



**UNIVERSIDADE DE ÉVORA**

**Mestrado em Direção e Gestão Desportiva**

**Dissertação de Mestrado**

**Ginásios: fatores sociais, pessoais e ambientais que levam à adesão,  
retenção e ao abandono de sócios.**

**Autor:**

Vasco Grave Silvestre

**Orientador:**

Prof. Doutor Armando Raimundo

**Co-Orientadora:**

Mestre Carla Gaspar

*“Esta Dissertação não inclui as críticas e sugestões feitas pelo Júri”*





**UNIVERSIDADE DE ÉVORA**

**Mestrado em Direção e Gestão Desportiva**

**Dissertação de Mestrado**

**Ginásios: fatores sociais, pessoais e ambientais que levam à adesão,  
retenção e ao abandono de sócios.**

**Autor:**

Vasco Grave Silvestre

**Orientador:**

Prof. Doutor Armando Raimundo

**Co-Orientadora:**

Mestre Carla Gaspar

*“Esta Dissertação não inclui as críticas e sugestões feitas pelo Júri”*

## ÍNDICE GERAL

Índice Geral.....	IV
Índice de Tabelas.....	VI
Índice de Quadros.....	VII
Agradecimentos.....	VIII
Resumo.....	IX
Abstract.....	X
A. INTRODUÇÃO GERAL.....	11
B. REVISÃO DA LITERATURA.....	14
1. A atividade física na sociedade atual.....	14
1.1. Atividade física e sociedade.....	14
1.2. Importância da atividade física e sua conceptualização .....	15
1.3. Benefícios da atividade física.....	16
1.4. Implicações da atividade e da inatividade física.....	17
2. Motivos para fazer atividade física.....	17
2.1. Motivação e motivos para fazer exercício físico.....	17
2.2. Motivos de adesão/abandono dos ginásios.....	19
3. Pontos-chave da atividade física em ginásios.....	21
3.1. Expetativas.....	23
3.2. Barreiras.....	24
3.3. Ambiente físico.....	25
3.4. Fatores pessoais.....	30

3.4.1. Os sócios dos ginásios.....	32
3.4.2. Características dos sócios que influenciam a elaboração de programas de treino.....	35
3.5. O ambiente social.....	36
3.5.1. A relação sócio/funcionários.....	37
3.5.2. A relação sócio/sócio.....	40
C. OBJETIVOS DA DISSERTAÇÃO.....	42
D. METODOLOGIA.....	43
1.Caracterização da amostra.....	43
2. Instrumentos.....	44
3. Procedimentos.....	45
4. Análise de dados.....	45
E. RESULTADOS.....	47
F. DISCUSSÃO.....	55
G. CONCLUSÕES .....	60
BIBLIOGRAFIA.....	63
ANEXOS.....	73

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Motivos para ir ao ginásio.....	19
Tabela 2 – Motivos de abandono dos ginásios (IHRSA, 1998).....	21
Tabela 3 – Comparativos de sócios e ginásios .....	27
Tabela 4 – Determinantes pessoais associados com a participação em programas de exercício físico supervisionado.....	31

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 – Valores da estatística descritiva para as variáveis em estudo.....	43
Quadro 2 – Coeficientes de Fiabilidade referentes aos fatores em estudo no inquérito.....	47
Quadro 3 – Estatísticas descritivas e comparação de médias dos fatores do QPAG.....	48
Quadro 4 – Análise de medidas dos fatores em função das faixas etárias dos sócios.....	49
Quadro 5 – Análise de medidas dos fatores em função do sexo dos sócios...	50
Quadro 6 – Análise de medidas dos fatores em função do estado civil dos sócios.....	50
Quadro 7 – Análise de medidas dos fatores em função do tempo de associado dos sócios.....	51
Quadro 8 – Análise de medidas dos fatores em função da frequência semanal dos sócios.....	52
Quadro 9 – Análise de medidas dos fatores em função do horário de utilização do ginásio pelos sócios.....	52
Quadro 10 – Comparação entre fatores em função do horário de utilização do ginásio pelos sócios.....	53
Quadro 11 – Análise de medidas dos fatores em função da experiência em ginásios.....	54
Quadro 12 – Correlação da pergunta “ <i>Estou motivado para continuar a fazer exercício físico no ginásio</i> ” e os quatro fatores do QPAG.....	54

## AGRADECIMENTOS

Este trabalho não seria possível de realizar sem a colaboração e participação de várias pessoas e entidades. Gostaria, assim, de expressar os meus sinceros agradecimentos a todos aqueles que, de uma forma direta ou indireta, contribuíram para a sua realização:

Ao Miguel e à Elisabete por todas as alegrias e alento o que me têm dado.

À minha família por terem conseguido inculcar-me os valores de querer saber mais e ser melhor.

À Carla Gaspar que se mostrou disponível para ajudar desde o primeiro instante, sendo uma coorientadora preciosa para este estudo, respondendo sempre de forma célere a dúvidas e necessidades.

Ao Professor Doutor Armando Raimundo, pela atenciosa coordenação ao longo deste trabalho.

Ao *Every.body* que, pela pessoa da sua Diretora Geral, aceitou ser o local selecionado para a realização deste estudo.

A todos os sócios do *Every.body* que tiveram a amabilidade de disponibilizaram o seu tempo e preencheram o extenso questionário.

## RESUMO

A *indústria do fitness* tem atualmente um impacto significativo na sociedade, sendo que a principal dificuldade destas entidades é a elevada taxa de abandono. As pessoas inscrevem-se e mantêm-se fidelizadas por diferentes motivos, sendo as principais motivações a procura da saúde e a melhoria da condição física.

Aplicou-se, a 307 sócios do *Every.body*, o Questionário de Perceção do Ambiente do Ginásio (QPAG) com o objetivo de identificar a variação da perceção que os sócios têm dos fatores ambientais e pessoais do ginásio, bem como avaliar a importância das relações *sócio/sócio* e *sócio/funcionário*.

Averiguou-se que a *relação sócio/funcionários* é uma variável fundamental para a taxa de retenção, sendo que foi o fator mais valorizado ( $M = 5,279$ ) e que os *fatores pessoais* foram os menos valorados ( $M = 3,362$ ). A *relação sócio/sócio* é mais valorizada pelos homens comparativamente com as mulheres ( $M = 4,821$ ;  $DP = 0,841$ ). Relativamente aos *fatores ambientais* apurou-se que os sócios que utilizavam o horário *da abertura do ginásio até às 11 horas* foram os que mais os valorizaram ( $M = 5,423$ ;  $DP = 0,120$ ).

PALAVRAS-CHAVE: ginásios, sócios, adesão, retenção, abandono.

## ABSTRACT

### **Gyms: social, personal and environmental factors that lead to membership, retention and membership's abandonment.**

Fitness's industry currently has a significant impact on society, being the main difficulty of these entities dropout's high rate. People register and maintain their membership for different reasons, and the main motivations are the search for improved health and physical condition.

Was applied, to 307 members of *Every.body*, the Gym's Environment Perception Questionnaire (GEPQ) in order to identify perception's change that members have in gym's *environmental and personal factors*, as well as evaluate *member/member relationship's* and *member/staff relationship's* importance.

It was found that *member/employees relationship* is a key variable for retention rate, being this the most valued factor (M = 5,279). *Personal factors* were the least valued (M = 3,362). *Member/member relationship* is more valued by men compared with women (M = 4.821, SD = 0.841). Regarding *environmental factors* it was found that members who used the opening schedule *up to 11 hours* valued the most this factor (M = 5.423, SD = 0.120).

KEYWORDS: gym, associates, access, retention, abandonment.

## A. INTRODUÇÃO GERAL

A atividade física regular tem benefícios físicos, psicológicos e sociais. Embora a população em geral reconheça esse facto, a quantidade e qualidade da prática está longe dos níveis desejados. Podendo ser realizada em casa, na rua ou no clube, a atividade física pode também ocorrer nos ginásios. Criados no passado longínquo como locais de culto do físico e da mente, têm vindo a crescer em número, tamanho, atividades e serviços disponibilizados, podendo constituir uma boa alternativa para transformar a atividade física esporádica em exercício físico sistemático.

São vários os motivos que levam as pessoas a um ginásio, no entanto, não há certezas sobre os motivos que as levam a comprometerem-se e a manterem-se como sócias a longo prazo. As estatísticas indicam elevadas taxas de abandono (International Health Racquet & Sportsclub Association, 2007). Estes locais têm características muito próprias em termos de ambiente físico e social que podem influenciar a perceção dos sócios. São essas perceções que desejamos conhecer neste trabalho, para posteriormente as podermos reforçar ou modificar através de algum tipo de intervenção (educação), com a finalidade de aumentar a adesão dos sócios para que, dessa forma, possam beneficiar do efeito de treinarem nos ginásios.

Os ginásios são locais ainda pouco estudados ao nível académico (Lagrosen e Lagrosen, 2007), embora formem parte de uma indústria do fitness que tem um impacto significativo na sociedade (International Health Racquet & Sportsclub Association, 2007). Para além disso, o abandono do exercício físico após a adesão voluntária tem sido um problema para os profissionais deste setor durante décadas, sendo que apenas recentemente começou a ser estudado de forma sistemática (William e Klein, 2004).

Necessitamos de conhecer melhor os ginásios, caracterizando os seus sócios (sobretudo os de longo prazo), a fim de melhor compreender potenciais fatores de permanência e ajudar as pessoas que se iniciam a manterem a atividade física. Esse conhecimento permitirá também, pensamos, melhorar os ginásios enquanto organizações, tornando-os negócios bem-sucedidos.

O ambiente físico e os fatores pessoais são referidos muitas vezes como determinantes para a adesão aos ginásios (Annesi, 1996; IHRSA, 2000), mas, do nosso ponto de vista, o fator “ambiente social” (em particular, a relação sócio/funcionários) parece ser a variável determinante mais importante para a adesão à atividade física em ginásios.

Esta Dissertação de Mestrado foi estruturada da seguinte forma: na primeira parte apresentamos um modelo teórico onde se aborda o papel da atividade física na sociedade atual, os motivos para fazer atividade física e os determinantes da atividade física em ginásios. Numa segunda parte, apresentamos o Questionário de Perceção do Ambiente do Ginásio – QPAG, que visa avaliar a perceção que os sócios têm dos ginásios que frequentam. Seguidamente, apresentamos os resultados da aplicação desse questionário a uma população de 307 sócios do *Every.body Health and Fitness Club* em Évora e, por fim, apresentamos as conclusões desta investigação.

O objetivo deste trabalho é ampliar o conhecimento científico sobre os sócios de ginásios e o seu ambiente físico e social. Recorrendo à criação de uma base de dados, estudámos algumas variáveis, consideradas determinantes para a atividade física em ginásios. Foram analisadas detalhadamente informação sobre as características dos seus sócios, as expectativas das pessoas em relação aos ginásios, as barreiras para o exercício físico, os motivos que levam os indivíduos a inscreverem-se e os fatores que influenciam o processo de adesão e abandono. Aplicámos o questionário a uma população de sócios do *Every.body*, para verificar a importância de toda esta temática relacional e de interações. Os objetivos práticos da investigação foram:

- a) Conhecer os motivos que levam à adesão dos sócios;
- b) Identificar as diferentes perceções que os sócios têm sobre os fatores ambientais e pessoais do ginásio *Every.body*;
- c) Avaliar a importância das relações sócio/sócio e sócio/funcionário;
- d) Projetar estratégias, visando o aumento das taxas de retenção daquele estabelecimento de fitness.

Com esta investigação esperamos contribuir para o aumento e a atualização do conhecimento sobre a realidade dos ginásios de Portugal, levantando novas

questões, apontando alguns caminhos e possíveis respostas para os problemas que os centros de fitness e os seus utilizadores enfrentam.

## **B. REVISÃO DA LITERATURA**

### **1. Papel da atividade física na sociedade atual**

#### **1.1. Atividade física e sociedade**

Os povos primitivos desenvolveram atividades físicas de uma forma aplicada no seu dia-a-dia. Mover o seu corpo era uma forma de atingir um dos grandes objetivos: sobreviver. Vogels, e Westerterp (2001) realizaram um estudo para comparar os níveis de atividade entre um estilo de vida “histórico” simulado e um estilo de vida “moderno”, na tentativa de validar anteriores estimativas das alterações seculares na atividade física. Os resultados revelaram que os níveis de atividade eram duas a três vezes superiores no grupo histórico do que no grupo moderno. Os cálculos baseados no peso corporal e no gasto energético sugerem que a diferença seria equivalente a caminhar mais de 16 km por dia no passado do que na atualidade.

Ao longo dos anos foram-se privilegiando as atividades intelectuais em detrimento das atividades manuais, inventaram-se automóveis e outros meios de locomoção, escadas rolantes, elevadores e dispositivos tecnológicos que não fomentam atividade física e que contribuem cada vez mais para o sedentarismo. Mesmo a atividade física no trabalho diminuiu devido a uma redução da intensidade de esforço das tarefas realizadas. O homem tornou-se, definitiva e prejudicialmente, mais sedentário.

As características dos países desenvolvidos e o entorno social influenciam o indivíduo, favorecendo um estilo de vida passivo que se caracteriza, por exemplo, por comer demasiado para o gasto energético que se realiza ou por deixar de fazer exercício físico e de estimular o corpo.

Nas sociedades desenvolvidas o homem não faz atividade física laboral rotineira em quantidade suficiente. Assim, a procura do movimento passou a servir para obter de novo aquilo que se perdeu com essa inatividade: saúde. No final o objetivo acaba por ser o mesmo: sobreviver. Vista através da perspectiva da evolução dos tempos, a existência sedentária, possível para

grande número de pessoas apenas no último século, representa uma aberração artificial (Eaton, Shostak, e Konner, 1988).

Para recuperar a qualidade de vida, inverter esse processo e manter o corpo funcional, o homem necessita de treinar e de estimular novamente o seu corpo para que este produza os benefícios físicos, psicológicos e, indiretamente, os sociais também.

## 1.2. Importância da atividade física e sua conceptualização

A atividade física é entendida por Caspersen, Powell, e Christensen (1985) como o movimento corporal produzido pelos músculos esqueléticos, supondo um gasto de energia superior ao dos níveis de repouso, enquanto que o exercício físico é uma atividade física realizada de forma planificada, ordenada, repetida e deliberada.

A atividade física serve para manter os sistemas do nosso corpo funcionais, comunicar, interagir socialmente ou para estimular os sentidos. Um corpo que não se movimenta acaba por parar de funcionar e até por morrer, como um sistema atrofiado por falta de estímulo. A atividade física implica um melhor conhecimento e controlo do corpo na forma como:

- a) o percebemos.
- b) o utilizamos.
- c) o discriminamos.
- d) percebemos as sensações de esforço quando o corpo está em movimento (respiração, batimento cardíaco, contração muscular, etc.).
- e) dominamos as diferentes ações básicas de locomoção (andar, correr, saltar), manipulação (arremessar, receber, chutar...) e equilíbrio (giros, rolamentos, apoios invertidos...).
- f) percebemos as noções de espaço (direção, domínio da lateralidade) e as noções temporais (ritmo, duração, acentuação e velocidade).

