



**UNIVERSIDADE
DE VIGO**

Departamento de Psicoloxía Evolutiva e Comunicación

**INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIALES, AMBIENTALES Y
PERSONALES EN LA PERCEPCIÓN DE LOS GIMNASIOS**

Tesis Doctoral presentada por: **Paulo Jorge Rodrigues Sena**

Director: **Dr. Joaquín Dosil Díaz**

Pontevedra, 2008



UNIVERSIDADE
DE VIGO

Joaquín Dosil Díaz, Profesor do Departamento de Psicoloxía Evolutiva e Comunicación da Universidade de Vigo, en calidade de Director da Tese de Doutoramento de PAULO JORGE RODRIGUES SENA, emito o seguinte INFORME:

1. O tema que se aborda é de gran actualidade científica e de forte incidencia social.
2. O traballo que se presenta responde os niveis de rigor científico e metodolóxico, propios de investigacións de esta natureza.
3. A estrutura da investigación obedece os parámetros máis ortodoxos propios do ámbito científico.
4. A documentación utilizada e analizada, ademáis de ampla e actualizada supón unha acertada selección da mesma, por estar recollidos nela os tópicos principais de este ámbito de coñecemento e, de forma especial, aqueles que son abordados neste estudio.
5. Os resultados da investigación ofrecen grandes posibilidades de intervención, principalmente nos ámbitos das Ciencias da Saúde, da Psicoloxía e da Educación e, o mesmo tempo, plantexa interrogantes que deberán ser obxecto de futuras investigacións.

Por todo o exposto, informo favorablemente esta investigación, e dou a miña autorización para ser presentada e defendida en acto público con vistas a consecución do Grao de Doutor.

Pontevedra, 2 de Setembro de 2008.

Asdo. Joaquín Dosil Díaz

Obrigado Sandra e André pelo apoio e compreensão da minha ausência.

APRESENTAÇÃO

Há 20 anos atrás, quando terminei o Ensino Secundário, nem nos meus sonhos mais incríveis imaginaria que, um dia, viria a efectuar um Mestrado e muito menos a elaborar uma tese de Doutoramento. Sempre tive uma orientação para o lado humano e social, sempre me agradou a psicologia e a forma como se poderiam compreender e modificar os comportamentos e pensamentos das pessoas, sobretudo dos fantásticos desportistas que eu via nas transmissões televisivas. Creio que foi nessa altura, que se lançou a semente do interesse pela conduta humana desportiva, a qual está a florescer agora na redacção deste documento que, num futuro recente (espero), irá conduzir à obtenção do grau de Doutor. Passo a explicar. Há 20 anos atrás, escrevia o meu primeiro texto de psicologia desportiva relacionada com futebol, devido às minhas funções de preparador físico numa equipa juvenil. Nessa mesma altura, inscrevia-me num ginásio de musculação pela primeira vez, para me reabilitar de uma cirurgia à coluna vertebral. Cultivaram-se assim as sementes: desporto, ginásios e psicologia.

Veio depois uma licenciatura em educação física e desporto, foram as forças do destino? Desisti da licenciatura em Engenharia Civil e entrei no meio do desporto. Mais tarde, com o meu trabalho em part-time como professor de musculação, em busca de respostas, lancei-me no primeiro Mestrado em Gestão Desportiva da Universidade do Porto. Realizei então, uma tese sobre psicologia organizacional em ambiente de ginásios. Nessa altura, já fazia mais sentido a escolha da Universidade de Vigo para realizar um Doutoramento. Não um Doutoramento qualquer, mas algo sobre pessoas, relações humanas, desporto, ginásios, comportamentos, pensamentos. Aqui estava tudo: uma tese sobre adesão aos ginásios.

Durante estes 1750 dias que já decorreram desde a primeira sessão do curso de Doutoramento com o Prof. Robert Singer, fui concretizando a ideia de conhecer mais sobre o meio em que estou por paixão inserido há cerca de 20 anos: os ginásios. Foram dias de aulas, discussões, conversas com professores que nos estimularam o pensamento crítico, que nos incentivaram a inovar. A realização de pequenos trabalhos, foi afunilando o tema desta tese, embora aos 38 anos ainda tenha esta mania

de ser irreverente ou ingénuo, esta mania de querer mudar o mundo, o objectivo inicial de querer filmar, entrevistar, reunir com professores e donos de ginásios, foi-se transformando apenas numa pedra para a construção de algo maior. Sim, porque quando começamos vemos tudo fácil, mas depois, os constrangimentos de tempo, dificuldades e ajudas, mudam por completo a imagem.

Devo dizer que aprendi mais pelo processo de realização deste trabalho do que pelo seu resultado final. Quando termino de escrever um texto, vejo tudo de forma diferente do que quando o iniciei. Foi nesse processo que surgiram as grandes dificuldades em obter informação, nos contactos, nas facilidades ou dificuldades colocadas pelos ginásios, na “guerra” com a estatística, na procura de tempo para trabalhar, na conjugação de horários com a família, com a profissão de professor do Ensino Secundário que pouco facilita, na coordenação de todas as actividades familiares, pessoais e profissionais para chegar ao fim. Disso se trata neste momento, chegar ao fim de uma maratona, com a consciência de ter dado o meu melhor mediante as condições que encontrei.

Assim, esta tese doutoral foi estruturada da seguinte forma: um corpo teórico onde se aborda a actividade física na sociedade actual, os motivos para fazer actividade física, os determinantes da actividade física em ginásios, os modelos explicativos da adesão ao exercício físico e um breve estudo de caso no *Gainesville Health & Fitness Center*. Numa segunda parte, apresentamos a criação do Questionário de Percepção do Ambiente do Ginásio – QPAG, que visa avaliar a percepção que os sócios têm dos ginásios que frequentam. Seguidamente, aplicamos esse questionário a uma população de 1005 sócios de ginásios de Portugal e, por fim, apresentamos as conclusões desta investigação.

O objectivo deste trabalho é ampliar o conhecimento científico sobre os sócios de ginásios e o seu ambiente físico e social. Recorrendo a pesquisas em bases de dados, iremos estudar algumas variáveis determinantes para a actividade física em ginásios, analisando em detalhe mais 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 factores que influenciam o processo de adesão e abandono. Serão efectuados dois estudos. No Estudo 1 (para melhor compreensão, apresenta-se esse estudo em Castelhana, na parte dos ANEXOS desta tese), será criado um instrumento para avaliar a percepção que os sócios têm dos ginásios. Seguidamente aplicaremos o questionário a uma população de sócios de ginásios de Portugal (Estudo 2), para verificar a importância da relação sócio-funcionários na percepção que o sócio tem do ginásio. Estes dois estudos têm como objectivo prático da investigação:

1. Conhecer a percepção que os sócios de ginásios têm do seu ambiente.
2. Conhecer os motivos pelos quais as pessoas vão aos ginásios.
3. Caracterizar os sócios de ginásios.
4. Criar um instrumento de avaliação da percepção do ambiente dos ginásios.
5. Apresentar um breve estudo de um caso de um ginásio de sucesso na adesão de sócios a longo prazo e uma referência na indústria do fitness.

Espero que a leitura deste documento seja interessante e mostre uma visão diferente daquilo que se passa nos ginásios de Portugal, levantando novas questões, apontando alguns caminhos e possíveis respostas aos problemas que os centros de fitness e seus utilizadores enfrentam.

Porto, 1 de Setembro de 2008

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a TODOS aqueles que directa ou indirectamente contribuíram para a realização deste trabalho e, em particular:

Aos meus Pais e Irmão pela força e paz de espírito proporcionados.

Aos meus amigos e familiares pela compreensão do reduzido número de contactos efectuado.

Ao professor Joaquín Dosil que foi sempre o meu coach e além disso um novo grande amigo.

Ao meu amigo, professor João Paulo Pereira do Instituto Superior da Maia, por ajudar a tornar realidade o tratamento dos dados e sua interpretação.

A todos os sócios de ginásios que se disponibilizaram a preencher os questionários e a manifestar as suas opiniões. Sem eles, este trabalho não faria sentido.

Aos ginásios que amavelmente abriram as suas portas e se mostraram interessados em participar.

Ao professor James Annesi, por disponibilizar os seus trabalhos.

Ao professor Rod K. Dishman pelas dúvidas rapidamente esclarecidas.

Ao Fernando Parente e ao Marco Costa, pelo esforço na obtenção de dados com eficácia e rapidez.

Aos professores, Kostas Alexandris, Claudio R. Nigg, Ulrike Malmendier, Stefano DellaVigna, Roberta Sassatelli, Nicholas Crossley, João Moutão, embora longe, disponibilizaram trabalhos, bibliografia e contactos.

Ao Gainesville Health and Fitness Center personalizado nos seus funcionários, em especial ao Shawn Stewart, por me permitirem através do seu estilo de gestão do tipo “open management” verificar in loco, como um dos melhores ginásios do mundo consegue ter uma retenção de sócios acima de 70%.

RESUMO

Os ginásios são locais pouco estudados ao nível académico apesar de formarem parte de uma indústria do fitness com um impacto significativo na sociedade, mas que sofre do problema das elevadas taxas de abandono. Recorrendo a pesquisas em diversas bases de dados, discutimos a informação acerca das variáveis determinantes da actividade física em ginásios, concluindo que a população dos ginásios é maioritariamente jovem, embora tenha aumentado a procura por parte de pessoas mais velhas. Os motivos pelos quais as pessoas se inscrevem e os motivos pelos quais se mantêm parecem ser diferentes, estando as principais razões que levam as pessoas aos ginásios sobretudo relacionadas com a saúde e o bem-estar, mas também têm um peso específico outras de ordem estética, física, psicológica. Quanto às variáveis determinantes para fazer actividade física em ginásios, podem ser categorizadas em: atributos pessoais, factores ambientais e características da actividade física. Os aspectos de índole social revelaram uma grande importância nos motivos de abandono dos ginásios. Todavia são necessárias mais investigações para conhecer o perfil dos utilizadores e o ambiente social dos ginásios.

Um dos objectivos fundamentais deste trabalho é averiguar se a relação sócio-funcionários é a variável determinante mais importante para a adesão à actividade física em ginásios.

Com esta finalidade realizaram-se dois estudos. O Estudo 1 consiste na criação de um questionário para avaliar a percepção que os sócios têm do ambiente dos ginásios, o Questionário de Percepção do Ambiente do Ginásio – QPAG. O Estudo 2 pretende avaliar a percepção dos ginásios, para o qual se aplicou este questionário a uma população significativa de sócios de Portugal.

No Estudo 1 criou-se o QPAG. O procedimento seguido foi o seguinte: Fase 1: Revisão da Bibliografia Referente aos Questionários de Satisfação em Serviços e de Adesão ao Exercício Físico. Fase 2: Formulação das Afirmções do QPAG, Com base no Apoio Teórico Consultado. Fase 3: Aplicação da Versão Inicial a Uma Amostra

Reduzida de Sócios de Ginásios (N = 48) Para Aceder a Informações Globais Sobre os Itens. Fase 4: Revisão Por Parte de Especialistas. Fase 5: Estudo Piloto a Uma Reduzida Amostra de Sócios de Ginásios (N = 193). Fase 6: Elaboração do Questionário Para Aplicação Definitiva a Uma Amostra de Sócios de Ginásios. Fase 7: Aplicação do Instrumento a Uma Amostra Representativa de Sócios de Ginásios (N = 320).

Obteve-se definitivamente um instrumento com 26 itens mais 3 de controlo e 10 afirmações de caracterização pessoal, num total de 39 afirmações. O questionário avalia 4 factores: factores pessoais, ambiente físico, relação sócio-sócio e relação sócio-funcionários.

Quanto à validade preditiva, tem uma forte correlação a média do factor 2 (ambiente físico) e o factor físico global. O factor social global correlaciona-se fortemente com os factores 1 (relação sócio – funcionários/professores), 2 (ambiente físico) e 3 (relação sócio – outros sócios), mas não com o factor 4 (factores pessoais).

A prova Kaiser Meyer Olkin – KMO, foi de 0,925 com uma elevada significância: $p < 0,001$. A variância explicada pelo modelo foi de 50,26%. Os resultados mostram que a fiabilidade do questionário é elevada com um Alfa de Cronbach de 0,88. Trata-se de um instrumento de avaliação que pode ser útil para avaliar a percepção que os sócios têm do ambiente físico e social dos ginásios, bem como dos factores pessoais que influem nesta percepção.

O Estudo 2 realizou-se a fim de conhecer a percepção que os sócios de ginásios de Portugal têm do ambiente físico e social dos mesmos e como ela varia em função de determinadas características dos sócios e conhecer os motivos que levam as pessoas a aderir aos ginásios. Aplicou-se o QPAG a 1005 sócios de ginásios de Portugal com uma média de idades de 31,74 anos sendo 54,6% do sexo feminino. Os resultados foram positivos com uma percepção global média de 4,46 numa escala de 1 a 6 pontos. Os sócios apresentaram uma manifesta intenção de continuar no ginásio, com uma média de 5,43. A relação sócio-funcionários foi o factor mais valorizado com

uma média de 5,22. Os factores pessoais foram os menos valorizados. Melhorar a saúde e condição física são os principais motivos para estes sócios irem ao ginásio.

Obtêm-se com este trabalho algumas orientações quanto à importância que os sócios dão ao ambiente do ginásio, sendo os factores sociais os que determinam, em maior grau a adesão aos ginásios. Conhecendo melhor os motivos que levam as pessoas a fazer exercício em ginásios ou, simplesmente, a inscreverem-se como sócias, facilitará a intervenção ao nível administrativo e ao nível técnico.

PALAVRAS-CHAVE: ginásios, ambiente, adesão, abandono, factores sociais.

RESUMEN

Los gimnasios son locales poco estudiados a nivel académico, sin embargo forman parte de una industria con un impacto significativo en la sociedad, aunque con el problema de las elevadas tasas de abandono. Tras consultar varias bases de datos, discutimos la información sobre las variables determinantes de la actividad física en gimnasios, concluyendo que la población de los gimnasios es mayoritariamente joven, pero que son cada vez más numerosas las personas mayores que acuden a estas actividades. Los motivos por los cuales la gente se apunta y los motivos por los cuales se mantienen parecen ser diferentes, siendo las razones relacionadas con la salud y el bien-estar las más relevantes, pero también tienen un peso específico otras de orden estético, físico y psicológico. En cuanto a las variables determinantes para la actividad física en gimnasios, se categorizan en: atributos personales, factores ambientales y características de la actividad física. Los aspectos de índole social revelan una gran importancia en los motivos de abandono de los gimnasios, pero son necesarias más investigaciones para conocer el perfil de los usuarios y del ambiente social de los gimnasios.

Uno de los objetivos fundamentales de este trabajo es averiguar si la relación socio-funcionarios es la variable determinante más importante para la adherencia a la actividad física en gimnasios.

Con esta finalidad se realizaron dos estudios. El Estudio 1 consiste en la creación de un cuestionario para evaluar la percepción que los socios tienen del ambiente de los gimnasios, el Cuestionario de Percepción del Ambiente del Gimnasio – CPAG. El Estudio 2 pretende valorar la percepción de los gimnasios para lo que se aplicó este cuestionario a una población significativa de socios de Portugal.

En el Estudio 1 se creó el CPAG. El procedimiento seguido, fue el siguiente: Fase 1: Revisión de la bibliografía referente a los cuestionarios de satisfacción en servicios e cuestionarios de adherencia al ejercicio. Fase 2: Formulación de los ítems del CPAG. Fase 3: Aplicación de la versión inicial a una muestra reducida de socios de gimnasio.

Fase 4: Revisión por parte de especialistas. Fase 5: Estudio Piloto con una muestra reducida de socios de gimnasios (N = 193). Fase 6: Elaboración del Cuestionario para la aplicación definitiva a una muestra de socios de gimnasio. Fase 7: Aplicación del instrumento a una muestra de socios de gimnasios (N = 320).

En definitiva, se obtuvo un instrumento con 26 ítems, 3 más de control y 10 afirmaciones de caracterización personal, un total de 39 afirmaciones. El cuestionario evalúa 4 factores: factores personales, ambiente físico, relación socio-socio y relación socio-funcionarios.

En cuanto a la validez predictiva, tiene una fuerte correlación la media del factor ambiente físico y el factor físico global. El factor social global se correlaciona fuertemente con los factores 1 (relación socio – funcionarios/profesores), 2 (ambiente físico) y 3 (relación socio – otros socios), pero no con el factor 4 (factores personales).

La prueba Kaiser Meyer Olkin – KMO fue de 0,925 con una alta significatividad: $p < 0,001$. La variancia explicada por el modelo fue de 50,26%. Los resultados muestran que la fiabilidad del cuestionario es elevada con un Alfa de Cronbach de 0,88. Es un instrumento que puede resultar útil para evaluar la percepción que los socios tienen del ambiente físico y social de los gimnasios, así como de los factores personales que influyen en esta percepción.

El Estudio 2 se realizó para conocer la percepción que los socios de gimnasios de Portugal tienen del ambiente físico y social de los gimnasios y como ella varia en función de determinadas características de los socios, así como para conocer los motivos que llevan las personas a adherir a los gimnasios. Se aplicó el CPAG a 1005 socios de gimnasios de Portugal con una media de edad de 31,74 años, siendo 54,6% del sexo femenino. Los resultados fueron positivos con una percepción global media de 4,46 en una escala de 6 puntos. Los socios presentan una intención manifiesta de seguir en el gimnasio, con una media de 5,43. La relación socio-funcionarios fue el factor más valorado con una media de 5,22. Los factores personales fueron los menos

valorados. Mejorar la salud y condición física son los motivos principales para los socios vayan al gimnasio.

Se obtienen con este trabajo algunas orientaciones en cuanto a la importancia que los socios atribuyen al ambiente del gimnasio, siendo los factores sociales los que determinan, en una mayor medida la adherencia a los gimnasios. Conociendo mejor los motivos que llevan las personas a hacer ejercicio en gimnasios o, simplemente a inscribirse como socios, facilitará la intervención a nivel administrativo y a nivel técnico.

PALABRAS – CLAVE: gimnasios, ambiente, adherencia, abandono, factores sociales.

ABSTRACT

There aren't many academic studies in the fitness center's environment. Although they are part of the fitness industry with a significant impact in the society, they still have the problem of high attrition rates. We searched in diverse databases, discussing the information concerning the exercise determinants of physical activity in fitness centers, and we concluded that fitness centers population is mainly young, even so, older people's adherence is increasing. The reasons why people enroll are different from the reasons why people commit. The main reasons that take the people to fitness centers are related with health and well-being, but aesthetic, physical, psychological motives have also its specific importance. The determinants of physical activity in gyms can be categorized in: personal attributes, environment and physical activity. The aspects of social nature have a great importance in the reasons of abandonment of fitness centers. However more studies are necessary to know the profile of the users and the social environment of fitness centers.

One of the basic goals of this work is to find if the relation member-staff is the most important determinant variable for the adherence to the physical activity in fitness centers. With this in mind, two studies were done. Study 1 consists in the creation of a questionnaire to evaluate the perception members have of their fitness centers environment: the Gym's Environment Perception Questionnaire - GEPQ. Study 2 intends to value the perception of gyms, for which this questionnaire was applied to a significant population of Portuguese gym members.

In Study 1, the Gym's Environment Perception Questionnaire – GEPQ was created. The procedure was the following: Phase 1 - Revision of the Referring Bibliography to the Questionnaires of Satisfaction in Services and Adhesion to the Physical Exercise. Phase 2: Formulation of the Questions of the GEPQ, based on the theoretical support. Phase 3 - Application of the Initial Version to a reduced group of gym members (N = 48) to accede the Global Information on the Items. Phase 4: Revision by specialists. Phase 5: Pilot Study of a reduced group of gym members (N = 193). Phase 6: Elaboration of the Questionnaire for Definitive Application to a group of gym

members. Phase 7: Application of the questionnaire to a significant group of gym members (N = 320).

An instrument with 26 questions was created with 3 control items and 10 questions for personal characterization, a total of 39 affirmations in a one page questionnaire. The questionnaire evaluates 4 factors: personal factors, physical environment, member-member relationship and member-staff relationship.

To evaluate the predictive validity we found that the average of the physical environment factor correlates strongly with the global physical environment factor. The global social factor correlates strongly with the factors 1 (relationship member – staff), 2 (physical environment) and 3 (relationship member – other members), but not with factor 4 (personal factors).

The KMO test result was 0,925, with high significance: $p < 0,001$. The explained variance was 50,26%. The results show that the reliability of the questionnaire is high with an Cronbach Alfa of 0,88. It's an instrument that can be useful to evaluate the perception that members have of the physical and social environment of gyms, and also of the personal factors that influence this perception.

Study 2 goal, is to know the perception that Portuguese gym members have of the physical and social environment of their gyms, how their personal characteristics influence perception and why they adhere to a gym. The GEPQ was applied to a group of 1005 gym members with an average age of 31,74 being 54.6% of them of the feminine sex. The results were positive with an average global perception of 4,46 on a scale of 6 points. Members presented a strong intention of continuing in the gym, with an average of 5,43 response rate. The relation member-staff was the most valued factor with an average of 5,22. The personal factors had been the least valued factor. Health and physical condition improvement are these members' main reasons to go to the gym.

With this work we found some orientations towards the importance members give to the gym environment, being the social factors what determines in a highest measure

the adherence to gyms. A better knowledge of the motives why people exercise or simply enroll in a gym will help to a better gym management.

KEY-WORDS: gyms, environment, adherence, social predictors.

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	vi
AGRADECIMENTOS	vii
RESUMO	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	xv
ÍNDICE	xviii
ÍNDICE DE TABELAS	xxi
ÍNDICE DE FIGURAS	xxiii
INTRODUÇÃO	1
CORPO TEÓRICO	7
1. A Actividade Física na Sociedade Actual	8
<i>1.1 Actividade Física e Sociedade</i>	9
<i>1.2 Conceptualização e Importância da Actividade Física</i>	10
<i>1.3 Benefícios da Actividade Física</i>	12
<i>1.4 Implicações da Actividade Física e da Inactividade</i>	16
2. Motivos Para Fazer Actividade Física	19
<i>2.1 A Motivação e os Motivos Para Fazer Exercício Físico</i>	20
<i>2.2 O Ciclo Positivo e Negativo do Exercício Físico</i>	22
<i>2.3 Motivos de Adesão/Abandono dos Ginásios</i>	24
<i>2.4 Compromisso</i>	27
3. Determinantes da Actividade Física em Ginásios	31
<i>3.1 Expectativas</i>	34
<i>3.2 Barreiras</i>	36
<i>3.3. Ambiente Físico</i>	38
<i>3.4 Factores Pessoais</i>	48
<i>3.4.1 Os sócios dos Ginásios</i>	50
<i>3.4.2 Características dos Sócios Que Influenciam a Elaboração de Programas de Treino</i>	56
<i>3.4.3 O Percurso do Novo Sócio no Ginásio</i>	57

3.5. <i>O Ambiente Social</i>	58
3.5.1. <i>A Relação Sócio-Funcionários</i>	63
3.5.2. <i>A Relação Sócio-Sócio</i>	70
4. Modelos Explicativos da Adesão e Abandono do Exercício Físico	75
4.1. <i>Teoría Social Cognitiva (Bandura, 1986)</i>	77
4.2. <i>Modelo da Associação Cognitiva (Dosil, 2004)</i>	80
4.3. <i>Modelo Transteórico: Fases de Mudança (Prochaska, 1992)</i>	83
4.3.1 <i>As Cinco Fases de Mudança</i>	85
4.3.2 <i>Os Processos de Mudança</i>	86
5. Breve Estudo de Caso: o Gainesville Health & Fitness Center (GHFC)	91
5.1 <i>Ações Directamente Relacionadas Com a Retenção</i>	95
5.1.1 <i>As Rochas</i>	95
5.2 <i>Procedimentos Adicionais Que Fomentam a Manutenção dos Sócios</i>	97
ESTUDO 1: Criação do Questionário de Percepção do Ambiente do Ginásio – QPAG	101
1. Introdução	102
2. Metodologia	105
2.1 <i>Processo de Elaboração do Questionário</i>	105
2.2 <i>Amostra</i>	109
2.3 <i>Procedimento</i>	111
3. Resultados	112
4. Discussão	115
ESTUDO 2: Estudo da Percepção da População Portuguesa Sobre os Ginásios	121
1. Objectivos	122
2. Metodologia	122
2.1 <i>Amostra</i>	122
2.2 <i>Instrumento</i>	128
2.3 <i>Procedimento</i>	128
2.3.1 <i>Análise dos Dados</i>	129
3. Resultados	129
4. Discussão	142

5. Conclusão	149
CONCLUSÕES	153
BIBLIOGRAFIA	161
ANEXOS	189
Anexo A: ESTUDIO 1	190
Anexo B: Cuestionario de Percepción del Ambiente del Gimnasio (CPAG)	209

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. <i>Motivos Para Ir Ao Ginásio</i>	22
Tabela 2. <i>Motivos de Abandono dos Ginásios</i>	26
Tabela 3. <i>A Visão dos Adultos Sedentários Sobre as Instalações de Saúde e Fitness</i>	35
Tabela 4. <i>Barreiras Para a Actividade Física</i>	38
Tabela 5. <i>Comparativo de Sócios e Ginásios</i>	40
Tabela 6. <i>Determinantes do Ambiente Físico Associados Com a Participação em Programas de Exercício Físico Supervisionados</i>	44
Tabela 7. <i>Três Tipos de Respostas de Um Indivíduo Perante Situações Potencialmente Stressantes Provocadas Pelo Ambiente Numa Sala de Musculação de Um Ginásio</i>	46
Tabela 8. <i>Determinantes Pessoais Associados Com a Participação em Programas de Exercício Físico Supervisionados</i>	49
Tabela 9. <i>Determinantes do Ambiente Social Associados Com a Participação em Programas de Exercício Físico Supervisionados</i>	59
Tabela 10. <i>Preditores Sociais da Actividade Física</i>	60
Tabela 11. <i>Tipos de Respostas de Um Indivíduo Perante Situações Potencialmente Stressantes Na Sua Primeira Utilização de Um Ginásio</i>	61
Tabela 12. <i>Tipos de Respostas de Um Indivíduo Perante Situações Potencialmente Stressantes Resultantes do Seu Relacionamento com Os Professores na Sala de Musculação</i>	65
Tabela 13. <i>As Rochas do GHFC</i>	96
Tabela 14. <i>Características da Amostra</i>	110
Tabela 15. <i>Características da Amostra</i>	111
Tabela 16. <i>Factor 1. Relação Sócio – Funcionários/Professores (10 itens)</i>	113
Tabela 17. <i>Factor 2: Ambiente Físico (7 itens)</i>	113
Tabela 18. <i>Factor 3: Relação Sócio – Outros Sócios (4 itens)</i>	114
Tabela 19. <i>Factor 4: Factores Pessoais (5 itens)</i>	114

Tabela 20. <i>Correlação de Pearson da Média de Cada Factor Com os 3 Itens de Apreciação Global</i>	114
Tabela 21. <i>Variâncias do QPAG</i>	115
Tabela 22. <i>Sócios de Ginásios por Região Geográfica</i>	123
Tabela 23. <i>Estatísticas Descritivas e Comparação de Médias dos Factores do QPAG</i>	130
Tabela 24. <i>Análise de Médias dos Factores em Função dos Grupos Etários dos Sócios</i>	131
Tabela 25. <i>Estatísticas Descritivas dos Factores em Função do Género dos Sócios</i>	132
Tabela 26. <i>Estatísticas Descritivas dos Factores em Função do Estado Civil dos Sócios</i>	133
Tabela 27. <i>Estatísticas Descritivas dos Factores em Função da Frequência Semanal de Utilização</i>	135
Tabela 28. <i>Estatísticas Descritivas dos Factores em Função do Horário Habitual de Utilização do Ginásio</i>	136
Tabela 29. <i>Tipo de Actividades Realizadas</i>	138
Tabela 30. <i>Estatísticas Descritivas dos Factores em Função da Experiência em Ginásios</i>	139
Tabela 31. <i>Estatísticas Descritivas dos Factores em Função do Tipo de Pagamento</i>	140
Tabela 32. <i>Correlação da Pergunta “Estou motivado para continuar a fazer exercício físico no ginásio” e os Quatro Factores do QPAG</i>	142
Tabela 33. <i>Resumo Estatístico da Bibliografia por Agrupamento Cronológico</i>	162
Tabela 34. <i>Resumo Estatístico da Bibliografia por Tipo de Documento</i>	162

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Mapa conceptual.	4
<i>Figura 2.</i> Ciclo de actividade física e decisão de treinar.	24
<i>Figura 3.</i> Teoria da associação cognitiva adaptada aos ginásios.	81
<i>Figura 4.</i> Escala de motivação pessoal (EMP).	82
<i>Figura 5.</i> Modelo transteórico.	84
<i>Figura 6.</i> As rochas do Gainesville Health e Fitness Center.	97
<i>Figura 7.</i> Idade dos sócios por grupos etários.	123
<i>Figura 8.</i> Género dos sócios.	124
<i>Figura 9.</i> Estado civil.	124
<i>Figura 10.</i> Tempo como associado (meses).	125
<i>Figura 11.</i> Frequência semanal de utilização do ginásio.	125
<i>Figura 12.</i> Experiência em ginásios.	126
<i>Figura 13.</i> Tipo de pagamento.	126
<i>Figura 14.</i> Horário mais utilizado.	127
<i>Figura 15.</i> Actividades frequentadas no ginásio.	127
<i>Figura 16.</i> Principais objectivos para ir ao ginásio.	128
<i>Figura 17.</i> Tempo como associado.	134
<i>Figura 18.</i> Motivos para ir ao ginásio.	141
<i>Figura 19.</i> Estudo da população de sócios de ginásios em função da teoria da associação cognitiva.	151

INTRODUÇÃO

INFLUÊNCIA DOS FACTORES SOCIAIS, AMBIENTAIS E PESSOAIS NA PERCEPÇÃO DOS GINÁSIOS

A actividade 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, no clube, a actividade 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, actividades e serviços disponibilizados, e podem ser uma boa alternativa para transformar a actividade física esporádica em exercício físico, como o estão a comprovar cerca de um milhão e meio de portugueses.

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, 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 percepção dos sócios. São essas percepções 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 beneficiem 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, a adesão ao exercício físico e o abandono do exercício, tem sido um problema para os profissionais deste sector durante décadas, mas apenas começou a ser estudado de forma sistemática nos últimos vinte anos (William e Klein, 2004).

Necessitamos conhecer melhor os ginásios, pois o abandono excessivo coloca-nos dúvidas sobre as reais vantagens de aderir a um centro de fitness. Caracterizando

os sócios dos ginásios (sobretudo os de longo-prazo) ajudará a compreender o que se passa nesses locais, e permitirá ajudar as pessoas que se iniciam e, os próprios ginásios, a melhorar como organizações e negócios bem sucedidos.

Neste trabalho, centramos a atenção no estudo da percepção que os sócios têm dos ginásios, procurando conhecer a influência dos factores “ambiente social” e “ambiente físico”, bem como os factores pessoais na adesão ou abandono dos ginásios.

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

Este enquadramento de ideias que se acaba de descrever, pode traduzir-se no mapa conceptual que se apresenta na Figura 1.

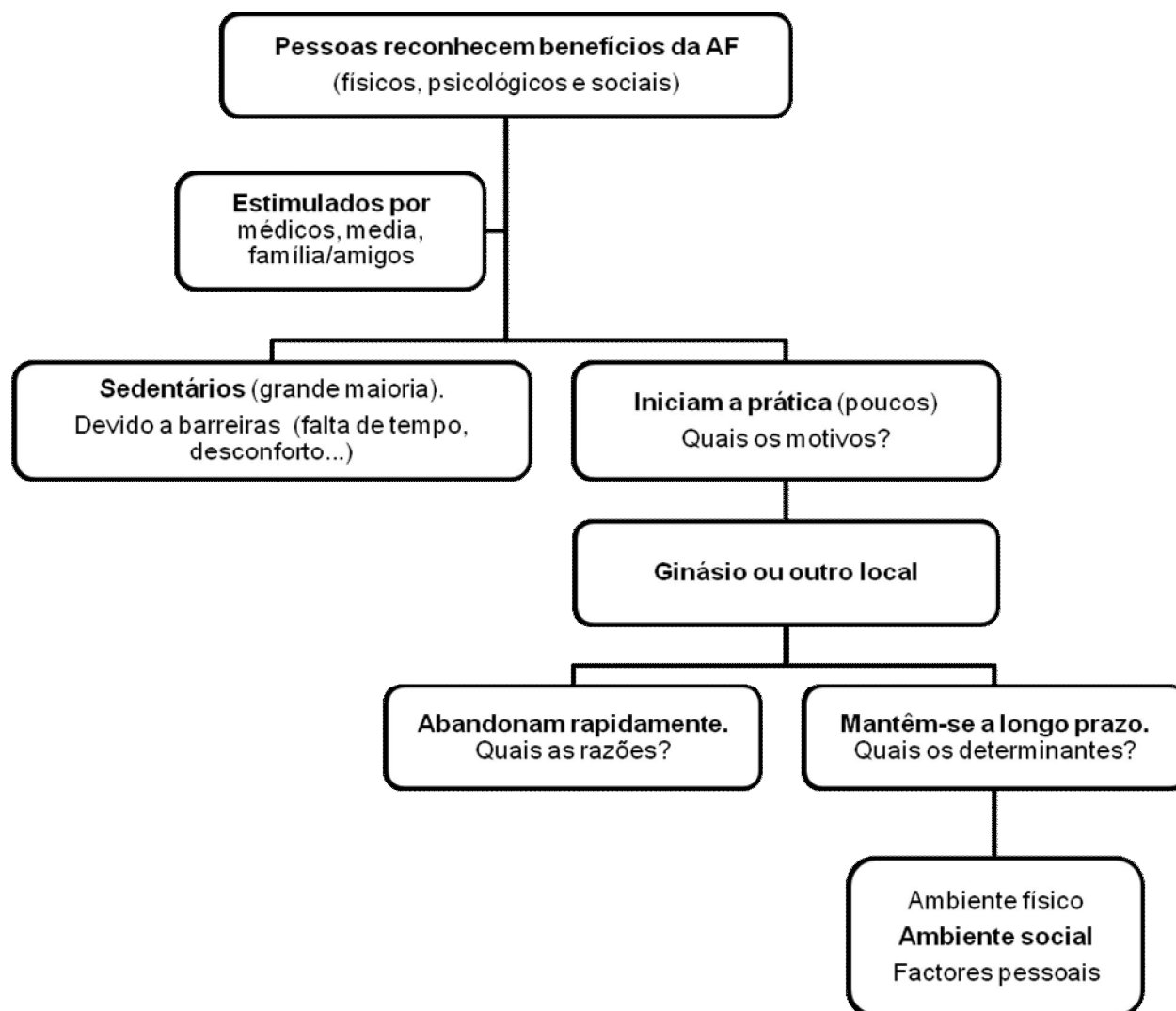


Figura 1. Mapa conceptual

Desde este marco teórico, a actividade física regular promove benefícios físicos, psicológicos e sociais. A população reconhece na generalidade esse facto, no entanto, 60% da população global não é capaz de conseguir uma recomendação mínima de 30 minutos de actividade física de moderada intensidade por dia (World Health Organization, 2003). Estimulados pelos *media*, família, amigos ou pelo médico, alguns indivíduos iniciam a prática. Outros mantêm-se sedentários, reclamando falta de tempo e evitando o desconforto de treinar. Atrofiam assim ainda mais os níveis de energia no seu dia-a-dia. Alguns daqueles que conseguem ultrapassar as barreiras com que se deparam, inscrevem-se nos ginásios. A grande

maioria acaba por abandonar. Poucos se mantêm a longo-prazo, determinados por factores pessoais, pelo ambiente físico ou pelo ambiente social do ginásio onde se destaca a relação sócio-funcionários.

CORPO TEÓRICO

1. A Actividade Física na Sociedade Actual

Resumen:

La actividad física se remonta a la antigüedad, cuando los pueblos primitivos la empleaban en su día a día, pues se requería en la lucha, en el juego o para la supervivencia. Mover sus cuerpos era simplemente una forma de sobrevivir. A lo largo de los años se privilegiaron las actividades intelectuales sobre las manuales, se inventaron todo tipo de tecnologías que contribuyeron al sedentarismo. Esto, añadido a un exceso del consumo de alimentos y a la falta de estímulo sobre nuestros sistemas, tuvo como consecuencia la obesidad y la atrofia de los sistemas muscular y esquelético. Hoy la actividad física vuelve a servir para obtener aquello que se perdió: la salud. Y al final, el objetivo de hacer actividad física vuelve a ser el mismo que hace siglos: la supervivencia. Así, para evitar la muerte prematura, el hombre tiene que volver a estimular su cuerpo, en definitiva, tiene que entrenar.

