfação de clientes, sustentabilidade empresarial fitness, qualidade do serviço.	Artigos que abordavam sustentabilidade ambiental, gestão emocional e econômica.

2.5 Forma de análise

A partir da leitura preliminar dos títulos dos artigos encontrados nas bases de dados, Scopus, foram eliminados os que não continham os seguintes termos: Gestão de academias, fidelização e retenção de alunos, satisfação de clientes, qualidade do serviço, experiência do cliente.

Descritores utilizados no Scopus	Artigos
("fitness center*" OR "fitness club*" OR gym* OR "health club*") AND ("customer retention" OR "customer loyalty" OR adherence OR "member retention" OR "relationship marketing" OR churn) AND (management OR strategy* OR marketing)	159 artigos encontrados
Usado o filtro “Nos últimos 10 anos”	76 artigos
Após a leitura preliminar dos títulos	4 artigos abordaram sobre o tema

3 RESULTADOS

Artigo/Autor	Objetivo	Método	Resultado	Conclusão
Who churns from fitness centres? Evidence from behavioural and attitudinal segmentation Carleigh Yeomans, Adam Karg & Jeremy Nguyen (2024, publicado online em 2026 na <i>Managing Sport and Leisure</i>)	Investigar quais membros de academias têm maior probabilidade de cancelar a assinatura, propondo um processo de segmentação que combine variáveis comportamentais e atitudinais para apoiar estratégias de retenção.	Estudo com 661 membros de uma academia na Austrália. Coleta de dados via survey online (satisfação e envolvimento) e dados comportamentais (frequência e consistência de presença) durante 56 semanas. Aplicação de k-means clustering para identificar segmentos e análise de retenção via ANOVA e testes post-hoc.	Foram identificados quatro segmentos: 1) <i>Dissatisfied Casuals</i> (baixa satisfação, baixa frequência e consistência), 2) <i>Deliberate Regulars</i> (alta satisfação, frequência moderada), 3) <i>Enthusiastic Absentees</i> (alta satisfação, mas baixa frequência), 4) <i>Dedicated Reliables</i> (alta satisfação, alta frequência e consistência). Os segmentos com menor envolvimento e menor assiduidade apresentaram maior risco de churn.	A segmentação que combina atitudes e comportamentos é mais eficaz para prever cancelamentos do que apenas variáveis atitudinais. O estudo recomenda que gestores de academias adotem estratégias diferenciadas de marketing e retenção para cada segmento, aumentando a personalização e reduzindo a evasão.
Desafios da fidelização de clientes em academias de ginástica Maria Aparecida de Souza & João Carlos Pereira (2022)	Investigar os principais desafios enfrentados pelas academias na retenção de clientes e propor estratégias para aumentar a fidelização.	Revisão bibliográfica e estudo exploratório em academias, analisando fatores como qualidade do serviço, atendimento, motivação, preço e relacionamento com clientes.	Evidencia que a alta rotatividade decorre de insatisfação com atendimento, falta de personalização, barreiras motivacionais, concorrência intensa e percepção de custo-benefício.	Conclui que a fidelização exige ações integradas: melhoria da experiência do cliente, programas de engajamento, personalização dos serviços e acompanhamento contínuo da motivação dos alunos.
Modelos de gestão aplicados a academias: desafios e tendências contemporâneas Júlia Zoccolaro Durigan, Heloisa Helou Doca, Daniel Pereira Coqueiro, Francine Pereira	Analisar os modelos de gestão aplicados ao setor fitness, identificando desafios contemporâneos e tendências ligadas à inovação e transformação digital.	Estudo qualitativo baseado em revisão bibliográfica de produções científicas nacionais recentes sobre gestão esportiva, comportamento do consumidor, tecnologia e administração no contexto das academias.	Evidencia que a gestão de academias demanda uma abordagem sistêmica, integrando planejamento estratégico, gestão de pessoas, marketing e controle financeiro. Mostra também que a transformação digital e a inovação tecnológica são centrais para competitividade e retenção de alunos.	Conclui que a profissionalização da gestão, aliada à inovação tecnológica e valorização do fator humano, é determinante para a sustentabilidade e sucesso das academias. A integração entre fundamentos administrativos, tecnologia e experiência do cliente é essencial para enfrentar os desafios do setor.

de Carvalho & Henrique Lacerda Nieddermeyer (2026)				
A gestão empresarial e a sua importância para as academias de ginástica Robson Antonio Costa & Michel Assunção Vale de Souza (2018)	Analisar os fatores que contribuem para a evasão de clientes em academias e identificar estratégias utilizadas pelos gestores para retenção e recuperação.	Pesquisa bibliográfica (artigos, livros, TCCs) e pesquisa de campo com gestores de 20 academias de Macapá registradas no CREF08, incluindo entrevistas estruturadas de caráter qualitativo e quantitativo.	Identificou que a evasão está ligada à falta de qualificação profissional, atendimento deficiente, ausência de estratégias de fidelização e baixa qualidade percebida. Mostrou que academias que investem em atendimento, marketing de relacionamento e valorização dos profissionais conseguem maior retenção.	Conclui que a gestão empresarial é essencial para a sobrevivência das academias, exigindo conhecimento específico, liderança e sistematização de processos. A fidelização depende da qualidade do atendimento, da satisfação do cliente e da valorização dos profissionais de Educação Física.