Ao longo da história foi-se reforçando a ligação entre a atividade física e a saúde e numerosos profissionais de saúde observaram que as pessoas

sedentárias pareciam sofrer mais doenças do que as pessoas ativas (Dalleck e Kravitz, 2002).

Para a World Health Organization (2003) a atividade física adequada e regular é uma parte fundamental na prevenção do aumento das doenças crônicas pois o risco de ter uma doença cardiovascular aumenta 1,5 vezes nas pessoas que não seguem as recomendações mínimas da atividade física.

### 1.3. Benefícios da atividade física

Para a Organização Mundial de Saúde (World Health Organization, 2007a), a saúde define-se como um estado de completo bem-estar físico, mental e social, e não apenas a ausência de doença. Assim, a saúde comporta várias dimensões (anatômica, fisiológica e mental) e é amplamente definida pela cultura (Turnock, 1997). A atividade física tem inúmeros benefícios físicos, sociais e psicológicos cientificamente comprovados e amplamente reconhecidos pela sociedade em geral e especificamente ao nível da saúde. A Agency for Healthcare Research and Quality and the Centers for Disease Control, (2002) refere que a atividade física tem efeitos benéficos em quase todos os sistemas orgânicos (se não todos) e, conseqüentemente, previne um amplo conjunto de problemas de saúde e de doenças.

Estudos em grandes populações demonstraram que o bem-estar geral é superior e que a depressão é muito menos frequente nos indivíduos que fazem muito mais exercício do que naqueles indivíduos que fazem pouco ou nenhum exercício físico (Shephard, 1997). Fox (1999) refere ainda que existe uma evidência suficiente para dizer que o exercício físico é eficaz no tratamento da depressão clínica, que tem um efeito moderado na redução do estado de ansiedade e na ansiedade traço e pode melhorar as auto percepções físicas e, em alguns casos, a auto estima global. Existe boa evidência de que o exercício aeróbio e o exercício contra resistências adicionais melhoram os “estados de ânimo”.

Os programas de bem-estar nas empresas começam a ser vistos como um novo benefício, sendo mesmo incluídos nos pacotes de remuneração dos funcionários. Para além de todos os outros benefícios da atividade física

regular, há ainda outros a destacar relacionados com as empresas e a produtividade. Os programas de bem-estar para empresas conseguiram reduções na hipertensão, lesões, dores na zona lombar e outras condições preventivas (Harris e Baxter, 2002).

#### 1.4. Implicações da atividade e da inatividade física

A inatividade tem implicações económicas, políticas e sociais. O aumento da obesidade e doenças associadas contribui para os custos diretos e indiretos relacionados com os cuidados de saúde (Wolf e Colditz, 1998). Como a inatividade regular pode representar perdas económicas para os indivíduos, para as empresas e para a sociedade, têm-se desenvolvido programas de condição física e de promoção de estilo de vida saudável e de bem-estar (*wellness*) no trabalho e na vida diária das pessoas. Estima-se que a inatividade física cause 2 milhões de mortos anualmente em todo o mundo e só nos EUA os custos médicos em 2000 contabilizaram-se em 75 biliões de dólares, sendo que no Canadá a inatividade física contabiliza 6% do total dos gastos de saúde (World Health Organization, 2003).

A prevalência do comportamento sedentário mantém-se elevada em países desenvolvidos (Cameron, Craig, Stephens, e Ready, 2002; Katzmaryzyk, Gledhill, e Shephard, 2000; US Department of Health & Human Services, 1996). Todavia, culpar o indivíduo por não conservar a sua saúde e contribuir para os custos que a sociedade tem de suportar com os seus hábitos pouco saudáveis, faz esquecer as causas sociais da doença e a sua relação com fatores políticos e económicos (Huertas, 1998).

## 2. Motivos para fazer atividade física

### 2.1. Motivação e motivos para fazer exercício físico

Compreender porque é que alguns sócios dos ginásios conseguem diariamente fazer atividade física, ultrapassando obstáculos que os tentam impedir de ir

treinar – e a que outros indivíduos não resistem -, é fundamental para conseguir despertar mais interesse pelo exercício físico nos centros de fitness. O conceito de motivação provém do latim “movere”, que significa “mover”. Este significado etimológico permite compreender, em certa medida, o porquê de relacionar motivação com “motor”, pois o que move um indivíduo para a realização de práticas desportivas está baseado na motivação, quer dizer, converte-se num autêntico “motor” para a prática (Dosil, 2008). O mesmo autor define motivação da seguinte forma:

*A motivação é uma variável psicológica que move o indivíduo para a realização, orientação, manutenção e manutenção e/ou abandono das atividades físicas/desportivas, e costuma estar determinada pela associação cognitiva que o sujeito faz das diferentes situações (se é positiva, maior motivação; se é negativa, menor motivação; se é neutra, dependerá da construção cognitiva que realize do entorno e das suas próprias convicções), em função de uma série de fatores (individuais, sociais, ambientais e culturais). (p. 129).*

Um conceito que muitas vezes se confunde com o de *motivação* é o conceito de *motivo*, ou as causas pelas quais as pessoas frequentam uma atividade física. A *motivação* pode ser considerada a base geral pela qual o indivíduo participa nas atividades, enquanto que os *motivos* são as questões específicas que fazem o indivíduo optar por uma atividade ou outra.

Existem algumas variáveis que parecem influenciar os motivos pelos quais as pessoas se inscrevem nos ginásios. O sexo é uma delas. Num trabalho realizado por Ibarzábal e García (2003), 66,7% das mulheres diziam que iam ao ginásio para controlar o seu peso enquanto que apenas 15% dos homens referiam o mesmo motivo. Os homens acudiam sobretudo (50%) para manter a forma física. Kniveton (2005), investigando as motivações para os clientes frequentarem clubes de lazer, confirmou que tanto o sexo como a idade influenciam as motivações para aderir, bem como as razões para abandonar as

atividades nesses centros. Relativamente à idade, Hellín, Moreno e Rodríguez (2004) mencionam que esta faz variar os motivos para ir ao ginásio: os jovens inclinam-se para a competição, os adultos, os mais idosos e as mulheres fazem-no movidos por aspetos lúdicos, relaxantes e de relacionamento que a prática comporta.

Treinar não serve apenas para cultivar o corpo, embora tenha também motivações corporais. Na Tabela 1 apresentam-se motivos de saúde e bem-estar físicos, estéticos e de tipo psicológico. Apesar destas referências, os motivos que levam um indivíduo a inscrever-se num ginásio e os motivos para que se mantenha como sócio ativo podem ser diferentes (Crossley, 2006).

Tabela 1 – Motivos para ir ao Ginásio (Sena, 2008)

<b>Tipo</b>	<b>Motivos</b>	<b>Autores</b>
Saúde	Saúde e bem-estar, manter a saúde, controlo de peso.	Afonso, Fernandes, Gomes, Soares e Fonseca (1995); Miranda (1991); Moutão (2005); Novais e Fonseca (1994); Ibarzábal e Garcia (2003).
Físicos	Motivos físicos, forma física, agilidade, libertação de energias, necessidade de movimento.	Moutão (2005); Novais e Fonseca (1994); Afonso e tal. (1995); Pereira (2002); Ibarzábal e Garcia (2003); Miranda (1991).
Estéticos	Estéticos, aparência.	Miranda (1991); Moutão (2005).
Psicológicos	Bem-estar psicológico, stresse, sentir-me bem comigo próprio, desafio/reconhecimento.	Moutão (2005); Novais e Fonseca (1994); Afonso e tal. (1995); Pereira (2002).

Por vezes não se orientam os indivíduos para as atividades que vão de encontro às suas necessidades. Assim, há um desfasamento entre a razão pela qual vai ao ginásio e a atividade que realiza, podendo dar lugar à ausência de resultados e conseqüente abandono (Sena, 2008).

## 2.2. Motivos de adesão/abandono dos ginásios

Nos ginásios, o problema da adesão agrava-se, uma vez que estes são também unidades de negócio que têm de ser mais apelativas para vencerem a concorrência (fazer exercício em casa, no parque ou utilizar instalações municipais ou um clube para o efeito). Neste sentido, a forma como os ginásios estão local e espacialmente organizados e as regras de interação durante o

treino são tão importantes para a adesão como os ideais culturalmente formatados que apoiam a cultura do fitness (Sassatelli, 1999).

*Retenção e abandono* são palavras cada vez mais utilizadas na literatura de gestão de ginásios. Se em Portugal há um milhão e meio de utilizadores (Marktest, 2006), sabendo da fraca retenção dos ginásios, é provável que existam muitos mais ex-utilizadores do que sócios efetivos, pois, como refere a International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA) (1998), existem mais ex-sócios do que sócios de centros de fitness. Parece óbvio que há muitas pessoas que frequentaram vários ginásios antes do atual, mas haverá muitas outras que terão abandonado após a primeira experiência, não tendo nunca mais experimentado outro.

O que preocupa a sociedade atual, com os seus problemas de saúde, e a indústria do fitness, com os seus problemas de adesão, é o facto de haver mais ex-sócios do que sócios ativos nos ginásios (IHRSA, 1998). Os ginásios apresentam uma sucessão de pessoas que tentam e seguem um programa de treino, mas não são capazes de o manter (Sassatelli, 1999). Os ex-sócios insatisfeitos não transmitem habitualmente uma boa imagem do local que frequentaram, por não terem sido bem sucedidos.

A International Health Racquet e Sportsclub Association (1998) realizou alguns estudos nos quais os aspetos relacionados com o ambiente social revelaram uma grande importância (ver Tabela 2), sobretudo pelo facto de serem controláveis. Destacaram-se razões de abandono relacionadas com as condições específicas dos ginásios e sobre as quais é possível intervir diretamente, com vista à melhoria da adesão a estes espaços: demasiada gente nas instalações (27%), sócios insatisfeitos com os funcionários do clube (13%), ausência de atenção por parte dos funcionários do clube (13%), insatisfação com os programas/atividades (8%), inacessibilidade da gerência do clube (ou não responde) (6%).

Tabela 2 – Motivos de abandono dos Ginásios (IHRSA, 1998)

Conjunto de Fatores	Autores
Ambiente social; relação sócio/funcionários	Funcionários rudes Falta de profissionalismo Serviço fraco Administração não responde às necessidades dos sócios Programas de atividades desorganizados
Fatores ambientais	Localização inconveniente do ginásio Instalações sujas e/ou falta de manutenção Equipamento danificado que nunca é reparado Instalações com demasiada gente
Fatores pessoais	Razões familiares Lesões, problemas de saúde ou falecimento Mudança de emprego que provoca constrangimentos temporais Alteração da situação financeira

Annesi (2002) foi outro autor que se dedicou ao estudo desta problemática, tendo verificado que o abandono dos ginásios se devia, fundamentalmente, à quantidade de apoio social, à capacidade para utilizar estratégias de autogestão e autocontrolo (auto diálogo positivo, estabelecer objetivos, prevenção de recaídas, dissociação do desconforto) e à capacidade para tolerar o desconforto, reforçando assim a importância do ambiente social.

Os ginásios parecem confirmar, pois, uma característica revelada nos estudos de atividade física em geral, que mencionam o apoio social como o maior preditor para ser fisicamente ativo (Stahl, Rutten, Nutbeam, Bauman, Abel, e Luschen, 2001), influenciando a atividade física indiretamente através da motivação intrínseca e extrínseca (McNeill, Wyrwich, Brownson, Clark, e Kreuter, 2006). O ambiente social surge, desta forma, como um aspeto relevante para manter o ciclo positivo do exercício físico.

### 3. Pontos-chave da atividade física em ginásios

Embora a investigação nos dê alguma informação sobre fatores que determinam os comportamentos humanos no exercício físico, ainda não nos fornece uma previsão do futuro, antevendo aquilo que poderá passar-se com um indivíduo que adere ao exercício físico.

Os ginásios denotam agora uma diferenciação ao nível das instalações, bem como do público-alvo. Existem as grandes cadeias onde tudo é padronizado,

encontramos ginásios com pouco acompanhamento, onde simplesmente se paga o acesso ao local, e temos os estúdios de *personal training*. Ainda assim, os mais comuns são os ginásios com uma situação intermédia: instalações e equipamentos muito idênticos vendem serviços que se tentam transformar em produtos (aulas de marca registada), procuram seguir tendências e personalizam pouco. Até mesmo o treino personalizado é, em muitos locais, muito formatado, tornando-se pouco personalizado.

Aquilo que parece distinguir cada vez mais os ginásios não são os serviços nem são os produtos ali vendidos (pois na sua base encontra-se “cardio e musculação” sob vários formatos), mas sim os seus recursos humanos. Não são os programas de treino, mas sim a forma como estes são aplicados pelo pessoal que trabalha no ginásio. Quando tudo é similar (tipos de aulas e serviços, instalações e equipamentos) as pessoas marcam a diferença.

Neste estudo, considerámos como grandes grupos de fatores determinantes para a atividade física nos ginásios: a) *fatores situacionais*, onde se inclui o ambiente social em duas vertentes, a primeira na relação entre sócios e a segunda na relação entre sócio e funcionários; b) *fatores ambientais físicos* do ginásio; c) *fatores pessoais* onde a motivação assume um papel fundamental. Relativamente aos motivos de abandono revelou-se importante identificar a existência de razões controláveis por parte dos ginásios e dos seus profissionais, bem como razões de outra ordem, nas quais se verifica um menor poder de controlo.

Os fatores determinantes para a adesão/abandono de um ginásio são essencialmente de duas ordens: os *fatores pessoais ou individuais*, sobre os quais temos dificuldades em intervir diretamente, e os *fatores situacionais*, relacionados com o ambiente social e físico. O ambiente social, tendo um papel preponderante, pode ser dividido em duas vertentes: a *relação sócio/sócio* e *relação sócio/funcionários*.

O *fator ambiental* marca a imagem que se deseja transmitir e é muito importante como primeiro impacto, podendo mesmo ser fundamental para marcar a diferença para os indivíduos com bom domínio do treino, que não

dependem muito dos monitores e que procuram, acima de tudo, os equipamentos que lhe permitam realizar a sua rotina de treino (sem grande supervisão), assim como para aqueles outros que não têm como objetivo principal a socialização.

O *ambiente social* vai sendo criado pela atuação diária de todos os que compõem o conjunto de “habitantes” do ginásio: funcionários, incluindo professores, e sócios. Mais do que as regras impostas sob a forma escrita, são as normas criadas pelo núcleo de funcionários e sócios e a atitude que têm no seu dia-a-dia que vai criando o clima ou o ambiente social característico de determinado ginásio. Podemos colocar um grande painel com regras de utilização do ginásio que não serão cumpridas na generalidade dos utentes, a não ser que os funcionários zelem de forma mais ou menos subtil pelo cumprimento das mesmas. A forma como o fazem cria hábitos nos sócios que vão sendo transmitidos pela observação de outros sócios. Ao criar-se o hábito de, por exemplo, arrumar os pesos na sala de musculação após a utilização dos mesmos, irá fazer com que qualquer indivíduo que não o faça se destaque pela negativa e possa ser informado do seu comportamento, não só pelos funcionários mas também pelos outros sócios que desenvolveram esse hábito comportamental. E quando as pessoas se sentem bem com o ambiente criado, tendem a zelar pelo mesmo.