En este capítulo se diferencia el término actividad física del término ejercicio físico. Este último es una forma planificada y ordenada de actividad física, que respeta los principios del entrenamiento. La actividad física se divide en ocupacional y discrecional. A lo largo de la historia se fue reforzando la conexión entre actividad física y salud. La OMS hace hincapié en este principio, indicando la necesidad de incrementar la práctica de actividades físicas para prevenir problemas de salud.

La salud se define como un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no solamente como la ausencia de enfermedad. La actividad física interviene directamente en la salud, una vez que promueve beneficios físicos, psicológicos y sociales. Específicamente, en los beneficios psicológicos, podemos señalar: la reducción de la ansiedad, de la depresión, del estrés, la mejoría de las auto-percepciones físicas y de la auto-estima, de los estados de ánimo y de humor, etc.

La actividad física ha llegado al mundo empresarial a través de los programas de ejercicio físico. Son cada vez más las empresas que incluyen estos programas dentro de sus actividades, pues tienen una influencia directa en la reducción de problemas de salud (bajas laborales), en la mejora de la productividad y en la facilitación de un ambiente más propicio de trabajo.

1.1 Actividade Física e Sociedade

Os povos primitivos desenvolveram actividades físicas de uma forma aplicada no seu dia-a-dia quando lutavam, combatiam, jogavam ou corriam para sobreviver. Movimentavam-se para fugir dos inimigos, movimentavam-se para procurar comida... mover o seu corpo era uma forma de atingir um dos grandes objectivos: sobreviver. Em algumas sociedades actuais isso ainda ocorre, devido à guerra ou à fome. Egger, Vogels, e Westerterp (2001) realizaram um estudo para comparar os níveis de actividade entre um estilo de vida “histórico” simulado e um estilo de vida “moderno”, na tentativa de validar anteriores estimativas das alterações seculares na actividade física. Os resultados revelaram que os níveis de actividade 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 16 km por dia no passado do que na actualidade. Assim, os autores, face a estes resultados, com base nas estimativas das mudanças nos níveis diários de actividade ao longo do tempo, sugerem que as linhas de orientação para a saúde pública para incrementar a actividade física possam estar inadequadas na actualidade.

Ao longo dos anos foram-se privilegiando as actividades intelectuais em detrimento das actividades manuais, inventaram-se automóveis e outros meios de locomoção, escadas rolantes, elevadores e dispositivos tecnológicos que não fomentam actividade física e que contribuem cada vez mais para o sedentarismo. Mesmo a actividade física no trabalho diminuiu devido a uma redução da intensidade de esforço das tarefas realizadas. O homem tornou-se, definitivamente, mais sedentário. Algumas das explicações desta situação, são recolhidas por Brooks (1994): prioridades concorrentes, falta de exposição (sobretudo no passado), falta de incentivo, falta de motivação, aborrecimento e barreiras psicológicas.

As características dos países desenvolvidos e o entorno social influenciam o individuo, favorecendo um estilo de vida passivo que se caracteriza, por exemplo, por comer demasiado para o gasto que realiza, deixar de fazer exercício físico e de estimular o nosso corpo, etc. Como consequência, todos os sistemas se atrofiaram,

surgindo uma obesidade generalizada na população e vários problemas de saúde por inactividade e excesso de consumo.

Nas sociedades desenvolvidas o homem não faz actividade física em quantidade suficiente e o movimento passou novamente a servir para obter de novo aquilo que se perdeu: saúde. No final o objectivo acaba por ser o mesmo: sobreviver. Não por ausência de alimento mas por excesso. Não para fugir de um inimigo físico, mas para fugir de inimigos invisíveis (as doenças por inactividade). O *boom* do exercício não é simplesmente um engano; é uma regresso à actividade “natural” – o tipo de actividade para o qual os nossos corpos estão “desenhados” e que permite uma função adequada da nossa bioquímica e fisiologia. 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 vida, inverter esse processo, para manter o corpo funcional, o homem necessita treinar, estimular novamente o seu corpo para que este produza os benefícios físicos, psicológicos e, indirectamente, os sociais também.

1.2. Conceptualização e Importância da Actividade Física

A actividade física é entendida por Caspersen, Powell, e Christensen (1985) como o movimento corporal produzido pelos músculos esqueléticos e que supõe um gasto de energia superior ao dos níveis de repouso, enquanto o exercício físico é uma actividade física realizada de forma planificada, ordenada, repetida e deliberada. Bouchard, Shephard, Stephens, Sutton, e McPherson (1990) falam na actividade física realizada no tempo de lazer, como actividade física efectuada durante o tempo discricionário que leva a qualquer incremento substancial no gasto calórico diário total.

O exercício físico quando prescrito por um médico ou um especialista no exercício físico, tem um regime óptimo aconselhado que é abrangido habitualmente por recomendações ao nível do modo, intensidade, frequência e duração da actividade (Pollock et al., 1998). O modo, abrange o tipo de actividade efectuada e o padrão temporal da actividade física realizada: actividade contínua ou actividade intermitente. A intensidade é habitualmente medida em múltiplos do metabolismo em repouso (METs). A frequência é definida pelo número de vezes que a actividade é efectuada numa semana, e a duração é controlada através do número de minutos ou horas durante os quais a actividade é efectuada.

A actividade física pode ser classificada em dois grupos: a) a actividade física ocupacional, que deriva da realização do trabalho ou dos papéis sociais e b) a actividade física discricionária, que abarca as actividades dirigidas directamente a melhorar as condições de saúde, a recreação e a socialização (World Health Organization, 1985).

A actividade 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 actividade física implica um melhor conhecimento e controlo do corpo na forma como:

1. O percebemos.
2. O utilizamos.
3. O discriminamos.
4. Percebemos as sensações de esforço quando o corpo está em movimento (respiração, batimento cardíaco, contracção muscular, etc.).
5. Dominamos as diferentes acções básicas de locomoção (andar, correr, saltar), manipulação (arremessar, receber, chutar...), equilíbrio (giros, rolamentos, apoios invertidos...).
6. Percebemos noções de espaço (d direcção, domínio da lateralidade) e as noções temporais (ritmo, duração, acentuação e velocidade).

No jogo, sempre esteve presente a actividade física como manifestação social e cultural. Na dança, o movimento sempre foi utilizado como instrumento de expressão e comunicação através dos gestos ou da dramatização.

Ao longo da história foi-se reforçando a ligação entre a actividade física e a saúde e numerosos profissionais de saúde observaram que as pessoas sedentárias pareciam sofrer mais doenças do que as pessoas activas (Dalleck e Kravitz, 2002). Entre os antigos Gregos, o reconhecimento que as quantidades adequadas de actividade física são necessárias para uma vida saudável, data pelo menos do século V a.C. (Berryman, 1995). E os historiadores ocidentais concordam que a ligação estreita entre exercício e medicina já data desde os três grandes médicos Gregos - Herodicus, Hippocrates e Galen (Dalleck e Kravitz, 2002).

Para a World Health Organization (2003) a actividade física adequada e regular é uma parte fundamental na prevenção do aumento das doenças crónicas pois o risco de ter uma doença cardiovascular aumenta 1,5 vezes nas pessoas que não seguem as recomendações mínimas da actividade física. A cada hora, 35 pessoas morrem de doenças relacionadas com a inactividade ou devido a má nutrição (United States Department of Health and Human Services, 2002). Por isso, incrementar a actividade física não é somente um problema individual mas também é um problema da sociedade que demanda uma abordagem: relevante baseada na população, multi-sectorial, multi-disciplinar e cultural.

1.3. Benefícios da Actividade 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 tem várias dimensões (anatômica, fisiológica e mental) e é amplamente definida pela cultura (Turnock, 1997).

A actividade 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 actividade 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.

Os benefícios da actividade física regular têm sido reconhecidos e publicitados em relatórios e publicações de várias organizações:

1. Surgeon General of the United States (United States Department of Health and Human Services, 1996).
2. National Centers for Disease Control and Prevention (National Institutes of Health Consensus Development Panel on Physical Activity and Cardiovascular Health, 1996).
3. American College of Sports Medicine (National Institutes of Health Consensus Development Panel on Physical Activity and Cardiovascular Health, 1996)
4. American Heart Association (Blair, et al., 1993),
5. Organização Mundial de Saúde (World Health Organization)
6. National Public Health Partnership (Bauman, Bellew, Vita, Brown, e Owen, 2002).

Consideram-se ainda benefícios psicológicos (Laperriere, Ironson, Antoni, Schneiderman, Klimas, e Fletcher, 1994; Topp, 1989): a redução das sensações de depressão e ansiedade, contribuição para o bem-estar psicológico e a qualidade de vida em geral.

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). O exercício físico tem sido associado com melhoria do humor

(Anspaugh, 1996) e também parece ter efeitos psicológicos positivos, que têm sido parcialmente atribuídos a alterações bioquímicas (Neale, 1990). 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 que o exercício aeróbio e o exercício contra resistências adicionais melhoram os “estados de ânimo”.

Embora as pessoas com problemas de saúde mental tenham um risco mais elevado de doença cardiovascular, obesidade, diabetes e problemas respiratórios do que a população em geral (Brown et al, 1999), existem evidências das ligações entre a actividade física e a redução da ansiedade e depressão, humor elevado, melhor funcionamento cognitivo, melhoria da auto-percepção física, da auto-estima e auto-eficácia (Biddle et al, 2000; Skrinar, 2003).

Similarmente, Faulkner e Biddle (2001) também sugerem que o exercício pode melhorar a eficácia dos programas de modificação comportamental e os resultados ao nível da saúde mental também motivam as pessoas a serem mais persistentes na actividade física (Biddle e Mutrie, 2001). No entanto, o papel da actividade física ainda não é bem compreendido nem reconhecido por muito do pessoal de enfermagem de saúde mental (Faulkner e Biddle, 2002).

Vários estudos referem uma associação entre estilos de vida sedentários e depressão tanto em homens como em mulheres e em especial para pessoas acima dos 40 anos (Buckworth e Dishman, 2002).

Depressão e obesidade e suas complicações associadas, representam um dos principais problemas de saúde e ambos estão associados com a inactividade física. (Stein, 2005).

Em estudos longitudinais constatou-se que as pessoas fisicamente activas têm uma reduzida tendência para desenvolver depressão (Strawbridge, Deleger, Toberts, e Kaplan, 2002; Martinsen, 2005) e as pessoas deprimidas têm geralmente menos força

muscular, endurance e capacidade de trabalho físico quando comparadas com a população geral (Martinsen, 2005; Scully, Kremer, Meade, Graham, e Dudgeon, 1998).

O National Institute for Occupational Safety and Health relata que 25% dos Americanos acreditam que o seu trabalho é a fonte principal de stress nas suas vidas (Instituto Nacional de Salud y Seguridad Ocupacional, 1999).

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

Para além dos benefícios que a actividade física regular pode trazer para os indivíduos, no caso dos programas de actividade física e programas de promoção da saúde no local de trabalho, os benefícios referenciados por Wilson, Holman, e Hammcock (1996): a redução da gordura corporal e da massa corporal a melhoria da potência aeróbia, e da força muscular enquanto os funcionários se mantêm no programa de promoção da saúde. O Canadian Council for Health and Active Living at Work (2007) refere que, os funcionários podem obter benefícios em termos de melhoria da condição física e saúde, melhoria da produtividade e da moral, melhoria da satisfação no trabalho e no espírito de equipa e uma redução do stress e das lesões nas costas. Por sua vez, a mesma organização considera que as empresas podem reduzir o absentismo e a perda de funcionários, o stress e lesões nas costas, as lesões no local de trabalho, a redução nos custos de compensação dos trabalhadores e a melhoria da produtividade. Os funcionários com problemas depressivos têm uma maior probabilidade de voltar a ficar indisponíveis para o trabalho, do que os funcionários com doença do coração ou dores na zona lombar (Anspaugh, 1996).

1.4. Implicações da Actividade Física e da Inactividade

A inactividade tem implicações económicas, políticas e sociais. O aumento da obesidade e doenças associadas contribui para os custos directos e indirectos relacionados com os cuidados de saúde (Wolf e Colditz, 1998). Como a inactividade regular pode representar perdas económicas para os indivíduos, para as empresas, para a sociedade, têm-se desenvolvido programas de condição física e de promoção de estilo de vida saudável, de bem-estar (*wellness*) no trabalho (internacionalmente conhecido como *corporate wellness*) e na vida diária das pessoas. A inactividade física estima-se que 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 (World Health Organization, 2003).

A World Health Organization (2003) refere que, os dados dos países desenvolvidos indicam enormes custos directos da inactividade. Os custos associados com a inactividade e obesidade contabilizavam em 1995, 9,4% dos gastos de saúde nos EUA. Os indivíduos activos nos EUA poupam cerca de 500 USD em gastos de saúde de acordo com os dados de 1998. A inactividade por si só pode ter contribuído com 75 biliões de dólares nos custos médicos em 2000. No Canadá, a inactividade física contabiliza 6% do total dos gastos de saúde.

É no trabalho que as consequências da inactividade se reflectem sob a forma de absentismo e reduzida produtividade. Em média, um trabalhador nos EUA perde 115 horas de trabalho produtivo por ano devido a problemas de saúde. Grande parte da perda de tempo motivada por estas condições de saúde é invisível para os funcionários porque ocorre no serviço (AdvancePCS Study Shows Top Health Conditions Cost Employers \$180 Billion in Lost Productive Time, 2002).

O custo total para os empregadores devido a condições de saúde está na casa dos \$2000 por funcionário (AdvancePCS Study Shows Top Health Conditions Cost Employers \$180 Billion in Lost Productive Time, 2002) e para muitas empresas, os custos médicos podem consumir metade ou mais dos lucros da empresa (Wellness

Councils of America, 2002). As doenças crónicas relacionadas com o estilo de vida contabilizavam 70% dos custos médicos nos EUA (Fries et al., 1993).

De acordo com a Agency for Healthcare Research and Quality and the Centers for Disease Control (2002), em 2030, o número de Americanos idosos passará de 35 milhões para 70 milhões. O crescente número de idosos trará grandes demandas sobre o sistema público de saúde e nos serviços médicos e sociais. A ausência de actividade física e a fraca dieta são as principais causas de uma obesidade epidémica que está a afectar a população mais idosa, bem como a população de meia-idade e os mais jovens.

A prevalência do comportamento sedentário mantém-se elevada em países desenvolvidos (Cameron, Craig, Stephens, e Ready, 2000; Katzmaryzyk, Gledhill, e Shephard, 2000; US Department of Health & Human Services, 1996). Mas, culpar o indivíduo de não conservar a sua saúde e de 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 factores políticos e económicos (Huertas, 1998).

Mais preocupante do que a ausência de mensagem sanitária é a falta de ênfase populacional na propaganda. Dá-se ênfase à responsabilidade individual, culpa-se a vítima, oferece-se o apaziguamento da sua culpa se ele comprar o acesso a um “Clube de Saúde”, se consumir carne livre de gorduras, se deixar de fumar, se acalmar o seu ímpeto sexual e sempre com preservativo, separando a mensagem do contexto social (Martínez, 2003).

2. Motivos Para Fazer Actividade Física

Resumen:

En este apartado se presenta una definición de motivación y de algunos de los factores asociados con la participación en el ejercicio (motivos). A partir de estos planteamientos generales, se aborda la problemática del sedentarismo, intentando explicarlo a través del ciclo positivo y negativo del ejercicio. Posteriormente se analizan algunas de las razones que se asocian con la adherencia y el abandono de los gimnasios, la forma como las personas se comprometen con el ejercicio y porqué, en ocasiones, acaba por producirse el abandono.

2.1. A Motivação e os Motivos Para Fazer Exercício Físico

A motivação tem sido exageradamente utilizada para explicar os comportamentos das pessoas e muitos problemas que encontramos no desporto. Parece uma resposta frequente para explicar porque é que um indivíduo não treina adequadamente, porque é que falha nos momentos decisivos e em diversas outras situações.

Compreender porque é que alguns sócios dos ginásios conseguem diariamente fazer actividade física, ultrapassando obstáculos que os tentam impedir de ir treinar, é fundamental para conseguir despertar mais interesse pelo exercício físico nos centros de fitness.

Sage (1977) define motivação como a direcção e intensidade do esforço de um indivíduo. A direcção do esforço refere-se ao facto de um indivíduo procurar, abordar ou ser atraído por certas situações. A intensidade refere-se à quantidade de esforço que um indivíduo coloca numa situação particular.

O conceito 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 (Dasil, 2008). O mesmo autor define motivação como:

A motivação é uma variável psicológica que move o indivíduo para a realização, orientação, manutenção e abandono das actividades 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 factores (individuais, sociais, ambientais e culturais). (p. 129)

A aprendizagem social para a motivação compreende uma série de teorias entre as quais se encontra a teoria social-cognitiva de Bandura. Nessa teoria a fonte de motivação fundamental é o reforço extrínseco (a motivação extrínseca dependente de reforços do exterior) e intrínseco (a motivação intrínseca reflecte um indivíduo com determinação própria sem dependência de reforço externo), sendo fundamentalmente influenciada pelo valor das metas e da expectativa de alcançar essas metas.

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

Ferrando (2001) ao analisar os motivos pelos quais os Espanhóis não fazem desporto, nos últimos vinte anos do século passado, menciona como mais fortes, *a falta de tempo, não gostar de fazer desporto e a idade*. Curiosamente, estes motivos, sempre foram os mais fortes nestes vinte anos de análise. Nota-se ainda uma descida do motivo, *sai cansado do trabalho ou da escola*.

Existem algumas variáveis que parecem influenciar os motivos pelos quais as pessoas se inscrevem nos ginásios. O género 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, apenas 15% dos homens referiam o mesmo motivo. Os homens (50%) acudiam, sobretudo, para manter a forma física.

Kniveton (2005) investigando as motivações para os clientes frequentarem clubes de lazer, confirmou que tanto o género como a idade influenciam as motivações para aderir e razões para abandonar as actividades 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 aspectos lúdicos, relaxantes e de relacionamento que tem a prática.

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

Tabela 1
Motivos Para Ir Ao Ginásio

Tipo	Motivos	Autores
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 García (2003).
Físicos	Motivos físicos, forma física, agilidade, libertação de energias, necessidade de movimento	Moutão (2005); Novais e Fonseca (1994); Afonso et al. (1995); Pereira (2002); Ibarzábal e García (2003); Miranda (1991)
Estéticos	Estéticos, aparência	Miranda (1991); Moutão (2005)
Psicológicos	Bem-estar psicológico, stress, sentir-me bem comigo próprio, desafio/reconhecimento	Moutão (2005); Novais e Fonseca (1994); Afonso et al. (1995); Pereira (2002)

Por vezes não se orientam os indivíduos para as actividades que vão de encontro às suas necessidades. Assim, há um desfazamento entre a razão pela qual vai ao ginásio e a actividade que realiza, podendo dar lugar à ausência de resultados e consequente abandono.

2.2 O Ciclo Positivo e Negativo do Exercício

O cansaço ao final do dia é referido como uma das barreiras para não fazer exercício (Weinberg e Gould, 2007). Seja uma percepção errada da realidade ou um impedimento efectivo, origina a entrada num ciclo negativo. Quando se entra num desses ciclos negativos: o indivíduo está cansado, por isso não treina, consequentemente, atrofia e fica menos funcional por ausência de estímulo – torna-se ao longo dos tempos, um indivíduo que se cansa cada vez mais facilmente. E o ciclo repete-se. Os meses passam e a situação vai-se agravando. Para o inverter é necessária uma força de vontade intensa, um estado emocional diferente para vencer a inércia

inicial, ou seja, passar de um ciclo negativo a um ciclo positivo: o indivíduo sente-se com energia – treina - volta a treinar e/ou tem tendência para ser mais activo – fica mais funcional e mais capaz (ver Figura 2). O ciclo repete-se, até porque, um indivíduo que aumenta a sua capacidade física, efectua as suas actividades diárias com uma percentagem mais reduzida das suas capacidades globais, ficando assim com uma reserva energética superior àquela que tinha quando não treinava, quando era menos funcional.

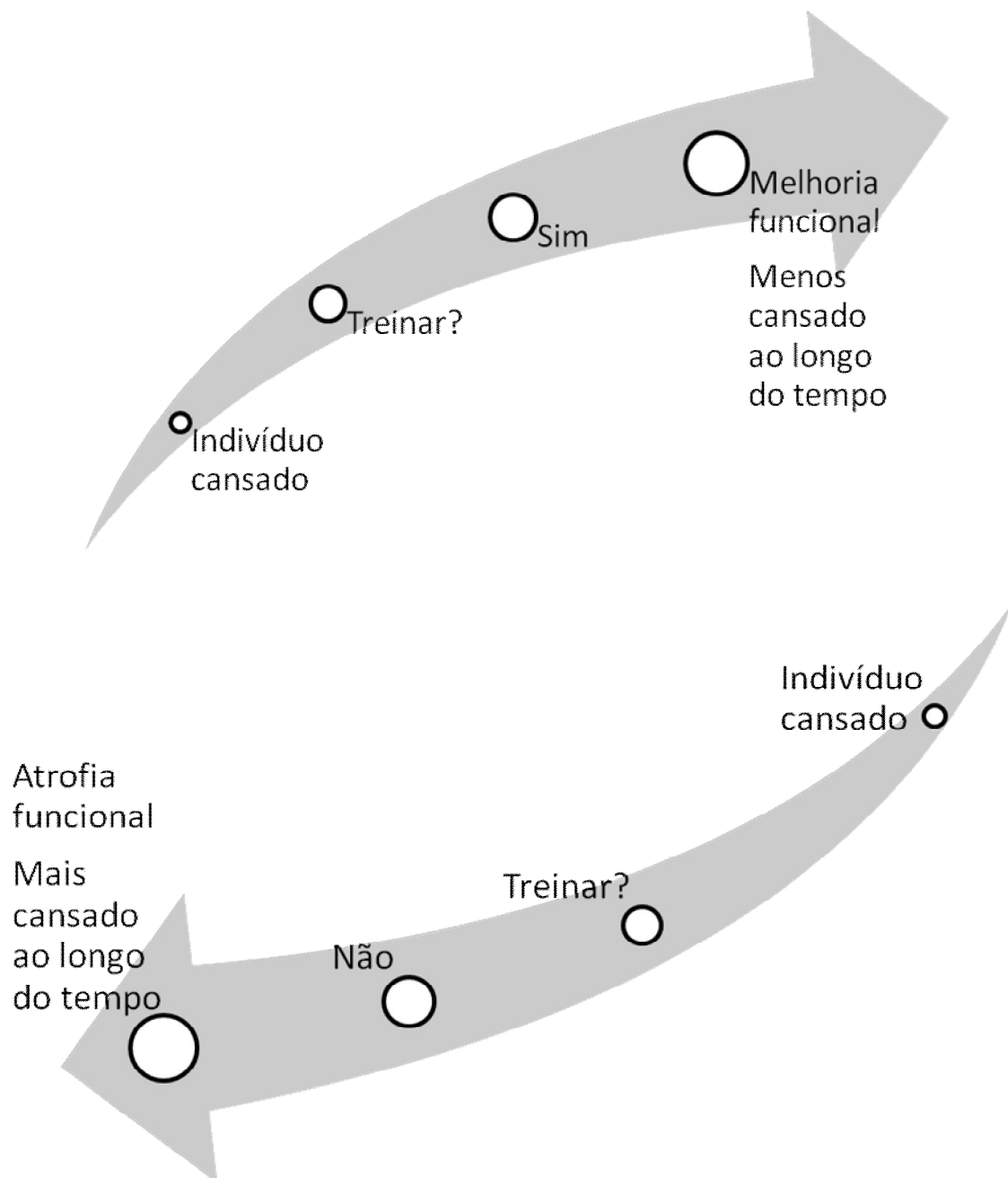


Figura 2. Ciclo de actividade física e decisão de treinar.

2.3 Motivos de Adesão/Abandono dos Ginásios

Os personal trainers, os líderes de exercício em grupo e os investigadores do exercício, estão constantemente à procura de formas de motivar os clientes e de melhorar a adesão (Hoffman e Jones, 2002). 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). Nesse sentido, a forma como os ginásios estão localmente e espacialmente organizados e as regras de interacção 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 (Markttest, 2006), sabendo da fraca retenção dos ginásios, é provável que existam muitos mais ex-utilizadores do que sócios efectivos, pois como refere a IHRSA (1998), existem mais ex-sócios do que sócios de centros de fitness. É óbvio que há muita gente que frequentou vários ginásios antes do actual, mas haverá muitas outras pessoas que abandonaram após a primeira experiência e nunca mais experimentaram outro. Quem nunca conheceu um ginásio, pode ter uma expectativa diversificada, formada pelos *media* e pelo seu grupo social mas nunca teve uma experiência prévia, por isso é habitualmente um cliente menos exigente, mais fácil de educar, sem ideias pré-concebidas experimentais. Poderá ter informação que o condiciona de certa forma nas suas acções iniciais num ginásio, mas pouco mais. Aquele indivíduo com experiências prévias tem outras expectativas e está assim condicionado na sua relação com os funcionários do ginásio e muito mais limitado em todos os seus pensamentos em relação ao ambiente físico do ginásio e aos programas de actividades.

O que preocupa a sociedade, com seus problemas de saúde, e a indústria do fitness, com seus problemas de adesão, é o facto de haver mais ex-sócios que sócios activos 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. Por outro lado, não abonam sequer a favor dos bons ginásios pois não os frequentaram e, por sua vez, os bons ginásios são danificados na sua imagem pelas experiências negativas que os ex-sócios tiveram noutros locais.

Assim, a existência de muitos ex-sócios reflecte a incapacidade da indústria do fitness em responder às necessidades dessas pessoas ou a incapacidade em motivá-las para ultrapassarem as dificuldades iniciais de um programa de exercício físico realizado em ginásio. Então porque abandonam os ginásios?

A International Health Racquet e Sportsclub Association (1998) realizou alguns estudos onde os aspectos 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 o ginásio e sobre as quais é possível intervir directamente para melhorar a adesão aos ginásios: demasiada gente nas instalações (27%), sócios insatisfeitos com os funcionários do clube, (13%), ausência de atenção por parte dos funcionários do clube (13%), insatisfeitos com os programas/actividades (8%), a gerência do clube inacessível/ou não responde (6%).

Tabela 2

Motivos de Abandono dos Ginásios (IHRSA, 1998)

Conjunto de Factores	Motivo
Ambiente social: relação sócio-funcionários	Funcionários rudes Falta de profissionalismo Serviço fraco Administração não responde às necessidades dos sócios Programas de actividades desorganizados
Ambiente Físico	Localização inconveniente do ginásio Instalações sujas e/ou falta de manutenção Equipamento danificado que nunca é reparado Instalações com demasiada gente
Factores 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. Verificou que o abandono dos ginásios se devia fundamentalmente à quantidade de apoio social, à capacidade para utilizar estratégias de auto-gestão e auto-controlo (auto-diálogo positivo, estabelecer objectivos, prevenção de recaídas, dissociação do desconforto) e à capacidade para tolerar o desconforto. Reforça assim a importância do ambiente social e revela uma área de intervenção importante para a psicologia educativa, no sentido de proporcionar aos usuários dos ginásios ferramentas de gestão

pessoal que lhes permitam regularizar a sua actividade física e obter todos os seus benefícios.

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

2.4 Compromisso

Após aderirem ao exercício, as pessoas enfrentam a realidade: submeterem-se a um treino. Realizarem um conjunto de exercícios respeitando princípios de treino, doses adequadas de frequência, intensidade e tempo. Sendo a frequência o passo mais importante a dar para se obterem benefícios e um dos aspectos fundamentais para que a actividade física esporádica e sem regras se transforme em exercício físico, gera-se aqui o conflito de decisão fundamental: treinar ou não treinar. Continuar ou não continuar. Mas, a esse dilema, acrescenta-se o facto, do ginásio ser um local com um ambiente social e físico muito particulares, que continua a ter como uma das peculiaridades o facto de apresentar uma sucessão de pessoas que tentam e seguem um programa de treino mas não são capazes de o manter (Sassatelli, 1999).

Geralmente as pessoas têm dificuldades em se comprometerem com o exercício físico, mas há outras, por oposição, que revelam uma preocupação excessiva para com o exercício, são viciadas, têm uma adição ao exercício. Embora geralmente reconhecido como promotor de saúde, o exercício também tem sido reconhecido como tendo o potencial para se tornar destruidor, podendo o exercício extremo ser visto como uma forma de adição (Warner e Griffiths, 2006), criando problemas psicológicos como a dependência do exercício, dismorfia muscular, ortorexia,

vigorexia ou complexo de adonis (Dosil, 2008b). Esta pode ser outra forma de abordar o problema da adesão, conhecendo também o que se passa com o outro extremo, as pessoas que fazem demasiado exercício ou que dependem do exercício. Nesse sentido, Terry, Szabo e Griffiths (2004) desenvolveram um instrumento psicométrico (Exercise Addiction Inventory, EAI) capaz de identificar pessoas em risco de se tornarem viciadas no exercício físico. Szabo e Griffiths (2007) aplicaram posteriormente o instrumento a uma população de estudantes de ciências do desporto e verificaram que estes obtinham índices de adição significativamente superiores aos da população em geral. Utilizando o *Commitment to Exercise Scale*, Lipsey, Barton, Hulley, e Hill (2006) encontraram uma relação entre as cognições positivas para com o exercício físico e os pensamentos negativos e crenças disfuncionais sobre a comida e sobre a aparência corporal.

Passar de uma situação em que fazer exercício físico é um sacrifício enorme para em vez disso ver como um mal necessário ou um estímulo desejável, ou um desconforto temporário que estimula benefícios que posteriormente proporcionam grande conforto, tem-se revelado um processo complicado.

Isto leva a pensar na importância das primeiras experiências. Dependendo dos objectivos de cada indivíduo, terminar as primeiras sessões de treino com vontade de treinar novamente noutro dia é a chave de um processo de longo prazo. Se alguém vem ao ginásio com motivos de bem-estar e saúde, necessita de alguns “sintomas” de melhoria de bem-estar/saúde. Mas aqui reside o problema: treinar é um processo destrutivo, é um processo desconfortável, exigente o suficiente para não ser muito agradável. Exigir um pouco do corpo, obrigá-lo a executar movimentos, tarefas físicas às quais não está habituado (ainda que pouco exigentes), num local estranho, rodeado de pessoas estranhas, não parece que possa produzir um dos motivos referidos na bibliografia para ir ao ginásio: “Sentir-me bem comigo próprio”, é uma das razões fundamentais para que o cliente continue a prática das actividades de ginásio (Pereira, 2002).

De qualquer modo, é importante ter em conta que, quando o exercício se realiza de uma forma gradual, orientado por um profissional que consciencializa o indivíduo sobre o processo de treino, quando se utilizam estratégias de dissociação cognitiva como a musica para distrair a atenção do mau estar físico ou quando se estabelecem objectivos para superar o esforço que supõe exercitar músculos pouco adaptados, a actividade física torna-se positiva, motivante e assegura uma maior adesão. Neste momento, serão os determinantes para a actividade física que nos podem dar mais respostas para conhecer melhor os comportamentos dos usuários dos ginásios.

3. Determinantes da Actividade Física em Ginásios

Resumen:

En este apartado se analizan las expectativas de los socios de los gimnasios. Generalmente, los socios comienzan en las diferentes actividades que se ofrecen en los gimnasios, con la idea de que permanecerán durante el tiempo suficiente para lograr los objetivos iniciales. Sin embargo, es frecuente observar que muchos de estos socios que abonaron la cuota mensual o anual acaban por desistir y abandonar el gimnasio. En muchas ocasiones las barreras con las que se encuentran los socios no son reales, son simplemente una percepción equivocada de la realidad. Un ejemplo puede ser la falta de tiempo o la distancia a la que se encuentre el gimnasio.

El ambiente físico del gimnasio ocupa un lugar central en este capítulo. Las características de los gimnasios se consideran esenciales en el análisis que se debe realizar al referirnos al papel que tienen las percepciones de los socios en la adherencia y el abandono. Igualmente, se abordan los agentes que determinan los comportamientos de las personas en el ejercicio a través de los factores personales. Por último, se analiza el ambiente social, desde la relación socio-monitor y socio-socio.

O termo *determinante* é utilizado para denotar uma associação reproduzível ou uma relação preditiva, em vez de uma relação de causa-efeito (Dishman, 1998). Isso significa que, embora a investigação nos dê alguma informação sobre factores que determinam os comportamentos humanos no exercício físico, ainda não nos dá uma previsão do futuro, sobre aquilo que poderá passar-se com um indivíduo que adere ao exercício físico.

Os ginásios, tal como os restaurantes, denotam agora uma diferenciação ao nível das instalações e público-alvo. Nos restaurantes temos vários tipos de negócio: os *fast food* com tudo padronizado, os *self-service* e até os restaurantes onde tudo é personalizado. O mesmo está a ocorrer com os ginásios, onde temos as grandes cadeias onde tudo é padronizado, temos os ginásios com pouco acompanhamento onde simplesmente se paga o acesso ao local e temos os estúdios de personal training. Mas 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, tal como distingue os cafés ou restaurantes, não são os serviços, não são os produtos ali vendidos, pois na sua base é “cárdio e musculação” sob vários formatos, mas sim, os seus recursos humanos. Não são as receitas (programas de treino) ou os pratos elaborados, mas sim a forma como estes são cozinhados (aplicados) pelo pessoal que lá trabalha. Quando tudo é similar (tipos de aulas e serviços, instalações e equipamentos), as pessoas marcam a diferença.

Neste trabalho, consideramos assim como grandes grupos de factores determinantes para a actividade física nos ginásios: a) factores situacionais, onde incluiremos o ambiente social em duas vertentes, a primeira na relação entre sócios e a segunda na relação entre sócio e funcionários e ainda o ambiente físico; b) factores pessoais onde a motivação tem um papel fundamental. Através do modelo de

associação cognitiva (iluminado pela interacção ambiente-indivíduo) será possível explicar a motivação para fazer actividade física. Dentro dos motivos de abandono é ainda importante identificar que existem razões controláveis por parte dos ginásios e seus profissionais e outras razões de menor poder de controlo.

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

O ambiente físico marca uma imagem que se deseja transmitir, é muito importante como primeiro impacto e pode ser fundamental a 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 procuram como objectivo principal a socialização. Tal como uma recepcionista incompetente que prima pela sua imagem, só com a continuidade de utilização do ginásio o cliente se vai apercebendo que este não funciona bem e que não dá resposta às suas necessidades. Mas numa primeira abordagem fica impressionado com toda a aparência.

O ambiente social vai sendo criado pela actuação diária de todos os que compõem o conjunto de “habitantes” do ginásio: funcionários incluindo professores e sócios. Mais do que pelas regras impostas de forma escrita, são as normas criadas pelo núcleo de funcionários e sócios, é a atitude que têm no seu dia-a-dia que vai criando o clima, o ambiente social característico de determinado ginásio. Podemos colocar um grande painel com regras de utilização do ginásio que não serão cumpridas na generalidade 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 a outros sócios. Ao criar-se o hábito de por exemplo: arrumar os pesos na sala de musculação após a utilização dos mesmos, isso

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 se habituaram a realizar tal comportamento. 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) efectuou um estudo para averiguar as atitudes em relação ao exercício físico e à indústria do fitness (ver Tabela 3). 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, receptividade 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” (adesões de sócio à experiência), passes de visita a preços razoáveis, tácticas de vendas sem grande pressão e relativamente à publicidade, gostariam de ver exemplos com pessoas comuns e apresentação de resultados realistas.

Tabela 3.