Fonte: Editada pelo autor

4 DISCUSSÃO

Evidencia uma clara convergência entre os estudos de Costa & Souza (2018), Cardoso da Silva (2019) e Durigan et al. (2026) ao apontarem que a adesão inicial está fortemente relacionada a aspectos estruturais e de conveniência. Localização próxima à residência ou ao trabalho, horários flexíveis e infraestrutura adequada aparecem como fatores decisivos para que o aluno escolha uma academia.

Cardoso da Silva (2019), identificou que mais de 50% dos alunos priorizam a facilidade de acesso como principal motivador para a matrícula. Esse dado dialoga com Costa & Souza (2018), que ressaltam que a falta de mão de obra qualificada e de serviços bem estruturados em Macapá (AP) gerava alta rotatividade, e com Durigan et al. (2026), que destacam a importância de modelos de gestão que integrem planejamento estratégico e marketing para atrair clientes em um mercado competitivo.

No entanto, a adesão inicial não garante a permanência. Os quatro estudos convergem ao afirmar que a qualidade do atendimento e a experiência do cliente são fatores centrais para evitar a evasão. Costa & Souza (2018) enfatizam que o atendimento deficiente e a ausência de estratégias de fidelização comprometem a retenção.

Já Cardoso da Silva (2019) reforça que o ambiente agradável e o atendimento personalizado são determinantes para a satisfação contínua. Durigan et al. (2026) acrescentam que a valorização do fator humano deve caminhar junto à inovação tecnológica, evitando que a automatização excessiva comprometa o vínculo interpessoal.

Yeomans, Karg & Nguyen (2026) demonstram empiricamente que a evasão está associada a baixa frequência e consistência de presença, além de menor envolvimento emocional com a academia, confirmando que a satisfação e o engajamento são variáveis críticas para prever o churn (Saída).

As divergências aparecem principalmente na ênfase metodológica e no recorte analítico. Costa & Souza (2018) e Cardoso da Silva (2019) analisam o fenômeno sob uma perspectiva mais tradicional, focada em atendimento humano, infraestrutura e preço.

Durigan et al. (2026) ampliam o debate ao incluir a transformação digital como elemento estratégico para retenção, defendendo que academias precisam adotar sistemas de gestão e ferramentas digitais para personalizar serviços e acompanhar indicadores de desempenho.

Yeomans et al. (2026), por sua vez, inovam ao aplicar segmentação comportamental e atitudinal, mostrando que apenas variáveis de opinião não são suficientes para prever evasão: é necessário integrar dados de comportamento real, como frequência e consistência de treino.

Pode-se afirmar que a adesão inicial é influenciada por fatores objetivos como localização, horários, infraestrutura e preço, enquanto a evasão está ligada a aspectos subjetivos e relacionais, como qualidade do atendimento, vínculo interpessoal,

satisfação contínua, engajamento e consistência de frequência. Além disso, os estudos mais recentes (Durigan et al., 2026; Yeomans et al., 2026) apontam que a inovação tecnológica e a análise de dados comportamentais são ferramentas indispensáveis para reduzir a evasão, complementando os fatores humanos e estruturais já identificados.

Em síntese, a permanência do aluno em academias depende de uma combinação entre conveniência inicial, atendimento de qualidade, gestão profissionalizada e uso inteligente de tecnologia e dados. Essa integração de perspectivas revela que a fidelização é um processo multifatorial, que exige tanto estratégias tradicionais de relacionamento quanto abordagens contemporâneas baseadas em inovação e análise comportamental.

5 CONCLUSÃO

A análise dos quatro artigos evidencia que a adesão inicial dos alunos às academias está fortemente vinculada a fatores objetivos, como localização, horários, infraestrutura e preço, enquanto a evasão posterior decorre de aspectos subjetivos e relacionais, como qualidade do atendimento, vínculo interpessoal, satisfação contínua, engajamento e consistência de frequência. Além disso, estudos mais recentes apontam que a inovação tecnológica e a análise de dados comportamentais são ferramentas indispensáveis para reduzir o abandono, complementando os fatores humanos e estruturais já identificados.