### 3.1. Expectativas

O marketing dos ginásios nem sempre é o mais adequado para atrair os clientes que necessitam dos programas de exercício físico, criando por vezes barreiras intimidatórias. Nesta linha, Brooks (1994) efetuou um estudo para averiguar as atitudes em relação ao exercício físico e à indústria do fitness. A visão dos indivíduos sedentários sobre os ginásios não foi a mais agradável. Salienta-se aquilo que essas pessoas gostariam de ver nos centros de fitness: pessoas com vários níveis de condição física, pessoas de várias idades, equipamento de fácil utilização, limpeza e arrumação, profissionais de várias idades que ajudassem os iniciados, recetividade a todas as idades e níveis de condição física, atenção individual para desenvolver e monitorizar o progresso,

aulas e treinos orientados para uma variedade de níveis de condição física, mais situações do tipo “experimente antes de usar” (ou seja, adesões de sócio à experiência), passes de visita a preços razoáveis, táticas de vendas sem grande pressão; relativamente à publicidade, gostariam de ver exemplos com pessoas comuns e apresentação de resultados realistas.

A percepção e as expectativas levam-nos a outro problema comum existente com os sócios dos ginásios: o excesso de confiança sobre a eficiência futura ou sobre o controlo futuro fazem com que as pessoas paguem e não utilizem o ginásio. DellaVigna e Malmendier (2006) abordaram esse problema e num dos seus estudos referem que os consumidores que escolheram um contrato mensal tinham 18% mais de probabilidades de se manterem como sócios durante um ano do que os sócios que se comprometeram anualmente. Os indivíduos esperam encontrar exercícios fáceis em termos de esforço físico e, simultaneamente, resultados visíveis e rápidos. São precisamente essas expectativas demasiado otimistas dos praticantes inexperientes que podem levar ao descontentamento e à desistência (Jones, Harris, Waller, e Coggins, 2005).

### 3.2. Barreiras

As barreiras para o exercício físico são consideradas como um fator negativo determinante na participação em programas de exercício físico (Weinberg e Gould, 2007). No entanto, nem sempre as barreiras são reais, por vezes são apenas uma percepção errada da realidade. Vejamos o caso da falta de tempo, o fator mais citado como barreira para a manutenção da prática regular de atividade física (Brownson, Baker, Housemann, Brennan, e Bacak, 2001; Tahara, Schwartz, e Silva, 2003; Weinberg e Gould, 2007; Canadian Fitness and Lifestyle Research Institute, 1996). O tempo necessário para realizar atividade física de forma regular e obter alguns benefícios para a maioria dos indivíduos resume-se a trinta minutos diários de atividade física moderada a intensa em cinco ou mais dias por semana (Blair, La Monte, e Nichaman, 2004). Se o indivíduo optar por um tipo de atividade mais vigorosa, podemos até reduzir esse tempo a noventa minutos semanais. Claro que a isso teremos

de adicionar o tempo de deslocação e de preparação da atividade. Ou seja, não é propriamente “demasiado tempo”. Talvez seja mais uma questão de gestão do tempo, de disponibilidade de equipamento ou instalações, ou de conhecimentos sobre atividade física.

As pessoas que vivem em áreas onde existem mais infraestruturas para a prática de atividade física têm maior probabilidade de realizar atividade física moderada ou intensa, em comparação com pessoas que residem em áreas onde há menos infraestruturas (Addy, Wilson, Kirtland, Ainsworth, Sharpe, e Kimsey, 2004; Bourdeaudhuij, Sallis, e Saelens, 2003; Sallis, et al., 1990; Sharpe, Granner, Hutto, e Ainsworth, 2004).

As barreiras mais importantes para a atividade física, recolhidas num estudo realizado pelo Canadian Fitness and Lifestyle Research Institute (1996), eram de tipo pessoal: falta de tempo (69%), falta de energia (59%) e falta de motivação (52%). Menos peso parecem ter os obstáculos de índole social: ausência de um parceiro de treino (21%), programas insuficientes (19%) e ausência de apoio (18%). Estes resultados confirmam-se por outros autores como Brownson, Baker, Housemann, Brennan, e Bacak (2001), que mencionam “falta de tempo”, “sentir-se cansado”, “ter suficiente exercício no emprego” e “falta de motivação para fazer exercício”.

### 3.3. Ambiente Físico

Podemos treinar em casa, na rua, num clube, praticar desportos organizados e podemos também inscrever-nos nos ginásios que oferecem, em alternativa, espaços adequados, aulas em grupo, aulas individuais, programas especializados, atividades *outdoor* e, sobretudo, um saudável e agradável convívio. Estas instalações, com características físicas e sociais muito próprias, surgiram em parte para colmatar a falta de espaços comunitários de prática desportiva e recreativa, bem como a ausência de dinâmica desportiva municipal, em alguns casos.

A origem dos ginásios ajuda-nos a compreender as consequências do desenvolvimento comercial deste tipo de espaços de atividade física. *Ginásio* é a palavra que mais se utiliza para designar: centro de fitness, health club, fitness club, fitness center, academia, centro de bem-estar (wellness center), etc. Esta palavra (ginásio) deriva de *gymnos* (nú), refletindo o facto de todos os desportos na Grécia Antiga serem praticados sem roupa.

Todo o desenvolvimento no mundo dos ginásios vivido recentemente teve a sua génese nos EUA. Aí surgiram as grandes cadeias de ginásios, a preocupação forte com a imagem, o marketing das atividades e a comercialização em massa de serviços relacionados com o culto do corpo. O fitness tornou-se uma obsessão para muitas pessoas, quase uma religião para alguns. Em praticamente qualquer esquina encontramos, hoje, um ginásio.

Por ter começado a ser visto como um grande negócio, o fitness sofreu intervenções e o seu desenvolvimento criou a “indústria do fitness”. Assim, os simples ginásios recreativos deram lugar a empresas organizadas que procuram criar necessidades nos clientes, procurando vender o mais possível. Surgiram também os problemas inerentes à oferta de um serviço nem sempre consistente: as desistências dos sócios.

Segundo a IHRSA (2007), a indústria de health clubs comerciais nos E.U.A. (cerca de 29357 health clubs) efetua uma enorme contribuição para a economia americana: (a) 42,7 Milhões de sócios; (b) 17,6 Biliões de dólares de rendimento não tributado em 2002 (em média, cada clube tem um rendimento não tributado de 655 000 dólares).

Quanto à indústria europeia de ginásios, os dados são ainda escassos e pouco fiáveis. No entanto, os valores referidos pelos estudos da International Health Racquet & Sportsclub Association (2006), Deloitte e Touche (2002) e Consumer (2008) refletem uma significativa percentagem da população da Península Ibérica que utiliza este tipo de instalações (mais de 5 por cento) (ver Tabela 3).

Tabela 3 – Comparativo de Sócios e Ginásios.

	<b>Estados Unidos da América</b>	<b>Europa</b>	<b>Portugal</b>	<b>Espanha</b>
Ginásios	29357	36900	1250	3500 a 7000
Sócios (milhões)	42,7	38,65	0,625 a 1,5	2 a 4

Segundo a International Health Racquet e Sportsclub Association (2002), a grande maioria dos ginásios disponibiliza as seguintes áreas: equipamento cardiovascular, pesos-livres, zona infantil, salas de aulas de grupo, balneários, máquinas de musculação, recepção, escritório, arrumos, comida e bebida, massagem/fisioterapia, sala de estar, loja de artigos desportivos. Para além das instalações e equipamentos disponibilizados, os ginásios oferecem ainda serviços de personal training, massagem, loja de artigos desportivos, programas aquáticos, programas de ténis, serviços de bar, solário, fisioterapia, acampamentos de verão, programas para crianças e artes marciais (International Health Racquet & Sportsclub Association, 2002b).

Nem todos os ginásios possuem programas que combinem as vertentes biológica, psicológica e social do indivíduo. Na sua grande maioria, os programas ou as aulas funcionam de forma independente umas das outras, sem procura de complementaridade ou grande coordenação. Reconhecidas as práticas inadequadas dos alunos, será necessária uma intervenção intencional por parte de professores, funcionários e gestores, a fim de educarem os clientes para a saúde e para um estilo de vida mais saudável. Tal situação implica equilíbrio nas escolhas das quantidades de exercício, no tipo de exercício e na atitude perante a vida e perante a alimentação, utilizando o exercício para viver melhor em vez de viver para se exercitar.

Todos os programas disponibilizados pelos ginásios obrigaram ao crescimento do número e dimensão dos espaços, para poderem abarcar um grande conjunto de atividades. Mas as instalações têm características que influenciam diferentes perceções por parte dos sócios que as frequentam. Weinberg e Gould (2007) mencionam o acesso real e percebido às instalações como um

determinante positivo para a participação em programas de exercício físico supervisionado.

As percepções do ambiente físico também podem ter efeitos diretos na atividade física (McNeill, Wyrwich, Browson, Clark e Kreutner, 2006). A variável *temperatura* é um fator ambiental físico que pode ser determinante no conforto e no desempenho do sócio durante a atividade física. Essa percepção da temperatura depende também da intensidade com que as pessoas se exercitam. É comum verificar que nas piscinas as pessoas que não nadam ou não se movimentam na água de forma enérgica sentem frio a temperaturas que outros indivíduos que nadam energicamente considerariam muito elevadas.

A *limpeza* dos espaços é outro elemento que deveria ser algo assumido pelo ginásio como fator ambiental físico relevante, mas que nem sempre está de acordo com as exigências dos clientes. A percepção varia de acordo com as exigências e os referenciais de cada indivíduo.

A variável *arquitetura* e a questão estética variam muito de indivíduo para indivíduo. Por vezes, as pessoas inscrevem-se com um objetivo, iniciam os seus treinos e cedo verificam que a capacidade instalada do ginásio não dá resposta para o número de pessoas existente. Ou, então, que faltam equipamentos que o sócio considera necessários. A percepção que o sócio tem das instalações (se as considera boas ou más) também pode ajudar na seleção e na permanência no ginásio. Os acessos ao local, a facilidade com que se acede às instalações através de diversos meios de transporte, o estacionamento e as zonas de entrada e saída são também aspetos a ter em conta.

A música, a temperatura, a humidade, a circulação do ar, o ruído produzido pelas máquinas, o comportamento por parte de outros alunos, a forma como os alunos reagem às dificuldades dos exercícios, a limpeza e arrumação da sala e do material, a boa ou má disposição dos funcionários, a alegria ou tristeza demonstrada pelos utilizadores em geral, a simpatia e cumprimento das regras e normas de utilização pela maioria dos alunos, tudo isto contribui para uma sensação de pertença por parte de qualquer aluno novato. Um exemplo da

influência deste tipo de fatores é referido por Lacerda, Morata, e Fiorini (2001) ao analisarem aulas de Step, Body Pump e Aerofitness, onde encontraram elevados níveis de pressão sonora em 66% das aulas avaliadas. De igual forma Partonen, Leppmaki, Hurme e Lonnqvist (1998) mencionam que o exercício físico supervisionado e combinado com a exposição a luz brilhante parece ser uma intervenção eficaz para melhorar o humor e certos aspetos de saúde relacionados com a qualidade de vida no tempo de inverno. Seguidamente, analisamos algumas destas situações típicas que poderão ocorrer nos ginásios de acordo com o tipo de resposta que pode dar o sócio.

Sendo que as situações anteriormente referidas podem ser potenciadoras de *stress*, e tendo em consideração que estas pessoas parecem procurar nas atividades dos ginásios uma compensação para um dia de trabalho já por si stressante, facilmente se deduz que situações como as descritas, vividas num local onde se procuram padrões de saúde com o objetivo de alcançar a melhoria da qualidade de vida, poderão ser mais stressantes do que à partida se poderia imaginar.

O impacto da situação stressante depende da valorização que os indivíduos dela fazem, bem como dos próprios recursos que têm para enfrentar essas situações. É aqui que reside grande parte do problema: a falta de recursos e a falta de ajuda para controlar a situação e para integrar os alunos iniciados no ginásio. A maioria dos alunos iniciados na atividade física dos ginásios não tem habilidades de autogestão e sistemas de apoio para formar um hábito duradouro. Uma das formas de aumentar o controlo dessas pessoas perante as situações de stresse que se lhes deparam parece ser a intervenção centrada nas características pessoais relevantes, a qual poderá incluir, entre outros aspetos, a modificação de valores, crenças e atitudes, a disponibilização de recursos e a aquisição de habilidades para enfrentar as situações potencialmente stressantes e, ainda, o incremento de apoios sociais sempre que exista um *deficit* desses apoios.

Alguns investigadores debruçaram-se sobre essa influência do ambiente físico sobre as condutas na atividade física. Annesi (2001) realizou um estudo de 14 semanas no qual testou os efeitos de várias formas de entretenimento durante

o exercício físico sobre a distração, adesão e resultados físicos em adultos de ambos os sexos. Embora não tenham sido encontradas diferenças estatisticamente significativas entre os grupos no que concerne às medidas de distração, o grupo que combinava a música e a televisão pessoal (com 62 canais) tinha um abandono significativamente inferior ao grupo da música, ao grupo da televisão (com 4 canais que não podiam ser mudados) ou ao grupo de controlo, para além de mostrar uma tendência para melhor assiduidade. Os grupos de entretenimento combinados completaram sessões de exercício significativamente mais longas do que o grupo de controlo ou os grupos que apenas tinham televisão, e demonstraram melhorias cardiorrespiratórias significativamente mais elevadas do que todos os outros grupos. Tu, Stump e Clar (2004) investigaram os efeitos da saúde e os fatores ambientais sobre o abandono e sobre a intermitente não adesão, num programa desenhado especificamente para 110 idosas, pacientes de cuidados primários. Os valores encontrados no estudo foram significativos.

#### 3.4. Fatores pessoais

Os fatores pessoais influenciam também a perceção que os sócios têm dos ginásios, sendo, inclusivamente, um dos motivos apresentados pelos funcionários e gestores de ginásios para explicar o abandono dos sócios. Assim, a forma como os sócios percebem o ambiente destes locais pode estar determinada por uma série de fatores individuais, que importa analisar. Weinberg e Gould (2007) mencionam a educação, o género masculino, o *status* económico/rendimentos, o prazer com o exercício, a intenção de fazer exercício e a expectativa de benefícios de saúde ou outros benefícios, a autoeficácia para o exercício e a automotivação, a atividade física não estruturada no passado durante a vida adulta e a participação anterior em programas de exercício físico como fatores pessoais positivos associados com a participação em programas de exercício supervisionados (ver Tabela 4).

Tabela 4 – Determinantes pessoais associados com a participação em programas de exercício físico supervisionados.

Determinante de Fatores pessoais	Positivo	Negativo	Neutro
<i>DEMOGRÁFICOS</i>			
Idade		X	
Ser trabalhador manual		X	
Educação	X		
Sexo	X		
Risco elevado de doença cardíaca		X	
Status socioeconómico / Rendimentos	X		
Excesso de peso / Obesidade			X
<i>VARIÁVEIS COGNITIVAS / PERSONALIDADE</i>			
Atitudes			X
Barreiras ao exercício		X	
Prazer com o exercício	X		
Espera benefícios de saúde ou outros benefícios	X		
Intenção de fazer exercício	X		
Conhecimento da saúde e do exercício			X
Falta de tempo		X	
Perturbações do humor		X	
Perceção da saúde ou exercício	X		
Autoeficácia para o exercício	X		
Automotivação	X		
<i>COMPORTAMENTOS</i>			
Dieta			X
Atividade física não estruturada durante a infância			X
Atividade física não estruturada durante a vida adulta	X		
Participação anterior em programas	X		
Desporto escolar			X
Fumador		X	
Padrão de comportamentos tipo A		X	

Adaptado de Foundations of Sport and Exercise Psychology, por Weinberg R. e Gould D., 2007, Champaign, Human Kinetics.