A Visão dos Adultos Sedentários Sobre as Instalações de Saúde e Fitness

Impressões	Desejos
Clientela	
As pessoas que frequentavam os clubes eram muito diferentes delas.	Ampla variedade de níveis de condição física. Padrões simpáticos e aceitáveis.
Os membros dos clubes eram descritos como: jovens, em forma e antipáticos.	Ampla variedade de idades.
Os homens <i>comiam as mulheres com os olhos</i> e evidenciavam a sua vaidade.	
As mulheres cuidavam da forma como se vestiam e cuidavam da sua maquilhagem antes de treinarem.	
Instalações	
Gostavam da ampla variedade de equipamentos e das instalações.	Uma ampla variedade de actividades e equipamento.
Tinham a impressão que os funcionários não tinham qualificações.	Equipamento de fácil utilização.
A limpeza e organização eram importantes.	Limpeza e arrumação.
Pessoal	
Preocupação com as qualificações do pessoal.	Profissionais qualificados e com competências.
Impressão de que o pessoal não tinha qualificações.	Ajudem e aceitem os iniciados.
Alguns elementos do staff demonstravam indiferença para com aqueles que não estavam em forma.	Faixas etárias de acordo com os clientes.
	Treino e instrução.
Ambiente	
O ambiente na maioria das instalações era demasiado social.	Um ambiente não social.
Alguns nomes de instalações davam uma impressão de intimidação e pouca receptividade.	Receptividade a todas as idades e níveis de condição física.
Programas	
Muitos tiveram uma experiência positiva com as aulas de aeróbica.	Atenção individual para desenvolver e monitorizar o progresso.
Por vezes o ritmo da aula era demasiado rápido e a sua falta de condição física tornava-se embaraçosa.	Aulas e treinos orientados para uma variedade de níveis de condição física.
Instrutores, positivos e atenciosos eram um componente crítico.	
Custos	
Comentários negativos no que diz respeito à forma agressiva de vender os cartões de sócio.	Mais situações do tipo: “experimente antes de usar” (adesões de sócio à experiência).
Alguns sentiram que estavam a ser utilizadas práticas de negócio pouco éticas.	Passes de visita a preços razoáveis.
Referir um preço especial por um dia era desfavorável.	Táticas de vendas sem grande pressão.
Publicidade	
Os modelos nos anúncios eram muito magros e pareciam pouco saudáveis.	Apresentar pessoas reais (comuns).
Os modelos não os inspiravam porque eram demasiado irrealistas.	Apresentar resultados realistas.

Nota. Adaptado de: *How consumers view health and sports clubs*, por Brooks, C., 1994, Ann Arbor: International Health, Racquet and Sportsclub Association.

Outra orientação curiosa que reforça o trabalho anterior, é relatada por Lindgren e Fridlund (2000), que referem as percepções de um grupo de mulheres

sedentárias, que expressaram a opinião que, muitos health clubs tinham uma cultura excessivamente centrada em pessoas bem treinadas, na beleza física e em corpos magros, algo distinto de quem é fisicamente inactivo.

A percepção, as expectativas, levam-nos a outro problema comum com os sócios dos ginásios, o excesso de confiança sobre a eficiência futura ou sobre o controlo futuro, que faz 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 manter como sócios durante um ano do que os sócios que se comprometeram anualmente. Os alunos esperam coisas fáceis em termos de esforço físico e resultados visíveis rapidamente. São precisamente essas expectativas demasiado optimistas dos praticantes inexperientes que podem levar ao descontentamento e desistência (Jones, Harris, Waller, e Coggins, 2005).

3.2 Barreiras

As barreiras para o exercício físico são consideradas como um factor 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 factor mais citado como barreira para a manutenção da prática regular de actividade 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 actividade física de forma regular e obter alguns benefícios para a maioria dos indivíduos, resume-se a 30 minutos diários de actividade física moderada a intensa em 5 ou mais dias por semana (Blair, La Monte, e Nichaman, 2004). Se o indivíduo optar por um tipo de actividade mais vigorosa, podemos até reduzir esse tempo a 90 minutos semanais. Claro que, a isso teremos de adicionar o tempo de deslocação e preparação da actividade. 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 actividade física.

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

Tappe, Duda e Ehrnwald (1989), identificaram diferenças nas barreiras que impedem os estudantes do ensino secundário de se exercitarem. As barreiras fundamentais eram os constrangimentos de tempo, condições climatéricas inadequadas, escola e trabalho de escola e a falta de interesse ou falta de desejo.

As barreiras mais importantes para a actividade física recolhidas num estudo realizado pelo Canadian Fitness and Lifestyle Research Institute, (1996), eram do tipo pessoal: falta de tempo (69%), falta de energia (59%) e falta de motivação (52%). Menos peso parecem ter as de índole social: ausência de um parceiro de treino (21%), programas insuficientes (19%) e ausência de apoio (18%) (ver Tabela 4). Estes resultados confirmam-se por outros autores como Brownson, Baker, Housemann, Brennan, e Bacak (2001), que mencionam a falta de tempo, sentir-se cansado, ter suficiente exercício no emprego e a falta de motivação para fazer exercício.

Tabela 4
Barreiras Para a Actividade Física

Barreira	Percentagem (%)	Tipo
<i>Grandes barreiras</i>		
Falta de tempo	69	Pessoal
Falta de energia	59	Pessoal
Falta de motivação	52	Pessoal
<i>Barreiras moderadas</i>		
Custo excessivo	37	Pessoal
Doença/lesão	36	Pessoal
Ausências de instalações próximas	30	Ambiental
Sentir-se desconfortável	29	Pessoal
Ausência de habilidade	29	Pessoal
Medo de lesão	26	Pessoal
<i>Barreiras menores</i>		
Ausências de locais seguros	24	Ambiental
Ausência de cuidados para crianças	23	Ambiental
Ausência de um parceiro	21	Ambiental
Programas insuficientes	19	Ambiental
Ausência de apoio	18	Ambiental
Ausência de transporte	17	Ambiental

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, actividades *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 actividade 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 centre), centro atlético, YMCA, etc. Essa palavra (ginásio) deriva de *gymnos* (nú), reflectindo o facto de todos os desportos na Grécia Antiga serem praticados sem roupa. O ginásio era um local vital nas comunidades, onde os homens cultivavam não só os seus corpos, mas

também as suas mentes. Ali funcionavam também as *palaestra*, as escolas de luta da Grécia Antiga. Foram posteriormente evoluindo para espaços onde a educação física ocupou um lugar mais relevante e onde as actividades intelectuais foram progressivamente desaparecendo. Mais tarde, passaram por uma fase de exposições de força, uma fase de preparação militar, até chegarem a uma forma mais próxima das instalações que se conhecem na actualidade.

Talvez o movimento mais importante que deu forma aos ginásios como os conhecemos hoje, foi a YMCA (Young Men's Christian Association, 2007). Nestes locais, as actividades de grupo e a musculação adquiriram características próximas das que se apresentam nos grandes ginásios actuais. Todo este movimento teve o seu desenvolvimento nos E. U. A. Aí surgiram as grandes cadeias de ginásios, a preocupação forte com a imagem, o marketing das actividades 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 quase 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.

As características dos ginásios ligam-se directamente ao ambiente físico. Os pequenos ginásios multiplicaram-se ao longo dos anos, cresceram em dimensão, multiplicaram as suas actividades, agruparam-se em cadeias de ginásios, originaram empresas cotadas em bolsa de valores, provocando assim um tremendo desenvolvimento do negócio do fitness, que se transformou numa importante indústria: a indústria do fitness.

Segundo a International Health, Racquet & Sportsclub Association (2007), a indústria de health clubs comerciais nos E.U.A. (cerca de 29357 health clubs) efectua 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 uma rendimento não tributado de 655 000 dólares).

Quanto à indústria europeia de health clubs, 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), reflectem uma significativa percentagem da população da Península Ibérica que utiliza este tipo de instalações (mais de 5 por cento). Ver Tabela 5.

Tabela 5
Comparativo de Sócios e Ginásios

	Estados Unidos da América	Europa	Portugal	Espanha
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, disponibilizam as seguintes áreas: equipamento cardiovascular, pesos livres, zona infantil, salas de aeróbica/aulas de grupo, balneários, máquinas de musculação, recepção, escritório, arrumos, comida e bebida, massagem/fisioterapia, sala de estar, loja de artigos desportivos. Os mais completos e de maiores dimensões, costumam ainda ter áreas de: reuniões, pavilhão/centro de fitness, recreação de crianças (parque infantil), piscina interior, courts de ténis cobertos e/ou descobertos, piscina exterior, courts de squash, pistas de corrida, paredes de escalada, campos de futsal/basquetebol exteriores.

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).

Nos ginásios têm lugar vários tipos de actividades físicas, mas estes centros nem sempre se preocupam com a forma intencional de educar. No entanto, os sócios estão sempre a aprender novas coisas, seja em termos de relacionamento com outros indivíduos, seja em termos de interacção com as próprias actividades físicas, com as suas técnicas de execução ou com o processo de aquisição de condição física.

Os ginásios poderão vir um dia a ser classificados como serviços de saúde (têm potencial para isso). Mas, para tal, é necessária a inclusão de conceitos epidemiológicos na sua prática, objectivando a produção de conhecimentos, como também racionalizar a situação, para intervir de forma segura e eficiente na prescrição dos componentes da actividade física. Os ginásios e os profissionais de educação física devem, assumir o compromisso com o potencial de acção que se pode exercer sobre a saúde da população, não se omitindo nem se deixando levar por propósitos fugazes (Toscano, 2001).

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.

Assim, é fundamental o papel da educação nos ginásios. Uma educação que deverá ser cuidada desde o primeiro dia com a formação dos técnicos e apelando à participação de todas as pessoas envolvidas no processo de integração dos alunos e no desenvolvimento harmonioso dos mesmos.

Os principais programas disponibilizados nos ginásios são o personal training, avaliações da condição física, aulas de grupo do tipo cárdio kickboxing, yoga,

musculação, aeróbica, ciclismo em grupo e actividades no meio aquático. Seguidamente passaremos a descrever alguns deles.

- *Aulas de grupo.* São um conjunto de actividades físicas realizadas em grupo, com horário predefinido que ao longo dos tempos evoluíram desde a ginástica sueca, a aeróbica original difundida pela actriz Jane Fonda e, posteriormente, por marcas que idealizaram e continuam a idealizar pequenos equipamentos em torno dos quais se realizam as actividades. Actualmente, as aulas de grupo são também caracterizadas por actividades de marcas registadas onde os movimentos, a música, os instrumentos utilizados são todos padronizados de acordo com a marca, limitando o instrutor em toda a sua acção. Assistiu-se ainda durante os últimos vinte anos a uma enorme introdução de equipamento que outrora figurava nas salas de musculação: steps (degraus), halteres, barras e discos, pequenas máquinas de musculação. As aulas mais comuns são: body training systems®, yoga, tai-chi, vários tipos de dança, pilates®, aulas especializadas em um ou dois grupos musculares, ciclismo em grupo, aulas de alongamentos e aeróbica.

- *Actividades do meio aquático.* Dentro dos ginásios estas actividades caracterizavam-se inicialmente por serem aulas de Natação clássica, como aquelas organizadas em qualquer clube desportivo: aulas de adaptação ao meio aquático, iniciação, aperfeiçoamento e competição. Paralelamente a isso foi surgindo a chamada hidroginástica, influenciada pelo desenvolvimento comercial e que hoje reflecte tendências das aulas de grupo fora de água, assumindo também marcas registadas. As aulas mais comuns nos ginásios continuam a ser as de condição física no meio aquático, aulas de ensino da natação e reabilitação, e de momento não parece haver domínio de uma ou outra marca.

- *SPAs e outras actividades.* SPA significa *Salus Per Aquam*, que poderá ser definido como: saúde através da água. Actualmente começa a designar-se por SPA a tudo o que se encontra dentro de um ginásio e que envolve massagem, serviços, actividades que envolvam água e zonas húmidas para além da natação e da hidroginástica. Um pequeno ginásio que presta serviços de massagens chama SPA a

essa área do seu espaço comercial, um health club com jacuzzi, piscina, duche escocês e massagens subaquáticas também utiliza a palavra SPA para classificar essa área do clube. Mas os SPAs podem ser mais do que isso na perspectiva comercial actual. A localização, o ambiente criado, a decoração, o pacote de serviços, o pessoal, a relação entre o número de funcionários para o número de clientes, marcam o verdadeiro SPA. Procuram assim criar um ambiente, uma série de experiências e provocar sensações e emoções únicas nos clientes. Claro que, tudo tem um preço e os SPAs, pela designação em si, assumem um escalão de partida. Os SPAs podem ser termas sofisticadas e podem coexistir dentro dos ginásios ou funcionarem de uma forma totalmente independente e conterem dentro de si um ginásio.

- *Personal training*. O personal training é um serviço habitualmente prestado pelos ginásios, o qual consiste na elaboração de um programa de treino individualizado e supervisionado directamente por um instrutor. Ou seja, cada aluno tem o seu instrutor durante trinta minutos ou uma hora (dependendo do ginásio). O professor treina apenas um aluno, adaptando exercícios, motivando-o, orientando a sua prática, reduzindo o impacto que tem o ambiente físico e reforçando a relação professor-aluno para a obtenção de melhores resultados.

Todos os programas disponibilizados pelos ginásios, obrigaram ao crescimento do número e dimensão dos espaços, para poderem abarcar um enorme conjunto de actividades. Mas as instalações têm características que influenciam diferentes percepções 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 supervisionados (ver Tabela 6).

Tabela 6

Determinantes do Ambiente Físico Associados Com a Participação em Programas de Exercício Físico Supervisionados

Determinante	Factores Ambientais		
	Positivo	Negativo	Neutro
<i>Ambiente físico</i>			
Clima/Estação do ano		x	
Custo			x
Interrupções/alterações na rotina		x	
Acesso às instalações: reais	x		
Acesso às instalações: percebidos	x		
Equipamento em casa			x

Nota. Adaptado de: *Foundations of sport and exercise psychology*, por Weinberg, R., e Gould, D., 2007, Champaign: Human Kinetics.

As percepções do ambiente físico também podem ter efeitos directos na actividade física (McNeill, Wyrwich, Browson, Clark e Kreutner, 2006). Variáveis como a temperatura, um factor ambiental físico que pode ser determinante no conforto e no desempenho do sócio durante a actividade física. Essa percepção da temperatura depende também da intensidade com que as pessoas se exercitam. É comum verificar 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 é outro elemento, que deveria ser algo assumido pelo ginásio, mas nem sempre está de acordo com as exigências dos clientes. A percepção, varia de acordo com as exigências, os referenciais de cada indivíduo.

A arquitectura e a questão estética variam muito de indivíduo para indivíduo. Por vezes as pessoas inscrevem-se com um objectivo, iniciam os seus treinos e cedo verificam que a capacidade instalada do ginásio não dá resposta para o número de pessoas existente. Ou então, faltam equipamentos que o sócio considera necessários. A percepção que o sócio tem das instalações (se são boas ou más), também pode ajudar na escolha do ginásio e na continuidade no ginásio. Os acessos ao local, a facilidade com que se acede às instalações nos diversos meios de transporte, o estacionamento, as zonas de entrada e saída, são também aspectos 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 factores, 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. Igualmente, 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 aspectos de saúde relacionados com a qualidade de vida no tempo de Inverno. Seguidamente, analisamos algumas destas situações típicas que ocorrem no ginásio de acordo com o tipo de resposta que pode dar o sócio (ver Tabela 7).

Tabela 7

Três Tipos de Respostas de Um Indivíduo Perante Situações Potencialmente Stressantes Provocadas Pelo Ambiente Numa Sala de Musculação de Um Ginásio

Situação	Resposta Cognitiva ^a	Resposta Fisiológica ^b	Resposta Comportamental ^c
Música (volume e estilo)	Esta música está tão alta! Isto parece uma discoteca! Sempre a mesma batida!	Mais transpiração e o coração acelera, a pressão sanguínea aumenta ligeiramente.	Afasta-se das colunas de som. Movimenta-se mais rápido nos exercícios sem se preocupar com a técnica, pois o objectivo é passar pouco tempo na sala.
Temperatura e circulação do ar	Está calor! Não consigo aguentar! É difícil respirar! Está abafado! Estamos sem ar!	Circulação periférica aumenta. Coração acelera. Mais transpiração. Sensação de sede.	Diminui ritmo de trabalho. Descansa mais entre os exercícios.
Arrumação e limpeza	Tenho de ser eu a arrumar os pesos. As outras pessoas não têm educação! Vou deixar de me deitar nestes colchões!	Pele que se irrita por vezes. Comichão.	Deixa de realizar alguns exercícios. Aborda aqueles que deixaram o material desarrumado e pede para o arrumarem. Reclama junto do professor.
Decoração da sala	Parecem animais! Não quero ficar assim!		Utiliza roupas que escondam o mais possível o seu corpo. Postura para esconder a barriga e os pontos fracos. Treina com menos intensidade.

^a O que pensa. ^b Como se sente. ^c O que faz.

As situações anteriormente referidas, podem ser potencialmente stressantes, apesar de não parecerem muito intensas quando comparadas com outras a que estão submetidos alguns desportistas de alta competição. Contudo, tendo em consideração que estas pessoas procuram nas actividades 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 procuram padrões de saúde com objectos da melhoria da sua qualidade de vida, poderão ser mais stressantes do que à partida se poderia imaginar.

Para muitos utilizadores do ginásio, estas situações sobre as quais têm alguma falta de controlo, irão repetir-se demasiadas vezes, levando à busca de formas e ferramentas para melhor se integrarem no espaço e na comunidade de utilizadores do próprio ginásio. Para outros, será a fuga, o abandono para situações sobre as quais tenham mais controlo: actividades nas quais tenham mais experiência, ambientes mais

tranquilos, aulas com uma complexidade inferior, actividades autónomas ou, simplesmente, o abandono da actividade física organizada.

O impacto da situação stressante depende da valorização que os indivíduos fazem desta, 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 actividade física dos ginásios, não tem habilidades de auto-gestão e sistemas de apoio para formar um hábito duradouro. Uma das formas para aumentar o controlo dessas pessoas perante as situações de stress que se lhes deparam, é uma intervenção centrada nas características pessoais relevantes, a qual poderá incluir entre outras: a modificação de valores, crenças e atitudes; os recursos e habilidades para enfrentar as situações potencialmente stressantes; apoios sociais quando exista um deficit desses apoios.

Alguns investigadores, debruçaram-se sobre essa influência do ambiente físico sobre as condutas na actividade 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 cardiorespiratórias significativamente mais elevadas do que todos os outros grupos. Tu, Stump e Clar (2004) investigaram os efeitos da saúde e os factores ambientais sobre o abandono e sobre a intermitente não adesão, num programa desenhado especificamente para 110 idosas, pacientes de cuidados primários. Os autores descobriram que, uma melhor

assiduidade estava associada com uma pressão atmosférica mais elevada e com um mais baixo número de horas de sol por dia.

3.4 Factores Pessoais

Os factores pessoais influenciam também percepção que os sócios têm dos ginásios. Costuma ser até um dos motivos apresentados pelos funcionários e gestores de ginásios para o abandono dos sócios. Por isso, a forma como os sócios percebem o ambiente destes locais pode estar determinada por uma série de factores individuais, que são importantes 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 auto-eficácia para o exercício e a auto-motivação, a actividade física não estruturada no passado durante a vida adulta e a participação anterior em programas de exercício físico, como factores pessoais positivos associados com a participação em programas de exercício supervisionados (ver Tabela 8).

Tabela 1
Determinantes Pessoais Associados Com a Participação em Programas de Exercício Físico Supervisionados

Determinante	Factores Pessoais		
	Positivo	Negativo	Neutro
<i>Demográficos</i>			
Idade		x	
Ser trabalhador manual		x	
Educação	x		
Género (masculino)	x		
Risco elevado de doença cardíaca		x	
Status Sócio económico/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 no humor		x	
Percepção da saúde ou exercício	x		
Auto-eficácia para o exercício	x		
Auto-motivação	x		
<i>Comportamentos</i>			
Dieta			x
Actividade física não estruturada no passado durante a infância			x
Actividade física não estruturada no passado durante a vida adulta	x		
Participação anterior em programas	x		
Desporto escolar			x
Fumador		x	
Padrão de comportamento tipo A		x	

Nota. Adaptado de: *Foundations of sport and exercise psychology*, por Weinberg, R., e Gould, D., 2007, Champaign: Human Kinetics.

A IHRS (1998) realizou um estudo sobre as razões pelas quais as pessoas abandonam os ginásios. Relativamente aos factores pessoais, a 5 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 actividade física. Utilizam os ginásios em vez de outros locais de prática desportiva. Por isso, para melhor conhecer a relação entre os ginásios e sócios, também se torna necessário descrever algumas das particularidades conhecidas dos sócios.

3.4.1. Os Sócios dos Ginásios

Como se apresentou anteriormente, o mercado do fitness está a crescer e, dentro de algum tempo, grande parte da população irá conhecer, pelo menos, um ginásio. A partir desse momento, os praticantes poderão comparar as várias experiências que tiveram em diferentes espaços, transformando-se assim em clientes mais exigentes.

O número de Portugueses que utiliza ginásios aumentou entre 2000 e 2006, sendo as mulheres as que mais frequentam os ginásios (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 no Grande Porto e Grande Lisboa. Continua a ser uma faixa etária jovem a utilizar os ginásios. Sendo o grupo dos 15 aos 17 aqueles que apresentam o valor mais elevado, seguido dos indivíduos entre os 18 e os 24 anos com 38.7% e 29.9%, respectivamente. 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 actividades dos ginásios, enquanto os mais idosos, não revelam um nível de participação regular que lhe permita obter benefícios com o exercício. Esta situação poderá ocorrer porque a oferta de actividades 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 de realizar actividade 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%, respectivamente (Marktest, 2006). Os estudantes com horários mais flexíveis podem ter soluções de prática ao longo do dia, enquanto os quadros médios e superiores por razões sociais e

económicas superam as donas de casa que, eventualmente, valorizam menos o exercício físico.

Numa investigação conduzida por Santos (2005) colocou-se o objectivo de: verificar se a prática sistemática do exercício físico em ginásios, contribuía para o desenvolvimento social e integral de todos os praticantes. Uma amostra de 200 indivíduos, 76 mulheres e 124 homens foi seleccionada. Os resultados indicaram uma redução considerável da ingestão de medicamentos nos praticantes com determinadas patologias crónicas. Uma elevada percentagem dos praticantes (60%), tiveram resultados significativos nas provas de eficiência física, enquanto 59% obteve bons resultados na sua disposição para enfrentar diferentes tarefas, o que leva a concluir que a utilização adequada das cargas nos planos individuais e a regularidade no exercício físico, proporcionam um estado harmonioso nos praticantes, tornando-os mais capazes e saudáveis. No entanto, isso não ocorreu em todos os grupos de indivíduos. No caso das donas de casa, notou-se uma incorporação deficiente, devido à pouca promoção realizada pelo ginásio. Confirmou-se que os sócios dos ginásios eram maioritariamente pessoas que praticaram algum desporto ou que fizeram algum tipo de exercício. Os participantes atletas, revelaram ainda melhorias de força, enquanto o sexo feminino se mostrou satisfeito pelo seu estado de saúde e pela melhoria ou manutenção do seu aspecto estético.

Preocupações de imagem corporal surgem com grande incidência em ginásios. Enquanto 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, a origem da dismorfia muscular (vigorexia), prevalente em homens, pode ser parcialmente explicada por factores ambientais, uma crescente pressão, exercida em grande parte pelos *media* para que os homens tenham um corpo forte e musculado pode acarretar um aumento de incidência do transtorno. As academias 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 entre 20-30 anos num ginásio em Brasília, verificando que a grande maioria (88,20%) tinham um perfil somatotipológico mesomórfico que se enquadra neste problema descrito.

Na sociedade contemporânea, os corpos converteram-se num locus privilegiado para a construção de sentido: “Diz-me como trabalhas o teu corpo e te direi quem és”. As penúrias e alegrias configurar-se-ão em torno à materialidade dos corpos e do seu movimento. “Há uma valorização da performatividade compulsiva. O sujeito da cultura do fitness é o que performa para seguir performando. O seu “sino” é o movimento constante para continuar a movimentar-se, para responder constantemente e de forma flexível aos mandatos cambiantes da posmodernidade” (Kogan, 2005). Tudo isto está influenciado por características pessoais, como as que passamos a descrever:

- *Idade*. Consoante vamos ficando mais velhos, a nossa personalidade vai mudando, os nossos gostos vão-se modelando, as nossas ideias e percepções sobre aquilo que nos rodeia, os nossos objectivos sobre a actividade física e sobre o corpo também mudam. À medida que os indivíduos envelhecem, o seu interesse pela participação na actividade física diminui (Wersch, Trew, e Turner, 1992; 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 receptiva para todas as idades, gostariam de ver uma ampla variedade de faixas etárias de utilizadores e gostariam ainda de, ver professores de faixas etárias de acordo com os clientes. Outros investigadores como Annesi, Unruh, Higgins, e Knight (2003) compararam a assiduidade e abandono das aulas de

exercício físico associadas a 8 meses de um protocolo de tratamento cognitivo-comportamental, com o aconselhamento de exercício típico. Verificaram a existência de efeitos das diferenças de idade e género sobre a adesão e o abandono.

- *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 franquias (*franchisings*) como a *Curves* se tornaram a maior marca de ginásios do mundo. Alguns investigadores concluíram não haver diferenças entre sexos 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 e para os homens é a diversão (Davies e Lowles, 1991; Myers, Weigel, e Holliday, 1989). As actividades físicas praticadas no tempo destinado ao lazer representam um domínio da vida quotidiana organizado segundo determinadas convenções, entre elas, as concepções acerca do ideal de corpo segundo o género, onde 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*. As pessoas casadas têm responsabilidades diferentes, os compromissos e horários dos casais com filhos também não permitem que estes indivíduos se organizem facilmente para efectuarem actividade física em doses aceitáveis. Um estudo realizado por Petee et al. (2006) com adultos idosos, concluía que o estado civil e o nível de actividade física do cônjuge, eram determinantes importantes para a participação no exercício físico. Ainda na relação entre actividade física e estado marital, 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, excepto 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. Os autores referem também que, a satisfação global com as actividades diárias melhorava a predição da quantidade de exercício.

- *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 actividades, das instalações e globalmente do ginásio.

- *Frequência de utilização.* A probabilidade de obtenção de resultados é superior num indivíduo que treina regularmente. Não só pelo estímulo que aplica ao seu corpo como pelas interacções mais frequentes com os professores e com os profissionais do ginásio que trabalham no sentido dos sócios serem bem sucedidos. Cria-se também 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 deverá ser regular para manter essas melhorias no bem-estar psicológico e na qualidade de vida.

- *Horário.* A compatibilidade de horário é outro factor que pode determinar uma maior ou menor regularidade na actividade física. As actividades 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.

- *Actividades realizadas*. O tipo de actividades realizadas, aulas de grupo, sala de cárdio/musculação, personal training, ou outras actividades/serviços, poderá influenciar a percepção que os sócios têm do ginásio. A percepção do tipo de actividade escolhida foi relatada por Bouchard, et al. (1990) como um determinante fraco ou ainda duvidoso para a actividade física.

- *Experiência em ginásios*. É mais fácil educar um indivíduo virgem de ideias e técnicas específicas de utilizador de ginásio, do que alguém com experiências anteriores e ideias formadas sobre aquilo que é ou deve ser o ambiente físico e social de um ginásio. No entanto, há estudos referindo que os participantes com níveis mais elevados de exercício no seu passado, mostravam melhor aderência ao exercício de alta intensidade mas tendiam a ter adesão mais fraca ao exercício de intensidade moderada (Anton et al., 2005).

- *Forma de pagamento*. Pagar por aula, mensalmente ou anualmente, define o tipo de compromisso que o sócio está disposto a assumir *a priori*, as suas expectativas e a auto-eficácia que ele acha possuir. A percepção de valor de uma mensalidade num ginásio é diferente de indivíduo para indivíduo. Alguns investigadores apontam indicações sobre a modalidade de pagamento do ginásio. DellaVigna e Malmendier (2006) constataram que os consumidores que escolheram um contrato mensal tinham 18% mais de probabilidades de se manter como sócios durante um ano do que os sócios que se comprometem anualmente. Gourville e Soman (2002) reforçam essa situação referindo que os sócios que pagavam mensalmente utilizavam o ginásio de forma mais consistente, tornando esta forma de pagamento a mais provável de gerar renovações de sócios. Cabe aos ginásios proporcionar experiências tão boas ao nível da saúde e bem-estar que originem uma melhoria na valorização atribuída pelo sócio ao exercício realizado no ginásio.

3.4.2. Características dos Sócios Que influenciam a Elaboração de Programas de Treino

Os factores individuais influenciam a assiduidade aos ginásios. Os indivíduos são diferentes fisicamente, possuem um passado e uma cultura que influencia a forma como percebem o ginásio e as actividades físicas. As associações cognitivas dos utilizadores para com o exercício físico são influenciadas também pela cultura desportiva e social, o historial desportivo, a reacção perante situações novas, a percepção do esforço e outros aspectos 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 factores fundamentais a ter em conta nos utilizadores dos ginásios.

A cultura desportiva de cada indivíduo vai condicionar as escolhas das actividades e a forma como as pessoas se submetem aos princípios do treino. Alguém habituado a treinar durante muitos anos, terá uma tolerância ao esforço superior à de um indivíduo que nunca foi fisicamente activo e que nunca submeteu o seu corpo a intensidades de trabalho fortes. Uma cultura geral que favoreça a superação de dificuldades, de pensamento positivo, de boa resposta ao stress poderá favorecer a manutenção num ginásio. 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 actividade 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. Embora mesmo essas, quando submetidas a um esforço ao qual não estão habituadas, podem induzir transformações funcionais no seu corpo.

Relativamente às atitudes, Dishman e Gettman, (1980) ou MCcready e Long, (1985), referiam que os indivíduos com atitudes positivas em relação ao exercício físico não têm maior probabilidade de adesão a um programa de exercício físico do que os indivíduos com menos atitudes positivas.

Pessoas com fraca auto-estima tendem a expor-se menos perante os outros, têm vergonha do seu corpo, das suas capacidades físicas, e é sabido que a maioria dos ginásios tem uma população fisicamente activa e capaz de performances físicas impossíveis para a grande maioria dos sedentários. Num estudo realizado em ginásios, Annesi (2005), descobriu que os factores da auto-estima corporal estavam relacionados com a assiduidade às sessões de exercício nas mulheres que iniciam um programa de actividade física.

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

3.4.3. O Percurso do Novo Sócio no Ginásio

A inscrição num ginásio, pode actualmente ser efectuada pela Internet, numa feira, ou através de um vendedor no próprio emprego. Em algumas situações, os clientes tornam-se sócios antes da abertura do health club, embora a situação mais comum seja a inscrição após a deslocação às instalações do ginásio.

A comercialização dos grandes ginásios implica contratos anuais e transferências bancárias mensais. As pessoas pagam para ser sócias, tendo acesso, na maioria dos casos, à piscina, algumas aulas de grupo e à sala de musculação.

No entanto, o acompanhamento técnico que esses sócios usufruem costuma ser mínimo (a não ser quando contratam o chamado personal trainer). Vendem-se depois programas especiais de perda de peso, ou aulas em fase de lançamento. Por vezes criam-se cartões diversos que vão aumentando o preço de acordo com o número de serviços, espaços, actividades a que dão acesso.

Apesar do esforço de alguns dos melhores ginásios do mundo para mudar a forma de funcionamento e conseqüente imagem, a maioria dos ginásios continua a receber o dinheiro da inscrição, efectuar formalidades e comunicar o horário das aulas, esperando que o sócio compareça brevemente. Existem alguns ginásios que avançaram um pouco mais, e efectuam marcações das primeiras sessões na sala de musculação e uma sessão de avaliação de necessidades e de condição física para, posteriormente, efectuarem um programa mais adequado ao aluno.

As primeiras sessões são fundamentais, pois criam as primeiras impressões, confirmam as expectativas e permitem que o aluno se aperceba da funcionalidade do ginásio, das suas operações, que o afectarão na sua relação futura com o local e seus funcionários. Em certos ginásios o aluno é totalmente autónomo e o ginásio limita-se a oferecer uma sessão de orientação para melhor utilização do equipamento de musculação e cardiovascular. Noutros locais a supervisão é permanente e atenta existindo procedimentos que visam a integração do sócio.

3.5 Ambiente Social

Numa tentativa de definir “ambiente social”, Barnett e Casper, (2001) referem que os ambientes sociais humanos abrangem os arredores/cercanias físicos, relações sociais e *milieus 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 locais, porque

estas áreas estão ligadas através de processos económicos e sociais mais amplos, regionais, nacionais e internacionais e relações de poder.

Weinberg e Gould (2007), apresentam um resumo dos factores positivos associados com a participação em programas de exercício supervisionados. Assim, ao nível do ambiente social, consideram a coesão de grupo, as influências familiares no passado e o apoio social dos amigos, colegas, esposa e família (ver Tabela 9).

Tabela 9

Determinantes do Ambiente Social Associados Com a Participação em Programas de Exercício Físico Supervisionados

Determinante	Factores Ambientais		
	Positivo	Negativo	Neutro
<i>Ambiente Social</i>			
Tamanho da turma			x
Coesão do grupo	x		
Influência do médico			x
Influências familiares anteriores (no passado)	x		
Apoio social dos amigos/colegas	x		
Apoio social da esposa/família	x		
Apoio social do staff/instrutor	x		

Nota. Adaptado de: *Foundations of sport and exercise psychology*, por Weinberg, R., e Gould, D., 2007, Champaign: Human Kinetics.

Os preditores sociais da actividade física vêm revelando muita importância em investigações recentes. Na Tabela 10 resumem-se alguns desses estudos com populações diversas, onde se destaca o apoio social e a auto-eficácia como determinantes para a adesão ao exercício físico. Os resultados reforçam assim, o ambiente social como determinante no comportamento dos indivíduos.

Tabela 10

Preditores Sociais da Actividade Física

Autor	N	Tipo de população	Metodologia	Resultados mais significativos
Litwin (2003)	1493	Idosos		Os idosos fisicamente activos também são mais ligados socialmente.
Titze, Stronegger e Owen (2005)	500	Mulheres de meia idade	Questionários	O apoio social e uma vizinhança esteticamente atraente têm probabilidades de ter um papel chave no encorajamento da manutenção do exercício.
Springer, Kelder e Hoelscher (2006)	718	Raparigas dos 10 aos 14 anos	Questionários	Importância da família e apoio social e dos amigos para a actividade física. A fonte e tipo de apoio social podem diferir para a actividade física e para o comportamento sedentário. Os relacionamentos com os seus pares podem ser mais importantes para incrementar a actividade física vigorosa e os relacionamentos familiares podem ser mais importantes para o decréscimo dos comportamentos sedentários. A participação social e o encorajamento são importantes para a actividade física, mas a participação da família poderá ser mais importante para diminuir os comportamentos sedentários.
McAuley, Elavsky, Jerome, Konopack e Marquez (2005).	174	Média de 66 anos de idade	6 meses de experimentação (<i>exercise trial</i>).	O contexto social cognitivo da experiência de fazer exercício, pode ter influência no bem-estar relacionado com o exercício.
Luszczynska, Gibbons, Piko e Tekozel (2004)	2387	Adolescentes da Hungria, Polónia, Turquia e EUA		A auto-eficácia, a orientação social comparada e os comportamentos percebidos dos pares, prediziam os comportamentos promotores de saúde nos 4 países.
Motl, Dishman, Saunders, Dowda e Pate (2007)	1655	Raparigas adolescentes	Questionários	Os factores físicos ambientais percebidos, influenciam indirectamente a actividade física auto-reportada. Os factores ambientais sociais percebidos influenciam directa e indirectamente a actividade física auto-relatada.
Schwarzer, Luszczynska, Ziegelmann, Scholz, e Lippke (2008)	835	Pacientes em reabilitação cardíaca (estudos 1 e 2) e ortopédica	Questionários	Planeamento da acção e a auto-eficácia de recuperação eram preditores da adesão ao exercício físico
Martin, Sharpe, (2006)	35	Idade média = 22,5	Questionários	A elevada auto-eficácia e os objectivos orientados para a tarefa eram preditores consistentes da participação no exercício físico. Instrução mediada pelos pares (companheiros) era eficaz no incremento da adesão ao exercício e na mudança dos níveis de auto-eficácia.
Jancey, Lee, Howat, Clarke, Wang, e Shilton (2007)	248	Idosos pouco activos, de 65 a 74 anos	Intervenção de 6 meses	A avaliação precoce dos níveis de auto-eficácia e de solidão, devem ser obtidas para identificar os indivíduos em risco de desistência, para melhorar a retenção e evitar potenciais tendências.

Na primeira sessão de treino, surgem as situações constrangedoras iniciais com os procedimentos de controlo do ginásio. Em muitos casos o processo passa pela utilização de um cartão de utilizador, o qual terá de permitir o acesso através de um torniquete, depois a entrada no balneário e a escolha de um cacifo que esteja livre, equipar-se com roupa que não sabe ao certo se foi bem escolhida e ainda por cima sob os olhares dos outros sócios. Aí o corpo torna-se um orgulho ou vergonha dependendo das pessoas que ali se encontram, da avaliação que estas fazem do mesmo, (depois de vestido tem de passar pela avaliação dos frequentadores assíduos do ginásio) e da auto-estima do indivíduo. Em seguida, chega o momento do primeiro contacto com o professor e/ou as primeiras máquinas de forma solitária. Na Tabela 11, exploram-se algumas situações relatadas por sócios de ginásios.

