

ANÁLISE ASSOCIATIVA ENTRE MOTIVAÇÃO E SATISFAÇÃO E MOTIVAÇÃO E LEALDADE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE JUDÔ ENTRE 10 E 17 ANOS DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO

RICARDO RUFFONI (1) (2) (3)

ERIKA MARIA KOPP XAVIER DA SILVEIRA (1) (2)

DANIELLI BRAGA DE MELLO (4)

ABEL CORREIA (3)

(1) FACULDADES INTEGRADAS DE JACAREPAGUÁ, RJ, BRASIL.

(2) CENTRO UNIVERSITÁRIO CELSO LISBOA, RJ, BRASIL.

(3) FACULDADE DE MOTRICIDADE HUMANA, LISBOA, PORTUGAL.

(4) ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA DO EXÉRCITO, RJ, BRASIL.

prof.ruffoni@gmail.com

O judô é uma luta oriental praticada no mundo inteiro. No Brasil, o judô tem um caráter relevante não só no esporte de base, como também no destaque de atletas em campeonatos mundiais e olímpicos. No entanto, uma característica própria do judô é a formação holística do cidadão, envolvendo categorias conceituais, procedimentais e atitudinais, o que transforma este desporto em um instrumento pedagógico na formação da criança e do adolescente. Segundo a Federação de Judô do Estado do Rio de Janeiro, existem 6.718 praticantes de judô federados (FJERJ 2008). Porém se conhecer o comportamento do consumidor do judô é importante conhecer os motivos que influenciam os alunos à prática do judô e a sua associação com o nível de satisfação e lealdade. O procedimento utilizado para a pesquisa foi à aplicação de questionário semi-estruturado, respondido por 348 inquiridos. Os questionários analisaram características sociodemográficas, comportamento de consumo, motivação, satisfação e lealdade. Foram empregadas técnicas de Estatística Descritiva e Análise Fatorial Exploratória. E, a partir desse ponto, a Estatística Inferencial através de uma análise correlacional utilizando o teste Qui-quadrado (χ^2), observando o nível de significância de 95% ($p < 0,05$). Os motivos que apresentaram associação significativa do nível de satisfação com os três itens - qualidade, organização e interesse da variável satisfação - foram história e filosofia, seguir carreira atlética e obter sucesso competitivo, pela sociabilização e pelos valores éticos e morais. Na análise entre motivação e lealdade, observou-se que a maior lealdade ao judô relaciona-se à qualidade e proximidade da agremiação, à sociabilização e aos valores éticos e morais. Concluiu-se que a compreensão do comportamento do consumidor representa um passo definitivo para efetivar uma gestão de sucesso no judô.

Palavras-chave: judô, comportamento de consumo, motivo, satisfação, lealdade, gestão.

ASSOCIATIVE ANALYSES BETWEEN MOTIVATION AND SATISFACTION LOYALTY AND MOTIVATION AND LOYALTY OF 10 TO 17 YEARS-OLD JUDO PRACTITIONERS OF RIO DE JANEIRO CITY

This study aimed at evaluating the profile of Judo practitioners at the Judo colleges of Rio de Janeiro city. It was used descriptive statistics technique, exploratory factorial analysis and from this the inferential statistics by means of the correlational analysis. The reasons that showed significant association of the satisfaction level with the three items, quality, organization and interest of the satisfaction variable were: history and philosophy, athletic career and to have competitive success, by socialization and by ethic and moral values. On the analysis between motivation and loyalty, it was noticed that the greater loyalty to judo is related to the quality and the closeness of the college, to the socialization and to the ethic and moral values.

Keywords: judo, consumption behavior, motive, satisfaction, loyalty, management.