A IHRSA (1998) realizou um estudo sobre as razões pelas quais as pessoas abandonam os ginásios. Relativamente aos fatores pessoais, as cinco razões fundamentais foram as seguintes: 43% das pessoas não faziam uso suficiente do seu cartão (acesso), 17% por falta de interesse/motivação, 15% mudaram para exercício ao ar livre, 13% não tinham um parceiro de exercício e 13% mudaram para exercício em casa. As pessoas que frequentam os ginásios têm características distintas de outros indivíduos que praticam atividade física. Utilizam os ginásios em vez de outros locais de prática desportiva. Por isso, para melhor conhecer a relação entre os ginásios e os sócios, também se revela necessário descrever algumas das particularidades conhecidas dos sócios.

### 3.4.1. Os sócios dos ginásios

O número de portugueses que utiliza ginásios aumentou entre 2000 e 2006, sendo as mulheres as que mais os frequentam (Marktest, 2006). Calcula-se que existam entre 625 mil e 1,5 milhões (Marktest, 2006) de sócios em cerca de 1250 ginásios (IHRSA, 2006), encontrando-se cerca de 50% desses utilizadores nas áreas metropolitanas do Grande Porto e da Grande Lisboa. Predomina uma faixa etária jovem nos utilizadores dos ginásios, sendo o grupo dos 15 aos 17 aquele que apresenta o valor mais elevado, seguido dos indivíduos entre os 18 e os 24 anos, com 38.7% e 29.9%, respetivamente. Segue-se a população entre os 25 e os 34 anos com 24.9%. A partir dos 35 anos, a percentagem de frequência nos ginásios vai diminuindo, até que, nos indivíduos com mais de 64 anos, este valor não vai além dos 6.2% (Marktest, 2006). Verificamos assim que os jovens, habitualmente com menos problemas de saúde e melhor condição física, utilizam mais as atividades dos ginásios, enquanto que os mais idosos não revelam um nível de participação regular que lhes permita obter benefícios com o exercício. Esta situação poderá ocorrer porque a oferta de atividades e serviços se destina maioritariamente aos jovens, porque estes vão em busca de benefícios sociais, ou porque os mais idosos ainda não estão sensibilizados para as vantagens da realização de atividade física regular. Numa análise por ocupação profissional, destaca-se o grupo dos estudantes (34.9% deles frequentam ginásios/clubes/health clubs/academias), bem como os quadros médios e superiores, com 31.2%. Os valores mais baixos surgem nas domésticas e nos reformados/desempregados, com 10.7% e 10.6%, respetivamente (Marktest, 2006).

Preocupações de imagem corporal surgem com grande incidência em ginásios. Enquanto que as mulheres procuram ser cada vez mais magras, os homens procuram ser cada vez mais fortes e musculados. Parece ser uma resposta para se adequarem ao padrão corporal ideal, descrito e apreciado socialmente (Assunção, 2002). Num estudo realizado por Ayensa, Martínez, e Rancel (2005) em 83 homens, os resultados indicaram que 10 em cada cem utilizadores tinham uma preocupação grave com a imagem corporal. Curiosamente, embora a origem da dismorfia muscular (vigorexia), prevalente

em homens, possa ser parcialmente explicada por fatores ambientais, existe uma crescente pressão, exercida em grande parte pelos *media*, para que os homens tenham um corpo forte e musculado, o que pode acarretar um aumento de incidência do transtorno.

Os ginásios parecem ser o ambiente ideal para encontrar indivíduos com este tipo de transtorno (Assunção, 2002). Fonseca, Silva, e Gonçalves (2006) realizaram também um estudo para identificar o perfil de 27 alunos de musculação, com idades compreendidas entre os 20 e os 30 anos, num ginásio em Brasília, verificando que a grande maioria (88,20%) tinha um perfil somatotipológico mesomórfico que se enquadra neste problema descrito.

Tudo isto está influenciado por características pessoais, como as que passamos a descrever:

- *Idade*. À medida que os indivíduos envelhecem, o seu interesse pela participação na atividade física diminui (Standage e Treasure, 2002). A identificação com determinado tipo de ambientes, com pessoas da mesma idade, com professores da mesma geração, poderá ser positiva, embora a maioria dos ginásios esteja vocacionada para a população mais jovem e, se não estão, fomentam um ambiente, uma forma de trabalho, procedimentos, programação e serviços que atraem mais essa população. Para certos investigadores não parece haver variações motivadas pela idade no tocante à adesão e abandono do exercício físico (Andrew, Oldridge, Parker, Cunningham, Rechnitzer, e Jones, 1981), embora Brooks (1994) apresente resultados indicando que os desejos das pessoas em relação ao ginásio apelam a uma atmosfera recetiva para todas as idades, que gostariam de ver uma ampla variedade de faixas etárias de utilizadores e que gostariam ainda de ver professores de faixas etárias próximas das dos clientes.

- *Género*. Outrora, os ginásios eram quase exclusivamente frequentados por homens. Há cerca de quinze anos atrás, essa situação ainda se mantinha. As mulheres que entravam numa sala de musculação estavam socialmente desenquadradas. Hoje, muitos ginásios têm uma população equilibrada no que diz respeito ao género. Foram até criados imensos clubes exclusivamente para

mulheres, de tal forma importantes, que alguns *franchisings* se tornaram nas maiores marcas de ginásios do mundo. Alguns investigadores concluíram não haver diferenças entre géneros em relação à adesão e abandono do exercício físico (Andrew et al., 1981; Godin e Shephard, 1990). No entanto, trabalhos posteriores referem a existência de motivos diferentes entre homens e mulheres para iniciar programas de exercício físico. Para as mulheres o mais importante é o controlo de peso, enquanto que para os homens é a diversão (Davies e Lowles, 1991; Myers, Weigel, e Holliday, 1989). As atividades físicas praticadas no tempo destinado ao lazer representam um domínio da vida quotidiana; o tempo do lazer está, assim, organizado segundo determinadas convenções, entre elas as concepções acerca de um ideal de corpo segundo o género, sendo que homens e mulheres apresentam comportamentos distintos no que se refere à prática de exercícios físicos (Salles- Costa, Heilborn, Werneck, Faerstein, e Lopes, 2003).

- *Estado civil*. Um estudo realizado por Petee et al. (2006) com adultos idosos concluía que o estado civil e o nível de atividade física do cônjuge eram condicionantes importantes para a participação no exercício físico. Ainda na relação entre atividade física e estado civil, Hedblad et al. (2002) concluíram que ser solteiro aumenta significativamente o risco cardiovascular associado com a obesidade. Mas, Hanson, Sobal, e Frongillo (2007) apontam resultados noutro sentido, referindo que os homens casados têm maior probabilidade de ter excesso de peso do que os homens noutro estado civil, exceto aqueles que vivem com uma companheira. Nesse mesmo estudo, a insegurança alimentar estava relacionada com uma maior probabilidade de obesidade nas mulheres casadas. Por outro lado, Verhoef, Love e Rose (1993) averiguaram que as mulheres casadas e com filhos tinham menor probabilidade de se exercitarem frequentemente.

- *Tempo de permanência como sócio*. Quando os indivíduos iniciam um programa de exercício, 20 a 50% desistem nos primeiros 6 meses (Dishman, 1988; Robinson e Rogers, 1994). Isso faz-nos supor que um sócio de longa duração será um sócio com algum grau de satisfação para permanecer no ginásio ou no programa de exercício físico a que aderiu. Um sócio iniciado terá

outra percepção dos funcionários, das atividades, das instalações e, globalmente, do ginásio.

- *Frequência de utilização.* Cria-se um hábito com a regularidade que é importante na mudança de atitude perante o exercício físico. Num estudo realizado por Gourville e Soman (2002) concluía-se que as pessoas que se exercitavam quatro vezes por semana tinham uma probabilidade de renovar o seu contrato superior à das pessoas que só frequentavam o ginásio uma vez por semana. Outro trabalho de Asbury (2006) reforça a importância da regularidade no exercício, verificando que as mulheres saudáveis em situação pós-menopausa obtinham benefícios psicológicos significativos com exercício físico de intensidade moderada; no entanto, a participação deveria ser regular para manterem essas melhorias ao nível do bem-estar psicológico e da qualidade de vida.

- *Horário.* A compatibilidade de horário é outro fator que pode determinar uma maior ou menor regularidade na atividade física. As atividades de grupo têm horas marcadas que podem fomentar um compromisso mais forte por parte do usuário ou que podem aumentar a incompatibilidade com os horários deste. A musculação e o personal training são muito mais flexíveis em termos de horários e podem apontar outras soluções.

#### 3.4.2. Características dos sócios que influenciam a elaboração de programas de treino

Os fatores individuais influenciam a assiduidade nos ginásios. Os indivíduos são diferentes fisicamente, possuem um passado e uma cultura que influencia a forma como percebem o ginásio e os objetivos com que praticam as atividades físicas. As associações cognitivas dos utilizadores para com o exercício físico são influenciadas também pela cultura desportiva e social, o historial desportivo, a reação perante situações novas, a percepção do esforço e outros aspetos que formam a personalidade de um indivíduo e condicionam as percepções que este tem do ambiente que o rodeia. Nos pontos seguintes apresentam-se algumas noções básicas dos fatores fundamentais a ter em conta quando se analisam os utilizadores dos ginásios.

Anderson e Cychosz (1995) estudaram a relação da identidade do exercício (a identificação do indivíduo com o exercício). Os resultados sugeriam que o determinismo recíproco entre o *comportamento no exercício* e a *identidade com o exercício* podiam ajudar a explicar a manutenção da atividade física.

Pessoas com fraca tolerância ao esforço desistem muitas vezes porque não se submetem a uma intensidade de exercício minimamente elevada para que signifique um estímulo capaz de induzir o corpo a produzir alterações. Contudo, mesmo essas, quando submetidas a um esforço ao qual não estão habituadas, podem induzir transformações funcionais no seu corpo.

Quem já fez exercício anteriormente, consegue cooperar melhor com as dificuldades do treino, sente mais confiança, pois treinar não é uma atividade desconhecida. Weinberg e Gould (2007) mencionam como determinantes positivos para a atividade física a existência de atividade física não estruturada no passado na vida adulta de um indivíduo e a participação anterior em programas de exercício físico.

### 3.5. O ambiente social

Numa tentativa de definir “ambiente social”, Barnett e Casper, (2001) referem que os ambientes sociais humanos abrangem os arredores/cercanias físicos, afinidades sociais e relações culturais dentro dos quais determinados grupos de pessoas funcionam e interagem. Esses ambientes sociais são dinâmicos e mudam ao longo do tempo, como resultado de forças internas e externas. Acrescenta-se ainda que existem relações de dependência entre os ambientes sociais de diferentes áreas ou locais.

Weinberg e Gould (2007) apresentam como fatores positivos associados à participação em programas de exercício supervisionados, ao nível do ambiente social, a *coesão de grupo*, as *influências familiares no passado* e o *apoio social dos amigos, colegas, companheiro/a e família*.

Desta forma, o ambiente social pode facilmente, e não raras vezes, constituir-se como desadequado aos novatos. Os indivíduos iniciados poderão ter de

superar várias barreiras de integração e aprendizagem no ginásio. Caso sintam um ambiente agressivo, ou demasiado passivo (dependendo do tipo de aluno iniciado), poderão fazer associações positivas ou negativas que os deixam mais próximos ou mais afastados da decisão de manterem a frequência e a realização de exercício físico no ginásio.

Os demais utilizadores do ginásio parecem ter, pois, um papel fundamental para que os novos sócios se mantenham. São eles que podem transmitir uma imagem agradável, são eles que podem ser simpáticos, são eles que podem manter as máquinas limpas, são eles que podem manter o espaço arrumado, etc., propiciando um ambiente social integrador. Se os outros utilizadores têm muitas coisas em comum com os novos sócios, é provável que estes últimos se sintam mais facilmente integrados e tenham vontade de se manter. Quando os outros são muito diferentes, as coisas tornam-se mais difíceis.

### 3.5.1. A relação sócio/funcionários

Nos ginásios permanecem problemas antigos (Plummer, 1999), como o grande número de funcionários em regime de *part-time*, a falta de formação desses funcionários, uma abordagem pouco profissional em termos de gestão, uma falta de procedimentos operacionais, uma abordagem ao negócio como se não fosse um negócio de prestação de serviços e uma grande flutuação de funcionários. Nos ginásios os recursos humanos adquirem uma importância maior do que noutros contextos empresariais pelo facto de constituírem empresas de prestação de serviços. Estefano (1996) justifica a maior atenção aos recursos humanos nas empresas de prestação de serviços pelos seguintes aspetos: o comportamento dos funcionários é parte integrante do processo do serviço, influenciando fortemente a forma como os consumidores percebem a qualidade do serviço prestado, sendo que este comportamento de funcionários e consumidores varia consideravelmente, tornando difícil a padronização e manutenção da consistência do serviço.

Num ginásio com supervisão, a relação com os professores passa a ter um papel importante na forma como os clientes se sentem nesse espaço. A situação do relacionamento entre utilizadores de ginásio e professores foi uma

linha de investigação seguida por alguns autores que relacionaram a adesão com a personalidade dos professores. Wininger (2002) analisou as relações entre o prazer do exercício e as percepções de 296 mulheres que frequentavam aulas de aeróbica com quatro características do instrutor e cinco características da sala de aula. Características como a condição física do instrutor, a capacidade deste para comunicar as instruções e a ligação com outros participantes na aula, combinadas, contribuíam apenas para 17% da variabilidade do prazer no exercício físico.

Muitas empresas, e agora também os ginásios, têm consciência de que, para melhorar a qualidade do serviço prestado, devem treinar os seus funcionários e criar um bom ambiente de trabalho, uma vez que estes aspetos terão reflexo nos clientes. Não se pode partir do princípio de que os professores estejam tecnicamente preparados para lidar com todo o tipo de clientes de um ginásio, pois cada um deles serve, certamente, um tipo de população diferente. A preparação dos professores e a sua adaptação ao meio específico do *fitness*, juntamente com as suas competências técnicas, poderão fazer a diferença e constituir-se como fatores decisivos na criação de empatia com os utilizadores. A apresentação, a idade, o género e as ações dos professores têm influência sobre a regularidade dos alunos. Muitos ginásios reclamam mesmo que, quando um professor deixa um ginásio para trabalhar noutra concorrente, os alunos abandonam o local para o acompanhar.