Tabela 11

Tipos de Respostas de Um Indivíduo Perante Situações Potencialmente Stressantes Na Sua Primeira Utilização de Um Ginásio

Situação	Resposta Cognitiva ^a	Resposta Fisiológica ^b	Resposta Comportamental ^c
Utilização do cartão e do torniquete.	Onde é que se passa o cartão? O tipo que está atrás de mim não se vai aborrecer por isto estar a demorar?	Aumento da frequência cardíaca.	Procura aparentar um ar descontraído como se conhecesse o sistema.
Entrada no balneário.	Para onde é que eu vou? Onde me sento? Escolho um cacifo? Junto daquele tipo não.	Maior sudação e pulso elevado.	Dirige-se para um local onde não se encontra ninguém à sua volta ou dirige-se para onde vê alguém que aparenta condições idênticas às suas (físicas e comportamentais).
Tirar a roupa e vestir o equipamento.	Estou gordo! O que estarão eles a pensar? Porque estão a olhar para mim? Será por causa dos meus calções? Serão demasiado curtos? Esta <i>t-shirt</i> está um pouco apertada? Devo colocá-la por dentro dos calções?	Pulso elevado. Tensão muscular.	Procura esconder-se o mais possível. Veste-se muito rapidamente. Não olha para os outros que se encontram em seu redor. Desajeitado, não sabe onde melhor colocar os segmentos corporais.
Chegada à sala de musculação e início do primeiro exercício.	Está tudo a olhar para mim. Será que vou conseguir colocar isto a funcionar? Como se sobe o assento?	Pulsação sobe mais do que o normal. Maior sudação. Processamento lento da informação.	Tenta agir naturalmente. Dirige-se para a máquina que lhe parece mais simples e conhecida: a bicicleta.

^a O que pensa. ^b Como se sente. ^c O que faz.

Como se pode precisar, o ambiente social é muitas vezes desadequado aos novatos. Os alunos iniciados têm de superar várias barreiras de integração e aprendizagem no ginásio. Quando sentem um ambiente agressivo¹, ou demasiado passivo² (dependendo do tipo de aluno iniciado), fazem associações positivas ou negativas que os deixam mais próximos ou mais longe da decisão de se manterem a fazer exercício físico no ginásio.

Agressivo. Para uma dona de casa com cinquenta anos, um ambiente de dez culturistas a treinar, poderá não ser muito acolhedor.

Passivo. Para um grupo de atletas de alta competição, um ambiente de reabilitação, poderá não ser muito motivante.

Os demais utilizadores do ginásio têm um papel fundamental para que os outros 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... 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. Imagine-se um indivíduo de quarenta anos, sedentário, pouco confiante relativamente às suas capacidades físicas. Um ginásio está cheio de culturistas e halterofilistas que gritam, atiram com os pesos para o chão e demonstram grande poder, grande força, parecendo controlar as máquinas em seu redor. Provavelmente as associações cognitivas não serão muito positivas por parte deste sedentário. Considere-se agora, a situação contrária: um indivíduo que pretende um ambiente mais agressivo e estimulante, mas encontra uma série de senhores e senhoras muito calmos na realização dos seus movimentos, vagarosos e sem transmitir aquela energia que o culturista associa com o grupo de companheiros

¹ Agressivo: para uma dona de casa com cinquenta anos, um ambiente de dez culturistas a treinar, poderá não ser muito acolhedor.

² Passivo: para um grupo de atletas de alta competição, um ambiente de reabilitação, poderá não ser muito motivante.

ideais para treinar. Tanto um extremo como o outro são maus e a busca do equilíbrio será a meta nas relações sócio-funcionário e sócio-sócio.

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 ainda mais importância pelo facto de ser uma empresa de prestação de serviços. Estefano (1996) justifica a maior atenção aos recursos humanos nas empresas de prestação de serviços pelos seguintes aspectos:

1. As actividades de serviços são geralmente intensivas em termos de recursos humanos, os quais constituem a parte fundamental responsável pelo seu sucesso.
2. O comportamento dos funcionários é parte integrante do processo do serviço, influenciando fortemente a forma como os consumidores percebem a qualidade do serviço prestado.
3. Em virtude da simultaneidade entre produção e consumo dos serviços, e consequente inexistência de stock, qualquer interrupção no serviço causada pela mão-de-obra (greves, paralisações) gera um problema imediato, afectando a satisfação do consumidor.
4. O comportamento de funcionários e consumidores varia consideravelmente, tornando difícil a padronização e manutenção da consistência do serviço.

Más experiências com o professor na sala de musculação. 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. 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. O controlo estava significativamente correlacionado com a adesão dos clientes. Apresentam-se na Tabela 12 como exemplo, situações típicas e algumas respostas comuns dos sócios que podem ocorrer neste tipo de situações:

1. O professor passa por um aluno que realiza um exercício com uma postura perigosa mas nada faz para o corrigir.
2. O professor passa em frente de vários alunos do sexo masculino, mas não fala com nenhum deles. Logo surge uma aluna nova, a quem ele se dirige prontamente, e com a qual permanece durante cerca de uma hora de forma ininterrupta.
3. O professor invade o “espaço íntimo” do aluno novato, ao colocar-lhe desnecessariamente a mão sobre a coxa para ajustar a posição num exercício.
4. O professor classifica o aluno como “fraco”, “morbidamente obeso”, “gordo”, e refere que este terá de treinar dez a doze horas por semana para obter alguns resultados.
5. O professor não dá *feedbacks* específicos ao aluno quando este realiza um exercício, limitando-se a contar repetições.

Tabela 12

Tipos de Respostas de Um Indivíduo Perante Situações Potencialmente Stressantes Resultantes do Seu Relacionamento com Os Professores na Sala de Musculação

Situação	Resposta Cognitiva ^a	Resposta Fisiológica ^b	Resposta Comportamental ^c
1	Isto está a custar tanto... Dizem que serve para trabalhar as pernas mas eu só sinto as costas. Será que estou a fazer bem? Devo estar. O professor passou aqui e não disse nada.	Calor, dor, ausência de comodidade.	Continua até não suportar mais o calor e/ou a dor.
2	O professor é sempre a mesma coisa. Não liga nada aos homens e aos mais velhos, mas mal chega uma miúda (rapariga) nova, mostra-se extremamente disponível.	Sente mais dificuldade e baixa os níveis de activação.	Desiste antes de atingir a falha muscular. Deixa de perguntar coisas ao professor e procura ajuda nos alunos mais antigos.
3	O tipo não precisa de colocar a mão.	A pulsação acelera estimulada pelo sistema nervoso e não pelas exigências musculares e metabólicas.	Tenta recuar ou desviar-se, efectuando um movimento de repulsa.
4	Gordo!?! Isso já eu sabia. Só faltava a confirmação científica: obesidade mórbida! Só falta dizer que me estou a aproximar da morte! Se eu treinar todos os dias, vou conseguir. Mas será que eu consigo vir ao ginásio todos os dias, aguentar o trânsito, aturar os filhos...? Não vai ser fácil. O melhor que eu consegui em 40 anos foi perder 2 kg.	Baixa os níveis de activação perante objectivo tão complicado.	Começa a actividade procurando demonstrar que tem muita capacidade.
5	O que interessa é chegar à décima repetição... Está quase... Mais rápido... Consegui! Isto faz doer os ombros e pouco sinto os músculos. Estarei a fazer bem o exercício?	O coração acelera, a frequência respiratória aumenta, a sensação de desconforto deixa de ser local para se generalizar a todo o corpo transformando-se num mau estar global.	Acelera o movimento de forma a conseguir rapidamente as repetições previamente estabelecidas, pois esse é o objectivo: a quantidade. Procura ajuda noutros grupos musculares para superar a tarefa: fazer 10 repetições.

^a O que pensa. ^b Como se sente. ^c O que faz.

Formação de professores. Muitas empresas, e agora também os ginásios, têm consciência que para melhorar a qualidade do serviço prestado devem treinar os seus

funcionários e criar um bom ambiente de trabalho, uma vez que estes aspectos terão reflexo nos clientes. Não se pode partir do princípio que os professores estejam tecnicamente preparados para lidar com todo o tipo de clientes de um ginásio, pois cada ginásio tem um tipo de população diferente. A preparação dos professores, a adaptação destes, ao meio específico do fitness, juntamente com as competências técnicas fará certamente sentido para criar empatia com os utilizadores. A apresentação, a idade, o género e as acções 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.

Antunes (2003), num estudo realizado com 130 Instrutores de ginástica e musculação de ginásios de S. Paulo, cuja grande maioria tinha menos de trinta anos e só 10% tinha mais de 10 anos de experiência, foram inquiridos relativamente à sua formação profissional, e verificou-se que alguns instrutores graduados em educação física consideravam esse curso pouco importante na sua preparação, considerando a experiência prática mais importante para a capacitação profissional. Acrescenta-se que muitos deles consideravam-se pouco preparados para assumirem determinadas funções ou para actuarem.

Uma das reclamações habituais dos sócios é a de ter professores mal preparados. Há uns anos atrás, as pessoas que estavam a supervisionar uma sala de musculação, a dar aulas de grupo ou a orientar aulas de natação, tinham pouca formação técnica e académica. Actualmente, a maioria deles são licenciados em educação física e desporto. No entanto, apesar de terem conhecimentos teóricos importantes, por vezes falta-lhes experiência para lidar com uma população diferente daquelas para as quais receberam formação. Para além disso existe uma clara deficiência de formação em psicologia, o que é completamente necessário para que os treinadores ou supervisores de actividade física tenham êxito na compreensão do comportamento das pessoas no ginásio.

Alguns professores são capazes de se adaptar perfeitamente a cada indivíduo e cada situação, equilibrando toda a sua acção. Outros acabam por concentrar o seu trabalho em pequenos grupos para os quais estão melhor preparados. Quando se fala em preparação, não se pensa apenas na fisiologia, anatomia e biomecânica, mas também no conhecimento específico do tipo de ambiente que um ginásio vive, o tipo de alunos (que ali são também clientes), nos objectivos dos alunos, na tolerância ao esforço dos mesmos, etc.

Para tudo isto, a variável do género dos professores também resulta relevante. No caso de uma sala de musculação, espera-se sempre um homem e existe até alguma recusa quando a pessoa que orienta é uma mulher. Mas em alguns casos, estas provaram ser extremamente vantajosas pela sua condição de mulher, pois aquelas alunas que se sentem mais intimidadas são mais facilmente integradas no sistema devido a serem orientadas por alguém que as compreende melhor e que facilita a comunicação. A confiança aumenta, podem abordar questões que não o fariam com um homem, sentem que os mitos relacionados com as mulheres e os pesos são história. Adicionalmente os ginásios têm cada vez mais mulheres a praticar aulas de grupo e actividades aquáticas, mas sobretudo musculação (uma actividade que há quinze anos atrás nenhuma ousava iniciar devido a questões culturais). Existem até ginásio exclusivamente para mulheres, cadeias de ginásios e serviços para o lado feminino.

No entanto, o fundamental é que o monitor demonstre competência técnica. Quando a capacidade de explicar as situações de uma forma racional e científica não existe, o erro torna-se mundano, os alunos começam a executar os exercícios por imitação dos alunos mais antigos (não necessariamente mais competentes). Começamos a ver situações em que os alunos não querem programas de treino realizados por professores, mas preferem o programa realizado pelo aluno mais forte (no caso daqueles que pretendem ser mais fortes), ou preferem executar os exercícios dos seus ídolos do ginásio. Ou seja, o professor passa a ser desnecessário. Torna-se pois necessário que o professor demonstre competências técnicas e contribua para os resultados dos alunos. Uma vez que isto se consiga, ou inclusive de forma paralela, de

ter um cuidado especial na sua apresentação. Nos primeiros contactos, nos momentos da verdade, o aspecto dos funcionários e das instalações é muito importante. A Tracy International (2000) analisou a actuação e a forma como se apresentavam os professores num ginásio a vários níveis. Entre outras situações, procuravam observar a roupa, 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 efectuavam algum tipo de diagnóstico. Este é um exemplo de busca de qualidade, mas cremos que alguns destes aspectos podem nos primeiros contactos, chegar a quebrar algumas barreiras e melhorar a comunicação com os alunos, ou todo o contrário, criar mais afastamento e possíveis desistências precoces. Outros aspectos importantes na formação dos professores ao nível da comunicação, são a:

- *Invasão do Espaço Íntimo*. A formação de um professor de educação física, raramente aborda o relacionamento com indivíduos adultos sem hábitos de actividade física. A forma como se toca o aluno, a proximidade deste, a posição que o professor ocupa à sua frente, são tudo formas de comunicação que transmitem profissionalismo, confiança ou intimidação, ou sensações de invasão de espaço íntimo. Aquilo que, para umas pessoas é um contacto considerado normal, para outros, uma mão a agarrar um braço para indicar a posição num exercício, é um exagero e faz com que não se sintam completamente descontraídos perante a situação.

- *Atenção equitativa a todos os sócios*. A atenção deverá ser uniforme por todos os alunos. Quando isso não ocorre podem surgir invejas, inimizades e problemas de relacionamento aluno-aluno e aluno-professor. Obviamente que os exercícios mais complexos necessitam de mais atenção do que um exercício simples. Mas como em qualquer turma, todos merecem atenção por parte do professor.

- *Feedback das execuções*. Mesmo quando supostamente um aluno executa bem um exercício, ele necessita algum tipo de feedback. São esses feedbacks específicos que dão confiança ao aluno, que o fazem mudar comportamentos e que lhe

dão a noção da sua postura e da sua técnica de execução. São também uma forma de demonstrar atenção por parte do professor.

- *Uso de incentivos (motivação extrínseca)*. Para superar dificuldades, coisas de que não gostam, os alunos necessitam de um sistema de incentivos. Quando não existe nenhum tipo de motivação extrínseca, a probabilidade de desistência também aumenta. Igualmente, a má utilização de incentivos poderá levar a uma dependência do aluno em relação a estes, desviando assim a sua atenção dos benefícios mais importantes que pode obter com a realização de actividade física regular.

O personal training (treino personalizado). O personal training é um serviço habitualmente prestado pelos ginásios, o qual consiste na elaboração de um programa de treino individualizado e supervisionado directamente por um instrutor. Ou seja, cada aluno tem o seu instrutor durante trinta minutos ou uma hora (dependendo do ginásio). Embora não seja uma criação dos ginásios, foi popularizado por estes.

A intervenção individualizada é uma forma importante para o sucesso de alguns processos educativos em geral e na actividade física sucede o mesmo. Tem sido crescente o interesse de cientistas que realizaram trabalhos no sentido de verificar o sucesso do personal training como forma de mudar comportamentos (Maloof, Zabik, e Dawson, 2001; Mazetti, Kraemer, Volek, Duncan, Ratamess, e Gomez, 2000; McClaran, 2003; Wing, Jeffrey, Pronk, e Hellerstedt, 1996).

Este tipo de intervenção foi reforçado pelos resultados de alguns estudos científicos nos quais se verificou que a adesão ao exercício físico tende a ser mais elevada em grupos pequenos do que em grandes grupos (Massie e Shephard, 1971; Andrew, Oldridge, Parker, Cunningham, Rechnitzer, e Jones, 1981).

O personal training surge em grande parte pela falta de resultados das intervenções de grupo. Stalonas, Johnson, e Christ (1978); Pollock, Gaesser, Butcher, Després, Dishman, e Franklin (1998), assinalam a importância de individualizar os programas.

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 cardiorespiratórios e de força porque podem promover o abandono (Annesi, 1996). No entanto, a variabilidade excessiva de um programa de exercício não está relacionada com o aborrecimento e não tem impacto na adesão ao exercício (Glaros e Janelle, 2001). Sobre este assunto, Cartoccio (2004) apresenta uma visão curiosa ao referir que: nos ginásios, onde deveríamos encontrar uma maior atenção ao corpo, encontramos uma atenção muito mais concentrada nos planos, receitas, programas que se aplicam ao corpo.

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. 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 do instrutor comunicar as instruções e a ligação com outros participantes na aula, combinadas, contribuíam apenas para 17% da variabilidade do prazer no exercício físico. 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 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 interacção 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. São muito interessantes as parcerias entre os sócios, pois muitos deles possuem interesses comuns, chegaram ao ginásio com motivos idênticos para a prática da actividade física, coincidiram nas primeiras sessões de treino, nas entrevistas de triagem inicial com os professores, realizando percursos dentro do próprio ginásio que criam uma certa ligação. Nessa sequência, 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 actividade 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 actividade 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 acções 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. Nos ginásios actuais onde a supervisão é básica, com aulas de grupo que chegam a ter mais de cinquenta pessoas, os sócios assumem por vezes, o papel de supervisão, educando os seus pares. Assim, se contribui para o sentido de pertença a um grupo, o qual favorece o compromisso para com o exercício físico. Até porque, a afiliação é um dos motivos para os sócios

aderirem aos ginásios (Moutão, 2006; Afonso et al., 1995). Mesmo sem se aperceberem, os ginásios, acabam por ter uma grande maioria de sócios com características comuns, que se identificam melhor entre si, que fazem com que eles interajam mais facilmente e se enquadrem melhor no ambiente social do ginásio.

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. Têm também uma grande população flutuante que se enquadra melhor ou pior no seio desses grupos. 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). Cabe também à administração do ginásio, criar uma cultura de *networking* entre os seus funcionários para que esta se transmita aos clientes. 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 aspecto do corpo é secundária quando comparada com a forma como os sócios se sentem.

Numa perspectiva 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 actividades comerciais do próprio ginásio. Este fenómeno é habitualmente designado por recomendação boca-a-boca.

Os ginásios devem assim, manter a sua atenção na dinâmica da relação entre sócios, a qual, embora ocorra de forma espontânea, poderá ter uma intervenção por parte dos funcionários do ginásio e uma dinamização activa e fomentada pela própria administração a fim de conseguirem maior satisfação dos clientes e maior número de recomendações de novos sócios por parte destes.

4. Modelos Explicativos da Adesão e Abandono do Exercício Físico

Resumen:

La adherencia al ejercicio se estudia desde una dimensión multidisciplinar, con aportaciones que provienen de la educación física, de la medicina, de la fisioterapia o de la psicología. Como consecuencia de ello, se han desarrollado y/o adaptado varias teorías para explicar las razones que llevan a las personas a adherirse o abandonar una actividad física. Hasta el final de los años ochenta, el éxito de estas teorías a la hora de predecir si un individuo tendría un tipo u otro de comportamiento hacia el ejercicio, fue escaso. Por ello, en los últimos años se han desarrollado una serie de modelos teóricos que procuran dar una explicación a esta situación. Aunque existen diferentes planteamientos, en este capítulo nos centramos en dos de los modelos más utilizados: la teoría social cognitiva (Bandura, 1977) y el modelo transteórico (Prochaska, DiClemente y Norcross, 1992), y incluimos una nueva perspectiva teórica que, sin lugar a dudas, puede dar orientaciones fiables del comportamiento de los socios en los gimnasios: teoría de la asociación cognitiva (Dasil, 2004).

A adesão ao exercício físico tem sido estudada por académicos ligados à educação física e à psicologia da actividade física. Como resultado, adaptaram-se e desenvolveram-se vários modelos teóricos ao longo dos anos para explicar as razões das condutas relacionadas com a actividade física.

Até aos anos noventa, segundo as revisões bibliográficas de Dishman (1993) e Godin e Shephard (1990) haviam sido utilizados os seguintes modelos e teorias explicativas da adesão:

1. Locus de Controlo (Rotter, 1966).
2. Modelo de Crenças de Saúde (Becker, 1974; Rosenstock, 1974).
3. Auto-eficácia (Bandura, 1977).
4. Modelo da Acção Reflectida (Ajzen e Fishbein, 1980).
5. Teoria dos Processos Oponentes (Solomon, 1980).
6. Teorias de decisão expectativas-valor (Feather, 1982).
7. Modelo de prevenção de recaída (Marlatt e George, 1984).
8. Teoria do Comportamento Planeado (Ajzen, 1985).
9. Teoria do investimento pessoal (Maehr e Braskamp, 1986).
10. Modelo da actividade física (Sonstroem, 1988).
11. Teoria auto-reguladora (Bandura, 1991).
12. Modelo transteórico (Prochaska, DiClemente, e Norcross, 1992).

Na opinião de Dishman (1990) até ao final dos anos oitenta, o sucesso destas teorias tinha sido limitado. No entanto, alguns destes modelos continuam a ser os principais modelos teóricos utilizados para explicação da adesão ao exercício físico. Recentemente (Weinberg e Gould, 2007) destacam os seguintes modelos como mais utilizados:

1. Modelo de Crenças de Saúde (Rosenstock, 1974).
2. Teoria do Comportamento Planeado (Ajzen, 1985).
3. Teoria Social Cognitiva (Bandura, 1977).
4. Modelo transteórico (Prochaska, DiClemente, e Norcross, 1992).

O modelo transteórico é o resultado da combinação de vários outros modelos e teorias. Uma dessas teorias é a teoria da auto-eficácia. Por essas razões descrevem-se com mais detalhe essas duas teorias explicativas da adesão: o modelo transteórico e a teoria da auto-eficácia. A primeira tendo sido já utilizado em estudos realizados em ginásios, a segunda teoria serviu de base a outras teorias e a trabalhos sobre adesão ao exercício físico. Posteriormente apresenta-se uma abordagem algo diferente, chamada teoria da associação cognitiva (Dasil, 2004), que será utilizada com maior profundidade neste trabalho. A cultura específica dos ginásios e um ambiente próprio desses espaços podem condicionar o pensamento dos utilizadores, fazendo oscilar a sua motivação pessoal para se manterem num programa de exercício físico. O modelo transteórico também emprega um resultado global de confiança para avaliar a auto-eficácia do indivíduo. As tentações situacionais avaliam o grau de tentação das pessoas se envolverem num problema comportamental numa determinada situação.

4.1. Teoria Social Cognitiva (Bandura, 1986)

A auto-eficácia é a crença nas próprias capacidades de organizar e executar as fontes de acção requeridas para gerir situações prospectivas (Bandura, 1986). A auto-eficácia influencia as escolhas que fazemos, o esforço que colocamos, a forma como nos sentimos e como persistimos perante as dificuldades. Pode ser vista como uma forma de controlar os níveis de activação fisiológica.

Com base na teoria social-cognitiva (Bandura, 1986), que se direcciona mais para os efeitos recíprocos do ambiente, comportamento e processos internos, esta teoria centra a sua atenção na aprendizagem observacional, por isso assume que uma boa forma de aprender é através da observação dos comportamentos de outro indivíduo. Hallam e Petosa (2004) examinaram a validade do constructo de uma intervenção concebida para afectar as variáveis da teoria social-cognitiva ligadas ao comportamento de exercício. A intervenção consistiu em 4 sessões de 60 minutos efectuadas durante 2 semanas. Ocorreram melhorias nas habilidades de auto-

regulação, nos valores de expectativas de resultado e auto-eficácia no grupo de tratamento.

Assim, auto-eficácia conceptualiza a crença na capacidade de nós próprios para organizarmos e executarmos uma tarefa como mediadora da performance em futuras tarefas (Bandura, 1977). Aborda a influência que os juízos de valor do indivíduo têm na sua capacidade de motivação e comportamento. Uma alteração no nível de auto-eficácia poderá predizer uma mudança duradoura no comportamento, caso existam incentivos e habilidades adequadas. Os factores pessoais, comportamentais e ambientais, operam reciprocamente (Determinismo Recíproco). Ou seja, o ambiente afecta os comportamentos e os comportamentos afectam o ambiente.

Na auto-eficácia distinguem-se as expectativas de eficácia e as expectativas de resultado. As expectativas de eficácia são a capacidade percebida para realizar com sucesso um determinado comportamento. As expectativas de resultado são a probabilidade percebida de quando um comportamento produz determinadas consequências. As duas expectativas são variáveis específicas e que mudam constantemente a partir de quatro origens fundamentais: logros de execução, experiências, persuasão e estados psicológicos. Alguns trabalhos fundamentaram-se nestas teorias de Bandura para compreender melhor a relação entre a actividade física e as pessoas. As populações especiais têm sido estudadas com muita frequência. Hughes, Seymour, Campbell, Pollak, Huber, e Sharma (2004) procuraram conhecer o impacto de uma intervenção através de actividade física com multicomponentes (amplitude de movimento, treino de resistência, caminhadas aeróbias, educação para resolução de problemas relacionados com auto-eficácia para o exercício e para a adesão ao exercício em adultos, com osteoartrite nas extremidades baixas) ou seja, uma população especial com problemas funcionais onde provavelmente o seu principal objectivo na participação em actividade física seria a melhoria da saúde, a melhoria da funcionalidade. Compararam os efeitos de um programa de treino realizado num ginásio, seguido de exercício efectuado em casa, com um grupo de controlo. Os indivíduos participantes não representam uma população que tenha aderido por iniciativa própria ao ginásio. Foram recrutados voluntários através de

anúncios. As avaliações foram efectuadas na linha de base e aos 2 e 6 meses após a distribuição dos indivíduos. Todos os participantes no grupo de treino desenvolveram planos individualizados para adesão pós-treino. Houve uma melhoria na adesão ao exercício e na auto-eficácia por parte do grupo de exercício quando comparados com o grupo de controlo. O grupo de exercício também melhorou aos 6 meses em termos de eficácia para aderir ao exercício. As pessoas no grupo de controlo pioraram ao longo do tempo nas mesmas medidas.

Barlow (1998) também estudou a auto-eficácia num grupo de 169 pessoas com espondilose anquilosante, que necessita de forte adesão ao exercício físico, mas não foi encontrada evidência de que a auto-eficácia mediava os resultados. Os participantes valorizavam de forma uniforme o exercício físico, mas não traduziam estas crenças em acção.

Rhodes, Martin, e Taunton (2001) estudaram a forma como a auto-eficácia predizia a adesão a um programa de treino de força para mulheres idosas. A adesão foi medida através da assiduidade. Para predição dos primeiros três meses de adesão, tanto a auto-eficácia como o apoio social contribuíram significativamente para uma variância total de 36%. Para o período dos 4 aos 6 meses, a auto-eficácia explicava 12% da variância na adesão. Concluíram que a inclusão de apoio social geral e o apoio social do programa em questão não contribuíram para uma variância significativa.

A auto-eficácia de um indivíduo face à realização de uma actividade física de intensidade moderada e possuir conhecimentos sobre a saúde e o exercício, são factores que favorecem o seu início (Fruin, Pratt, e Owen, 1991; Rabinowitz, Melamed, Weisberg, Tal, e Ribak, 1992). Os indivíduos com níveis auto-eficácia mais elevados demonstram maior adesão (Faries, 2007).

4.2. Modelo de Associação Cognitiva (Dosil, 2004)

Outra teoria que procura explicar as motivações dos indivíduos para a prática desportiva é proposta por Dosil (2008), baseado nas teorias cognitivas e tendo em conta as contribuições que propõem a interacção ambiente-indivíduo (Bandura, 1986; Weinberg e Gould, 2007). Apresenta um modelo no qual considera que a motivação é produto da interacção entre o desportista e o ambiente (ver Figura 3). O desportista, perante qualquer situação, realiza uma série de associações cognitivas que dependem de vários factores (individuais, sociais, culturais ou ambientais), os quais fazem com que a situação se perceba como positiva ou negativa (no caso de ser uma situação conhecida), ou neutra (no caso de ser uma situação nova).

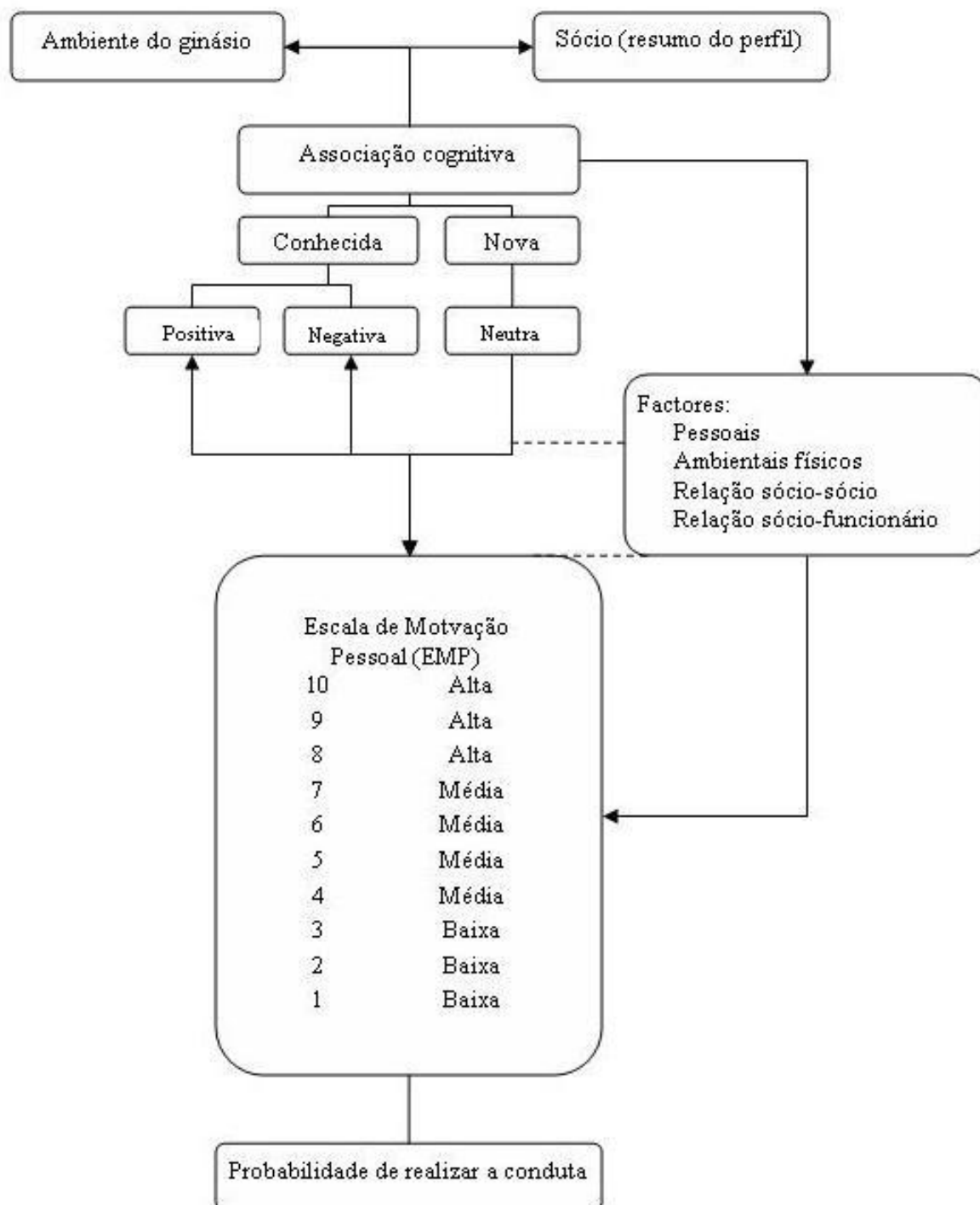


Figura 3. Teoria da associação cognitiva adaptada aos ginásios.

Nota. De *Psicología de la actividad física y del deporte* (p. 139), por Dosil, J., 2004, Madrid: McGraw-Hill. Adaptado com permissão.

As situações em que os aspectos positivos são mais fortes, serão as mais motivantes para o indivíduo; aquelas onde os aspectos negativos sejam mais fortes, serão menos motivantes para o indivíduo. Quando uma situação é irrelevante com

aspectos positivos e negativos, então considerar-se-á neutra e o indivíduo não estará motivado nem desmotivado para realizar a conduta. No entanto, é possível através desses factores comentados, a situação chegar a transformar-se em positiva ou negativa.

Nesta teoria o indivíduo desempenha um papel fundamental (Dosil, 2004). Por isso se propõe o desenvolvimento de uma escala de motivação pessoal (ver Figura 4), com uma pontuação numérica de 0 (nada motivante) a 10 (muito motivante), com a ajuda da qual o indivíduo possa avaliar as situações e informar se as percebe como positivas, negativas ou neutras.

10 Muito motivante
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0 Nada motivante

Figura 4 Escala de motivação pessoal (EMP).

Nota. De *Psicología de la actividad física y del deporte*, por Dosil, J., 2004, Madrid: McGraw-Hill. Adaptado com permissão.

As pontuações da Escala de Motivação Pessoal (EMP) obtêm-se a partir de factores citados anteriormente (individuais, sociais, culturais e ambientais). Entre os factores individuais, as experiências prévias e o desafio que a actividade a avaliar pressupõe são fundamentais. Com estes elementos entram em jogo a motivação intrínseca e extrínseca, a motivação para o ego e para a tarefa. Geralmente, quanto maior é o desafio para o desportista e melhores são as experiências anteriores, maior é a motivação. Os aspectos sociais também têm um papel importante, podendo condicionar a pontuação (exemplo: que um amigo lhe comunique que já tenha efectuado essa actividade e que é muito divertida). Da mesma forma, os factores culturais e ambientais podem ter um valor relevante nas decisões do desportista. A cultura em que vive pode converter uma actividade em positiva ou negativa (ex: o

futebol pode ser uma actividade motivante em algumas culturas). Tal como o ambiente-contexto (ex: os amigos que se reúnem para realizar uma actividade desportiva e isso implique tomar algo posteriormente). Esta teoria pela sua base cognitiva e cultural servirá de modelo explicativo ao longo do trabalho para ajudar a compreender e para formular hipóteses explicativas dos motivos da adesão e abandono da actividade física.

4.3. Modelo Transteórico: Fases de Mudança (Prochaska, 1992)

O modelo transteórico (Prochaska, DiClemente, e Norcross, 1992) baseia-se no facto dos indivíduos progredirem através de fases de mudança e do movimento através dessas fases ser cíclico, em vez de linear, porque muitas pessoas não são bem sucedidas na manutenção e nas mudanças de estilo de vida (ver Figura 5).

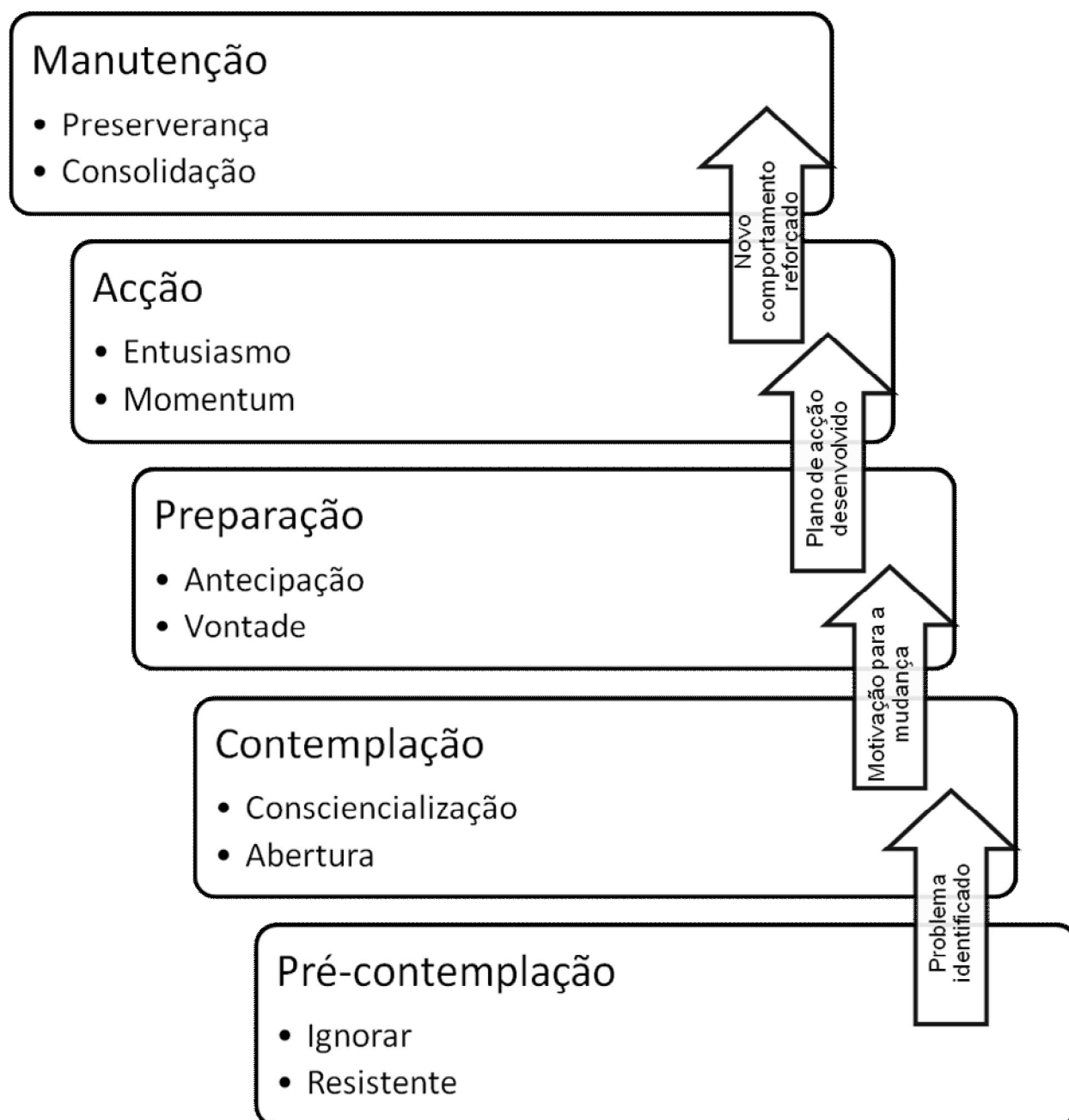


Figura 5 Modelo transteórico.