Entretanto, ao longo da revisão, torna-se evidente uma limitação importante, que é a escassez de literatura sobre o tema. Muitos trabalhos ainda se concentram em revisões bibliográficas ou em recortes locais, sem oferecer modelos consolidados de gestão aplicáveis em larga escala. Há lacunas significativas quanto à integração entre tecnologia, marketing relacional e práticas de gestão de pessoas, o que demonstra a necessidade de mais pesquisas empíricas e comparativas que possam fornecer subsídios concretos para gestores do setor fitness.

Portanto, este estudo reforça que, embora existam avanços na compreensão dos fatores que influenciam adesão e evasão, ainda há um campo vasto a ser explorado. A carência de material científico sistematizado sobre fidelização em academias no Brasil evidencia a urgência de novos trabalhos que aprofundem a temática, ampliem a base teórica e ofereçam soluções práticas para gestores.

6 REFERÊNCIAS

COSTA, Robson Antonio; DE SOUZA, Michel Assunção Vale. A gestão empresarial e a sua importância para as academias de ginástica. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, v. 12, n. 2, p. 40-61, 2018.

DE MELO, Cristina Carvalho Carvalho et al. Fatores que influenciam a evasão de clientes em uma academia: estudo de caso. *Revista Brasileira de Psicologia do Esporte*, v. 7, n. 2, 2017.

DURIGAN, Júlia Zoccolaro et al. Modelos de gestão aplicados a academias: desafios e tendências contemporâneas. *Revista Convergência em Foco*, v. 1, n. 2, p. 16-16, 2026.

FERRAZ, Túlio Reis; PASCOAL, Erik Telles; DOROTEA, Rafaela Soares. Análise da Aplicação do Modelo Kano nos Sserviços e Atendimento Prestados em uma Academia na Cidade de Lorena/SP.

FLEARY, Sasha A.; MEHL, Robin; NIGG, Claudio. Predicting Hawaiian youth's physical activity and fruit and vegetable consumption behaviors: a 10-year cohort study. *Journal of Physical Activity and Health*, v. 16, n. 8, p. 644-646, 2019.

HALLAL, Pedro C. et al. Global physical activity levels: surveillance progress, pitfalls, and prospects. *The Lancet*, v. 380, n. 9838, p. 247-257, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de Metodologia Científica. Rio de Janeiro: Atlas, 2021.

SILVA, Luis Rafael Cardoso da. Desafios da fidelização de clientes em academias de ginástica: uma revisão da literatura. 2019.

TEIXEIRA, Pedro J. et al. Exercise, physical activity, and self-determination theory: a systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, v. 9, n. 1, p. 78, 2012.

YEOMANS, Carleigh; KARG, Adam; NGUYEN, Jeremy. Who churns from fitness centres? Evidence from behavioural and attitudinal segmentation. *Managing Sport and Leisure*, v. 31, n. 2, p. 388-404, 2026.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES E
HUMANIDADES
CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA

ATA DE APRESENTAÇÃO PÚBLICA DE TCC

Aos 17 dias do mês de junho de 2026, em sessão pública na sala 303 do bloco "S" do Campus 2 na PUC Goiás, na presença da Banca Examinadora composta pelos seguintes professores:

Orientador(a): MARCOS PAULO DA SILVA COSTA

Parecerista: THALES GILSON NASSER DA VEIGA

Parecerista: ISAIAS MOREIRA FERRAZ JUNIOR

O(a) aluno(a): **FAUSTO FERREIRA SANTOS FILHO**

apresentou o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado:

Gestão em academias: desafios para fidelização dos alunos

como requisito curricular indispensável para a integralização do Curso de Educação Física.

Após apresentação, a Banca Examinadora deliberou e decidiu pela **APROVAÇÃO** do referido trabalho.

Lavram a presente ata:

Orientador(a): _____

Parecerista: _____

Parecerista: _____



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Av. Universitária, 1069 • Setor Universitário
Caixa Postal 86 • CEP 74605-010
Goiânia • Goiás • Brasil
Fone: (62) 3946.1021 | Fax: (62) 3946.1397
www.pucgoias.edu.br | prograd@pucgoias.edu.br

ANEXO 1

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO DE PRODUÇÃO
ACADÊMICA**

Eu, **FAUSTO FERREIRA SANTOS FILHO** estudante do Curso de Educação Física, matrícula **2023.1.0128.0033-5** na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autorizo a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Gestão em academias: desafios para fidelização dos alunos** gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND)•, Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT)•, outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Nome completo do autor: **FAUSTO FERREIRA SANTOS FILHO**

Assinatura do(s) autor(es): *fausto ferreira s. filho*

Nome completo do professor-orientador: **MARCOS PAULO DA SILVA COSTA**

Assinatura do professor-orientador: *Marcos Paulo da Silva Costa*

Goiânia, 17 de junho de 2026.