Uma das reclamações habituais dos sócios é a má, deficiente ou desadequada preparação dos professores. Atualmente, na sua maioria, eles são licenciados em educação física e desporto. No entanto, e apesar de possuírem conhecimentos teóricos importantes, por vezes falta-lhes experiência para lidarem com uma população diferente daquelas para as quais receberam formação. Para além disso, existe uma clara deficiência de formação em psicologia, cuja necessidade defendemos no sentido de que treinadores ou supervisores de atividade física tenham êxito na compreensão do comportamento das pessoas no contexto específico de um ginásio. Quando se fala em preparação, não se deve pensar apenas em conhecimentos sobre a fisiologia, a anatomia e a biomecânica, mas também no conhecimento específico do tipo de ambiente que um ginásio vive, sobre o tipo de alunos (que

ali são também clientes), sobre os objetivos dos alunos, sobre a tolerância ao esforço dos mesmos, etc.. Ou seja, como em qualquer outra organização prestadora de serviços, grande parte do sucesso/insucesso depende do compromisso dos agentes/funcionários com os objetivos individuais dos clientes (os sócios ou alunos).

Nos primeiros contactos, nos momentos da verdade, o aspeto dos funcionários e das instalações é muito importante. A Tracy International (2000) analisou a atuação e a forma como se apresentavam os professores num ginásio a vários níveis. Entre outras situações, procuravam observar a roupa, a higiene, a colocação do crachá de identificação, a empatia, a forma como reconheciam o cliente e a sua presença, a sua postura agradável e acolhedora, a forma como olhavam os clientes, a forma como os cumprimentavam e, ainda, se ofereciam ajuda e efetuavam algum tipo de diagnóstico. Este é um exemplo de busca de qualidade, mas cremos que alguns destes aspetos podem, nos primeiros contactos, chegar a quebrar algumas barreiras e melhorar a comunicação com os alunos, ou pelo contrário, criar mais afastamento e possíveis desistências precoces.

Apesar de sabermos que muitas pessoas não se comprometem com a frequência, intensidade e duração de exercício recomendadas para produzir benefícios psicológicos e fisiológicos de um programa de exercício físico (Glaros e Janelle, 2001), os professores devem promover a adesão ao exercício, desenvolvendo programas em torno dos gostos das pessoas (Thompson e Wankel, 1980), evitando prescrever exercício “by the book” para expedir ganhos cardiorrespiratórios e de força porque podem promover o abandono (Annesi, 1996).

A situação do relacionamento entre utilizadores de ginásio e professores foi também o âmbito de estudo de outros autores que relacionaram a adesão com a personalidade dos professores. Annesi (1999) procurou avaliar se os traços de personalidade e os estilos de comportamento de 15 profissionais do exercício estavam associados com a adesão ao exercício físico dos seus clientes e concluiu que o controlo estava significativamente correlacionado com a adesão dos clientes.

### 3.5.2. A relação sócio/sócio

Os humanos são criaturas sociais por natureza e encontram nos ginásios um local de excelência para a construção de relações pessoais. Estes locais podem disponibilizar oportunidades para a interação social, a qual poderá conduzir a benefícios de saúde (Coleman, 2003). Aqui, os sócios dos centros de *fitness* podem desenvolver redes sociais bastante extensas, pois quando um sócio conhece outro sócio, está também a abrir a possibilidade de vir a conhecer os contactos, a rede social, da pessoa que acaba de conhecer. Fazem-se grandes amizades, formam-se pequenos grupos dentro das aulas de grupo, uns mais inclusivos do que outros, mas sempre muito importantes para o compromisso com o exercício físico. É habitual verificar que algumas pessoas acabam por encontrar um parceiro de treino com o qual se vão comprometer em termos de horários, na ajuda da realização de exercícios, no desenvolvimento do seu próprio programa de exercício, na aquisição de equipamentos, na aprendizagem resultante da troca de ideias sobre a atividade física que realizam ou sobre alimentação e repouso, vindo muitas das vezes a desenvolver uma amizade duradoura e, mais importante, a manterem o seu programa de treino de uma forma regular, conquistando todos os benefícios da atividade física regular.

A população de sócios é muito importante na criação de um ambiente social agradável e inclusivo. Dependendo do tipo de indivíduo que se vai inserir na rede social instalada do ginásio, este irá perceber estes ambientes como agradáveis ou desagradáveis. Os outros sócios ajudam ou não o novo sócio na integração no ginásio, com pequenas ações que vão dando um retorno positivo ou negativo ao novo sócio, sendo simpáticos e cooperantes ou frios e distantes, podendo promover uma amizade ou simplesmente manter a indiferença, sendo que a afiliação é um dos motivos para os sócios aderirem aos ginásios (Moutão, 2005; Afonso et al., 1995).

Nos ginásios encontram-se diferentes tipos de público e, por vezes, misturas pouco compatíveis em termos culturais e sociais, embora a grande maioria dos ginásios tenha um grande grupo de pessoas com valores comuns, hábitos e atitudes compatíveis que fazem com que esses alunos convivam

saudavelmente no mesmo espaço. Neste ponto poderá residir o centro de análise para as desistências em alguns locais, pois, como noutros negócios, não se pode agradar a todos, senão corre-se o risco de não agradar a ninguém. A chave está em disponibilizar uma variedade de opções para diferentes populações a servir (Rhodes, 2007). São precisamente os funcionários que têm a tarefa importante de fomentar o diálogo entre sócios, a cooperação nos treinos, o conhecimento entre sócios, quer seja de forma deliberada ou não. O relacionamento social entre sócios é tão importante que Tharrett e Peterson (2006) propõem até que as aulas de exercício em grupo mudem o seu nome para programas de exercício de grupos sociais. Rhodes (2007) refere mesmo que, num programa de exercício, a capacidade para transformar o aspeto do corpo é secundária quando comparada com a forma como os sócios se sentem.

Numa perspetiva de negócio, as relações entre sócios tornam-se importantes para se conseguirem novos sócios, pois, como é do conhecimento comum, os clientes fiéis têm maiores probabilidades em recomendarem outros indivíduos a tornarem-se clientes da empresa (Zeithaml, 2000). É através da comunicação informal sobre os serviços e produtos do ginásio que os sócios vão recomendando ou desaconselhando as atividades comerciais do próprio ginásio. Este fenómeno é habitualmente designado por recomendação “boca-a-boca”.

## C. OBJETIVOS DA DISSERTAÇÃO

Os principais objetivos desta dissertação são:

- a) Conhecer os motivos que levam as pessoas a aderir aos ginásios.
  
- b) Identificar a variação da percepção que os sócios do ginásio *Every.body health and fitness* têm dos fatores ambientais, bem como dos fatores pessoais que influem nesta percepção individual em função das variáveis: sexo, idade, estado civil, tempo como associado, frequência semanal de utilização do ginásio, horário habitual de utilização do ginásio, experiência em ginásios e modalidade de pagamento.
  
- c) Avaliar a importância das relações sócio/sócio e sócio/funcionário tendo em vista o trinómio adesão, retenção e abandono.
  
- d) Projetar estratégias visando o aumento das taxas de retenção desse mesmo estabelecimento de *fitness*.

## D. METODOLOGIA

### 1. Caracterização da amostra

O *Every.body* é um ginásio que tem 6739 ficheiros de sócios. Destes, 4366 estão desistentes, 2114 encontravam-se em dia e 131 encontravam-se suspensos à data de janeiro de 2012. Participaram neste estudo 307 indivíduos sócios do *Every.body* em Évora, sendo que os dados foram recolhidos entre Julho e Novembro de 2011. A amostra é constituída por 155 indivíduos do sexo masculino e 152 do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 16 e os 83 anos de idade (média de  $31,92 \pm 11,99$  anos), sócios do ginásio, que se mostraram disponíveis para preencher o questionário.

**Quadro 1** – Valores da estatística descritiva para as variáveis em estudo.

Variáveis	Subgrupo	N	Percentagem
Idade	< 29	176	57,3
	30 a 65	122	39,7
	> 66	9	2,9
Sexo	Masculino	155	50,5
	Feminino	152	49,5
Estado civil	Casado	81	26,4
	Solteiro	192	62,5
	Outro	34	11,1
Tempo de sócio	Menos de 1 mês	9	2,9
	1 mês	17	5,5
	2 meses	8	2,6
	3 meses	20	6,5
	4 meses	34	11,1
	5 meses	24	7,8
	6 meses	8	2,6
	Mais de 6 meses	107	60,9
Utilização semanal	1 vez ou menos	8	2,5
	1 a 2 vezes	67	22,1
	2 a 3 vezes	77	25,1
	Mais de 3 vezes	154	50,2
Horário de utilização	Abertura até às 11:00	25	8,1
	11:01 às 14:00	65	21,2
	14:01 às 16:30	25	8,1
	16:31 – 20:30	167	54,4
	20:31 até ao encerramento	25	8,1
Experiência em ginásios	Somente este	105	34,2
	Melhores	16	5,2
	Piores	114	37,1
	Piores e melhores	72	23,5
Modalidade frequentada	Aulas de grupo	74	23,7
	Musculação/cardio	203	66,2
	Personal trainig	19	6,3
	Outras	11	3,8

Principais objetivos	Transformar o aspeto do meu corpo	109	35,5
	Conhecer novos amigos	27	8,8
	Porque os ginásios estão na moda	2	0,7
	Controlar o meu peso	115	37,5
	Melhorar a minha saúde	180	58,6
	Encontrar novos desafios	5	1,6
	Descontrair após um dia de trabalho	97	31,6
	Melhorar a condição física	196	63,8

## 2. Instrumentos

O instrumento administrado neste estudo foi o Questionário de Perceção do Ambiente do Ginásio (QPAG). Este questionário tem esta designação uma vez que todos os itens giravam em torno dos aspetos do ambiente físico e social do ginásio. A validade de conteúdo confirmou-se mediante a análise dos peritos (Torrence et al., 2004), a análise de critério, correlacionando os 26 itens do QPAG com os 3 itens de apreciação global (Carey et al., 2004) e a de constructo mediante a análise fatorial (Thomas e Nelson, 2002), da que resultaram quatro fatores: *relação sócio/funcionários* (ambiente social), *relação sócio/sócio* (ambiente social), *ambiente físico*, e *fatores pessoais*. Esta versão do QPAG consta de 40 itens, aos quais se adicionaram 3 de controlo e 10 questões para caracterizar o perfil do sócio. Quanto à forma de resposta, utiliza-se uma escala tipo Likert. A maioria dos questionários que utilizam este tipo de escala fazem-no com 5 opções de resposta, tal como recomendam Pellegrin, Stuart, Maree, Frue, e Ballenger (2001), com a finalidade de minimizar a parcialidade da resposta positiva e otimizar a variabilidade e a validade preditiva. No entanto, com a intenção de evitar a tendência central das respostas, optou-se por uma escala com tendências positivas e negativas:

- Discordo Totalmente (1).
- Discordo Bastante (2).
- Discordo Pouco (3).
- Concordo Pouco (4).
- Concordo Bastante (5).
- Concordo Totalmente (6).

Nesta versão do QPAG incluem-se um grupo de perguntas de identificação que permitem ainda perceber o perfil do sócio:

- Idade;
- Género;
- Estado civil;
- Tempo como sócio do ginásio;
- Frequência de utilização semanal do ginásio;
- Horário habitual de utilização do ginásio;
- Atividades e serviços mais utilizados no ginásio;
- Experiência em ginásios;
- Objetivos para ir ao ginásio.

### 3. Procedimentos

Antes da distribuição e aplicação dos questionários aos clientes do *Every.body* foi solicitada uma autorização à Diretora-Geral do mesmo. Os questionários foram entregues pessoalmente e foi solicitado o preenchimento aos utentes, maiores de 16 anos, de ambos os sexos. Foram recolhidos 307 questionários. A recolha da amostra realizou-se entre Junho e Novembro de 2011. A análise dos dados obtidos neste trabalho foi realizada mediante o software *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®)*, na sua versão 18.

### 4. Análise de dados

Para conseguir os objetivos deste estudo, realizaram-se as seguintes análises de dados através do *SPSS®* 18:

- a) Estatísticas descritivas: análise de frequências, medidas de tendência central e de dispersão.
- b) Através do teste *Alpha de Cronbach* verificou-se a fiabilidade, tendo-se verificado que esta característica estava presente.
- c) Com o teste de *Kolmogorov-Smirnov* testou-se a normalidade da amostra. Esta verificou-se, logo, foram utilizados testes de estatística paramétrica.

d) Aplicação do teste de comparação *T de Student* e ANOVA, comparando os vários subgrupos das variáveis nos quatro fatores do QPAG.

e) Utilização do teste de  $\rho$  de *Pearson* para correlacionar a pergunta “*Estou motivado para continuar a fazer exercício físico no ginásio*” e os quatro fatores.

f) O nível de significância mantido foi de 5%.

## E. RESULTADOS

Analisámos a existência de normalidade na distribuição da amostra para as variáveis em estudo segundo o teste de *Kolmogorov-Smirnov*. Esta verificou-se, logo foram realizados testes paramétricos. Aferimos uma significância para qualquer uma dessas variáveis superior a  $p=0.05$ .

Através do teste *Alpha de Cronbach* analisou-se a fiabilidade da amostra. Verificou-se que todos os fatores analisados mostraram fiabilidade, à exceção dos *Fatores pessoais*, ainda que, como o valor de Alfa encontrado foi bastante perto de 0,7 (0,668). Sendo o Q-PAG um questionário com valor científico, então esta dimensão foi estudada nesta dissertação.

**Quadro 2** – Coeficientes de fiabilidade referentes aos Fatores em estudo.

<b>Fatores</b>	<b>Alpha de Cronbach</b>
Fatores pessoais	.668
Fatores ambientais	.755
Relação sócio/funcionário	.904
Relação sócio/sócio	.807

A média global obtida neste questionário aplicado à amostra anteriormente descrita, foi de tendência positiva numa escala de seis pontos possíveis. Os sócios revelaram uma valorização elevada do ambiente do ginásio em geral. Para estudar qual a ordem da importância atribuída a cada dimensão utilizou-se a técnica de *comparação de medidas repetidas* seguida do pós-teste, com recurso à técnica de *Bonferroni*. Os resultados indicaram uma diferença significativa entre todos os fatores constituintes do questionário. A *relação sócio/funcionários* foi o fator mais valorizado sobre todos os outros, imediatamente seguido pelo fator *ambiente físico*. Os *fatores pessoais* e a *relação sócio/sócio* foram os menos pontuados pelos sócios dos ginásios analisados (ver Quadro 3).

Quadro 3 – Estatísticas descritivas e comparação de médias do fatores do QPAG.