Este modelo é conceptualizado em termos de várias dimensões. Os constructos centrais, em torno dos quais as suas dimensões estão organizadas, são as fases de mudança. Estas representam categorias ordenadas em torno de um continuum de prontidão motivacional para mudar um comportamento problemático. As transições entre as fases de mudança são tornadas efectivas por uma série de variáveis independentes conhecidas pelos processos de mudança. O modelo também incorpora uma série de variáveis de resultado. Estas incluem: equilíbrio de decisão (os prós e

contras da mudança), auto-eficácia (confiança na capacidade de mudança através das situações problema), tentações situacionais para se envolver no comportamento problemático e comportamentos que são específicos da área do problema. Também incluídos entre estas variáveis intermediárias ou dependentes estariam quaisquer variáveis psicológicas, ambientais, culturais, socio-económicas, fisiológicas, bioquímicas ou mesmo variáveis genéticas ou comportamentais específicas dos problemas a serem estudados.

4.3.1. As Cinco Fases de Mudança

Pré contemplação. Fase na qual não existe intenção em mudar o comportamento num futuro previsível.

Contemplação. Fase na qual as pessoas são conscientes da existência do problema e estão seriamente a pensar em ultrapassá-lo mas ainda não se comprometeram a agir.

Preparação. Fase que combina critérios de intenção e comportamentais. Os indivíduos nesta fase tencionam agir no próximo mês e não foram bem sucedidos nas acções efectuadas no ano anterior.

Acção. Fase na qual os indivíduos modificam o seu comportamento, experiências ou ambiente de forma a ultrapassarem os seus problemas.

Manutenção. Fase na qual as pessoas trabalham para prevenir a recaída e consolidar os ganhos conseguidos durante a acção.

4.3.2. Processos de Mudança

São uma dimensão do modelo transteórico e permitem compreender como ocorrem as mudanças de comportamento. São considerados dez processos de mudança.

Elevação de consciência. Esforços por parte do indivíduo para procurar nova informação e para conseguir uma compreensão e algum feedback acerca do comportamento problemático. Exemplos de intervenções: observações, confrontações, interpretações, biblioterapia.

Contra-condicionamento. Aprendizagem de um comportamento que é contrário daquele indesejável. Exemplos de intervenções: relaxamento, assertividade, auto-instruções positivas.

Alívio dramático. Experimentar e expressar sensações acerca do comportamento problemático e potenciais soluções. Exemplos de intervenções: psicodrama, dramatização.

Reavaliação ambiental. Consideração e avaliação da forma como o problema comportamental afecta o ambiente físico e social. Exemplos de intervenções: treino de empatia, documentários.

Relações de ajuda. Confiar, aceitar e utilizar o apoio de outros indivíduos durante as tentativas de mudança do comportamento problemático.

Gestão do reforço. Recompensar-se a si próprio ou ser recompensado por outros por efectuar as mudanças. Exemplos de intervenções: contratos de contingência, reforços, auto-recompensa.

Auto-liberação. Escolha e compromisso para mudar o comportamento problemático, incluindo crença na capacidade para mudar. Exemplos de intervenções: terapia de tomada de decisão, “resoluções de Ano Novo”, técnicas de logoterapia, técnicas de melhoria do compromisso.

Auto-reavaliação. Reapreciação emocional e cognitiva dos valores no que respeita ao comportamento problemático. Exemplos de intervenções: clarificação de valores, visualização, experiência emocional correctiva.

Liberação social. Tomada de consciência, disponibilização e aceitação por parte do indivíduo da alternativa e estilos de vida, livres de problemas na sociedade. Exemplos de intervenções: habilitar, autorizar, intervenções ao nível das políticas.

Controlo dos estímulos. Controlo das situações e outras causas que originam o comportamento problemático. Exemplos de intervenções: adicionar estímulos que encorajam comportamentos alternativos, reestruturação do ambiente, evitar “falas” de risco elevado, técnicas de desvanecimento.

O modelo transteórico também contempla a matriz de decisões conceptualizada por Janis e Mann (1977) como uma forma de comparação entre ganhos e perdas. Estas medidas de equilíbrio (prós e contras) são de importância crítica no modelo transteórico. O equilíbrio entre os prós e os contras varia dependendo da fase de mudança em que o indivíduo se encontra.

Este modelo transteórico foi utilizado por Plotnikoff, Hotz, Birkett, e Courneya (2001) para tentar prever as transições entre as fases de mudança no exercício físico. Os autores são bastante críticos em relação ao sucesso do modelo. No seu estudo, nenhum dos constructos do modelo transteórico foi capaz de prever a mudança para diante da fase de preparação.

Outros autores encontraram mais utilidade no modelo. Cole, Leonard, Hammond, e Fridinger (1998) avaliaram um programa com três níveis de incentivos para promover a actividade física regular de intensidade moderada entre funcionários que trabalhavam numa agência federal. O objectivo era avaliar os efeitos a curto prazo da intervenção, através da examinação das fases pelas quais as pessoas passam, para tornarem permanentes as mudanças na actividade física. Os indicadores da forma como se dão as mudanças na actividade física basearam-se numa versão modificada do modelo transteórico. Utilizaram um grupo de 1192 indivíduos que foi testado para

verificarem em que fase se encontravam antes e depois da intervenção. Os resultados indicaram o seguinte: 6,5% regrediram uma ou mais fases, 30,3% não regrediram ou progrediram de uma fase para outra, 27,7% mantiveram-se na fase de manutenção e 35,4% progrediram uma fase (21,1%) ou mais (14,3%) fases durante a intervenção de 50 dias. Neste caso, os resultados reforçam a noção de que o conceito das fases de mudança pode servir como indicador do processo de mudança.

Outra utilização do modelo transteórico ocorre ao nível da eficácia do personal training num estudo de McClaran (2003) com 129 clientes voluntários de idades compreendidas entre os 20 e os 65 anos. Trabalharam com um personal trainer durante 10 semanas. Na sua sessão inicial os clientes avaliaram a fase em que se encontravam. Após essa avaliação inicial, os clientes encontravam-se com o personal trainer uma vez por semana e tinham conversas objectivas sobre técnicas de resolução de problemas (determinar benefícios da actividade física, barreiras do exercício físico, recrutamento do sistema de apoio, estabelecer objectivos e prevenção de recaídas) e sugestões específicas para os outros dias de exercício físico da semana. No final das 10 semanas os clientes foram avaliados novamente. Do total da amostra, 27 indivíduos estavam na fase de manutenção e nenhum deles baixou de fase. Os outros 102 clientes tiveram um movimento ascendente significativo ($p < 0,01$) na conclusão do programa. 61 clientes avançaram uma fase e 13 clientes avançaram duas fases, 27 clientes mantiveram-se na mesma fase e um cliente baixou uma fase. Assim, os resultados sugerem que o personal training (um instrutor para um aluno) é um método eficaz para mudar atitudes e incrementar a quantidade de actividade física. Como foi referido anteriormente o modelo transteórico considera fases de mudança e Nishida, Suzuki, Wang, e Kira (2004) determinaram que a auto eficácia, “benefício psicológico”, “benefício social”, “benefício vital” e “barreira física” eram correlações psicológicas das fases de actividade física/exercício físico em funcionários do sexo masculino. Os autores encontraram uma relação consistente entre a auto-eficácia e a fase de actividade física/exercício físico.

5. Breve Estudio de Caso: o Gainesville Health & Fitness Center (GHFC)

Resumen:

El Gainesville Health and Fitness Center es un gimnasio mundialmente conocido por sus prácticas y por buena fidelización de sus socios. Por este motivo, se decidió analizar este ejemplo en este capítulo, para lo que acudimos a visitar “in situ” dicho Centro. La apertura en la forma de gestión nos permitió acceder a reuniones, a la administración y a todo tipo de información interna del gimnasio. Una de las características más llamativas de esta organización es que es capaz de mantener más de 70% de sus 24.000 socios en una ciudad de 124.000 habitantes, de los cuales casi la mitad son estudiantes universitarios (pagan los cerca de 38 dólares, en vez de usar las instalaciones deportivas gratuitas de la Universidad de Florida). El gimnasio tiene socios de todas las edades, cerca de treinta por ciento son gente de más de cincuenta y cinco años de edad y hay algunos que están ahí desde los años setenta. Sus más de trescientos funcionarios trabajan para mantener la ciudad como la comunidad más saludable de los E.U.A. La realidad social no es sencilla, puesto que además de luchar contra la competencia (Universidad y otros gimnasios), se debe tener en cuenta que EUA es un país con una cultura de consumo y unas tasas de sedentarismo excesivamente altas.

Los funcionarios son contratados por su actitud y trabajan con elevada coherencia en relación a la misión del gimnasio. Se entrenan los procedimientos a diario, hay un sentimiento de que el gimnasio también es suyo, y se orientan para los resultados, intentando hacer cosas simples, pero muy bien hechas. El ambiente del gimnasio es muy positivo, procurando la máxima integración del socio y tratándolos a todos de igual forma.

Un aspecto esencial en el gimnasio son las denominadas “rocas” de los departamentos, sobre las que se basan las acciones de todos. Son pequeñas declaraciones de intenciones dentro de la gran misión del gimnasio y, como las crearon todos, se comprometen con más facilidad.

O Gainesville Health & Fitness Center é um ginásio particular com fins lucrativos mundialmente reconhecido como uma referência mundial pela indústria do fitness (IHRSA, 1998). Foi considerado negócio do ano pela Câmara de Comércio da área de Gainesville em 2004, vencedor do prémio “Empreendedor do Ano” da Universidade da Florida em 2004, iniciou e contribuiu arduamente para o processo de atribuição do prémio “Comunidade Mais Saudável da América” atribuído pela Wellness Councils of America em 2003 à cidade de Gainesville, considerado ainda ginásio do ano em 2001 pela International Health Racquet and Sportsclub Association e considerado entre os dez melhores clubes por várias revistas na área do fitness.

É um ginásio admirado não só pelos especialistas do fitness, mas também já é visto como uma empresa de referência e organização modelo, a estudar por parte de outras empresas, universidades e gestores. Por essas razões, pela longevidade e excelentes resultados em termos de retenção de sócios, procuramos analisar esta organização *in loco* durante mais de trinta horas, tentando observar e analisar a razão do sucesso deste clube e com o objectivo de tentar ter uma melhor compreensão da percepção dos sócios de um ginásio de êxito. O sistema de trabalho durante a estadia foi: entrevistas aos responsáveis dos departamentos, a participação em reuniões operacionais, sessões de formação interna, reuniões de balanço e análise de problemas, acompanhando vários tipos de funcionários do clube e ainda experimentando o clube como um utilizador comum ou como um “cliente mistério”. Dessa experiência breve mas intensa foi ainda possível descrever as razões que parecem ser a base do sucesso na retenção de sócios neste ginásio.

Os números deste ginásio impressionam: quase 30 anos de existência, algo mais de 6 mil metros quadrados (nasceu com muito menos) divididos por dois edifícios, quase 24 mil sócios, aproximadamente 300 funcionários, \$45 USD de mensalidade que inclui todas as actividades do clube: sala de musculação onde os instrutores mudam pesos, fazem ajustamentos, registam os valores no programa de treino e ensinam princípios de treino; aulas de grupo (mais de 150 semanais); campo

de basquetebol com dimensões oficiais e seis tabelas disponíveis; piscina e tanque de hidroterapia; zona de pesos livres com mais de 90 peças de equipamento; duas grandes zonas de equipamento cardiovascular com cerca de 200 peças de equipamento; balneários; sessões educativas, etc. Os únicos serviços pelos quais os sócios têm de pagar uma quantia extra, são: personal training (nem sequer é anunciado, pois não é centro de lucro primordial do clube, no entanto factura mais de um milhão de euros por ano), programa de redução de peso e aulas de pilates®. Mas o valor mais impressionante que o GHFC apresenta, numa indústria que luta para manter os seus clientes, é: 73% de retenção de sócios.

A população de sócios de alegria contagiante do GHFC é constituída por cerca de 30% de baby-boomers, mas as idades oscilam entre os 13 anos de idade e os 90. Existem sócios a frequentar o clube desde a sua fundação em meados dos anos 70.

Os funcionários trabalham em equipa e todos os supervisores já exerceram funções na recepção, na sala de musculação e noutros espaços do clube. Ou seja, os funcionários que assumem funções de supervisão realizam uma aprendizagem interna transversal. São pessoas que colocam em acção a missão do clube: *To keep Gainesville the healthiest community in America one person at a time, one business at a time*. Ou seja: manter Gainesville como a comunidade mais saudável da América, uma pessoa de cada vez e um negócio de cada vez. A antiga missão do clube pretendia tornar Gainesville na cidade mais saudável da América, mas como isso foi conseguido, tiveram de alterar os seus objectivos.

O que torna a acção deste ginásio mais interessante e um grande desafio, é o meio difícil em que se insere:

1. Uma população universitária a rondar os 50 mil alunos da Universidade da Florida, a qual dispõe de forma gratuita de vastas instalações desportivas: mais de quatro instalações de fitness, mais de vinte campos relvados, piscinas, vários courts, ginásios em todos os pavilhões, estádios para várias modalidades,

instalações de apoio a esses estádios, pistas de atletismo, um enorme campo de golfe, etc.

2. Uma população de 117,182 habitantes na cidade de Gainesville, o que significa cerca de 20% da população da cidade a treinar no clube. Isso implica difusão rápida de notícias positivas e negativas do ginásio.

3. O facto da população americana ser extremamente sedentária, deslocando-se exclusivamente de automóvel e não mais de 10 a 15 minutos para acederem a serviços, recorrendo a todo o tipo de automatismos para evitar dispêndios energéticos.

4. Existência de vários ginásios e instalações do tipo YMCA na cidade.

5. Solicitações recreativas concorrentes, pois a cidade está a menos de duas horas das praias da Florida, da cidade de Orlando, de Daytona e de outros locais de diversão e lazer.

Neste clube as pessoas não vivem para treinar, por isso não gastam inúmeras horas no ginásio. Treinam essencialmente para melhorar a sua saúde e qualidade de vida através do exercício físico. O GHFC vende saúde, educa as pessoas para melhorarem o seu estilo de vida num ambiente não intimidatório.

As razões do sucesso desta empresa parecem basear-se entre outras:

1. No sonho, visão e liderança de Joe Cirulli (o dono e fundador).
2. Nos funcionários (sobretudo a forma como eles são recrutados: pela sua atitude e talento e não pelas suas qualificações).
3. Na liderança: todos os funcionários têm formação interna sobre liderança, comunicação e de relacionamento interpessoal e as primeiras sessões de formação para os funcionários que aspiram a um cargo de supervisor, são sempre sobre comunicação.

4. Na formação (a palavra Inglesa é training; neste clube faz todo o sentido, pois o treino dos funcionários ao nível do serviço é de facto regular e quase diário).
5. No sentido de pertença (Ownership): os funcionários agem sempre como se o clube fosse deles.
6. Na orientação para os resultados: neste clube os procedimentos são ultrapassados quando os resultados o exigem.
7. Nas coisas simples, muito bem-feitas e com emoção genuína.
8. No ambiente livre de intimidação através do tratamento igual a todos os sócios, da decoração, da música, da recepção, das técnicas de marketing utilizadas, da forma como se realizam as vendas e se introduzem os novos sócios no clube, etc.
9. No claro conhecimento de: quem somos, de onde vimos e para onde vamos.
10. Na resolução de problemas na base de: reflexão sobre as próprias experiências - reformulação de pequenas coisas no sistema - aplicação imediata - repetição do ciclo.

5.1 Acções Directamente Relacionadas Com a Retenção

5.1.1 As Rochas (The Rocks)

No GHFC, para além de terem definido uma missão para o clube e de alinharem os procedimentos com essa missão, também criaram a chamada “rocha” do clube e cada departamento criou as suas próprias “rochas”. A rocha do clube está alinhada pela missão do clube e as rochas do departamento estão alinhadas pela rocha

do clube. Isto cria coerência na actuação porque, como foi referido anteriormente, os funcionários actuam de acordo com estas orientações filosóficas que ajudaram a criar. Os princípios de trabalho, as normas, a filosofia não foram impostos, mas criados e desenvolvidos com o envolvimento dos funcionários do ginásio. Daí que se comprometam mais facilmente com o ginásio.

Tabela 13
As Rochas do GHFC

Sector	Orientação
Vendas	Inscrevendo sócios, encontrando futuros sócios, focando as suas necessidades e mantendo relacionamentos e integrando-os na nossa família.
Manutenção	Proporcionando um ambiente imaculado (livre de manchas) e seguro. Proporcionando um ambiente espectacularmente limpo e seguro para os nossos sócios, convidados e funcionários e mantendo toda a nossa maquinaria em excelente condição.
Clube dos miúdos	Proporcionando um ambiente simpático (atraente) e seguro. Proporcionando uma experiência entretida e divertida para as crianças num ambiente seguro.
Personal training	Permitindo (tornando possível) que os clientes atinjam os seus objectivos de saúde e condição física enquanto se fomentam relacionamentos positivos.
Publicidade	Criando publicidade convincente e gráficos que façam com que as pessoas telefonem a perguntar sobre adesões de sócio e sobre os nossos programas.
Relações públicas	Criando oportunidades de relações públicas e promovendo a consciência de eventos merecedores de serem notícia internamente e externamente nos media locais e nacionais.
Supervisor	Liderar todos os funcionários para exceder as expectativas do serviço. Motivando e treinando os funcionários, sendo contabilista de todas as operações do clube e excedendo as expectativas do serviço para os actuais e futuros sócios.
Instrutores de fitness	Ajudar os sócios a obterem resultados enquanto constroem relacionamentos.
Fisioterapia <i>Request</i>	Responder a todas as questões de saúde dos sócios e ajudar os pacientes na transição entre completarem a reabilitação e a tornarem-se sócios para toda a vida.
Aulas de grupo	Aumentar a participação nos nossos programas proporcionando um ambiente divertido, desafiante e seguro que se dirija para as necessidades físicas e emocionais dos participantes.
Recepcionista	Sendo um centro convidativo e informativo. Criando uma impressão inicial e final favorável para toda a gente que entra e liga para o nosso clube, dando-lhes as boas vindas e mantendo relacionamentos e proporcionando soluções.

Estas rochas (ver Tabela 13) encontram-se expostas em painéis nos bastidores do clube e assentam sobre a: Rocha da Nossa Empresa - Conquistar e reter sócios focando as necessidades dos actuais e futuros sócios (ver Figura 6).

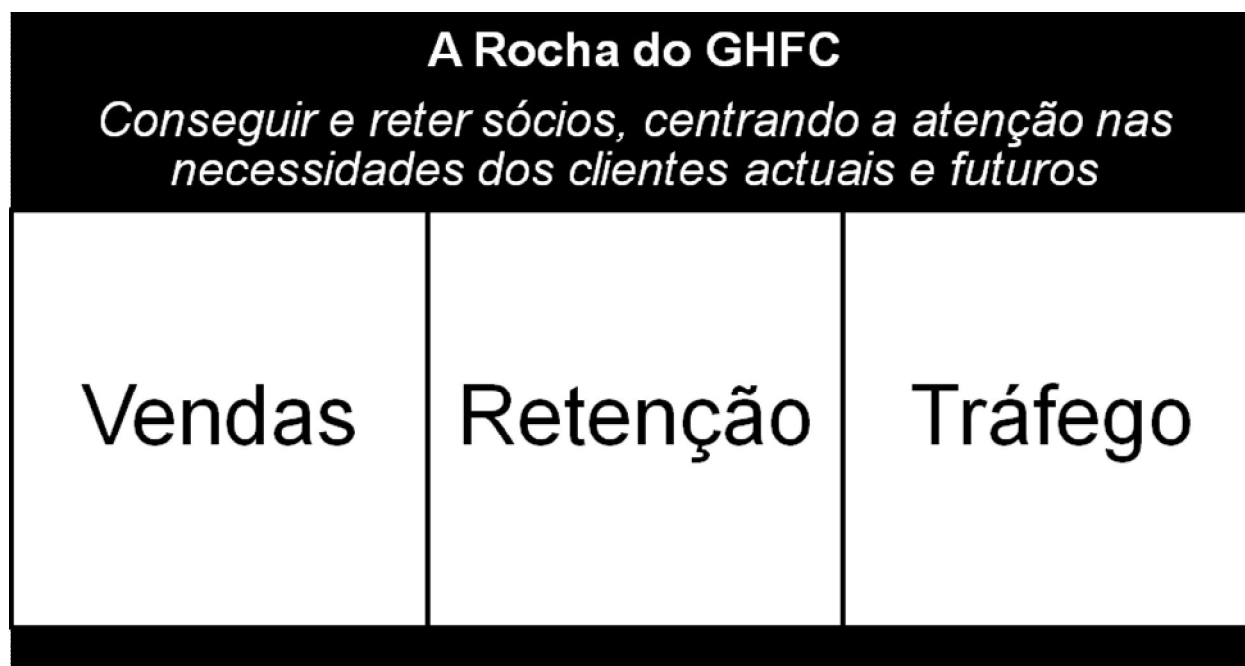


Figura 6. As rochas do Gainesville Health e Fitness Center.

5.2 Procedimentos Adicionais Que Fomentam a Manutenção dos Sócios no GHFC

Esta organização é muito flexível e capaz de se adaptar a novas exigências. Por isso, as situações mais rigorosas em termos de políticas e procedimentos estão relacionadas com a missão, as rochas e o serviço aos clientes. No entanto, ao nível da retenção procuram ainda algumas acções adicionais (sabendo que é no dia a dia que fomentam a manutenção dos sócios). Têm por isso cuidado especial com os sócios que estão a 6 meses de renovar o seu contrato (que habitualmente é de 2 anos) e com os sócios que vieram menos de 4 vezes durante um mês. Efectuam portanto acções de prevenção a que podemos mesmo chamar de “prevenção de recaída”. Aliás, os vários procedimentos dos funcionários baseiam-se muito mais na prevenção do que na resolução de problemas e emergências. Os sócios que visitam mais do que 10 vezes num mês o clube também são alvo de uma abordagem especial. Junto destes se procura saber se gostariam de experimentar alguma aula ou serviço diferente e faz-se uma oferta. Solicita-se também a estes sócios que tenham a amabilidade de referir alguns amigos para serem contactados no sentido de virem a ser sócios. “Prevenção de

recaída”, apoio social, afixação de sinais que mostram ideias positivas sobre o exercício físico, um sistema interno de televisão, conhecer o melhor possível o sócio, não deixar cair a emoção dos sócios, seminários educativos sobre saúde e estilo de vida, aulas diversificadas que incluem várias ofertas para as populações especiais (hipertensos, obesos, artríticos, etc), um percurso inicial do sócio acompanhado de perto pelo chamado consultor de fitness, são estratégias que ajudam a manter os sócios durante vários anos.

Resumindo, uma coerência de actuação prática cheia de atitudes preventivas e educativas num ambiente familiar e livre de intimidação onde os sócios são tratados pelo seu nome e reconhecidos como individualidades numa população enorme (24 mil sócios). A visão é clara e flui através de todos os funcionários do clube que a colocam em prática com muita dedicação. Isto vem reforçar ideias como as de Rittner (2005), que refere que os clientes de um ginásio reconhecem atributos como consistência, competência, honestidade, justiça, responsabilidade, prestatividade e boa vontade dos serviços prestados através do profissionalismo, idoneidade, assiduidade, seriedade e educação demonstrados pelos funcionários junto dos alunos. O ponto que se destaca e premeia é a confiança e a relação pessoal. O relacionamento não pode ser efectuado de forma mecânica. Necessita da presença do elemento humano verdadeiramente interessado e comprometido com o cliente.

ESTUDO 1

Criação do Questionário de Percepção do Ambiente do Ginásio - QPAG

1. Introdução

O sedentarismo é um dos problemas mais importantes da sociedade actual. Os governos têm promovido políticas que pretendem prevenir a falta de exercício na população, para as quais elaboraram programas que procuram implementar ao longo de todo o ciclo vital (Muévete Bogotá na Colômbia, Agita São Paulo no Brasil, etc...). Foi demonstrado que o exercício físico realizado de forma regular e com a intensidade apropriada, proporciona benefícios físicos, psicológicos e sociais (OMS, 2006). A maior parte da população é consciente disso, no entanto, são poucas as pessoas que incorporam o exercício regular na sua vida diária.

Nos últimos tempos, o leque de possibilidades para realizar exercício físico aumentou consideravelmente. O aparecimento da indústria do fitness marcou um acontecimento sem precedentes, com uma oferta ampla de actividades num ambiente agradável e controlado (health clubs, ginásios ou fitness centers). Segundo a International Health Racquet & Sportsclub Association, IHRSA (2006) a indústria do fitness move aproximadamente 5% da população da Península Ibérica, com uma facturação estimada em 450 milhões de euros. No entanto, o interesse científico por este tipo de actividades não recebeu atenção até muito recentemente (Lagrosen e Lagrosen, 2007). A maior parte dos trabalhos centraram-se na relação qualidade-satisfação dos utilizadores (Lam, Zhang, e Jensen, 2005), os motivos para praticar actividades físicas nos ginásios (Moutão, 2004) e a dualidade adesão-abandono (Dishman e Buckworth, 1996). Este último aspecto é preocupante, tanto para a indústria (por causar perdas económicas volumosas), como para o próprio praticante, pois o abandono da actividade não permite obter os benefícios que esta proporciona à sua saúde. A adesão-abandono do exercício são problemas que têm estado presentes entre os profissionais do exercício e os responsáveis pela saúde pública durante décadas, mas apenas começaram a ser estudados de forma sistemática nos últimos 20 anos. (William e Klein, 2004). A taxa de abandono de um programa de exercício mantém-se elevada até aos 12 meses, com uma média de abandono de 50% (Comoss,

1988; Song e Lee, 2001). Uma das peculiaridades da maioria dos ginásios é a quantidade de pessoas que iniciam um programa de treino e não são capazes de o manter (Sassatelli, 1999). Esta circunstância pode explicar o facto do número de ex-sócios ser mais elevado do que o dos sócios activos nos centros de fitness (IHRSA, 1998).

A percepção do ambiente do ginásio pode ser determinante no momento de iniciar, manter ou abandonar uma actividade física. Neste sentido, Lindgren e Fridlund (2000), estudaram as percepções de um grupo de mulheres sedentárias sobre os health clubs, tendo como resultado que, a maioria era da opinião que, nestes centros existe uma cultura excessivamente centrada em pessoas bem treinadas, na beleza física e em corpos magros.

A participação em actividades físicas também está condicionada por factores ambientais (Humpel, Owen, e Leslie, 2002). Os modelos ecológicos defendem que o ambiente social e físico, assim como os factores individuais, têm um papel fundamental no processo de mudança para comportamentos saudáveis (McNeill, Wyrwich, Brownson, Clark, e Kreuter, 2006). Stahl, Rutten, Nutbeam, Bauman, Abel, e Luschen (2001) reforçam essa situação, ao afirmar que parecem existir relações entre os aspectos do ambiente social-físico e a participação na actividade física.

Weinberg e Gould (2007), dividem os factores associados à participação no exercício físico em: demográficos, cognitivos/personalidade, comportamentos, ambiente social, ambiente físico e características da actividade. Consideram que, entre estes factores, existem uma série de determinantes que fomentam positivamente a participação na actividade física: a educação, o género masculino, os rendimentos económicos, o prazer com o exercício físico, esperar benefícios de saúde, a intenção de fazer exercício físico, a percepção da saúde, a auto-eficácia para o exercício, a auto-motivação, a coesão de grupo, influências familiares no passado, apoio social, acesso real e acesso percebido às instalações, programa de grupo e qualidades do líder do exercício.

As razões sociais parecem ser um factor chave para que os sócios se mantenham nos ginásios, nas quais influem aspectos concretos como: a gestão do ginásio, os funcionários em geral, os outros sócios, os professores, os programas de treino (Thompson e Wankel, 1980), as aulas (Glaros e Janelle, 2001), os serviços, o preço (Della Vigna e Malmendier, 2006), o apoio social (Kendler, 2001), a valorização do exercício (Annesi, 2004), a luminosidade dos ginásios, os equipamentos, a temperatura, os espaços, a limpeza, a falta de tempo (Tahara et al, 2003; Brownson et al. 2001), o acesso e localização, o estacionamento, a recepção ou as experiências anteriores positivas ou negativas dos indivíduos (Sena, 2006).

Relativamente ao abandono, os motivos que geralmente se apontam para desistir da prática de actividades físicas, são: individuais (personalidade, características psicológicas, cognitivas e biológicas); culturais (hábitos de pensamento, crenças pessoais, etc.); sociais (afectivos); motivos ambientais (ambiente físico, características da actividade, programas, etc.) (Dosil, 2004; IHRSA, 1998).

A perspectiva que se defende neste trabalho é a de William e Klein (2004), segundo a qual, é necessário conhecer as características dos utilizadores para ajudar a compreender como intervir desde que se inicia um programa de exercício físico de um ginásio e, desta forma, fomentar a adesão e reduzir as taxas de abandono. Para isso, é apresentado o processo de elaboração de um Questionário que pretende medir a percepção que os utilizadores têm dos ginásios, com a finalidade de que, os resultados permitam prever, de certa forma, a probabilidade do utilizador (sócio) se manter, ou abandonar a actividade a curto, médio e longo prazo.

2. Metodologia

2.1 Processo de Elaboração do Questionário

Fase 1: Revisão da Bibliografia Específica Sobre Questionários de Satisfação em Serviços e Sobre Adesão ao Exercício Físico.

Uma das maiores dificuldades com que nos deparámos ao elaborar a primeira versão do Questionário, foi a escassez de meios específicos de avaliação sobre a temática a estudar (a influência que tem o ambiente dos ginásios na adesão e no abandono). Entre os instrumentos revistos, o mais próximo daquilo que pretendemos estudar é o Quality Assessment Scale - SQAS (Lam, Zhang, e Jensen, 2005), que pretende avaliar a qualidade dos ginásios. Por isso, ampliou-se a procura a outros instrumentos que, de alguma forma, avaliam a satisfação com os serviços e a qualidade dos mesmos. Encontraram-se os seguintes questionários:

- Service Satisfaction Scale - SSS30 (Eisen, Shaul, Clarridge, Nelson, e Spink, 1999).
- Client Satisfaction Questionnaire - CSQ8 (Hawthorne, Green, Lohr, Hough, e Smith, 1999).
- Verona Service Satisfaction Scale - VSSS (Ruggeri, Lasalvia, Dall'agnola, Wijngaarden, Knudsen, Leese, et al., 2000).

Ainda assim, consultaram-se outros instrumentos que tratam de delimitar as razões pelas quais as pessoas fazem exercício físico (tema próximo ao nosso objecto de estudo):

- Self Motivation Inventory - SMI (Dishman, Ickes, e Morgan, 1980).
- Perceived Barrier to Exercise - PBE (Tappe, Duda, e Ehmwald, 1989).
- Perceived Health e Exercise Participation Profile - PHEPP (Shakiba, 2006).

- Commitment to Exercise Scale - CES (Davis, Brewer, e Ratusny, 1993).
- Exercise Self-Efficacy Scale ESES (Bandura, 1997).
- Fitness Instructors Knowledge Assessment - FIKA (Malek, Nalbone, Berger, e Coburn, 2002).

Estes instrumentos serviram de base para construir uma primeira aproximação às questões que poderiam formar parte do Questionário para esta investigação. Desta forma, nesta primeira fase, centramo-nos no ambiente físico e social do ginásio, assim como nas variáveis pessoais que podem ter influência na participação e manutenção de actividades físicas. Uma vez que todos os itens giravam em torno destes aspectos, considerou-se apropriada a denominação de: Questionário de Percepção do Ambiente dos Ginásios (QPAG).

Fase 2: Formulação dos itens do QPAG

O primeiro esboço do QPAG, consta de 163 itens, que se formularam a partir do apoio teórico consultado, entrevistas com profissionais de ginásios, especialistas em psicologia desportiva e sócios de ginásios. Agruparam-se da seguinte forma:

- 13 itens com a finalidade de caracterizar individualmente o sócio.
- 55 itens relacionados com os pensamentos do sócio.
- 95 itens vinculados ao ambiente do ginásio, dos quais 45 se referiam ao ambiente físico e 49 ao ambiente social.

Neste processo, atendendo às indicações dos especialistas consultados, seleccionaram-se 78 itens que constituem a versão inicial do QPAG. O agrupamento destes itens, foi o seguinte:

- Ambiente social (29 itens).
- Ambiente físico (24 itens).
- Factores pessoais (25 itens).

Fase 3: Aplicação da Versão Inicial a Uma Amostra Reduzida de Sócios de Ginásios

Esta fase da construção do questionário tem por finalidade comprovar se a redacção dos itens é a apropriada, assim como se as questões são compreensíveis para qualquer utilizador. Escolheu-se uma amostra de 48 sócios de ginásios de Portugal. Eliminaram-se aqueles itens que mostraram algum tipo de dificuldade na compreensão, assim como aqueles que não eram discriminativos (um total de 18).

Fase 4: Revisão Por Parte de Especialistas

O questionário de 60 itens foi revisto por 11 especialistas em Psicologia Básica, Psicologia do Desporto, Avaliação Psicológica e Professores de Educação Física com Experiência em Ginásios. Foi-lhes solicitada a tarefa de avaliar se os itens são apropriados para o que se pretende medir, assim como a sua clareza e facilidade de compreensão. Nesta fase eliminaram-se 10 itens. Igualmente, foi-lhes pedida a sua opinião sobre a forma de apresentação da versão definitiva.

Fase 5: Estudo Piloto Com Uma Reduzida Amostra de Sócios de Ginásios (N = 193).

O questionário com 50 itens, foi preenchido por uma amostra reduzida de sócios de ginásios de Portugal (N = 193). O objectivo pretendido nesta avaliação foi comprovar a redacção, a compreensão e as tendências de resposta (Salveti e Pimenta, 2005) com uma amostra significativa para esta investigação.

Fase 6: Elaboração do Questionário Para Aplicação Definitiva a Uma Amostra de Sócios de Ginásios.

Eliminaram-se definitivamente 10 itens, que se identificaram como inapropriados nos mecanismos de avaliação anteriores. Desta forma, a Versão Preliminar 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, Marea, 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.
- Sexo.
- Estado civil.
- Tempo como sócio do ginásio.
- Frequência de utilização semanal do ginásio.
- Horário habitual de utilização do ginásio.
- Actividades e serviços mais utilizados no ginásio.
- Experiência em ginásios.

- Forma de pagamento.
- Objectivos para ir ao ginásio.

Fase 7: Aplicação do Instrumento a Uma Amostra de Sócios de Ginásios (N = 320).

A versão preliminar do QPAG, resultante do procedimento anteriormente exposto, administrou-se a 320 sócios de ginásios de Portugal, que apresentam as características que se descrevem na amostra.

2.2 Amostra

Como se indicou anteriormente, esta versão do QPAG aplicou-se a uma amostra de 320 indivíduos, sócios de ginásios de Portugal, com uma média de idade de 31,77 anos ($DP = 11,56$), dos quais 45,9% são homens e 54,1% são mulheres. Quanto ao estado civil, 41,3% estão casados, 51,3% solteiros e 7,5% apresentam outra situação. Relativamente ao tempo que levam como associados ao seu ginásio, 5,3% indicam menos de um mês, 1,6% um mês, 5,9% dois meses, 5% três meses, 2,2% quatro meses, 1,6% cinco meses, 3,8% seis meses e a maior parte (74,7%) mais de seis meses. No que respeita à frequência semanal de utilização do ginásio, 5,3% indicam frequentar uma ou menos vezes por semana, 21,9% uma a duas vezes por semana, 37,8% duas a três vezes por semana e 35% mais de três vezes por semana (ver Tabela 14).