Fatores	M	DP	Sig.
Fatores pessoais (a)	3,362	,820	
Fatores ambientais (b)	5,122	,624	
Relação sócio/funcionário (c)	5,279	,583	< 0,001
Relação sócio/sócio (d)	4,586	1,057	
QPAG Global	4,587	,771	

c > b > d > a, p < 0,001

Quanto à estatística descritiva podemos referir que participaram neste estudo 307 indivíduos sócios do *Every.body* em Évora, sendo que os dados foram recolhidos entre Julho e Novembro de 2011. A amostra é constituída por 155 indivíduos do sexo masculino e 152 do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 16 e os 83 anos de idade (média de 31,92 ± 11,99 anos). Relativamente ao estado civil, 26,4% estão casados, 62,5% são solteiros e 11,1% apresentam outra situação. Quanto ao tempo de duração dessa qualidade de associados do ginásio, a maioria é composta por indivíduos sócios há mais de seis meses (60,9%), distribuindo-se os restantes sócios de forma muito similar pelos outros subgrupos. Quanto à frequência semanal de utilização do ginásio, destaca-se a percentagem de indivíduos que frequentam o ginásio mais de três vezes por semana (50,2%), sendo que apenas 2,5% dos mesmos treinam uma ou menos vezes no ginásio. Relativamente ao horário mais utilizado pelos sócios, mais de metade (54,4%) da amostra utiliza essencialmente o ginásio das 16:31 às 20:30, sendo que a segunda melhor faixa horária mais frequentada é a das 11:01 às 14:00 (21,2%). Relativamente à experiência dos sócios em ginásios, verifica-se que a maioria afirma ter frequentado piores ginásios (37,1%), sendo que apenas 5,2% dos inquiridos afirma ter sido sócio de melhores ginásios. A modalidade mais utilizada pelos sócios é a sala de musculação/cárdio (66,2%), seguida pelas aulas de grupo (23,7%). O *personal training* é a atividade menos utilizada (6,3%). Finalmente, quanto aos objetivos pelos quais os sócios vão ao ginásio, verifica-se que os três motivos fundamentais são *melhorar a condição física* (63,8%), *melhorar a minha saúde* (58,6%) e *controlar o meu peso* (37,5%), sendo os menos

referidos: *encontrar novos desafios* (1,6%) e *porque os ginásios estão na moda* (0,7%) (Quadro 1).

Relativamente à *idade*, os resultados indicam uma valorização global média dos fatores nos sócios no grupo de idades maiores de 65 anos de idade ( $M = 4,861$ ;  $DP = 0,062$ ) quando comparados com os sócios menores de 29 anos de idade ( $M = 4,448$ ;  $DP = 0,843$ ) e com os sócios de idades entre os 30 e os 65 anos ( $M = 4,681$ ;  $DP = 0,628$ ).

Verifica-se que os seguintes resultados são significativos: os sócios de *idade entre 30 e 65 anos* têm uma perceção mais valorizadora do ginásio do que os indivíduos de *idade inferior a 29 anos*; os sócios de *idade entre 30 e 65 anos* valorizam mais os *fatores pessoais* do que os indivíduos de *idade inferior a 29 anos de idade*; os sócios de *idade entre 30 e 65 anos* valorizam mais a *relação sócio/funcionário* do que os indivíduos de *idade inferior a 29 anos*; os sócios de *idade entre 30 e 65 anos* valorizam mais a *relação sócio/sócio* do que os indivíduos de *idade inferior a 29 anos* (ver Quadro 4).

Quadro 4 – Análise de medidas dos fatores em função das faixas etárias dos sócios.

Fatores	Idades	n	M	DP	F	Sig.	Scheffe
Fatores pessoais	G1: ≤29	176	3,200	,799	5,328	,004	G2 > G1
	G2: 30 - 65	122	3,242	,847			
	G3: ≥66	9	3,548	,024			
Fatores ambientais	G1: ≤29	176	4,992	,718	9,396	,001	G2 > G1
	G2: 30 - 65	122	5,286	,425			
	G3: ≥66	9	5,296	,031			
Relação sócio/funcionário	G1: ≤29	176	5,183	,622	6,278	,002	G2 > G1
	G2: 30 - 65	122	5,393	,515			
	G3: ≥66	9	5,600	,093			
Relação sócio/sócio	G1: ≤29	176	4,416	1,231	5,663	,004	G2 > G1
	G2: 30 - 65	122	4,801	,726			
	G3: ≥66	9	5,000	,101			
QPAG Global			4,663	,511			

Relativamente a diferenças nos sexos dos associados apenas tem significado estatístico o facto do género *masculino* apresentar uma perceção superior no fator *relação sócio/sócio*, dando maior relevância a este fator. (ver Quadro 5).

Quadro 5 – Análise de medidas dos fatores em função do género dos sócios.

Fatores	Masculino (n=155)		Feminino (n=152)		F	Sig.
	M	DP	M	DP		
Fatores pessoais	3,323	,766	3,402	,873	,731	,393
Fatores ambientais	5,124	,472	5,120	,749	,003	,954
Relação sócio/funcionário	5,301	,567	5,256	,600	,451	,502
Relação sócio/sócio	4,821	,841	4,347	1,195	16,209	,001
QPAG Global	4,642	,662	4,531	,845	4,349	0,462

Relativamente ao estado civil, verifica-se que, os indivíduos *solteiros* valorizam menos os fatores pessoais comparativamente aos grupos dos *casados* e aos indivíduos noutra situação, assim como na importância que revelam na relação sócio/sócio. Os indivíduos *casados* revelam mais interesse nos fatores ambientais relativamente aos outros dois grupos da amostra (ver Quadro 6).

Quadro 6 – Análise de medidas dos fatores em função do estado civil dos sócios.

Fatores	Casado (n=81)		Solteiro (n=192)		Outra (n=34)		F	Sig.
	M	DP	M	DP	M	DP		
Fatores pessoais	3,548	,917	3,276	,768	3,406	,804	3,238	,041
Fatores ambientais	5,377	,433	5,015	,698	5,113	,322	10,213	,001
Relação sócio/funcionário	5,370	,569	5,243	,628	5,262	,234	1,385	,252
Relação sócio/sócio	4,960	,855	4,374	1,144	4,897	,547	11,110	,001
QPAG Global	4,814	,694	4,477	,810	4,670	,477	6,487	,073

Foram encontradas diferenças significativas em todos os fatores quando relacionados com o *tempo como associado*. Numa análise mais específica, Os sócios com menos de *1 mês* de associação revelam diferenças estatisticamente significativas quando comparados com os associados de *5 meses* e à *mais de 6 meses* quando analisamos os *fatores pessoais*. Os sócios

de 2 meses diferem estatisticamente dos sócios de 4 meses e dos sócios de 5 meses relativamente aos *fatores ambientais*. Quanto à *relação sócio/funcionário* existem diferenças entre os grupos de sócios de 4 meses e os sócios à 2 meses, 6 meses e à *mais de 6 meses*. No fator *relação sócio/sócio*, os sócios à *mais de 4 meses* e os sócios à 1 mês, 3 meses e à *mais de 6 meses* (ver Quadro 7).

Quadro 7 – Análise de medidas dos fatores em função do tempo de associado dos sócios.

Fatores	<1Mês	1Mês	2 M	3 M	4 M	5 M	6 M	> 6M	F	Sig.
	M DP	M DP	M DP	M DP	M DP	M DP	M DP	M DP		
Fatores pessoais	4,600 ,007	3,612 ,206	3,300 ,082	3,601 ,551	3,682 ,338	3,267 ,788	4,010 ,019	3,188 ,905	6,955	,001
Fatores ambientais	4,857 ,045	5,277 ,147	4,571 ,064	4,914 ,529	5,521 ,294	5,571 ,238	4,857 ,011	5,047 ,707	6,741	,001
Relação sócio/funcionário	5,300 ,060	5,253 ,051	4,501 ,022	5,320 ,603	5,800 ,163	5,467 ,376	4,801 0,23	5,210 ,636	8,759	,001
Relação sócio/sócio	4,003 ,041	5,147 ,386	4,502 ,020	5,401 ,553	3,809 1,212	4,250 1,161	4,251 ,022	4,679 1,053	6,903	,001

Relativamente à frequência semanal dos sócios pode-se afirmar que, para os *fatores pessoais*, os indivíduos que frequentam *uma vez por semana* têm uma percepção de satisfação superior ao grupo de sócios que frequenta o ginásio *mais de três vezes por semana*. Para o fator *relação sócio/sócio*, os indivíduos que frequentam *mais de três vezes por semana* têm uma percepção de satisfação superior ao grupo de sócios que frequenta o ginásio *duas a três vezes por semana*. Relativamente a *fatores ambientais* verificou-se que os associados que frequentam *uma vez por semana* o ginásio os valorizam menos que os restantes subgrupos (ver Quadro 8).

Quadro 8 – Análise de medidas dos fatores em função da frequência semanal dos sócios.

Fatores	<1 (n=8)		1 – 2 (n=77)		2 – 3 (n=154)		>3 (n=68)		F	Sig.
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP		
Fatores pessoais	4,400	,030	3,865	,544	3,634	,784	2,951	,731	39,228	,001
Fatores ambientais	4,571	,033	5,193	,323	5,035	,749	5,161	,656	3,142	,026
Relação sócio/funcionário	5,007	,081	5,250	,535	5,181	,696	5,355	,546	2,289	,078
Relação sócio/sócio	4,999	,023	4,474	1,060	4,104	1,348	4,856	,796	10,190	,001
QPAG Global	4,774	,042	4,696	,616	4,489	,894	4,581	,682	13,712	,026

Numa análise por fatores, verificamos resultados significativos em cada um dos mesmos em estudo. Nos *fatores pessoais* existem diferenças significativas entre o horário 14:01-16:30 e 16:31 – 20:30. Nos *fatores ambientais* existem diferenças significativas entre o horário de abertura até às onze e o horário 14:01-16:30 e entre o horário 11:30 – 14:00 e o horário 14:01-16:30. Na *relação sócio/funcionário* os sócios que frequentam os horários 14:01-16:30 e 20:31 até ao encerramento apresentam diferenças significativas dos restantes grupos analisados. Na *relação sócio/sócio* o horário 14:01-16:30 apresenta diferenças significativas relativamente aos grupos abertura até às onze, 16:31 – 20:30 e 20:31 até ao encerramento (ver Quadro 9 e Quadro 10).

Quadro 9 – Análise de medidas dos fatores em função do horário de utilização do ginásio pelos sócios.

Fatores	< 11:00 (n=25)		11:01 – 14:00 (n=65)		14:01 – 16:30 (n=25)		16:31 – 20:30 (n=169)		> 20:31 (n=23)	
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Fatores pessoais	3,584	,336	3,135	,732	2,856	,255	3,521	,898	3,176	,849
Fatores ambientais	5,423	,120	5,284	,474	4,714	1,085	5,114	,606	4,857	,467
Relação sócio/funcionário	5,664	,049	5,349	,453	4,408	,811	5,385	,520	4,868	,206
Relação sócio/sócio	4,360	1,132	4,608	1,036	3,670	1,789	4,724	,893	4,690	,527
QPAG Global	4,758	,409	4,594	,674	3,912	,985	4,686	,729	4,398	,512

Quadro 10 – Comparação entre fatores em função do horário de utilização do ginásio pelos sócios.

<b>Fatores</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Fatores pessoais	6,391	,001
Fatores ambientais	6,838	,001
Relação sócio/funcionário	29,316	,001
Relação sócio/sócio	6,269	,001
QPAG Global	12,204	,001

Analisando os fatores, verificaram-se resultados significativos em cada um dos fatores em estudo. Nos *fatores pessoais* existem diferenças significativas entre o grupo de sócios que *utilizou piores e melhores ginásios* e os restantes três grupos: *só fui utilizador deste ginásio, utilizei melhores e utilizei piores*. Nos *fatores ambientais* existem diferenças significativas entre o grupo de sócios que *utilizou melhores ginásios* e os que *só foram utilizadores deste ginásio* e os que *utilizaram piores*. Relativamente à *relação sócio/funcionário* existem diferenças significativas entre o grupo de sócios que *utilizou piores e melhores ginásios* e os restantes três grupos: *só fui utilizador deste ginásio, utilizei melhores e utilizei piores*. Ainda neste fator encontram-se diferenças entre o grupo de sócios que *utilizou piores e utilizou melhores ginásios*. Para a relação *sócio/sócio* existem diferenças significativas entre o grupo de sócios que *utilizou melhores ginásios* e os restantes três grupos: *só fui utilizador deste ginásio, utilizei piores e utilizei piores e melhores* (ver Quadro 11).

Quadro 11 – Análise de medidas dos fatores em função da experiência em ginásios.

Fatores	Só este (n=113)		Melhores (n=16)		Piores (n=106)		Piores e melhores (n=72)		F	Sig.
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP		
Fatores pessoais	3,573	,651	3,200	,413	3,723	,753	2,489	,563	45,200	,001
Fatores ambientais	5,298	,388	4,429	1,180	5,294	,620	4,825	,520	17,932	,001
Relação sócio/funcionário	5,411	,344	4,250	,775	5,430	,433	5,156	,733	23,835	,001
Relação sócio/sócio	4,700	,840	2,250	,775	4,533	1,012	5,000	,839	31,931	,001
QPAG Global	4,746	,556	3,532	,786	4,745	,705	4,368	,664	29,725	,001

No final do QPAG colocou-se a seguinte afirmação: *Estou motivado para continuar a fazer exercício no ginásio*. Obtiveram-se resultados de forte tendência positiva ( $M = 5,50$ ;  $DP = 0,638$ ). Correlacionaram-se, posteriormente, os resultados com as respostas dos 4 fatores do questionário, verificando que todos os fatores se correlacionaram significativamente com a motivação para continuar no ginásio. Assim sendo, a maioria dos sócios da amostra revela uma forte tendência para continuar no ginásio, destacando-se a relacionada com o fator *relação sócio/funcionários* (ver Quadro 12).

Quadro 12 – Correlação da pergunta “*Estou motivado para continuar a fazer exercício físico no ginásio*” e os quatro fatores do QPAG.

N = 307	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Estou motivado para continuar (1)	1	-,391**	,315**	,417**	,204**
Fatores pessoais (2)	-,391**	1	-,031	-,100	-,140*
Fatores ambientais (3)	,315**	-,031	1	,688**	,121*
Relação sócio/funcionário (4)	,417**	-,100	,688**	1	,430**
Relação sócio/sócio (5)	,204**	-,140*	,121*	,430**	1

\*\* Nível de significância para  $p < 0,01$

\* Nível de significância para  $p < 0,05$

## F. DISCUSSÃO

Este estudo revelou resultados positivos na aplicação do QPAG. Num total de 174 pontos, obtivemos uma média de 193 pontos ( $DP = 13,89$ ), mostrando uma forte intenção dos sócios continuarem no ginásio ( $M = 5,50$ ;  $DP = 0,0638$ ).

No que diz respeito aos motivos para as pessoas irem ao ginásio, os resultados do nosso estudo são consistentes com os resultados obtidos por Afonso, Fernandes, Gomes, Soares, e Fonseca (1995), Miranda (1991), Moutão (2005), Novais e Fonseca (1994), Ibarzábal, e García (2003), Codina, Rosich e Pestana (2004), que mencionam a saúde e a condição física como os principais motivos para ir ao ginásio.

A relação sócio/funcionários foi o fator mais valorizado em comparação com os fatores pessoais, o ambiente físico do ginásio e a relação sócio/sócio. Os fatores pessoais foram os menos valorizados. Isto significa que, tendo em vista a retenção dos seus de clientes, os ginásios deverão prestar muita atenção à relação entre os sócios e os professores, bem como à relação entre os sócios e os demais funcionários do ginásio. Desta forma, cabe aos ginásios investir mais na seleção/recrutamento e formação contínua dos seus profissionais, já que muitos professores se consideram pouco preparados para assumirem determinadas funções ou para atuarem (Antunes, 2003).

Analisando as variáveis isoladamente concluímos:

*Género*: homens e mulheres valorizam de igual forma fatores ambientais, pessoais e de relação com os funcionários, sendo que a maior diferença advém da maior valorização da relação com outros sócios por parte dos homens.

*Idade*: sócios com menos idade fazem uma pior avaliação do ginásio, de uma maneira global.