Tabela 14
Características da Amostra

Variável	Sub-grupo	N	Porcentagem	Média	Desvio Padrão
Idade		320	100,0	31,77	11,56
Sexo	Masculino	147	45,9		
	Feminino	173	54,1		
Estado civil	Casados	132	41,3		
	Solteiros	164	51,3		
	Outra situação	24	7,5		
Tempo como associado	Menos de um mês	17	5,3		
	Um mês	5	1,6		
	Dois meses	19	5,9		
	Três meses	16	5,0		
	Quatro meses	7	2,2		
	Cinco meses	5	1,6		
	Seis meses	12	3,8		
	Mais de seis meses	239	74,7		
Frequência semanal	1 ou menos vezes	17	5,3		
	1 a 2 vezes	70	21,9		
	2 a 3 vezes	121	37,8		
	Mais de 3 vezes	112	35,0		

Relativamente ao horário mais utilizado pelos sócios, o mais escolhido é o das 16:31 às 20:30 (53,8%) e o menos utilizado é das 14:01 às 16:30 (8,8%). Quanto às actividades que os sócios realizam no ginásio, 125 (39,1%) frequentam aulas de grupo, 244 (76,3%) a sala de musculação/cárdio, 26 (8,1%) praticam outras actividades ou utilizam outros serviços do ginásio e somente 2 (0,6%) têm um personal trainer. Relativamente à experiência como utilizadores de ginásios, 45% afirmam conhecer apenas o seu ginásio, 22,8% conheceram ginásios melhores, 9,4% conheceram outros piores, e 22,2% conheceram tanto ginásios piores como melhores. Quanto à forma de efectuarem o pagamento das quotas do ginásio, 74,3% efectuam mensalmente, 13,5% anualmente, 5,6% em cada aula realizada e 6,6% afirmam estar noutra situação. Os resultados sobre os motivos principais que levaram os sócios ao ginásio, indicam como mais escolhido *melhorar a condição física* (70,3%), seguido de *melhorar a minha saúde* (53,4%); os motivos menos escolhidos foram *porque os ginásios estão na moda* (0%) e *encontrar novos desafios* (3,2%) (ver Tabela 15).

Tabela 15
Características da Amostra

Grupo	Sub-grupo	N	Percentagem
Horário mais utilizado	Abertura até às 11	56	17,5
	11:01 às 14:00	39	12,2
	14:01 às 16:30	28	8,8
	16:31 às 20:30	172	53,8
	20:31 até ao encerramento	62	19,4
Actividades	Aulas de grupo	125	39,1
	Musculação/cárdio	244	76,3
	Outras	26	8,1
	Personal training	2	0,6
Experiência em ginásios	Somente este	144	45,0
	Melhores	73	22,8
	Piores	30	9,4
	Piores e melhores	71	22,2
Tipo de pagamento	Mensalmente	238	74,3
	Anual	43	13,5
	Cada aula	18	5,6
	Outra situação	21	6,6
Principais objectivos	Transformar o aspecto do meu corpo	120	37,5
	Conhecer novos amigos	30	9,4
	Porque os ginásios estão na moda	0	0,0
	Controlar o meu peso	97	30,3
	Melhorar a minha saúde	171	53,4
	Encontrar novos desafios	10	3,1
	Descontrair após um dia de trabalho	84	26,3
Melhorar a condição física	225	70,3	

2.3 Procedimento

Num primeiro momento, e apresentando uma exposição globalizante dos objectivos do trabalho, contactaram-se (via telefónica e/ou e-mail) todos os ginásios da zona norte de Portugal Continental, dos quais se podia obter informação comercial, através de contacto electrónico. Uma vez que a taxa de respostas, manifestando interesse na colaboração do trabalho que se propunha foi baixa, alargou-se a zona geográfica ao resto do país. Responderam afirmativamente 18 centros de fitness de Portugal, aos quais foi explicado de forma mais pormenorizada o objectivo que se pretendia atingir, bem como as instruções de aplicação do instrumento de recolha de informação. Desta forma, e num segundo momento, procedeu-se à entrega dos questionários nos ginásios. Enviaram-se 900 questionários e receberam-se 341, tendo-

se assim obtido uma taxa de respostas de 37,8%. Destas, eliminaram-se 21 por deficiências de preenchimento, o que perfaz um rácio final de sucesso de 35,55%.

A recolha da amostra realizou-se entre os meses de Janeiro e Março de 2007.

A análise dos dados obtidos neste trabalho foi realizada mediante o programa estatístico SPSS, na sua versão 14.1.

3. Resultados

Uma vez realizada a recolha de dados nos diferentes ginásios, procedeu-se à sua análise. Em primeiro lugar observaram-se as frequências das respostas ao teste com o objectivo de reduzir o número de itens do questionário. Descartam-se os itens que apresentavam uma tendência muito elevada a um ou outro pólo de respostas (0 pontos ou 6 pontos). Com esta medida, reduziu-se o número de itens do questionário para posteriormente efectuar a análise factorial a fim de agrupar os itens por factores que se correspondam às grandes áreas objecto de estudo: ambiente social, ambiente físico e factores pessoais.

Realizou-se o teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) para verificar se as correlações parciais entre as variáveis eram suficientemente pequenas. Os valores baixos neste teste indicam que a análise factorial pode não ser uma boa opção mas na nossa investigação a pontuação obtida foi de 0,925 com elevada significância ($p < 0,001$), pelo que se procedeu à análise factorial.

Depois de descartar mediante análise dos factores dos itens não válidos, pela sua carga factorial, pela repetição em mais de um factor ou saturação num só valor, passou-se à elaboração de um Questionário de 4 factores que inclui 26 itens. A variância explicada foi de 50,26%. Apesar de não possuir uma variância excessivamente elevada, decidiu-se manter o modelo de 4 factores com 26 itens: (a) relação entre o sócio e os funcionários/professores, (b) relação entre o sócio e os demais sócios do ginásio, (c) ambiente físico do ginásio e (d) factores pessoais.

A análise realizou-se mediante a matriz de componentes principais, com rotação Varimax, medida ortogonal de rotação que minimiza o número de variáveis que têm saturação alta num factor. A razão de utilizar este método deve-se ao objectivo de agrupar os itens em cada factor e não a reduzir o número de factores.

O primeiro factor (ver Tabela 16), está formado por 10 itens, onde os aspectos da relação entre os professores e outros funcionários do ginásio se revelam preponderantes. O coeficiente de consistência interna é de 0,92 para este factor.

Tabela 16
Factor 1. Relação Sócio – Funcionários/Professores (10 itens)

Factor 1	Itens	Eigenvalue	Alpha
Relação	(17) Os funcionários interessam-se por mim.	0,638	0,92
Sócio-	(29) Os professores preocupam-se comigo como pessoa.	0,732	
Funcionários	(31) Os professores explicam de forma que eu compreendo.	0,742	
	(33) Quando falo aos professores, estes escutam-me atentamente.	0,792	
	(35) Os professores dispensam sempre algum tempo para mim.	0,743	
	(39) Os professores dão igual atenção a toda a gente.	0,694	
	(41) Os funcionários do ginásio são pontuais.	0,694	
	(43) Os funcionários estão sempre apresentáveis.	0,719	
	(45) A competência dos funcionários é elevada.	0,752	
	(50) Os professores trabalham com paixão	0,692	

O segundo factor (ver Tabela 17), é formado por 7 itens, onde os aspectos do ambiente físico se salientam: temperatura, acessos, iluminação, aspecto do local, equipamentos, instalações e limpeza. Este factor apresenta um coeficiente de consistência interna de 0,82.

Tabela 17
Factor 2: Ambiente Físico (7 itens)

Factor	Itens	Eigenvalue	Alpha
Ambiente Físico	(12) A temperatura do ginásio é agradável para treinar.	0,742	0,82
	(15) Este ginásio tem bons acessos.	0,505	
	(18) A luz do ginásio é adequada para treinar.	0,475	
	(21) Este ginásio é muito bonito.	0,729	
	(24) Este ginásio tem todos os equipamentos que eu necessito.	0,625	
	(27) As instalações deste ginásio são muito boas.	0,789	
	(34) O ginásio está limpo.	0,548	

O terceiro factor (ver Tabela 18), está formado por 4 itens que revelam a forma de relacionamento entre sócios. O coeficiente de consistência interna é de 0,77.

Tabela 18
Factor 3: Relação Sócio – Outros Sócios (4 itens)

Factor	Itens	Eigenvalue	Alpha
Relação Sócio-Sócio	(20) Os outros sócios ajudaram-me na integração neste ginásio.	0,799	0,77
	(23) Fui bem recebido pelos outros sócios.	0,738	
	(26) Os outros sócios são simpáticos.	0,677	
	(48) Fiz amigos neste ginásio.	0,733	

O quarto factor (ver Tabela 19), está formado por 5 itens, onde se apresentam alguns factores pessoais que podem influir na percepção que o sócio tem do ginásio. O coeficiente de consistência interna é de 0,53.

Tabela 19
Factor 4: Factores Pessoais (5 itens)

Factor	Itens	Eigenvalue	Alpha
Factores Pessoais	(13) Ir ao ginásio fica caro.	0,257	0,53
	(19) Fazer exercício físico no ginásio é aborrecido.	0,688	
	(22) Treinar é um grande sacrifício para mim.	0,738	
	(25) Ir ao ginásio implica muita disponibilidade de tempo.	0,630	
	(32) Ainda não atingi os meus objectivos neste ginásio.	0,497	

A partir da extracção dos itens e sua inclusão em cada um dos factores, realizou-se um cálculo de validade preditiva, mediante a correlação das pontuações do QPAG com três itens gerais sobre ambiente físico, ambiente social e factores pessoais (que se formularam no final do questionário por não encontrarmos instrumentos que medissem os mesmos factores). A correlação foi significativa ($p < 0,01$) entre o factor *social global* e os factores *relação sócio-funcionários*, *ambiente físico* e *relação sócio-sócio*. Também se obteve uma correlação significativa entre o factor *físico global* e o factor *ambiente físico* ($r = 0,782$, $p < 0,01$) (ver Tabela 20).

Tabela 20
Correlação de Pearson da Média de Cada Factor Com os 3 Itens de Apreciação Global

Media Factor	Motivação global	Físico global	Social global
F1 (sócio-funcionários)	0,478**	0,441**	0,629***
F2 (ambiente físico)	0,431**	0,782***	0,526***
F3 (sócio-outros sócios)	0,317**	0,234*	0,524***
F4 (factores pessoais)	0,310**	0,277*	0,243*

Nota: Para nível de significância de 0,01

* Correlação fraca

** Correlação moderada

*** Correlação forte

No que respeita à fiabilidade do QPAG, utilizou-se o Alfa de Cronbach para “medir a homogeneidade dos componentes da escala, ou seja, a consistência interna dos itens”, considerado o meio mais utilizado para estimar a consistência de uma escala inteira (Hair et al., 1998) podendo definir-se como a correlação que se espera obter entre a escala usada e outras escalas hipotéticas do mesmo universo, com igual número de itens, que meçam a mesma característica (Kanning, 2006).

A fidelidade foi determinada com base na correlação média entre os itens do questionário, sendo o Alfa de Cronbach total do QPAG de 0,88. (ver Tabela 21). Os factores pessoais apresentaram o alfa mais baixo: 0,53.

Tabela 21
Variâncias do QPAG

Factores	Alfa de Cronbach
F1 (sócio-funcionários)	0,92
F2 (ambiente físico)	0,82
F3 (sócio-outros sócios)	0,77
F4 (factores pessoais)	0,53
QPAG	0,88

4. Discussão

Neste trabalho apresentou-se a versão preliminar do Questionário de Percepção do Ambiente do Ginásio (QPAG). As análises efectuadas inicialmente permitem indicar que o QPAG é um instrumento fiável e com uma validade preditiva alta (Cohen, 1988). 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 factorial (Thomas e Nelson, 2002), da que resultaram quatro factores: *relação sócio-funcionários* (ambiente social), *relação sócio-sócio* (ambiente social), *ambiente físico*, e *factores pessoais*.

O ambiente social do ginásio é um factor determinante na adesão ao exercício, sendo habitualmente determinado pelas relações que se estabelecem entre sócios e entre sócio-funcionários. Barnett e Casper (2001) assinalam que o ambiente social

engloba todas as interações que se produzem no ginásio, são dinâmicas e mudam ao longo do tempo por condicionantes internos e externos.

Dentro do ambiente social, a relação sócio-funcionários é fundamental para compreender o clima emocional do ginásio, razão pela qual se justifica a sua inclusão como factor dentro do Questionário que acabamos de apresentar. Diferentes investigações (Antunes, 2003; Annesi, 1999; Betti, 2007; Wininger, 2002) deram ênfase à correspondência entre a adesão ao exercício e a personalidade dos professores. No trabalho de Wininger (2002) analisa-se a percepção que 296 mulheres têm dos seus monitores nas aulas de aeróbica, concluindo que as características como, a condição física do instrutor e a capacidade de comunicar, têm uma relação directa com a participação nas aulas. Annesi (1999) avalia a personalidade e os estilos de comportamento de 15 profissionais do exercício, referindo que aqueles que tinham um maior controlo sobre o grupo eram os que alcançavam quotas maiores de adesão entre os seus clientes. Esta capacidade de controlo dos participantes não é fácil e está ligada à personalidade do professor. Nesta linha, Antunes (2003) indica que são muitos os instrutores que se consideram pouco preparados para assumir determinadas funções de actuação.

Outro dos factores (dentro do ambiente social) que se extraem ao analisar o QPAG é a relação entre sócios. O apoio social tem uma influência directa na actividade física, tanto ao nível da motivação intrínseca como extrínseca (McNeill, Wyrwich, Brownson, Clark, e Kreuter, 2006) e considera-se como o melhor preditor para ser fisicamente activo (Stahl, Rutten, Nutbeam, Bauman, Abel, e Luschen, 2001). Dentro deste factor, a família e os meios de comunicação social, são importantes para a manutenção do exercício (Tahara, Schwartz, e Silva, 2003), mas são as relações entre os sócios que determinam em alguns casos, a adesão da actividade nos ginásios (Wininger, 2002).

O ambiente físico é outro dos factores considerados no QPAG. A influência que tem, a temperatura, o acesso ao ginásio, a iluminação, a percepção de limpeza das

instalações, os equipamentos, etc. São aspectos a ter em conta pelos sócios (McNeill, Wyrwich, Brownson, Clark, e Kreuter, 2006).

Outros contributos, como os de Stahl, Rutten, Nutbeam, Bauman, Abel, e Luschen (2001) confirmam a importância que têm os aspectos vinculados ao ambiente físico, embora, trabalhos como os de Annesi (2002) em ginásios, concretizam que, no abandono, têm mais peso os factores pessoais e o ambiente social. Por outro lado, a IHRSA (1998) indica que o abandono, relaciona-se em primeiro lugar com o ambiente social, e, em segundo lugar com o ambiente físico. Conclusão, os diferentes trabalhos analisados enfatizam o ambiente social como determinante no abandono, outorgando ao ambiente físico um papel complementar na adesão aos ginásios. Este papel vem-se confirmando em trabalhos como os de Annesi (2001), no qual se comprova a influência que têm as medidas “de distração” nos ginásios (ambiente físico), como a música e a televisão, na adesão e no abandono das actividades do ginásio. Os resultados indicam que aqueles sócios que tinham estas medidas ambientais “de distração” obtinham melhores resultados com o exercício e demonstravam uma maior adesão e uma maior capacidade para suportar aulas mais exigentes. Nesta linha de trabalhos sobre o ambiente físico, Tu, Stump e Clar (2004) encontraram uma correlação entre os factores climáticos-ambientais e a assiduidade ao exercício.

Um último grupo de factores analisados no QPAG, são os factores individuais. Aspectos como o preço do ginásio, o tempo disponível, conseguir alcançar objectivos, suportar o aborrecimento, etc... Também têm influência na percepção que uma pessoa vai criando do ginásio onde treina. Nesta linha, Lagrosen e Lagrosen (2007) indicam como o prazer por fazer exercício, a mudança mental que supõe a prática e o desafio pessoal ao realizar esforços físicos, são dimensões de qualidade nos ginásios.

Definitivamente, as propriedades psicométricas do QPAG permitem prever uma versão final deste instrumento que dê resposta à demanda que existe actualmente na indústria do fitness, pela qual, mediante a percepção que os sócios têm dos ginásios, se possam reduzir os índices de abandono e se encontrem as chaves para aumentar a adesão ao exercício físico nos ginásios.

Desta forma, passaremos à realização de um segundo estudo (ESTUDO 2). Aplicaremos assim o QPAG a uma população de sócios de ginásios de Portugal, a fim de conhecer os motivos que os levam a realizar actividade física, bem como a conhecer a percepção que estes têm do ambiente dos ginásios que frequentam.

ESTUDO 2

Estudo da Percepção da População Portuguesa Sobre os Ginásios

1. Objectivos

Os principais objectivos deste estudo são:

1. Conhecer a percepção que os sócios de ginásios de Portugal têm do ambiente físico e social dos mesmos, bem como dos factores pessoais que influem nesta percepção.
2. Identificar a variação da percepção que os sócios têm do ambiente físico e social dos ginásios em função da: idade, género, do estado civil, do tempo como associado, da frequência semanal de utilização do ginásio, do horário habitual de utilização do ginásio, das principais actividades frequentadas, da experiência em ginásios, da modalidade de pagamento, e dos principais objectivos para ir ao ginásio.
3. Conhecer os motivos que levam as pessoas a aderir aos ginásios.

2. Metodologia

2.1 Amostra

A amostra deste estudo é constituída por 1005 sócios de ginásios, representando parte de uma população global de sócios de ginásios de cerca de 625 mil, nos 1250 ginásios de Portugal (International Health Racquet & Sportsclub Association, 2006; Deloitte e Touche, 2002).

A distribuição da amostra por região geográfica apresenta-se na Tabela 22, onde se pode verificar que a maioria dos sócios dos ginásios são do norte de Portugal.

Tabela 22
Sócios de Ginásios por Região Geográfica

Região geográfica	Frequência	Percentagem
Trás-os-Montes	37	3,7
Grande Porto	286	28,5
Grande Lisboa	113	11,2
Minho	364	36,2
Outras regiões	205	20,4
Total	1005	100,0

No que diz respeito à distribuição da amostra por idades, verifica-se que a média de idades é de 31,74 ($DP = 11,92$). Na Figura 7 podemos verificar que a maioria dos sócios tem entre 25 e 35 anos de idade, sendo o grupo de maiores de 55 anos o menos representativo.

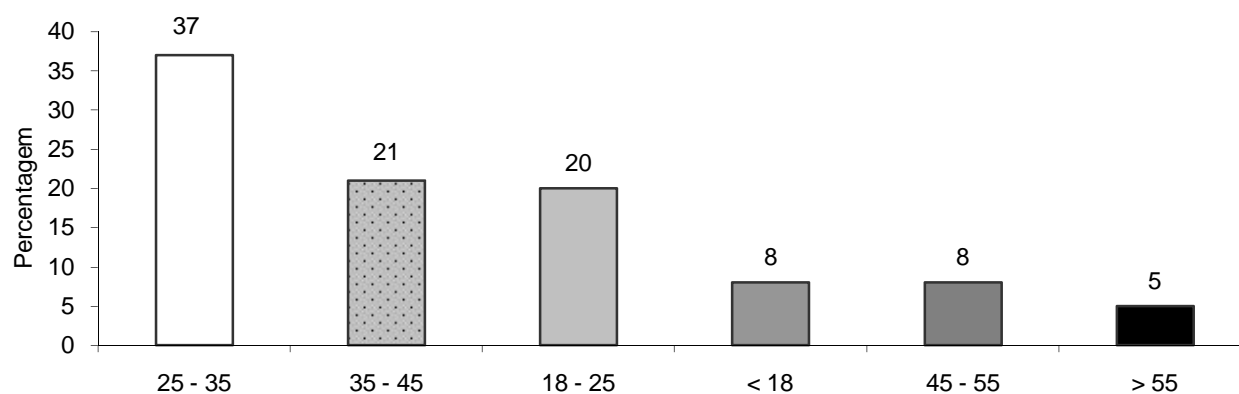


Figura 7. Idade dos sócios por grupos etários.

Relativamente ao género dos sócios, a maioria são mulheres (ver Figura 8).

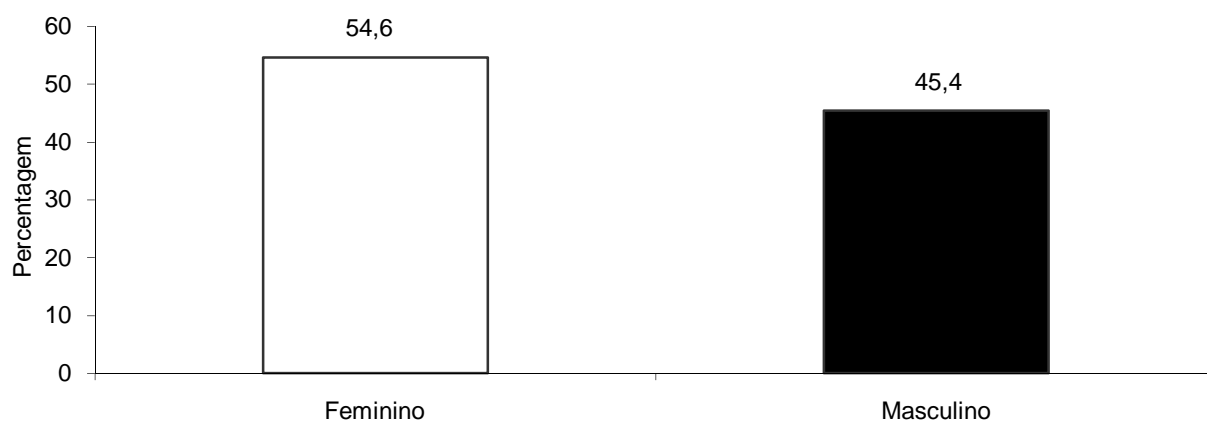


Figura 8. Género dos sócios.

Quanto ao estado civil, os sócios da amostra são maioritariamente solteiros como podemos ver na Figura 9.

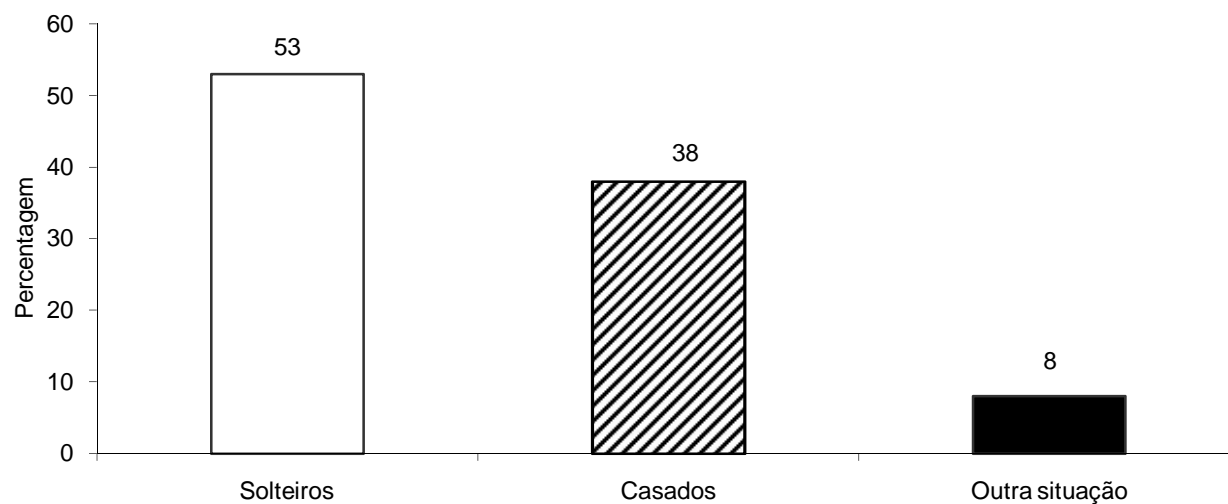


Figura 9. Estado civil.

Relativamente ao tempo que levam como associados ao seu ginásio, a maioria dos indivíduos são sócios do ginásio há mais de seis meses, distribuindo-se os restantes sócios de forma muito similar pelos restantes sub-grupos (ver Figura 10).

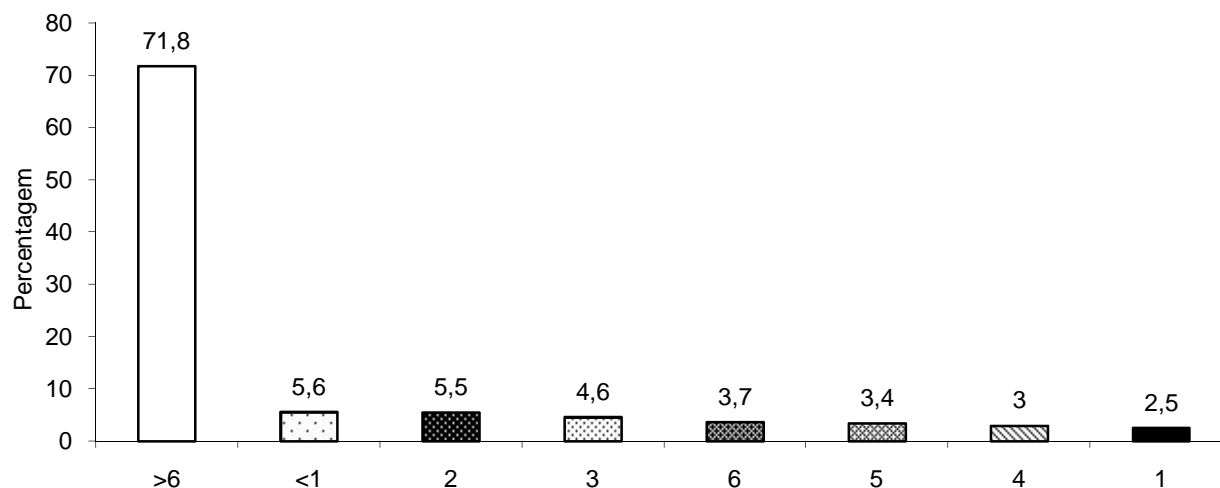


Figura 10. Tempo como associado (meses).

Quanto à frequência semanal de utilização do ginásio, a distribuição da amostra efectua-se de forma similar entre os indivíduos que frequentam o ginásio duas a três vezes por semana e os sócios que frequentam mais de três vezes por semana (ver Figura 11).

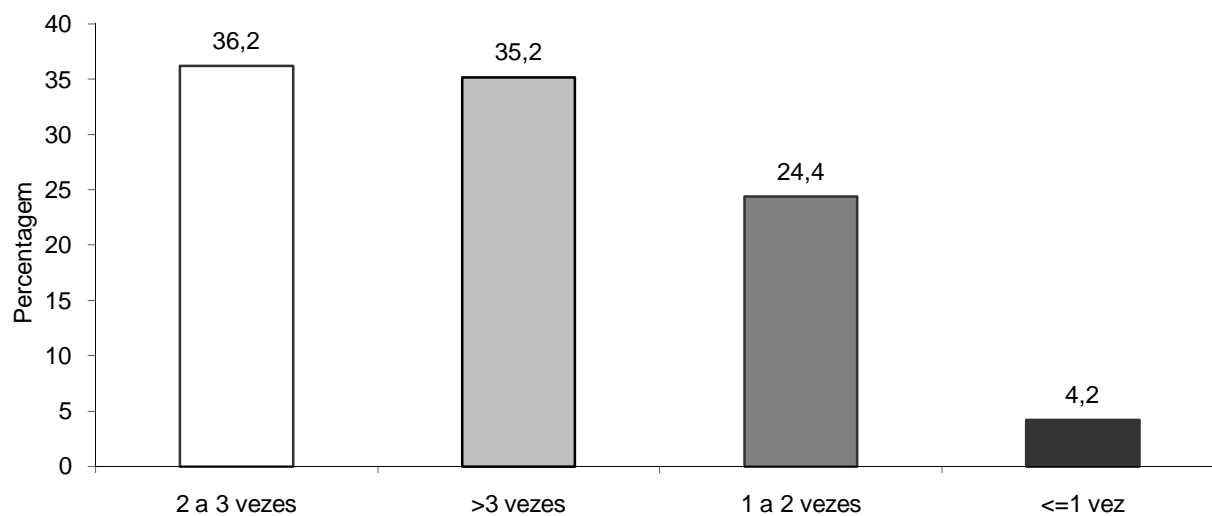


Figura 11. Frequência semanal de utilização do ginásio.

Relativamente à experiência como utilizadores de ginásios, a grande maioria conhece apenas o ginásio que frequenta, havendo uma distribuição idêntica entre sócios que frequentaram ginásios piores e melhores e sócios que frequentaram ginásios melhores. (ver Figura 12).

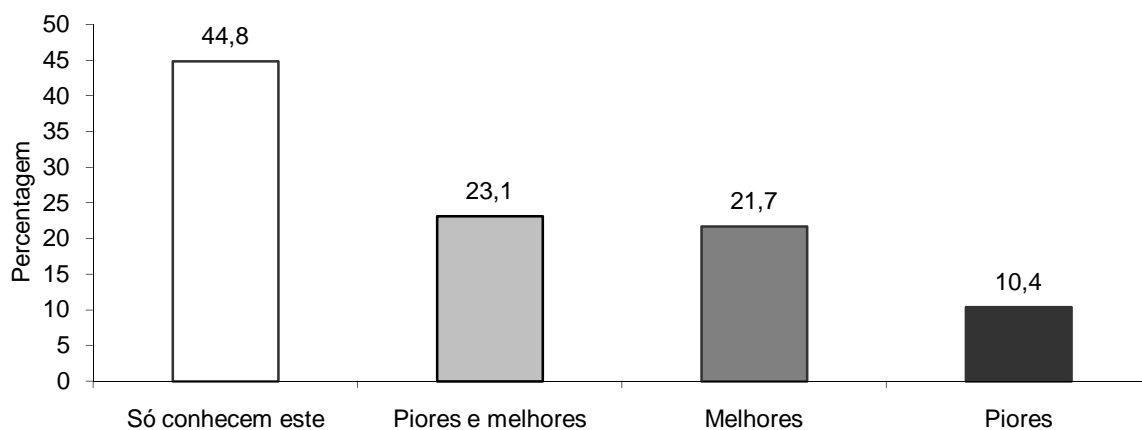


Figura 12. Experiência em ginásios.

Quanto ao tipo de pagamento das quotas do ginásio, uma enorme percentagem dos sócios efectua o pagamento mensal. (ver Figura 13).

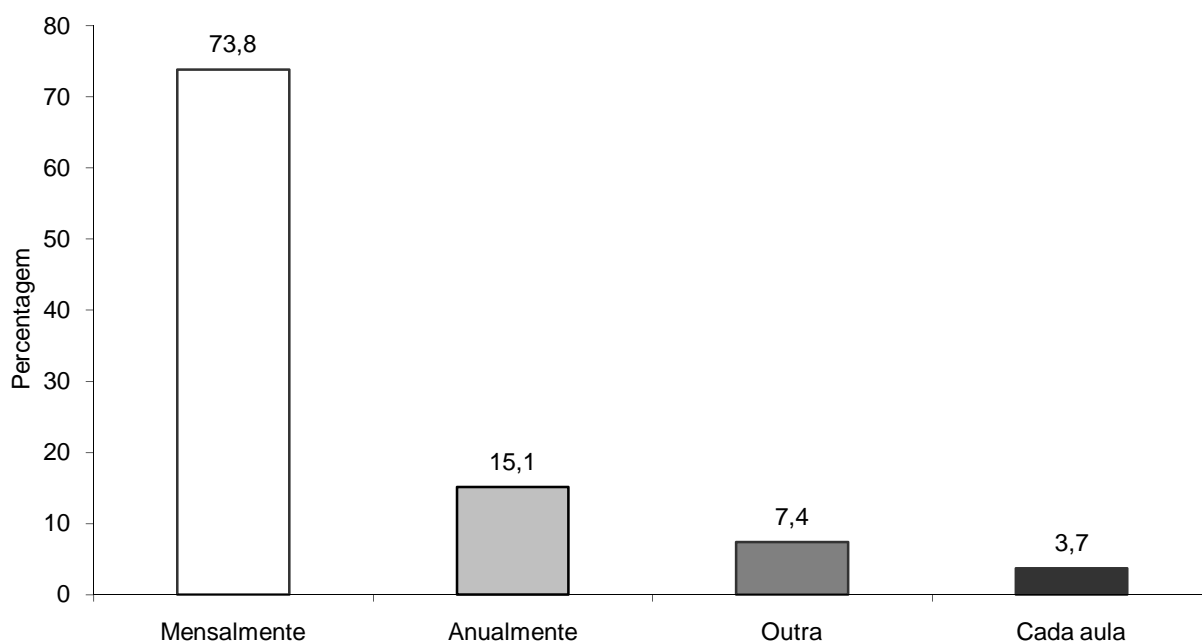


Figura 13. Tipo de pagamento.

Quanto ao horário mais utilizado pelos sócios, mais de metade da amostra utilizava essencialmente o ginásio das 16:31 às 20:30, sendo o horário das 14:01 – 16:30 o menos utilizado (ver Figura 14).

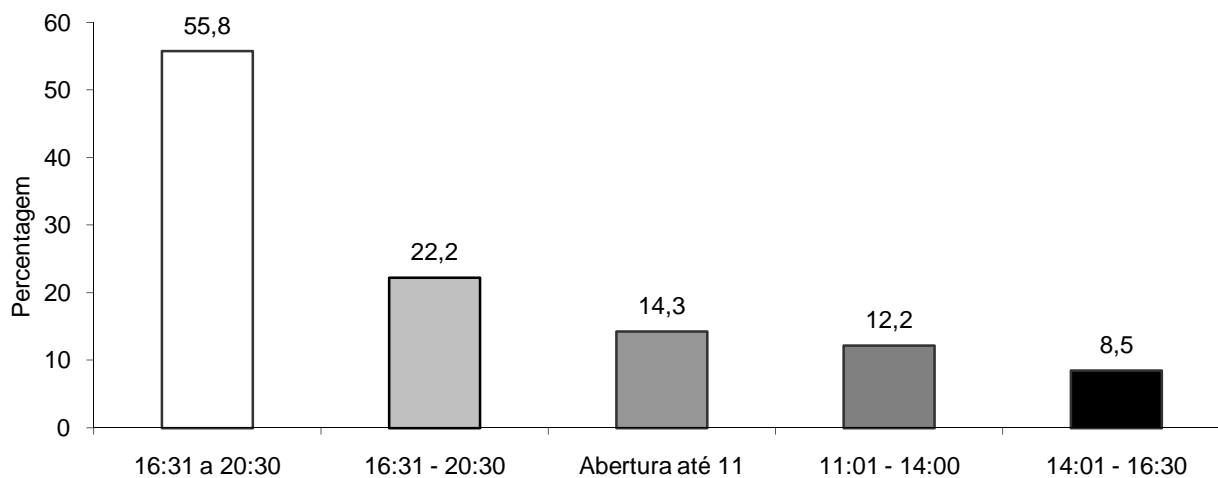


Figura 14. Horário mais utilizado.

A modalidade mais utilizada pelos sócios é a sala de musculação/cárdio, seguida pelas aulas de grupo. O personal training é a actividade menos utilizada (ver Figura 15).

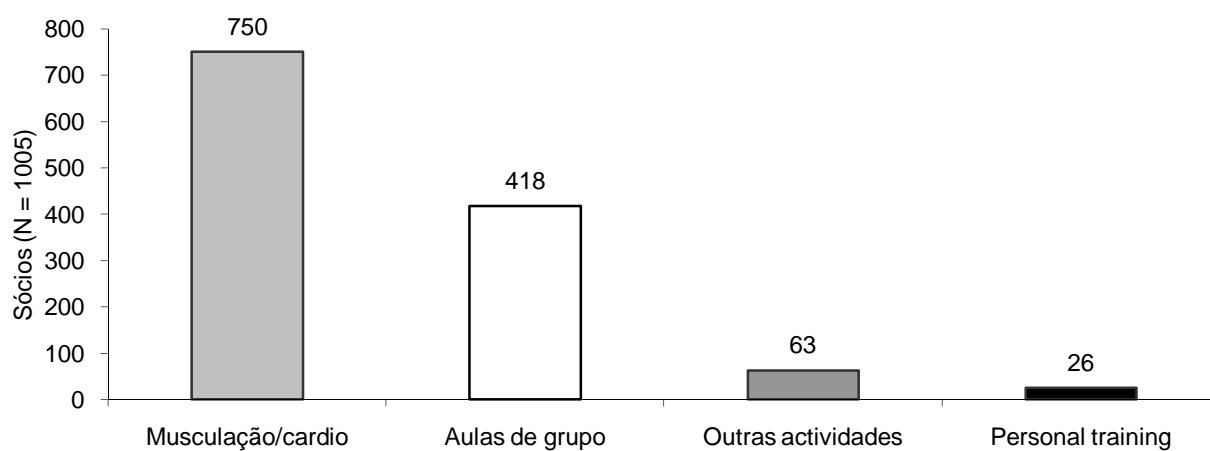


Figura 15. Actividades frequentadas no ginásio.

Finalmente, quanto aos objectivos pelos quais os sócios vão ao ginásio, verifica-se que os três motivos fundamentais são *melhorar a condição física* e *melhorar a minha saúde*, sendo os menos referidos: *encontrar novos desafios* e *porque os ginásios estão na moda* (ver Figura 16).

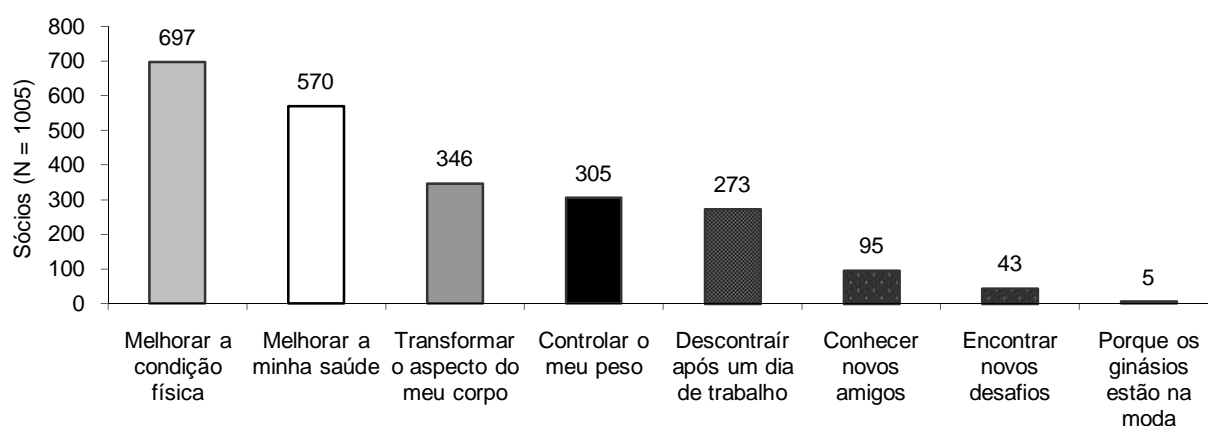


Figura 16. Principais objectivos para ir ao ginásio.

2.2 Instrumento

O instrumento administrado neste estudo foi o Questionário de Percepção do Ambiente do Ginásio (QPAG), anteriormente caracterizado no ESTUDO 1.

2.3 Procedimento

O procedimento levado a cabo neste estudo, constou das seguintes fases:

1. Contactaram-se (via telefónica e/ou e-mail) vários ginásios de Portugal (maioritariamente da zona norte), dos quais se podia obter informação comercial, através de contacto electrónico.

2. Foi explicado aos ginásios, de forma mais pormenorizada o objectivo que se pretendia atingir, bem como as instruções de aplicação do instrumento de recolha de informação.

3. Procedeu-se à entrega dos questionários. Enviaram-se 3000 questionários e receberam-se 1068, tendo-se assim obtido uma taxa de respostas de 35,6%. Nestas

eliminaram-se 63 por deficiências de preenchimento, o que perfaz um rácio final de sucesso de 33,5%.

A recolha da amostra realizou-se entre Março e Julho de 2007.

2.3.1 Análise dos Dados

Para conseguir os objectivos deste estudo, realizaram-se as seguintes análises de dados com o software SPSS 16.0:

1. Estatísticas descritivas: análise de frequências, medidas de tendência central e de dispersão.
2. Testes de comparação de médias para amostras independentes e amostras emparelhadas para determinar se dois conjuntos de variáveis seriam ou não influenciados por outras características da população estudada.
3. Análises *ANOVA* de tipo *One Way* e posteriores *Post Hoc Tests* para verificar qual o efeito de uma variável independente (qualitativa) numa variável dependente (quantitativa). A questão central desta análise consiste em saber se as populações têm ou não médias iguais.

3. Resultados

Objectivo 1: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Cada Um dos Factores Constituintes do QPAG

Hipótese 1: os sócios valorizam mais a *relação sócio-funcionários* no ambiente do ginásio.

A média global obtida neste questionário aplicado à amostra acima descrita, foi de tendência positiva numa escala de seis pontos possíveis.

Os resultados do QPAG indicaram uma diferença significativa entre todos os factores constituintes do questionário. A *relação sócio-funcionários*, foi o factor mais valorizado sobre todos os outros, imediatamente seguido pelo factor *ambiente físico* (ver Tabela 23). Os *factores pessoais* e a *relação sócio-sócio* foram os menos pontuados pelos sócios dos ginásios analisados.

Os sócios revelaram uma valorização elevada do ambiente do ginásio em geral. A média global obtida com o QPAG, numa escala de um máximo de seis pontos, representa 78% em termos de percepção.

Tabela 23

Estatísticas Descritivas e Comparação de Médias dos Factores do QPAG

Factor	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
Relação sócio-funcionários	5,22	0,684	39,064	0,000
Ambiente físico	4,94	0,752	20,154	0,000
Relação sócio-sócio	4,63	0,940	8,388	0,000
Factores pessoais	3,06	0,910	2,118	0,000
QPAG Global	4,46	0,462		

Objectivo 2: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Função dos Grupos Etários de Sócios

Hipótese 2: o ambiente do ginásio é percebido de forma mais negativa consoante a idade aumenta.

Relativamente à idade, os resultados indicam uma valorização global do ambiente do ginásio significativa nos sócios menores de 18 anos ($M = 4,59$; $DP = 0,368$) quando comparados com os sócios entre os 35 e os 45 anos de idade ($M = 4,39$; $DP = 0,472$), $F = 3,083$; $p = 0,009$.

Verifica-se após uma análise de tipo ANOVA e posteriores *Post Hoc Tests*, serem significativos os seguintes resultados: os menores de dezoito anos valorizam

mais o *ambiente físico* do que os indivíduos dos vinte e cinco aos trinta e cinco anos; os sócios entre os vinte e cinco e os trinta e cinco anos de idade, valorizam mais os *factores pessoais* do que os menores de dezoito anos; na *relação sócio-sócio*, o grupo dos menores de dezoito anos valoriza mais a *relação sócio-funcionários* do que todos os outros grupos à excepção do grupo dos maiores de cinquenta e cinco anos (ver Tabela 24).

Tabela 24
Análise de Médias dos Factores em Função dos Grupos Etários dos Sócios

Factor	Idades	n	M	DP	F	Sig	Sheffé
Ambiente físico	G1: < 18	85	5,18	0,631	3,304	0,005	G1 > G3
	G2: 18 - 25	205	5,01	0,681			
	G3: 25 - 35	371	4,85	0,783			
	G4: 35 - 45	208	4,89	0,746			
	G5: 45 - 55	81	4,96	0,823			
	G6: > 55	55	5,01	0,795			
Factores pessoais	G1: < 18	85	2,74	0,749	3,075	0,009	G3 > G1
	G2: 18 - 25	205	3,13	0,882			
	G3: 25 - 35	371	3,12	0,921			
	G4: 35 - 45	208	3,02	0,880			
	G5: 45 - 55	81	3,15	1,067			
	G6: > 55	55	2,94	0,947			
Relação sócio-sócio	G1: < 18	85	5,07	0,797	6,693	0,000	G1 > G2 G1 > G3 G1 > G4 G1 > G5
	G2: 18 - 25	205	4,53	0,962			
	G3: 25 - 35	371	4,65	0,883			
	G4: 35 - 45	208	4,49	0,963			
	G5: 45 - 55	81	4,48	1,048			
	G6: > 55	55	4,89	0,941			
Relação sócio-funcionários	G1: < 18	85	5,36	0,588	3,364	0,005	
	G2: 18 - 25	205	5,17	0,642			
	G3: 25 - 35	371	5,20	0,679			
	G4: 35 - 45	208	5,15	0,744			
	G5: 45 - 55	81	5,30	0,727			
	G6: > 55	55	5,49	0,635			
QPAG Global		105	4,46	0,462			

Objectivo 3: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Função do Género dos Sócios.

Hipótese 3: a percepção do ambiente dos ginásios é similar nos homens e nas mulheres.

A percepção global é significativamente superior nas mulheres do que nos homens.

No entanto, apenas tem significado estatístico, o facto do sexo feminino apresentar uma percepção superior no factor *ambiente físico* e no factor *relação sócio-funcionários* (ver Tabela 25).

Tabela 25
Estatísticas Descritivas dos Factores em Função do Género dos Sócios

Factor	Masc (n=456)		Fem (n=549)		F	Sig
	M	DP	M	DP		
Relação sócio-funcionários	5,12	0,720	5,31	0,642	4,579	0,000
Ambiente físico	4,85	0,738	5,01	0,755	0,018	0,000
Relação sócio-sócio	4,62	0,857	4,63	1,005	10,809	0,001
Factores pessoais	3,08	0,874	3,04	0,940	1,468	0,226
QPAG Global	4,42	0,468	4,50	0,453	8,047	0,05

Objectivo 4: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Função do Estado Civil

Hipótese 4: a percepção do ambiente do ginásio é mais positiva nos indivíduos solteiros

Relativamente ao estado civil, verifica-se que a percepção global nos indivíduos casados é superior à dos solteiros e dos indivíduos noutra situação. A *relação sócio-funcionários* é o factor mais pontuado pelos três grupos: casado, solteiro e outra situação. No entanto, nenhuma das diferenças tem significado estatístico (ver Tabela 26).

Tabela 26
Estatísticas Descritivas dos Factores em Função do Estado Civil dos Sócios

Factor	Casado (n=385)		Solteiro (n=537)		Outra (n=82)		F	Sig
	M	DP	M	DP	M	DP		
Ambiente físico	4,97	0,713	4,95	0,826	4,76	0,775	2,529	0,80
Factores pessoais	3,08	0,916	3,03	1,049	3,16	0,884	0,902	0,406
Relação sócio-sócio	4,61	0,951	4,65	1,016	4,53	0,921	685	504
Relação sócio- funcionários	5,25	0,721	5,21	0,766	5,17	0,645	0,535	0,586
QPAG Global	4,48	0,468	4,46	0,441	4,41	0,477	0,853	0,426

Objectivo 5: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Função do Tempo de Antiguidade do Sócio

Hipótese 5: a percepção do ambiente do ginásio é superior nos sócios com mais antiguidade.

Não foram encontradas diferenças significativas na pontuação global do QPAG quando relacionada com o tempo como associado.

Numa análise mais específica, os *sócios de 1 mês* são os que mais valorizam o *ambiente físico* ($M = 5,41$; $DP = 0,742$; $F = 3,003$; $p = 0,004$). No factor *relação sócio-sócio*, os *sócios há mais de 4 meses* pontuam mais alto ($M = 4,89$; $DP = 0,742$), ($F = 3,689$; $p = 0,001$). (ver Figura 17).

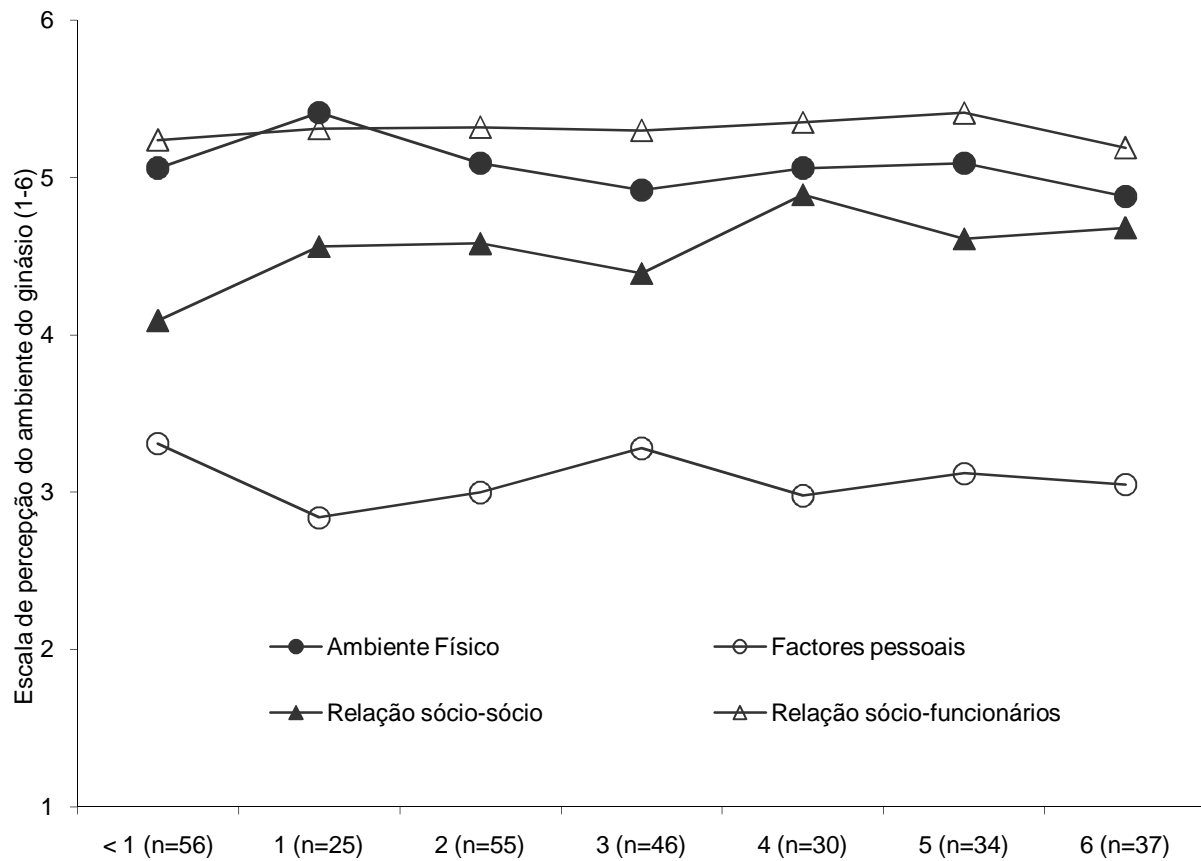


Figura 17. Tempo como associado.

Objectivo 6: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Função da Frequência Semanal de Utilização

Hipótese 6: os sócios com uma maior frequência semanal de utilização do ginásio têm uma percepção mais positiva do ambiente do ginásio.

A frequência semanal de utilização do ginásio, não influencia significativamente a percepção global.

As diferenças de médias dos factores em função da frequência semanal de utilização, revelaram que, relativamente aos *factores pessoais*, os indivíduos que frequentam *uma a duas vezes por semana* têm uma percepção de satisfação superior à

dos indivíduos que frequentam o ginásio *mais do que três vezes por semana* (ver Tabela 27).

Tabela 27

Estatísticas Descritivas dos Factores em Função da Frequência Semanal de Utilização

Factor	Número de vezes								F	Sig.
	< 1 (n=42)		1 - 2 (n=244)		2 - 3 (n=363)		>3 (n=353)			
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP		
Ambiente físico	5,07	0,704	4,92	0,775	4,96	0,669	4,90	0,819	0,943	0,419
Factores pessoais	3,02	0,994	3,23	0,940	3,04	0,895	2,97	0,872	4,206	0,006
Relação sócio-sócio	4,67	0,923	4,56	0,975	4,58	0,953	4,70	0,901	1,466	0,222
Relação sócio-funcionários	5,21	0,554	5,18	0,746	5,23	0,635	5,25	0,706	0,522	0,667
QPAG Global	4,49	0,384	4,48	0,533	4,46	0,427	4,45	0,449	0,189	0,904

Objectivo 7: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Função do Horário Habitual de Utilização do Ginásio

Hipótese 7: os sócios que utilizam habitualmente o horário das 16:31 às 20:30 têm uma percepção mais negativa do ambiente do ginásio.

Quanto ao horário habitual de utilização do ginásio, verifica-se que os indivíduos que frequentam habitualmente o horário 14:01 – 16:30 apresentam um resultado global mais baixo no QPAG. No entanto o resultado não tem significado estatístico.

Numa análise por factores, verificamos resultados significativos no horário abertura até às onze, factor *relação sócio-sócio*, ($F = 0,125$; $t = -2,199$; $p = 0,028$), no horário 14:01-16:30, factor *ambiente físico* ($F = 5,837$; $t = 2,316$; $p = 0,021$) e na *relação sócio-sócio* ($F = 3,659$; $t = 2,020$; $p = 0,044$) e no horário das 20:31 até ao encerramento no factor *relação sócio-sócio* ($F = 0,893$; $t = -1,799$; $p = 0,047$) (ver Tabela 28).

Tabela 28
Estatísticas Descritivas dos Factores em Função do Horário Habitual de Utilização do Ginásio

Factor	< 11:00 (n=144)		11:01 – 14:00 (n=123)		14:01 – 16:30 (n=85)		16:31 – 20:30 (n=561)		> 20:31 (n=223)	
	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>
Ambiente físico	5,02	0,696	4,97	0,643	4,76	0,926	4,95	0,741	4,89	0,811
Factores pessoais	3,13	0,876	3,08	0,930	3,19	0,843	3,03	0,921	3,03	0,912
Relação sócio-sócio	4,47	0,906	4,58	0,863	4,43	1,067	4,64	0,955	4,74	0,910
Relação sócio-funcionários	5,28	0,711	5,17	0,729	5,23	0,710	5,19	0,689	5,30	0,632
QPAG Global	4,47	0,489	4,46	0,462	4,40	0,463	4,46	0,465	4,49	0,456

Objectivo 8: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Função do Tipo de Actividades Realizadas

Hipótese 8: os sócios que frequentam aulas de grupo têm uma percepção mais positiva do ginásio.

Relativamente ao tipo de actividades realizadas no ginásio, os resultados indicam uma valorização global do ambiente do ginásio significativamente superior nos sócios que frequentam *outras actividades/serviços* ($M = 4,58$; $DP = 0,459$; $F = 3,875$; $p = 0,049$) quando comparados com os sócios que frequentam *aulas de grupo* ($M = 4,53$; $DP = 0,466$; $F = 15,974$; $p = 0,000$) e os que frequentam a *sala de musculação/cárdio* ($M = 4,44$; $DP = 0,467$; $F = 10,418$; $p = 0,001$).

Numa análise por factores, verificamos serem significativos os resultados dos indivíduos que frequentam aulas de grupo, no *ambiente físico* ($F = 0,42$; $p = 0,015$), nos *factores pessoais* ($F = 1,355$; $p = 0,015$), na *relação sócio-sócio* ($F = 3,401$; $p = 0,000$), na *relação sócio-funcionários* ($F = 0,434$; $p = 0,019$).

Nos indivíduos que frequentam a sala de musculação/cárdio, nos *factores pessoais* ($F = 0,669$; $p = 0,005$), na *relação sócio-sócio* ($F = 2,367$; $p = 0,000$), na *relação sócio-funcionários* ($F = 2,077$; $p = 0,020$).

Nos indivíduos que frequentam personal training, na *relação sócio-funcionários* ($F = 4,883$; $p = 0,002$).

Nos indivíduos que frequentam outras actividades, no ambiente físico ($F = 1,058$; $p = 0,047$), na *relação sócio-funcionários* ($F = 0,731$; $p = 0,082$).

Os indivíduos que frequentam outras actividades/serviços valorizam mais o *ambiente físico* do que os indivíduos que frequentam aulas de grupo.

Por outro lado, os sócios que frequentam, sobretudo a sala de musculação/cárdio, valorizam mais os *factores pessoais* do que os sócios que frequentam aulas de grupo.

Os indivíduos que frequentam aulas de grupo valorizam mais a *relação sócio-sócio* do que os indivíduos que frequentam a sala de musculação/cárdio e os que frequentam outras actividades/serviços. Entre esses três grupos de sócios, os que frequentam sala de musculação/cárdio são os que menos valorizam a *relação sócio-sócio*.

No que respeita à *relação sócio-funcionários*, os indivíduos que frequentam personal training valorizam este factor mais do que os sócios que frequentam aulas de grupo e os que utilizam a sala de musculação/cárdio. Entre estes dois últimos grupos, os sócios das aulas de grupo apresentam valores superiores.

Tabela 29
Tipo de Actividades Realizadas

Factor	Grupo (n=418)		Musculação/cárdio (n=750)		Personal training (n=26)		Outras (n=63)	
	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>
Ambiente físico	5,01	0,757	4,92	0,748	4,73	1,192	5,12	0,660
Factores pessoais	2,98	0,885	3,11	0,912	2,91	1,086	3,11	0,841
Relação sócio-sócio	4,86	0,883	4,52	0,926	4,80	1,065	4,83	0,902
Relação sócio-funcionários	5,28	0,653	5,19	0,697	5,63	0,413	5,24	0,769
QPAG Global	4,53	0,466	4,44	0,467	4,52	0,421	4,58	0,459

Relativamente ao tipo de actividades realizadas no ginásio, os resultados indicam uma valorização global do ambiente do ginásio significativamente superior nos sócios que frequentam *outras actividades/serviços* ($F = 3,875$; $p = 0,049$) quando comparados com os sócios que frequentam *aulas de grupo* ($F = 15,974$; $p = 0,000$) e os que frequentam a *sala de musculação/cárdio* ($F = 10,418$; $p = 0,001$).

Objectivo 9: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Função da Experiência em Ginásios

Hipótese 9: a percepção do ambiente do ginásio é mais positiva nos sócios que só conheceram o seu ginásio.

Quanto à experiência anterior em ginásios, os resultados indicam uma valorização global do ambiente do ginásio significativamente inferior nos sócios que frequentaram *piores e melhores* ($M = 4,31$; $DP = 0,469$) quando comparados com os sócios que frequentaram *melhores* ($M = 4,55$; $DP = 0,449$) e os que frequentaram *só este* ($M = 4,50$; $DP = 0,453$), $F = 12,115$; $p = 0,000$.

As diferenças de médias dos factores em função da experiência em ginásios, relativamente a diferença de médias tem significado estatístico no factor ambiente físico no qual se verifica que os sócios que referiram, *utilizei piores e melhores* apresentam uma média inferior aos outros sub-grupos ($F = 24,051$; $p = 0,000$). No

factor relação sócio-sócio, verificou-se que *utilizei outros melhores* apresenta uma média superior ao *utilizei piores e melhores* ($F = 3,427$; $p = 0,017$). No factor relação sócio-funcionários, a opção *utilizei piores e melhores* é significativamente inferior aos restantes subgrupos ($F = 9,564$; $p = 0,000$) (ver Tabela 30).

Tabela 30

Estatísticas Descritivas dos Factores em Função da Experiência em Ginásios

Factor	Tipo de ginásios								F	Sig.
	Só este (n=450)		Piores (n=104)		Melhores (n=218)		Piores e melhores (n=233)			
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP		
Ambiente físico	5,03	0,688	4,92	0,743	5,12	0,698	4,60	0,819	24,051	0,000
Factores pessoais	3,04	0,936	2,93	0,922	3,07	0,914	3,17	0,844	2,038	0,107
Relação sócio-sócio	4,66	0,974	4,66	0,914	4,72	0,895	4,47	0,912	3,427	0,017
Relação sócio-funcionários	5,28	0,636	5,32	0,669	5,29	0,705	5,02	0,725	9,564	0,000
QPAG Global	4,50	0,453	4,46	0,437	4,55	0,449	4,31	0,469	12,115	0,000

Objectivo 10: Conhecer a Percepção do Ambiente do Ginásio em Função do Tipo de Pagamento Realizado

Hipótese 10: a percepção do ambiente do ginásio é superior nos sócios que pagam anualmente.

Relativamente ao tipo de pagamento efectuado, os resultados indicam uma valorização global do ambiente do ginásio significativamente inferior nos sócios que pagam a *cada aula que faço* ($M = 4,17$; $DP = 0,403$) quando comparados com os sócios que pagam *mensalmente* ($M = 4,50$; $DP = 0,453$) e os que pagam *anualmente* ($M = 4,42$; $DP = 0,439$), $F = 8,956$; $p = 0,000$.

Após uma análise ANOVA de tipo *One Way* e posteriores *Post Hoc Tests*, verificou-se que apenas são significativas as diferenças: no *factor ambiente físico*, o subgrupo *mensalmente* obteve uma média superior ao subgrupo *cada aula que faço* (F

= 4,213; $p = 0,006$); no *factor relação sócio-sócio*, o subgrupo *cada aula que faço*, apresentou uma média inferior aos subgrupos *mensalmente*, *anualmente* e *outra situação* ($F = 9,281$; $p = 0,000$); no *factor relação sócio funcionários*, o subgrupo *mensalmente* apresentou uma média significativamente superior aos subgrupos *cada aula que faço* e *outra situação*. Adicionalmente, o subgrupo *anualmente* apresentou uma média significativamente superior ao subgrupo *cada aula que faço* ($F = 10,086$; $p = 0,000$) (ver Tabela 31).

Tabela 31
Estatísticas Descritivas dos Factores em Função do Tipo de Pagamento

Factor	Mensal (n=738)		Anual (n=151)		Cada aula (n=37)		Outro (n=79)		F	Sig.
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP		
Ambiente físico	4,98	0,762	4,87	0,715	4,62	0,679	4,81	0,714	4,213	0,006
Factores pessoais	3,04	0,894	3,14	0,991	3,34	0,829	3,02	0,925	1,762	0,153
Relação sócio-sócio	4,70	0,917	4,49	0,898	3,97	0,921	4,50	1,090	9,281	0,000
Relação sócio-funcionários	5,28	0,646	5,15	0,676	4,75	0,751	5,06	0,877	10,086	0,000
QPAG Global	4,50	0,453	4,42	0,439	4,17	0,403	4,35	0,539	8,956	0,000

Objectivo 11: Conhecer os Motivos que Levam os Sócios aos Ginásios

Hipótese 11: melhorar a saúde e a condição física são os principais motivos para ir ao ginásio.

Quanto aos motivos que levam os sócios aos ginásios, os resultados indicam uma valorização global do ambiente do ginásio significativa nos sócios que vão ao ginásio para conhecer novos amigos ($M = 4,60$; $DP = 0,410$; $F = 8,584$; $p = 0,003$), quando comparados com os sócios que frequentaram o ginásio por outros motivos.

Numa análise por factores, apenas se registam diferenças significativas na *relação sócio-sócio* para o grupo *conhecer novos amigos*, entre os sócios que apresentam esse objectivo ($M = 5,13$; $DP = 0,740$) e os que não o referem como tal ($M = 4,57$; $DP = 0,943$). Ver Figura 18.

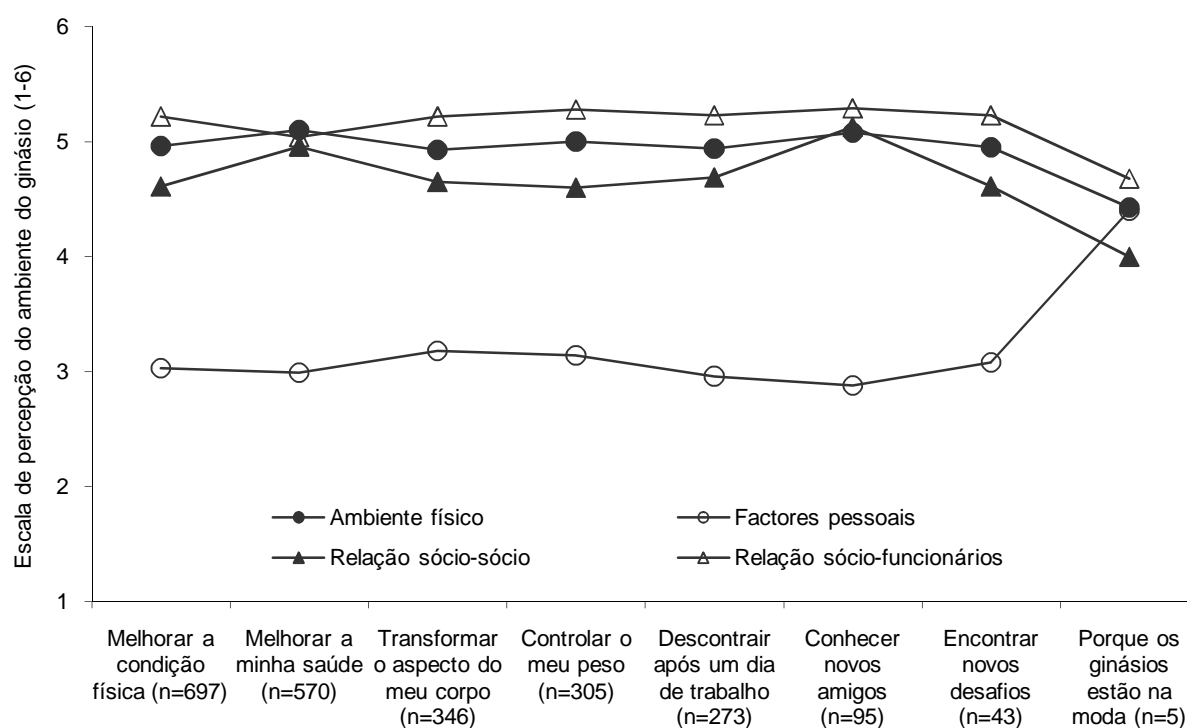


Figura 18. Motivos para ir ao ginásio.

No final do QPAG foi colocada a questão *Estou motivado para continuar a fazer exercício no ginásio*, onde obtivemos resultados com forte tendência positiva ($M = 5,43$; $DP = 0,775$). Correlacionamos posteriormente os resultados com as respostas dos 4 factores do questionário, verificando que todos os factores se correlacionaram significativamente com a motivação para continuar no ginásio. Ou seja, a maioria dos sócios da amostra revela uma forte tendência para continuar no ginásio, destacando a relacionada com o factor *relação sócio-funcionários*.

Tabela 32
Correlação da pergunta “Estou motivado para continuar a fazer exercício físico no ginásio” e os Quatro Factores do QPAG

N = 1005	1	2	3	4	5
Estou motivado para continuar a fazer exercício físico no ginásio	1	0,460**	-0,306**	0,297**	0,501**
Ambiente físico	0,460**	1	-0,176**	0,292**	0,572**
Factores pessoais	-0,306**	-0,176**	1	-0,221**	-0,240**
Relação sócio-sócio	0,297**	0,292**	-0,221**	1	-0,240**
Relação sócio-funcionários	0,501**	0,572**	-0,240**	0,457**	1

** Significativo para $p < 0,001$

4. Discussão

Este estudo revelou resultados positivos na aplicação do QPAG. Num total de 174 pontos, obtivemos uma média de 121 pontos ($DP = 12,52$), revelando um grau de percepção positiva de 70% e uma forte intenção dos sócios continuarem no ginásio ($M = 5,43$; $DP = 0,775$).

A relação sócio-funcionários foi o factor mais valorizado em comparação com os factores pessoais, o ambiente físico do ginásio e a relação sócio-sócio. Os factores pessoais foram os menos valorizados. Isto significa que, os ginásios que desejem obter uma percepção positiva do seu ambiente por parte dos seus sócios, deverão prestar muita atenção à relação entre os sócios, os professores e os demais funcionários do ginásio. Investindo um pouco mais na selecção, recrutamento e formação dos seus profissionais, pois como referem alguns estudos (Antunes, 2003), muitos professores consideram-se pouco preparados para assumirem determinadas funções ou para actuarem.

Relativamente às hipóteses formuladas no estudo, confirmaram-se as hipóteses 1 (os sócios valorizam mais a relação sócio-funcionários) e a hipótese 11 (a melhoria da saúde e condição física são os principais motivos para ir ao ginásio).

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. Se as razões para ir ao ginásio são de índole funcional, quer a publicidade, quer o tipo de programação dos ginásios, deve ter em conta esse facto e contrariar ideias deixadas por estudos como os de Brooks (1994), no qual as pessoas mencionavam a percepção de que os modelos dos anúncios eram muito magros e pareciam pouco saudáveis e que não os inspiravam por serem demasiado irrealistas.

A hipótese 7 (os sócios que utilizam habitualmente o horário das 16:31 às 20:30 têm uma percepção mais negativa do ambiente do ginásio), também se confirma, mas os resultados não tiveram significado estatístico. Sendo a relação sócio-funcionários a mais valorizada neste estudo, é neste horário de maior afluência de público (IHRSA, 2006), em que se torna mais difícil os funcionários darem mais atenção aos clientes.

Confirmou-se parcialmente a hipótese 9 (a percepção do ambiente do ginásio é mais positiva nos sócios que só conheceram o seu ginásio). O grupo de sócios que frequentaram ginásios melhores teve estranhamente um resultado significativamente superior ao grupo de sócios que frequentaram apenas o ginásio onde se encontram actualmente. Os sócios que não tiveram experiências anteriores, possuem menos referências, menos pontos de comparação e uma expectativa que provavelmente foi preenchida ou superada, quer o ginásio em que se encontram seja bom ou mau. Também a hipótese 10 (a percepção do ambiente do ginásio é mais positiva nos sócios que pagam anualmente), apenas se confirmou parcialmente, pois verificamos que os sócios que pagam mensalmente são os que apresentaram uma percepção mais positiva entre os vários grupos. No entanto, o grupo que pagava anualmente apresentou valores superiores ao grupo que pagava a cada aula que faziam.

Refutaram-se as hipóteses 2, 3, 4, 5, 6 e 8. Que nos dizem respectivamente:

- o ambiente do ginásio é percebido de forma mais negativa consoante a idade aumenta.
- a percepção do ambiente dos ginásios é similar nos homens e nas mulheres.
- a percepção do ambiente do ginásio é mais positiva nos indivíduos solteiros
- a percepção do ambiente do ginásio é superior nos sócios com mais antiguidade.
- os sócios com uma maior frequência semanal de utilização do ginásio têm uma percepção mais positiva do ambiente do ginásio.
- os sócios que frequentam aulas de grupo têm uma percepção mais positiva do ginásio.

O perfil de sócio que caracteriza a amostra deste estudo é um indivíduo do sexo feminino que se situa na faixa etária dos 25 aos 30 anos de idade e é solteiro. Valoriza a relação sócio-funcionário, leva mais de seis meses como sócio do ginásio, frequenta o ginásio duas a três vezes por semana e conheceu apenas esse ginásio. Paga a sua quota mensalmente, utiliza essencialmente a sala de musculação no horário das 16:31 às 20:30, e vai fundamentalmente, ao ginásio para melhorar a condição física e a saúde.

A idade e o género, podem influenciar as motivações para aderir ou abandonar o exercício físico nos ginásios (Kniveton, 2005; Annesi, Unruh, Higgins, e Knight, 2003). A maioria dos sócios do nosso estudo tem entre 25 e 35 anos de idade (37%), reflectindo uma característica dos ginásios de Portugal que são frequentados essencialmente por uma faixa etária jovem (Marktest, 2006). Destaca-se ainda a importância atribuída pelos indivíduos menores de 18 anos ao ambiente físico e à relação sócio-sócio, demonstrando uma dependência de seus pares e maior importância dada às instalações. Os sócios menores de 18 anos valorizam mais o ambiente global do ginásio do que os sócios entre os 35 e os 45 anos. Estas diferenças de resultados por idade, dão alguma força à literatura, onde se apresenta a idade como um determinante da probabilidade de fazer exercício neutro já repetidamente documentado (Bouchard et al., 1990). No entanto, tem sido recentemente mencionada como um determinante negativo para a actividade física (Weinberg e Gould, 2007).

No nosso estudo ocorreram variações nos resultados da percepção do ambiente do ginásio em função da idade, mas não sabemos qual a sua influencia directa sobre a adesão ao exercício. A literatura contraditória deixa-nos com uma conclusão: a idade determina de forma positiva ou negativa a adesão ao exercício físico.

Os indivíduos que frequentam *uma a duas vezes por semana* têm uma percepção de satisfação superior à dos indivíduos que frequentam o ginásio *mais do que três vezes por semana*. Embora a regularidade no exercício seja importante para a obtenção de benefícios psicológicos (Asbury, 2006), estes resultados podem significar que os sócios que treinam com demasiada frequência não são tanto movidos por factores pessoais. Contrastam com o estudo de Gourville e Soman (2002), que mencionam a frequência de quatro vezes por semana como indutora de superior probabilidade de renovação de contrato com o ginásio.

Relação sócio-sócio

Dentro do ambiente social do ginásio, a relação sócio-sócio tem influência sobre a percepção que o indivíduo tem de um ginásio. A forma como é recebido e integrado, a simpatia das pessoas, a maior ou menor facilidade com que se fazem amigos, são aspectos que podem fortalecer a relação entre os sócios. Há autores que dizem parecer não haver variações motivadas pela idade no que toca à adesão e abandono do exercício físico (Andrew, Oldridge, Parker, Cunningham, Rechnitzer e Jones, 1981). Os resultados do nosso estudo, indicam que os indivíduos menores de 18 anos atribuem um significado superior à relação sócio-sócio, quando comparados com os restantes grupos etários. Estes resultados podem significar que os adolescentes dão mais importância aos amigos na hora de ir ao ginásio, quando comparados com outros grupos etários.