*Estado civil*: indivíduos solteiros têm uma pior percepção geral do ginásio nos diversos fatores em estudo.

*Tempo de sócio:* conforme o tempo de associado aumenta, a valorização dos vários fatores, assim como a sua importância, também flutua. Assim, novos sócios valorizam fatores pessoais. Fatores ambientais são mais preponderantes entre o 4º e o 5º mês. A relação sócio/funcionário parece ir aumentando de importância mas tem o seu pico de preponderância pelos 4 meses. A relação sócio/sócio é menos valorizada no início do tempo de associado, sendo que vai aumentando.

*Frequência semanal:* verificou-se que sócios com uma maior frequência semanal de utilização do ginásio têm uma percepção geral mais positiva sobre os diversos fatores em estudo, à exceção dos pessoais, que são mais valorizados pelos de menor frequência.

*Horário de utilização:* os sócios utilizadores do horário de abertura têm uma percepção geral do ginásio superior aos restantes grupos, contrariamente aos que frequentam o horário 14:01-16:30, que apresentam resultados significativamente inferiores.

*Experiência em ginásios:* sócios que só frequentaram este ginásio ou que frequentaram piores ginásios apresentaram resultados gerais de valorização mais elevados. Para sócios que afirmam ter utilizado melhores ginásios o fator relação sócio/sócio foi muito pouco valorizado (2,250 numa escala até 6 valores), enquanto que os que afirmaram ter frequentado piores ginásios valorizaram bastante a relação sócio/funcionário (5,430).

Analisando os *fatores de relação* determinantes da atividade física em ginásios conclui-se:

*Relação sócio/funcionário:*

O tempo dispensado pelos professores para com um sócio individual, a forma como estes explicam os exercícios e demonstram preocupação para com o sócio, a atenção de forma igualitária prestada aos sócios e o entusiasmo e paixão com que trabalham são reveladores do tipo de relação existente entre

professores e sócios. Temos ainda a relação com os outros funcionários, a pontualidade, a apresentação, a competência e a atenção dada aos sócios do ginásio como aspetos tidos em conta para caracterizar a relação sócio/funcionários. Este fator foi significativamente mais valorizado entre os quatro do nosso estudo ( $M = 5,279$ ;  $DP = 0,583$ ), revelando a importância que as pessoas atribuem aos aspetos de relacionamento entre os sócios do ginásio analisado. Este facto converge com a corrente da importância dos professores. Percebe-se assim porque é que, estando os ginásios com instalações cada vez melhores e mais parecidas entre si, continuam a ver os seus sócios abandonarem as atividades e, em alguns casos, a deslocarem-se para a concorrência onde o espaço físico pode não ser um ponto de diferenciação positivo. Vem também ao encontro de trabalhos que reforçam o ambiente social como um preditor positivo da atividade física (Titze, Stronegger, e Owen, 2005; Springer, Kelder, e Hoelscher, 2006; McAuley, Elavsky, Jerome, Konopack, e Marquez, 2005; Martin e Sharpe, 2006).

O grupo de sócios que utilizou *piores ginásios* valoriza mais a *relação sócio/funcionários*. Estes são indivíduos com experiências anteriores menos positivas, tendo algumas referências para comparar com o ginásio que frequentam atualmente com o seu anterior local de treino, sendo as expectativas destas pessoas inferiores, o que faz com que seja mais fácil, num ambiente positivo, valorizarem superiormente esta relação.

Os sócios que utilizaram *melhores ginásios* valorizam menos esta relação exatamente pelas razões inversas descritas anteriormente. Infere-se que tiveram experiências passadas bastante positivas, logo a sua valorização será menos acentuada.

Os associados que utilizam o ginásio *mais de três vezes semanais* valorizam mais a *relação sócio/funcionários*. Estes indivíduos têm o treino físico interiorizado no seu quotidiano, visitando o ginásio com bastante assiduidade. Deste modo facilmente se criam ligações com o *staff*, fazendo com que seja mais fácil valorizarem de forma superior este tipo de relação. Ao invés, o grupo de sócios que visita o ginásio uma vez por semana atribui uma valorização bastante mais baixa para a *relação sócio/funcionário*. Este valor de percepção

explica-se exatamente devido a razões contrárias às apresentadas para o grupo mais assíduo.

#### *Relação sócio/sócio:*

Esta relação tem influência sobre a percepção que o indivíduo tem do ginásio. A forma como é recebido e integrado, a simpatia das pessoas, a maior ou menor facilidade com que se fazem amigos, são aspetos que podem fortalecer a relação entre os sócios. A sua classificação pela amostra deste estudo não foi particularmente alta quando comparada com os restantes fatores ( $M = 4,586$ ) mas, um  $DP = 1,057$  mostra-nos que existe uma variância de resposta bastante elevada; assim sendo, pode afirmar-se que, se por um lado muitos sócios não valorizam esta relação, por outro lado existe um grupo alargado de indivíduos que o fazem fortemente.

O grupo de sócios de *idade superior a 65 anos* valoriza mais a *relação sócio/sócio*. Estes são indivíduos com características muito próprias e que em alguns casos utilizam o ginásio como forma de socializar para além de realizar o seu trabalho físico (Nahas, 2003; Matsudo, 1997). Para sócios no grupo de idade inferior a 29 anos o valor de valorização para este fator foi o mais baixo encontrado, pois estes preferem concentrar-se no treino físico (Moutão, 2005).

Os sócios que utilizaram *melhores ginásios* valorizam bastante menos esta relação ( $M = 2,250$ ;  $DP = 0,775$ ), já que tiveram um modelo passado de comparação muito positivo. Isto leva a que estes tenham depois, no novo ginásio, alguma dificuldade em criar de novo relações entre eles próprios e os outros utentes, ou que estas novas relações não sejam tão fortes como as anteriores. Assim sendo, infere-se que, os sócios que avaliam este fator de forma menos positiva, irão considerar os seus predecessores ginásios como sendo *melhores* que o seu atual ginásio.

O horário *14:01-16:30* é o que menos valoriza a relação sócio/sócio. Sendo habitualmente o horário menos utilizado nos ginásios, seria de esperar que as pessoas que o utilizam não procurassem encontrar muita gente no ginásio. Poderão eventualmente procurar mais espaço próprio, mais tranquilidade,

equipamentos disponíveis ou uma relação de maior atenção por parte dos funcionários do ginásio, que terão certamente maior disponibilidade neste horário (Sena, 2008).

## LIMITAÇÕES

Em qualquer trabalho de investigação que se realize existirão alguns tipos de entraves e/ou dificuldades que urgem ser ultrapassadas. Assim sendo enumeramos algumas desses ditos obstáculos com que nos deparámos e tentámos superar por forma a que num próximo estudo se possa melhorar e aprofundar ainda mais as questões levantadas por este mesmo:

- a) Introduzir um ponto no trabalho onde se abordasse a psicologia do desporto e do exercício, mais especificamente: modelos de adesão ao exercício físico e motivação.
- b) Cruzar informações do QPAG com outros questionários relacionados com a motivação, para que se conseguissem conclusões mais específicas.
- c) A amostra continha um grupo de indivíduos *maiores de 65 anos* de reduzida dimensão. Assim sendo, poderão haver algumas restrições na generalização dos resultados para estes praticantes.
- d) O número de sócios utentes do ginásio que responderam ao questionário, pertencentes aos subgrupos *menos de 1 mês e 2 meses*, na variável *tempo de sócio*, é diminuto. Deste modo, poderão existir limitações na universalização dos resultados para estes praticantes.

## G. CONCLUSÃO

Estima-se que, em Portugal, cerca de 10% da população utilize ginásios. Este valor tem vindo a crescer, sendo as mulheres, os jovens e os estudantes, os indivíduos que mais utilizam estes locais.

A complexidade da relação dos utilizadores para com o exercício físico é influenciada por fatores de tipo: pessoal, psicológico, ambiental físico, ambiental social e pelas características dos programas.

Os ginásios têm muitos utentes que tentam seguir um programa de treino mas não o consegue manter. Existem, assim, mais ex-sócios do que sócios de ginásios.

O marketing dos ginásios nem sempre é o mais adequado para atrair clientes, assim como a oferta de serviços criados. Desta forma, são produzidas expectativas desajustadas ou são levantadas barreiras intimidatórias a quem pretende aderir.

Há barreiras de adesão ao exercício que são psicológicas e que, de certo modo, funcionam como desculpa para que o indivíduo não se sinta “obrigado” a ir até ao ginásio. Exemplo desta barreira é a *falta de tempo*, sendo que este foi o fator mais citado para a não realização da prática regular de atividade física. Para além deste motivo, *sentir-se cansado*, e a *falta de motivação* são as razões mais fortes para não aderir à atividade física.

Os motivos pelos quais um indivíduo se inscreve são muitas vezes distintos dos motivos para se manter num ginásio, o que pressupõe uma alteração de valores.

Motivos de saúde e bem-estar, físicos, estéticos e psicológicos são mencionados por vários autores para as pessoas acudirem aos ginásios, sendo que o nosso estudo apurou que o principal motivo para ir ao ginásio,

referenciado pelos sócios respondentes é o desejo de *melhorar a condição física e a saúde*.

É necessário que haja mais investigação no ambiente social específico dos ginásios, a par de uma análise do perfil dos utilizadores deste tipo de espaços de prática desportiva, para que se compreendam melhor os motivos de adesão, manutenção e abandono das atividades físicas, assim como a evolução de todo este mundo do *fitness* e dos seus valores transmitidos à população.

A população estudada (307 sócios do *Every.body*) apresenta uma valorização muito positiva na avaliação de todo o ambiente do ginásio (M = 4,587).

O perfil de sócio que caracteriza a amostra deste estudo é o de um indivíduo do sexo masculino que se situa na faixa etária dos 16 aos 29 anos de idade e é solteiro, valoriza principalmente a relação sócio/funcionário. Leva mais de seis meses como sócio do ginásio, frequenta o ginásio mais de três vezes por semana e já frequentou piores ginásios. Utiliza essencialmente a sala de musculação/cárdio no horário entre as 16:31 e as 20:30, e vai, principalmente, ao ginásio para melhorar a condição física e a saúde.

## SUGESTÕES

Parece-nos pertinente que, no futuro, as seguintes alterações sejam promovidas:

- a) Mudar a perceção, os pensamentos e a interação entre o indivíduo e o ambiente do ginásio (físico e social).
- b) Melhorar a aprendizagem inicial dos alunos qualquer que seja o tipo de atividade que este esteja a realizar.
- c) Melhorar a comunicação no ensino dos princípios de treino, apostando na valorização da relação sócio/funcionário.

d) Promover o desenvolvimento pessoal dos alunos ao longo da sua vida ativa dentro do ginásio.

e) Contribuir para a mudança de atitude por parte dos sócios que leve à aquisição de hábitos de treino regulares e duradouros.

## BIBLIOGRAFIA

Addy, C.L., Wilson, D.K., Kirtland, K.A., Ainsworth, B.E., Sharpe, P., e Kimsey, D. (2004). Associations of perceived social and physical environmental supports with physical activity and walking behavior. *American Journal of Public Health*, 94, 440-443.

Afonso, A., Fernandes, A., Gomes, C., Soares, D., e Fonseca, A. (1995). Estudo exploratório sobre os motivos que levam as pessoas a praticar. Em *A FCDEFUP e a Psicologia do Desporto: Estudos sobre a motivação*. Porto: FCDEFUP.

Agency for Healthcare Research and Quality and the Centers for Disease Control. (2002). *Physical Activity and Older Americans: benefits and strategies*. Retirado Junho 22, 2007, de <http://www.ahrq.gov/ppip/activity.htm>.

Anderson, D., e Cychosz, C. (1995). Exploration of the relationship between exercise behavior and exercise identity. *Journal of Sport Behavior*, 18(3), 159-166.

Andrew, G., Oldridge, N., Parker, J., Cunningham, D., Rechnitzer, P., e Jones, N. (1981). Reasons for dropout from exercise programs in post-coronary patients. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 13, 164-168.

Annesi, J. (1996). *Enhancing Exercise Motivation: A guide to increasing fitness center member retention*. Los Angeles: Leisure Publications.

Annesi, J. (1999). Relationship between exercise professional's behavioral styles and clients' adherence to exercise. *Perceptual and Motor Skills*, 89, 597 - 604.

Annesi, J. (2001). Effects of music, television, and a combination entertainment system on distraction, exercise adherence and physical output in adults. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 33.

Annesi, J. (2002). Goal setting protocol in adherence to exercise by Italian adults. *Perceptual and Motor Skills*, 94, 453-458.

Asbury, E. (2006). The importance of continued exercise participation in quality of life and psychological well-being in previously inactive postmenopausal women: a pilot study. *Menopausa*, 13(4), 561-567.

Assunção, S. (2002). Distrofia Muscular. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 24.

Ayensa, J., Martínez, K., e Rancel, F. (2005). Alteración de la imagen corporal en un grupo de usuarios de gimnasios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 10 (1), 161-169.

Barnett, E. e Casper, M. (2001). A definition of “social environment”. *American Journal of Public Health*, 91(3), 465.

Blair, S., La Monte, M., e Nichaman, M. (2004). The evolution of physical activity recommendations: how much is. *American Journal of Clinical Nutrition*, 79, 913S-920S.

Bourdeaudhuij, I.D., Sallis, J.F., e Saelens, B. (2003). Environmental Correlates of Physical Activity in a Sample of Belgian Adults. *American Journal of Health Promotion*, 18, 83-92.

Brooks, C. (1994). *How consumers view health and sports clubs*. Ann Arbor: International Health, Racquet and Sportsclub Association.

Brownson, R., Baker, E., Housemann, R., Brennan, L., e Bacak, S. (2001). Environmental and policy determinants of physical activity in the United States. *American Journal of Public Health*, 91, 1995-2003.

Cameron, C., Craig, C., Stephens, T., e Ready, T. (2002). *Increasing physical activity: Supporting an active workforce*. Ottawa: Canadian Fitness and Lifestyle Research Institute.

Canadian Fitness and Lifestyle Research Institute. (1996). Barriers to physical activity. *Progress in prevention, Bulletin no. 2*. Restaurado Julho 5, 2007, de <http://www.cflri.ca/pdf/e/pip04.pdf>.

Caspersen, C., Powell, K. e Christensen, G. (1985): Physical activity, exercise, and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research. *Public Health Reports, 100 (2)*, 126-131.

Coleman, L. (2003). Attracting the Older Adult Market. *Fitness Management*, August.

Commos, P. (1988). Nursing strategies to improve compliance with lifestyle changes in a cardiac rehabilitation population. *Journal of Cardiovascular Nursing, 2*, 23-36.

Dalleck, L., e Len Kravitz. (2002). The history of fitness. *IDEA Health and Fitness Source, 20*, 26-33.

Davies, C., e Lowles, M. (1991). Body image and exercise: a study of relationships and comparisons between physically active men and women. *Sex Roles, 44*, 25-33.

DellaVigna, S., e Malmendier, U. (2006). Paying not to go to the gym. *The American Economic Review, 96*, 694-719.

Deloitte e Touche. (2002). *Highlights of selected european health e fitness markets 2002*. London: Deloitte e Touche. Restaurado Julho, 1, 2007, de [http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/TTL\\_HFMarkets2002UK\(1\).pdf](http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/TTL_HFMarkets2002UK(1).pdf).

Dishman, R. (1988). *Exercise adherence: its impact on public health*. Champaign: human Kinetics.

Dosil , J. (2008). *Psicología de la actividad física y del deporte (2 ed)*. Madrid: McGraw-Hill.

Estefano, E. (1996). Satisfação dos recursos humanos no trabalho: um estudo de caso na biblioteca central da universidade federal de Santa Catarina. Universidade

Fonseca, L.H., Silva, R.A., e Gonçalves, C. (2006). Estudo do perfil somatotipológico de praticantes de musculação em academias de Brasília. *EFDeportes*. Restaurado Julho 19, 2007, de <http://www.efdeportes.com/efd96/perfil.htm>.

Fox, K.R. (1999). The influence of physical activity on mental well-being. *Public Health Nutrition*, 2, 411-418.

Glaros, N., e Janelle, C. (2001). Varying the mode of cardiovascular exercise to increase adherence. *Journal of Sport Behavior*, 24, 42-62.

Godin, G., e Shephard, R. (1990). Use of attitude-behaviour models in exercise promotion. *Sports Medicine*, 10, 103-121.

Gourville, J., e Soman, D. (2002). Pricing and the psychology of consumption. *Harvard Business Review*, 80(9), 90-96.

Hanson, K., Sobal, J. e Frongillo, E. (2007). Gender and marital status clarify associations between food insecurity and body weight. *J. Nutr.* 137, 1460-1465.

Harris, J., e Baxter, J. (2002). *From 0 to 500 in 30 Years Flat*. Wellness Councils of America.

Hedblad, B., Nilsson, P., Engström, G., Berglund, G. e Janzon, L. (2002). Obesity and myocardial infarction – vulnerability related to occupational level and marital status. A 23-year follow-up of an urban male Swedish population. *Journal of Internal Medicine*, 252(6), 542-550.

Hellín, P., Moreno, J.A., e Rodríguez, P.L. (2004). Motivos de práctica físicodeportiva en la región de murcia. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 4, 101-115.

Huertas, R. (1998). Salud e ideología hegemónica. Em *Neoliberalismo y políticas de salud*. Madrid: El viejo topo (Pp. 90-129).

Ibarzábal, F.A., e García, J.G. (2003). Motivación para el entrenamiento con pesas en gimnasios: un estudio piloto. *Rev.int.med.cienc.act.fís.deporte*. Restaurado Julho 16, 2007, de <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista9/artmotivacion.html>.

International Health Racquet & Sportsclub Association. (1998). *Why people quit*. Boston: International Health, Racquet and Sportsclub Association.

International Health Racquet & Sportsclub Association. (2002). *Club Facilities*. Restaurado Julho 23, 2007, de <http://cms.ihrsa.org/IHRSA/viewPage.cfm?pagelId=813>.

International Health Racquet & Sportsclub Association. (2002b). *Club Programs*. Restaurado Julho 23, 2007, de <http://cms.ihrsa.org/IHRSA/viewPage.cfm?pagelId=805>.

International Health Racquet & Sportsclub Association. (2006). *The 2005 IHRSA European Market Report: The size and scope of the health club industry*. Restaurado Fevereiro 6, 2007, de <http://cms.ihrsa.org/IHRSA/viewPage.cfm?pagelId=2294>.

International Health Racquet & Sportsclub Association. (2007). *IHRSA - About the Industry*. Restaurado Julho 23, 2007, de <http://cms.ihrsa.org/IHRSA/viewPage.cfm?pagelId=149>.

Jones, F., Harris, P., Waller, H., e Coggins, A. (2005). Adherence to an exercise prescription scheme: The role of expectations, self-efficacy, stage of change and psychological well-being. *British Journal of Health Psychology*, 10, 359-378.

Katzmarzyk, P. T., Gledhill, N., e Shephard, R. J. (2000). The economic burden of physical activity in Canada. *Canadian Medical Association Journal*, 163, 1435–1440.

Lacerda, A., Morata, T., e Fiorini, A. (2001). Caracterização dos níveis de pressão sonora em academias de ginástica e queixas apresentadas por seus professores. *Revista Brasileira de Otorrinolaringologia*, 67(5), 656-659.

Lagrosen, S., e Lagrosen, Y. (2007). Exploring service quality in the health and fitness industry. *Managing Service Quality*, 17, 41-53.

Marktest. (2006). *Cerca de 1.5 milhões de portugueses frequentam ginásios*. Restaurado Julho 1, 2007, de [http://www.marktest.pt/produtos\\_servicos/Consumidor/default.asp?c=1016en=1682](http://www.marktest.pt/produtos_servicos/Consumidor/default.asp?c=1016en=1682).

Martin, M. e Sharpe, T., (2006). Analysis of Three Exercise Adherence Interventions on Self-Efficacy and Goal Orientation. *2006 AAHPERD National Convention and Exposition*.

Matsudo, S. M.; Matsudo, V. K. R.; Neto, T. L. B. Atividade Física e envelhecimento: aspetos epidemiológicos. *Revista Brasileira de Medicina do Esporte*. São Paulo, Vol. 7, nº 1, jan./fev., 2001.

McAuley, E., Elavsky, S., Jerome, G., Konopack, J. e Marquez, D. (2005). Physical Activity-Related Well-Being in Older Adults: Social Cognitive Influences. *Psychology and Aging*, 20(2), 295-302.

McNeill, L.H., Wyrwich, K.W., Brownson, R.C., Clark, E.M., e Kreuter, M.W. (2006). Individual, social environmental, and physical environmental influences on physical activity among black and white adults: a structural equation analysis. *Annals of Behavioral Medicine*, 31(1), 36-44.

Moutão, J. (2005). Motivação para a prática de exercício físico: estudo dos motivos para a prática de atividades de fitness em ginásios. Dissertação de mestrado. Universidade de Trás-os-Montes e Alto-Douro, Vila Real.

Myers, A., Weigel, C., e Holliday, P. (1989). Sex-and age-linked determinants of physical activity in adulthood. *Canadian Journal of Public Health*, 80, 256-260.

NAHAS, V. M. Atividades física, saúde e qualidade de vida: conceitos e sugestões para um estilo de vida ativo. 3.ed. Londrina, 2003.

Partonen, T., Leppmamaki, S., Hurme, J. e Lonqvist, J. (1998). Randomised trial of physical exercise alone or combined with bright light on mood and healthrelated quality of life. *Psychological Medicine*, 28, 1359-1364.

Petee, K., Brach, J., Kriska, A., Boudreau, R., Richardson, C., Colbert, L., Satterfield, S., Visser, M., Harris, T., Ayonayon, H. e Newman, A. (2006). Influence of marital status on physical activity levels among older adults. *Med Sci Sports Exerc.* 38(3), 541-546.

Plummer, T. (1999). *Making Money in the fitness business*. Coaches Choice Books.

Rhodes, R. (2007). Do your members "feel" fit? *Fitness Management*, June.

Salles-Costa, R., Heilborn, M.L., Werneck, G.L., Faerstein, E., e Lopes, C.S. (2003). Gênero e prática de atividade física de lazer. *Cad. Saúde Pública*, 19.

Sallis, J., Hovell, M., Hofstetter, C., Elder, J., Hackley, M., Caspersen, C., et al. (1990). Distance between homes and exercise facilities related to frequency of exercise among San Diego residents. *Public Health Reports*, 105, 179-185.

Sassatelli, R. (1999). Fitness Gyms and the Local Organization of Experience. *Sociological Research Online*, 4. Restaurado Julho, 119, 2007, de <http://www.socresonline.org.uk/socresonline/4/3/sassatelli.html>.

Sena, P. (2008). Influência de los factores sociales, ambientales y personales en la percepción de los gimnasios, Universidade de Vigo.

Sharpe, P., Granner, M., Hutto, B., e Ainsworth, B. (2004). Association of environmental factors to meeting physical activity recommendations in two South Carolina counties. *American Journal of Health Promotion*, 18, 251-257.

Shephard, R. (1997). Exercise and relaxation in health promotion. *Sports Medicine*, 23(4), 211-216.

Springer, A., Kelder, S. e Hoelscher, D. (2006). Social support, physical activity and sedentary behavior among 6th-grade girls: a cross-sectional study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 3, 8.

Stahl, T., Rutten, A., Nutbeam, D., Bauman, K., Abel, G., e Luschen, G. (2001). The importance of the social environment for physically active lifestyle—results from an international study. *Social Science e Medicine*, 52, 1-10.

Standage, M., e Treasure, D. (2002). Relationship among achievement goal orientations and multidimensional situational motivation in physical education. *British Journal of Educational Psychology*, 72, 87-103.

Tahara, A., Schwartz, G., e Silva, K. (2003). Aderência e manutenção da prática de exercícios em academias. *R. bras. Ci e Mov.*, 11, 7-12.

Thompson, C., e Wankel, L. (1980). The effects of perceived activity choice upon frequency of exercise. *Journal of Applied Social Psychology*, 10, 436-443.

Titze, S., Stronegger, W. e Owen, N. (2005). Prospective study of individual, social, and environmental predictors of physical activity: women's leisure running. *Psychology of Sport and Exercise*, 6(3), 363-376.

Tracy International. (2000). Análise preliminar dos resultados do cliente mistério. Restaurado Julho 20, 2007, de [http://paulosena.com/artigos/psena\\_dout2005.pdf](http://paulosena.com/artigos/psena_dout2005.pdf).

Tu, W., Stump, T., e Clar, T. (2004). The effects of health and environment on exercise-class participation in older, urban women. *Journal of Aging and Physical Activity*, 12(4), 480-496.

Turnock, B.J. (1997). *Public Health: What is it and How it Works*. Gaithersburg, MD: Aspen Publishers.

United States Department of Health and Human Services. (1996). *Physical activity and health: a report of the Surgeon General*. Atlanta: Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion.

Verhoef, M., Love, E. e Rose, S. (1993). Women's social roles and their exercise participation. *Women & Health*, 19(4), 15-29.

Weinberg, R., e Gould, D. (2007). *Foundations of sport and exercise psychology*. Champaign, IL: Human Kinetics.

William, S., e Klein, D. (2004). Long-term exercisers: what can we learn from them? *ACSM'S Health e Fitness Journal*, 8, 11-14.

Winger, S. (2002). Instructors and classroom characteristics associated with exercise enjoyment by females. *Perceptual and Motor Skills*, 94(2), 395-398.

Wolf, A., e Colditz, G. (1998). Current estimates of the economic cost of obesity in the United States. *Obesity Research*, 6(2), 97–106.

World Health Organization. (2003). Global strategy on diet, physical activity and health.

World Health Organization. (2007a). *Benefits of physical activity*. Restaurado Julho 1, 2007, de [http://www.who.int/moveforhealth/advocacy/information\\_sheets/benefits/en/](http://www.who.int/moveforhealth/advocacy/information_sheets/benefits/en/).

Zeithaml, V. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67-85.

## ANEXOS

## ANEXO A



### Q-PAG: Questionário de Percepção do Ambiente do Ginásio

O Proto-departamento de Desporto e Saúde da Universidade de Évora pretende com este questionário conhecer a sua experiência como sócio do ginásio *Every.Body – health and fitness*.

Seja qual for a sua opinião responda de forma sincera. Todas as respostas serão tratadas com a máxima discrição. As suas opiniões serão tratadas com confidencialidade e não influenciarão a sua utilização dos serviços.

#### Parte I – Caracterização

1. Idade \_\_\_\_\_ 2. Sexo Masculino  Feminino  3. Estado civil Casado  Solteiro  Outro
4. Sou sócio neste ginásio há: Menos de 1 mês  1m  2m  3m  4m  5m  6m  mais de 6 meses
5. Utilizo semanalmente o ginásio: 1 vez ou menos  1 a 2 vezes  2 a 3 vezes  Mais de 3 vezes
6. Horário de utilização do ginásio: Abertura até às 11:00  11:01 - 14:00  14:01 - 16:30  16:31 - 20:30  20:31 - Encerramento
7. No ginásio, frequento sobretudo: Aulas de grupo  Sala de musculação/cardio  Personal training  Outras actividades/Serviços
8. Experiência em ginásios: só fui utilizador deste  Utilizei outros melhores  Utilizei outros piores  Utilizei piores e melhores
9. Pago o ginásio: Mensalmente  Anualmente  Cada aula que faço  Outra situação
10. Venho ao ginásio, essencialmente para... (escolha no máximo 3 opções):  
Transformar o aspecto do meu corpo  Conhecer novos amigos  Porque os ginásios estão na moda  Controlar o meu peso   
Melhorar a minha saúde  Encontrar novos desafios  Descontrair após um dia de trabalho  Melhorar a condição física

#### Parte II – Percepção do Ginásio

Seguem-se questões relativas à sua experiência como sócio do ginásio. Por favor, assinale a resposta que melhor descreva a sua opinião sobre os diferentes aspectos ao utilizar o ginásio. Para isso, utilize a seguinte escala:

1 = Discordo totalmente	2 = Discordo bastante	3 = Discordo pouco	4 = Concordo pouco	5 = Concordo bastante	6 = Concordo totalmente
-------------------------	-----------------------	--------------------	--------------------	-----------------------	-------------------------

1. Os professores preocupam-se comigo como pessoa.
2. Ir ao ginásio fica caro.
3. Este ginásio tem bons acessos.
4. Os funcionários interessam-se por mim.
5. A luz do ginásio é adequada para treinar.

6. Fazer exercício físico no ginásio é aborrecido.
7. Os professores dispensam sempre algum tempo para mim.
8. A temperatura do ginásio é agradável para treinar.
9. Os outros sócios ajudaram-me na integração neste ginásio.
10. Os professores explicam de forma que eu compreendo.
11. Este ginásio é muito bonito.
12. Treinar é um grande sacrifício para mim.
13. Os funcionários do ginásio são pontuais.
14. Fui bem recebido pelos outros sócios
15. Este ginásio tem todos os equipamentos que eu necessito.
16. Os professores dão igual atenção a toda a gente.
17. Ir ao ginásio implica muita disponibilidade de tempo.
18. Os outros sócios são simpáticos.
19. A competência dos funcionários é elevada.
20. As instalações deste ginásio são muito boas.
21. Ainda não atingi os meus objectivos neste ginásio.
22. Quando falo aos professores, estes escutam-me atentamente.
23. O ginásio está limpo.
24. Os funcionários estão sempre apresentáveis.
25. Fiz amigos neste ginásio
26. Os professores trabalham com paixão

Para terminar, ainda numa escala de 1-6, refira-nos a sua opinião global sobre o Ambiente Físico, o Ambiente Social e a sua motivação pessoal para continuar a frequentar o ginásio:

O Ambiente Social do Ginásio é agradável. ① ② ③ ④ ⑤ ⑥

Estou satisfeito com o Ambiente Físico do ginásio (máquinas, espaços, decoração, etc.) ① ② ③ ④ ⑤ ⑥

Estou Motivado Para Continuar a fazer exercício físico no ginásio ① ② ③ ④ ⑤ ⑥

**Obrigado pela Sua Colaboração!**

Adaptado de Sena, P., "INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIALES, AMBIENTALES Y PERSONALES EN LA PERCEPCIÓN DE LOS GIMNASIOS", Universidade de Vigo, 2008.