Os sócios que dizem ter utilizado ginásios melhores apresentam uma valorização superior da relação sócio-sócio quando comparados com os sócios que utilizaram ginásios piores e melhores. Mais uma vez se pode inferir que os sócios que

vêm de outros ginásios, com experiências anteriores, valorizam o ambiente social, sendo possivelmente esse ambiente que faz alguns sócios considerar como melhores os seus anteriores ginásios.

As pessoas que realizam o seu pagamento a cada aula que fazem, atribuem menos importância à relação sócio-sócio do que os sócios que utilizam outra forma de pagamento. Possivelmente, as pessoas que pagam por aula, dirigem-se ao ginásio sem interesses sociais, orientando-se com motivações que terão a ver com a aula, o professor ou o programa de exercício.

Os sócios que frequentam sobretudo aulas de grupo e sala de musculação/cárdio, atribuem uma importância superior à relação sócio-sócio, quando comparados com os indivíduos que frequentam outras actividades ou serviços nos seus ginásios. A interacção entre sócios é superior nas aulas de grupo e na sala de musculação. As massagens, o personal training e outros serviços, têm um carácter mais individualista, portanto é natural que as pessoas que frequentam estas actividades mencionadas, não valorizem tanto o relacionamento com os seus pares.

Os indivíduos que vão ao ginásio com o objectivo de conhecer novos amigos, atribuem maior importância à relação sócio-sócio. Este resultado é coerente e ajuda a confirmar as estatísticas de validação do QPAG, pois é uma demonstração prática da capacidade do instrumento para medir o factor relação sócio-sócio.

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 procurem 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.

Relação sócio-funcionários

A relação sócio-funcionários foi o factor mais valorizado entre os quatro factores do nosso estudo. Nele se incluem a relação entre sócios, professores e outros funcionários. 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 entre professores e sócios. Temos ainda a relação com os outros funcionários, pontualidade e apresentação, competência e a atenção dada aos sócios do ginásio, são aspectos tidos em conta para caracterizar a relação sócio-funcionários.

O grupo de sócios que utilizou piores e melhores ginásios valoriza menos a relação sócio-funcionários. São sócios com experiências anteriores, têm muitas referências para comparar com o ginásio onde se encontram na actualidade. As expectativas destas pessoas são diferentes, mais elevadas no caso de terem tido boas experiências noutros locais, e menos elevadas no caso de terem tido más experiências.

O subgrupo *mensalmente* apresentou uma média significativamente superior aos subgrupos *cada aula que faço* e *outra situação*. A forma de pagamento mensal é vista por Della Vigna e Malmendier (2006) e Gourville e Soman (2002), como a mais provável de gerar renovações de sócios. Os nossos resultados mostram que o grupo de sócios que paga mensalmente valoriza a relação sócio-funcionários. Ora, se forem estes os sócios com maior probabilidade em manterem a sua adesão, os ginásios devem ter em elevada consideração a relação entre eles e os seus funcionários.

Os indivíduos que frequentam aulas de grupo, os que frequentam a sala de musculação/cárdio, personal training e outras actividades, atribuem elevada importância à relação sócio-funcionários. Sendo os do personal training os que mais valorizam a relação sócio-funcionários em comparação com o sub-grupo dos que frequentam aulas de grupo e musculação/cárdio, reforçando a importância de

individualizar os programas de treino (Stalonas, Johnson e Christ, 1978; Pollock, Gaesser, Butcher, Després, Dishman e Franklin, 1998).

Ambiente físico

Embora as percepções do ambiente físico também possam ter efeitos directos na actividade física (McNeill, Wyrwich, Browson, Clark, e Kreutner, 2006), este factor foi o menos valorizado pela amostra do nosso estudo. Foram analisados aspectos como os acessos ao ginásio, a iluminação, a beleza das instalações, limpeza, equipamentos e instalações para caracterizar o ambiente físico dos ginásios onde foi aplicado o questionário.

Os sócios que utilizaram ginásios piores e melhores, valorizam menos o ambiente físico do que outros sub-grupos. Isto poderá significar que estes sócios procuram outras coisas no seu actual ginásio. Eventualmente, um melhor ambiente social ou, simplesmente têm razões pessoais para terem escolhido esse novo ginásio. Também nos poderá fazer pensar que o ambiente físico não foi a razão pela qual abandonaram a experiência que tiveram nos outros locais.

Os sócios que pagam mensalmente valorizam mais o ambiente físico do que os sócios que pagam por aula. Estes últimos indivíduos não manifestaram ainda intenção de aderirem regularmente às actividades do ginásio, mas frequentam algumas aulas. Fazem-no provavelmente pelas aulas, pelos professores, mas não pelo ambiente físico nem pela relação sócio-sócio, como vimos anteriormente.

Os indivíduos que frequentam outras actividades/serviços valorizam mais o ambiente físico, eventualmente pelo carácter individual das actividades, pela necessidade de conforto de serviços de *spa* ou similares.

O nosso estudo utilizou como metodologia essencial de obtenção de dados, um questionário, de forma similar a outros estudos com ênfase nos preditores da actividade física (Titze, Stronegger, e Owen, 2005; Springer, Kelder, e Hoelscher,

2006; Motl, Dishman, Saunders, Dowda, e Pate, 2007; Schwarzer, Luszczynska, Ziegelmann, Scholz, e Lippke, 2008; Martin e Sharpe, 2006). Segundo Quivy e Campenhoudt (1998), o método dos questionários é especialmente adequado para o conhecimento de uma população enquanto tal: as suas condições e modos de vida, os seus comportamentos, os seus valores ou as suas opiniões, permitindo quantificar uma multiplicidade de dados e proceder a numerosas análises de correlação. Em trabalhos futuros, a utilização do método de observação directa acompanhado de entrevistas, poderá ajudar na obtenção de resultados interessantes para podermos comparar com este estudo, no entanto, será sempre difícil conseguir amostras de tamanho idêntico às do Estudo 2.

5. Conclusão

O factor relação sócio-funcionários foi significativamente o mais valorizado na percepção do ginásio, revelando a importância que as pessoas atribuem aos aspectos de relacionamento entre os sócios e professores e outros funcionários dos ginásios analisados. Isto vem reforçar a ideia corrente da importância dos professores, o problema que os ginásios têm quando um professor de uma aula de grupo deixa o ginásio e leva consigo grande parte dos clientes para outro ginásio. Ajuda também a entender porque é que, estando os ginásios com instalações cada vez melhores e mais parecidas entre si, continuam a ver os seus sócios abandonarem as actividades e sobretudo, em alguns casos, a deslocarem-se para a concorrência onde as instalações não são o ponto de diferenciação. Vem também ao encontro de trabalhos que reforçam o ambiente social como um preditor positivo da actividade física (Litwin, 2003; Titzea, Stronegger, e Owen, 2005; Springer, Kelder, e Hoelscher, 2006; McAuley, Elavsky, Jerome, Konopack, e Marquez, 2005; Luszczynska, Gibbons, Piko, e Tekozel, 2004; Motl, Dishman, Saunders, Dowda, e Pate, 2007; Martin e Sharpe, 2006).

Embora não saibamos as razões pelas quais alguns dos sócios da nossa amostra abandonarão os seus ginásios, sabemos que a grande maioria já é sócio há mais de seis meses e valoriza muito a relação sócio-funcionários. Assim, podemos supor que os motivos de manutenção no ginásio a longo prazo possam ser sobretudo de índole social

Os nossos resultados também indicaram que os sócios que vão ao ginásio para conhecer novos amigos têm uma percepção do ambiente do ginásio mais positiva do que os restantes grupos. Isto pode explicar-se talvez pela menor atenção que dão aos aspectos físicos do ginásio. Também poderá significar que os ginásios analisados têm um bom ambiente social (a ver pela forte intenção da nossa amostra continuar nos seus ginásios e pelo facto da maioria dos sócios serem pessoas há mais de 6 meses no ginásio, logo, gente satisfeita com os mesmos), logo, propícia às pessoas que vêm ao ginásio com o objectivo de conhecer outras pessoas.

Com o suporte da teoria da associação cognitiva (Dasil, 2007), procuramos sintetizar na Figura 19, os resultados deste estudo. Assim, podemos verificar que as associações cognitivas resultantes da interacção entre os sócios característicos da nossa amostra e as situações do ambiente dos ginásios que eles frequentam, resultaram (por influência de vários factores onde foi predominante a relação sócio-funcionários), numa alta probabilidade deles continuarem a frequentar o seu ginásio.

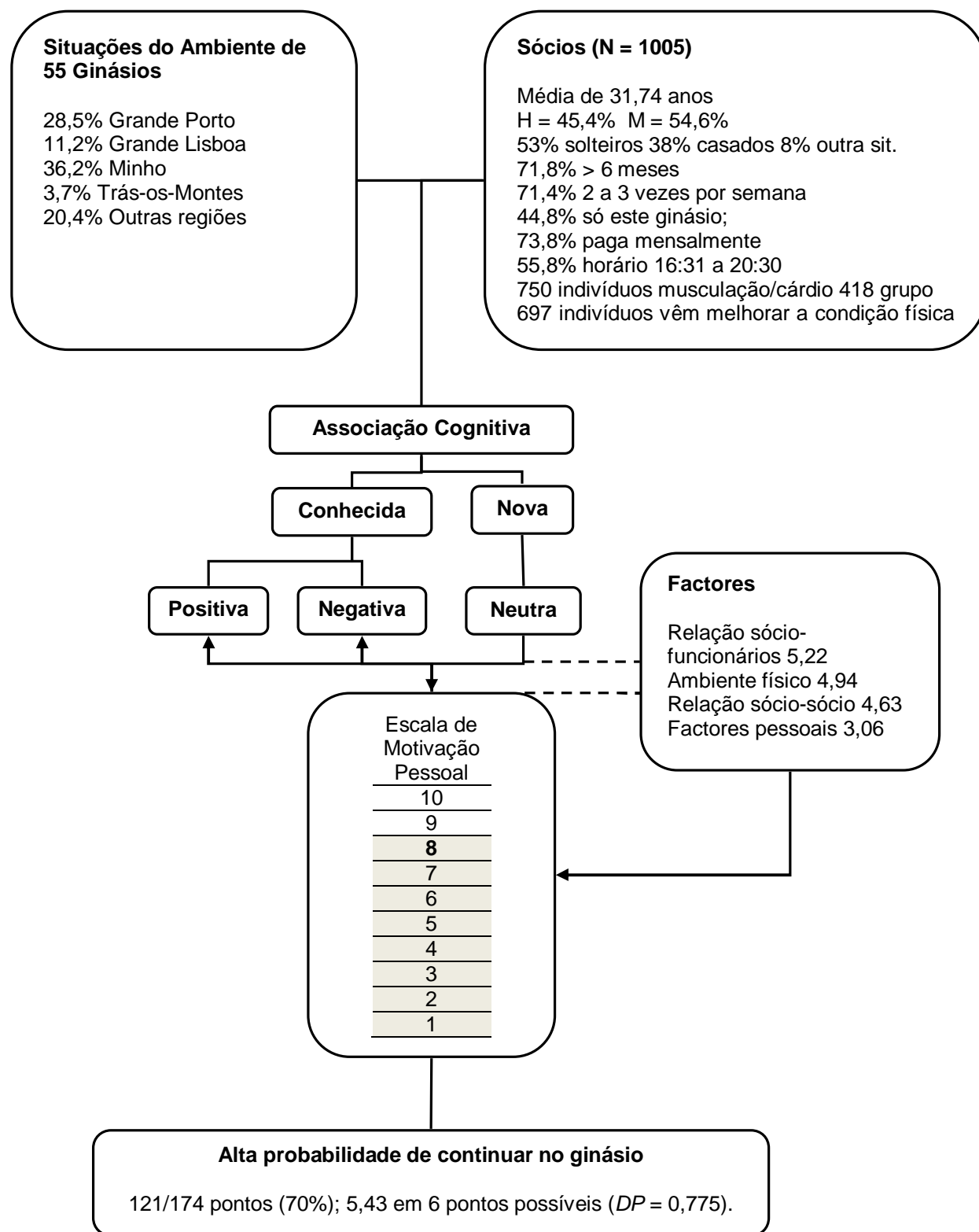


Figura 19. Estudo da população de sócios de ginásios em função da teoria da associação cognitiva.

CONCLUSÕES

CORPO TEÓRICO

1. Encontramos pouca bibliografia específica em ambiente de ginásio.
2. Estima-se que mais de 10% da população portuguesa utilize ginásios. Este valor tem vindo a crescer, sendo as mulheres, os jovens e os estudantes, os indivíduos que mais utilizam estes locais.
3. Nos ginásios surgem com grande incidência preocupações de imagem corporal. Essa concentração no trabalho do corpo, revela-se como uma forma de comunicação sendo propiciadora de auto-estima e sentimento de pertença a um grupo.
4. Os indivíduos que acodem aos ginásios têm um perfil diversificado do ponto de vista físico (embora o somatótipo mesomórfico pareça salientar-se), possuem um passado e uma cultura que influencia a forma como percebem o ginásio e as actividades físicas.
5. As associações cognitivas dos utilizadores para com o exercício físico, são influenciadas por factores de tipo: psicológico, pessoal, ambiental físico, ambiental social e pelas características dos programas.
6. Os ginásios têm muita gente que tenta seguir um programa de treino mas não o consegue manter. Por isso, existem mais ex-sócios do que sócios de ginásios.
7. Os aspectos de índole social, revelaram uma grande importância nos motivos de abandono do ginásio. Salienta-se o facto de serem motivos sobre os quais pode haver algum controlo quando comparados com os factores pessoais.
8. O abandono dos ginásios tem alguma relação com o apoio social e as estratégias de autogestão e autocontrolo dos sócios dos ginásios.
9. O marketing dos ginásios nem sempre é o mais adequado para atrair clientes, criando expectativas erradas e barreiras por vezes intimidatórias a quem pretende aderir.
10. Há barreiras de adesão ao exercício que nem sempre são reais, por vezes são apenas uma percepção errada da realidade. É o caso da falta de tempo, o factor mais citado como barreira para a manutenção da prática regular de actividade

física. Para além deste motivo, sentir-se cansado, e a falta de motivação são as razões mais fortes para não aderir à actividade física.

11. O excesso de confiança sobre a eficiência futura ou sobre o controlo futuro, fazem com que as pessoas paguem e não utilizem o ginásio.
12. O género e a idade são variáveis que podem influenciar os motivos pelos quais as pessoas se inscrevem num ginásio.
13. Os motivos pelos quais um indivíduo se inscreve parecem ser distintos aos motivos para se manter num ginásio.
14. Motivos de saúde e bem-estar, físicos, estéticos e psicológicos são mencionados por vários autores para as pessoas acudirem aos ginásios.
15. O apoio social influencia a actividade física.
16. Tem sido crescente o interesse de cientistas no sentido de verificar o sucesso do personal training como forma de modificar comportamentos.
17. A formação dos profissionais que trabalham nos ginásios também começa a ser um problema estudado.
18. As pessoas não se comprometem com a frequência, intensidade e duração de exercício recomendadas para produzir os benefícios psicológicos e fisiológicos proporcionados por um programa de exercício físico. Nesse sentido a investigação recomenda que os professores atendam a outros aspectos adicionais na elaboração de programas de treino.
19. O exercício físico pode não ser apenas promotor de saúde. Por isso, o estudo da preocupação excessiva com o exercício físico, poderá ser uma área de trabalho que contribua para conhecer melhor as razões de adesão e abandono dos sócios de ginásios.
20. É necessária mais investigação no ambiente social específico dos ginásios e uma análise do perfil dos utilizadores deste tipo de espaços de prática desportiva, para melhor compreender os motivos de adesão, manutenção e abandono das actividades físicas.

ESTUDO 1 – Criação do QPAG

21. Um procedimento de 7 fases levou à criação do QPAG
22. Obteve-se um instrumento final com 26 itens, mais 3 de controlo e 10 afirmações de caracterização pessoal, um total de 39 afirmações.
23. O QPAG avalia 4 factores: factores pessoais, ambiente físico, relação sócio-sócio (ambiente social), relação sócio-funcionários (ambiente social).
24. Quanto à validade preditiva, tem uma forte correlação a média do factor 2 (ambiente físico) e o factor físico global. O factor social global correlaciona-se fortemente com os factores 1 (relação sócio – funcionários/professores), 2 (ambiente físico) e 3 (relação sócio – outros sócios), mas não com o factor 4 (factores pessoais).
25. A prova KMO foi de 0,925 com uma elevada significância: $p = 0,000$.
26. A variância explicada pelo modelo foi de 50,26%.
27. Os resultados mostram que a fiabilidade do questionário é elevada com um Alfa de Cronbach de 0,88.
28. Trata-se de um instrumento de avaliação que pode resultar útil para avaliar a percepção que os sócios têm do ambiente físico e social dos ginásios, bem como dos factores pessoais que influem nesta percepção.

ESTUDO 2

29. A população estudada (1005 sócios de ginásios de Portugal), apresenta uma percepção muito positiva na percepção do ambiente dos ginásios.
30. O perfil de sócio que caracteriza a amostra deste estudo é um indivíduo do sexo feminino que se situa na faixa etária dos 25 aos 30 anos de idade e é solteiro. Valoriza a relação sócio-funcionário, leva mais de seis meses como sócio do ginásio, frequenta o ginásio duas a três vezes por semana e conheceu apenas esse ginásio. Paga a sua quota mensalmente, utiliza essencialmente a sala de

musculação no horário das 16:31 às 20:30, e vai fundamentalmente ao ginásio para melhorar a condição física e a saúde.

31. Os sócios revelam uma manifesta intenção de continuar no ginásio.
32. Os resultados mostram uma valorização elevada do ambiente do ginásio, onde se salienta na análise dos factores uma valorização superior da relação sócio-funcionários em comparação com os factores pessoais, o ambiente físico do ginásio e a relação sócio-sócio.
33. Melhorar a saúde e condição física são os principais motivos para ir ao ginásio.
34. Relativamente às hipóteses formuladas no estudo, confirmaram-se as hipóteses 1 (os sócios valorizam mais a relação sócio-funcionários) e a hipótese 11 (a melhoria da saúde e condição física são os principais motivos para ir ao ginásio).
35. A hipótese 7 (os sócios que utilizam habitualmente o horário das 16:31 às 20:30 têm uma percepção mais negativa do ambiente do ginásio), também se confirma, mas os resultados não tiveram significado estatístico.
36. Confirmou-se parcialmente a hipótese 9 (a percepção do ambiente do ginásio é mais positiva nos sócios que só conheceram o seu ginásio).
37. Também a hipótese 10 (a percepção do ambiente do ginásio é mais positiva nos sócios que pagam anualmente), apenas se confirmou parcialmente, pois verificamos que os sócios que pagam mensalmente são os que apresentaram uma percepção mais positiva entre os vários grupos.
38. Refutaram-se as hipóteses 2, 3, 4, 5, 6 e 8. Que nos dizem respectivamente:
 - o ambiente do ginásio é percebido de forma mais negativa consoante a idade aumenta.
 - a percepção do ambiente dos ginásios é similar nos homens e nas mulheres.
 - a percepção do ambiente do ginásio é mais positiva nos indivíduos solteiros
 - a percepção do ambiente do ginásio é superior nos sócios com mais antiguidade.

- os sócios com uma maior frequência semanal de utilização do ginásio têm uma percepção mais positiva do ambiente do ginásio.
- os sócios que frequentam aulas de grupo têm uma percepção mais positiva do ginásio.

CONCLUSÃO GLOBAL

39. O QPAG é um instrumento que poderá ser útil para avaliar a percepção que os sócios têm do ambiente físico e social dos ginásios, bem como dos factores pessoais que influem nesta percepção.

40. Melhorar a condição física e saúde é o principal motivo que leva os sócios aos ginásios.

41. Obtêm-se com este trabalho algumas orientações quanto à importância que os sócios atribuem ao ambiente dos ginásios, sendo os factores sociais os que determinam, em maior grau, a adesão aos ginásios.

ORIENTAÇÕES FUTURAS

Com base nas conclusões apresentadas e no pressuposto que, as pessoas necessitam 8 a 12 sessões mensais de treino para obterem uma percepção do ambiente do ginásio, seria interessante aplicar o QPAG a sócios com um mês de permanência, tentando prever se o sócio é ou não um potencial desistente, para posteriormente procurar saber a razão do abandono ou aplicar novamente o QPAG (no caso dos sócios que se mantenham no ginásio). Paralelamente a este tipo de intervenção, será fundamental:

1. Mudar a percepção, os pensamentos e a interacção entre o indivíduo e o ambiente do ginásio (físico e social).
2. Formas de melhorar a aprendizagem dos alunos (formas de melhorar a aquisição de conhecimentos por parte dos alunos).

3. Melhorar a comunicação no ensino dos princípios de treino.
4. Desenvolver métodos de trabalho e introduzir métodos eficazes.
5. Promover o desenvolvimento pessoal dos alunos ao longo da sua vida.
6. Contribuir para a mudança de pensamentos por parte dos sócios.
7. Mudar o ambiente social do ginásio.
8. Controlar o stress cognitivo dos sócios.

BIBLIOGRAFIA

Antes de apresentar a relação de referências bibliográficas por autores, salientamos os agrupamentos cronológicos e o tipo de documento analisado.

Tabela 33

Resumo Estatístico da Bibliografia por Agrupamento Cronológico

Data de publicação	Número de obras referenciadas
1900 - 1980	13
1981 - 1990	24
1991 - 1996	32
1997 - 2002	67
2003 - 2008	84
Total	220

Salienta-se que 69% das obras referenciadas são posteriores a 1997, sendo 38%, documentos bem recentes, dos anos 2003 a 2008 (ver Tabela 33). Verifica-se ainda que, 64% das referências bibliográficas são artigos de revistas académicas, logo seguidas pelos livros ou capítulos de livros (21%) (ver Tabela 34). Isso deve-se ao facto dos artigos serem os documentos com a informação mais recente.

Tabela 34

Resumo Estatístico da Bibliografia por Tipo de Documento

Tipo de referência	Frequência
Artigos de revistas científicas	139
Livros	45
Referências electrónicas	29
Actas de congressos	4
Teses	3
Total	220

- 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.
- AdvancePCS Study Shows Top Health Conditions Cost Employers \$180 Billion in Lost Productive Time. (2002). *Corporate Training Monthly, 1*(9).
- 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 FCDEF-UP e a Psicologia do Desporto: Estudos sobre a motivação*. Porto: FCDEF-UP.
- Agency for Healthcare Research and Quality and the Centers for Disease Control. (2002). *Physical Activity and Older Americans: benefits and strategies*. Restaurado Junho 22, 2007, de <http://www.ahrq.gov/ppip/activity.htm>.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions. A theory of planned behavior. Em *Action control: from cognition to behavior*. Heidelberg: Springer (Pp. 11-39).
- Ajzen, I., e Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Almeida, L. e Freire, T. (2005). *Metodologia de Investigação em Psicologia e Educação*. Braga: Psiquilibrios.
- 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.
- Annesi, J. (2005). Relations of self-motivation, perceived physical condition, and exercise-induced changes in revitalization and exhaustion with attendance in women initiating a moderate cardiovascular exercise regimen. *Women & Health*, 42, 77-93.
- Annesi, J., e Otto, L. (2004). Relationship between number of exercise counseling sessions attended and adherence to a new exercise program. *Psychological Reports*, 94, 907-908.
- Annesi, J., e Unruh, J. (2004). Effects of a cognitive behavioral treatment. *Psychological Reports*, 95, 250-256.
- Annesi, J., Unruh, J., Higgins, L., e Knight, C. (2003). Preliminary estimates of effects of a cognitive behavioral treatment system on drop-out rates in exercise programs at three YMCA facilities. *Psychological Reports*, 93, 1025-1031.
- Anspaugh, D. (1996). Risk factors for cardiovascular disease among exercising versus nonexercising women. *American Journal of Health Promotion*, 10(3), 171-174.

- Anton, S., Perri, M., Riley, J., Kanasky, W., Rodriguez, J., Sears, S., Martin, A. (2005). Differential predictors of adherence in exercise programs with moderate versus higher levels of intensity and frequency. *Journal of Sport Exercise Psychology*, 27(2), 171-187.
- Antunes, A. (2003, Maio). Perfil profissional de instrutores de academias de ginástica e musculação. *EFDeportes*. Restaurado em 19 de Julho, 2007, de <http://www.efdeportes.com/efd60/perfil.htm>.
- 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.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: toward a unifying theory of behavior change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 248-287.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York, NY: W.H. Freeman.
- Bandura, A. (2007, Setembro) *Exercise Self-Efficacy Scale*. Restaurado Setembro, 10, 2007, de <http://www.des.emory.edu/mfp/ExerciseSEChinese.pdf>

- Barlow, J. (1998). Understanding exercise in the context of chronic disease: an exploratory investigation of self-efficacy. *Perceptual and Motor Skills*, 87, 439-446.
- Barnett, E. e Casper, M. (2001). A definition of “social environment”. *American Journal of Public Health*, 91(3), 465.
- Bauman, A., Bellew, B., Vita, P., Brown, W., e Owen, N. (2002). *Getting Australia Active: towards better practice for the promotion of physical activity*. Restaurado Julho 1, 2007, de <http://www.dlg.nsw.gov.au/Files/Information/Getting%20Australia%20Active.pdf>
- Becker, M. (1974). *The health belief model and personal health behavior*. New Jersey: Charles B. Slack.
- Berryman, J.W. (1995). *Out of Many, ONE: a history of the American College of Sports Medicine*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Betti, M. (2007). Educação física, cultura e sociedade. *Portal da Educação Física, Esporte e Saúde*. Restaurado Julho 19, 2007, de http://www2.prudente.unesp.br/pefes/mauro_betti_artigo.pdf.
- Biddle, S., Fox K., Boutcher, S. (Eds.). (2000). *Physical activity and psychological well-being*. London: Routledge.
- Biddle, S., Mutrie, N. (2001). *Psychology of physical activity: determinants, well-being and interventions*. London: Routledge.
- 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.

- Blair, S., Powell, K., Bazzarre, R., Early, J., Epstein, L., Green, L., et al. (1993). Behavior change and compliance: keys to improving cardiovascular health. *Circulation*, 88, 1402-1405.
- Bouchard, C., Shephard, R., Stephens, T., Sutton, J. e McPherson, B. (1990). *Exercise, fitness and health*. Champaign: Human Kinetics.
- 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.
- Brown, S., Birtwhistle, J., Roe, L. et al (1999). The unhealthy lifestyle of people with schizophrenia. *Psychological Medicine*, 29, 697-701.
- 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 Council for Health and Active Living at Work. (2007). *The business case for active living at work: helping employees get off their bottoms improves health and the bottom line*. Restaurado Julho, 2007, de http://www.phac-aspc.gc.ca/pau-uap/fitness/work/powerpoint_pdf/WebBCPPT1.ppt.
- 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>.

- Carey, C., Woods, S., Rippeth, J., Gonzalez, R., Moore, D., Marcotte, C., et al. (2004). Initial validation of a screening battery for the detection of HIV – Associated Cognitive Impairment. *The Clinical Neuropsychologist*, 18(2), 234-248.
- Carochinho, J., Neves, J. e Jesuino, J. (1998). “Organizational commitment”: conceito e medida. *Psicologia: teoria, investigação e prática*, 3(2), 269-282.
- 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.
- Castro, A. (2004). Culto ao corpo: identidades e estilos de vida. *VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais*. Restaurado Julho 19, 2007, de <http://www.ces.fe.uc.pt/lab2004/inscricao/pdfs/painel24/analuciacaastro.pdf>.
- Codina, N., Rosich, M., e Pestana, J. (2004). Actividad física y gimnasios. Entre la obligación y la libertad de los usuários. *Encuentros en psicología social*, 2(1), 138-142.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cole, G., Leonard, B., Hammond, S., e Fridinger, F. (1998). Using "stages of behavioral change" constructs to measure the short term effects of a worksite based intervention to increase moderate physical activity. *Psychological Reports*, 82, 615-618.
- 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.

- Coutts, A., Murphy, A., e Dascombe, B. (2004). Effect of direct supervision of a strength coach on measures of muscular strength and power in young rugby league players. *Journal of Strength Conditioning Research*, 18, 316-323.
- 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*, 25, 33-44.
- Davis, C., Brewer, H., y Ratusny, D. (1993). Behavioral frequency and psychological commitment: necessary concepts in the study of excessive exercise. *Journal of Behavioral Medicine*, 16(6), 611-628.
- 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.
- Dishman, R. (1990). Determinants of participation in physical activity. Em *Exercise, Fitness, and Health: A Consensus of Current Knowledge*. Champaign, IL: Human Kinetics (Pp. 687-704).
- Dishman, R. (1993). Exercise adherence. Em *Handbook on Research in Sport Psychology*. New York: Macmillan.
- Dishman, R. e Buckworth, J. (1996). Increasing physical activity: a quantitative synthesis. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 28(6), 706 - 719.

- Dishman, R., e Gettman, L. (1980). Psychobiologic influences on exercise adherence. *Journal of Sport Psychology*, 2, 295-310.
- Dishman, R., Ickes, W., e Morgan, W. (1980). Self-motivation and adherence to habitual physical activity. *Journal of Applied Social Psychology*, 10(2), 115-132.
- Dosil, J. (2004). *Psicología de la actividad física y del deporte*. Madrid: McGraw-Hill.
- Dosil, J. (2008). *Psicología de la actividad física y del deporte (2 ed)*. Madrid: McGraw-Hill.
- Dosil, J. (2008b). *Eating disorders in athletes*. Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Eaton, S., Shostak, M., e Konner, M. (1988). *The paleolithic prescription: a program of diet and exercise and a design for living*. New York: Harper and Row.
- Egger, G., Vogels, N., e Westerterp, K. (2001). Estimating historical changes in physical activity levels. *The Medical Journal of Australia*, 175, 635-636.
- Eisen, S., Shaul, J., Clarridge, B., Nelson, D., e Spink, J. (1999). Development of a consumer survey for behavioral health services. *Psychiatric Services*, 50, 794-798.
- Estefano, E. (1996). *Satisfação dos recursos humanos no trabalho: um estudo de caso na biblioteca central da universidade federal de Santa Catarina*. Universidade Federal de Santa Catarina. Restaurado Julho 19, 2007, de <http://www.eps.ufsc.br/disserta97/estefano/>.
- Faries, M. (2007). *Self-selected intensity, repetitions, RPE and adherence of novice female weight lifters during 6-weeks of resistance training*. Baylor University. Restaurado Julho 20, 2007, de

https://beardocs.baylor.edu/handle/2104/4891?mode=fullesubmit_simple>Show+full+item+record.

- Faulkner, G. e Biddle, S. (2001). Exercise and mental health: it's just not psychology! *Journal of Sports Sciences*, 19, 433-444.
- Faulkner, G., Biddle, S. (2002). Mental health nursing and the promotion of physical activity. *Journal of Psychiatric & Mental Health Nursing*, 9, 659-665.
- Faulkner, G., Soundy, A. e Lloyd, K. (2003). Schizophrenia and weight management: a systematic review of interventions to control weight. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 108(5), 324-332.
- Feather, N. (1982). *Expectations and actions: expectancy value models in psychology*. Hillsdale: Erlbaum.
- Ferrando, M. (2001). *Los españoles y el deporte: prácticas y comportamientos en la última década del siglo XX*. Madrid: Consejo Superior de Deportes.
- 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.
- Friedli, L. e Dardis, C. (2002). Smoke gets in their eyes. *Mental Health Today*, January, 18-21.
- Fries, J.F., Koop, C.E., Beadle, C., Cooper, P., England, M., Greaves, R., et al. (1993). Reducing Health-care Costs by Reducing the Need and Demand for Medical Services. *New England Journal of Medicine*, 329, 321-325.
- Fruin, D., Pratt, C., e Owen, N. (1991). Protection motivation theory and adolescent's perceptions of exercise. *Journal of Applied Social Psychology*, 22, 55-69.

- 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.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. y Black, W. (1998). *Multivariate data analysis (5th ed)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hallam, J., e Petosa, R. (2004). The long-term impact of a four-session work-site intervention on selected social cognitive theory variables linked to adult exercise adherence. *Health Education Behavior*, 31, 88-100.
- 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.
- Harris, M., Oelbaum, R. e Flomo, D. (2007). State of the art reviews: changing and adhering to lifestyle changes. *American Journal of Lifestyle Medicine*, 1(3), 214-219.
- Hawthorne, W., Green, E., Lohr, J., Hough, R., e Smith, P. (1999). Comparison of outcomes of acute care in short-term residential treatment and psychiatric hospital settings. *Psychiatric Services*, 50, 401-406.
- 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 físico-deportiva en la región de murcia. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 4, 101-115.
- Hoffman, J., e Jones, K. (2002). Reducing attrition from exercise: Practical tips from research. *ACSM'S Health e Fitness Journal*, 6, 7-10.
- Huertas, R. (1998). Salud e ideología hegemónica. Em *Neoliberalismo y políticas de salud*. Madrid: El viejo topo (Pp. 90-129).
- Hughes, S., Seymour, R., Campbell, R., Pollak, N., Huber, G., e Sharma, L. (2004). Impact of the fit and strong intervention on older adults with osteoarthritis. *Gerontologist*, 44, 217-228.
- Humpel, N., Owen, N., e Leslie, E. (2002). Environmental factors associated with adults' participation in physical activity. *American Journal of Preventive Medicine*, 22, 188-199.
- 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>.
- Instituto Nacional de Salud y Seguridad Ocupacional. (1999). *El estrés en el trabajo*. DHHS. Restaurado Julho 1, 2007, de <http://www.cdc.gov/spanish/niosh/docs/99-101sp.html>.
- International Health Racquet & Sportsclub Association. (1998). *Why people quit*. Boston: International Health, Racquet and Sportsclub Association.
- International Health Racquet & Sportsclub Association. (2000). *Why people stay*. Boston: International Health, Racquet and Sportsclub Association.

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

International Health Racquet & Sportsclub Association. (2002b). *Club Programs*. Restaurado Julho 23, 2007, de <http://cms.ihrsa.org/IHRSA/viewPage.cfm?pageId=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?pageId=2294>.

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

Jancey, J., Lee, A., Howat, P., Clarke, A., Wang, K., e Shilton, T. (2007). Reducing Attrition in Physical Activity Programs for Older Adults. *Journal of Aging and Physical Activity*, 15, 152-165

Janis, I., e Mann, L. (1977). *Decision making: a psychological analysis of conflict, choice, and commitment*. London: Cassel e Collier Macmillan.

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.

Kanning, V. (2006). Development and validation of a german-language version of the Interpersonal Competence Questionnaire. *European Journal of Psychological Assessment*, 22(1), 43-51.

- 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.
- Kogan, L. (2005). Performar para seguir. *Anthropologica*, 23, 151-164.
- 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.
- Lam, E., Zhang, J., e Jensen, B. (2005). Service Quality Assessment Scale: An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 9(2), 79-111.
- Laperriere, A., Ironson, G., Antoni, H., Schneiderman, N., Klimas, N., e Fletcher, A. (1994). Exercise and psychoneuroimmunology. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 26(2), 182-190.
- Lindgren, E., e Fridlund, B. (2000). *Motives for participation in sport and exercise among young women*. Sport Psychology Conference in the New Millennium.
- Lipsey, Z., Barton, S.B., Hulley, A., e Hill, A.J. (2006). “After a workout ...” Beliefs about exercise, eating and appearance in female exercisers with and without eating disorder features. *Psychology of Sport and Exercise*, 7(5), 425-436.
- Litwin, H. (2003). Social predictors of physical activity in later life: the contribution of social-network type. *JAPA*, 11(3), 389-406.
- Lollo, P. (2004). Perfil dos alunos das academias. *EFDeportes*, 10. Restaurado Julho 19, 2007, de <http://www.efdeportes.com/efd76/acad.htm>.

- Luna-Arocas, R., e Tang, T.L. (2005). The use of cluster analysis to segment clients of a sport center in Spain. *European Sport Management Quarterly*, 5(4), 381-413.
- Luszczynska, A., Gibbons, F., Piko, B. e Tekozel, M. (2004). Self-regulatory cognitions, social comparison, and perceived peers' behaviors as predictors of nutrition and physical activity: a comparison among adolescents in Hungary, Poland, Turkey, and USA. *Psychology & Health*, 19(5), 577 – 593.
- Maehr, M., e Braskamp, L. (1986). *The motivation factor: a theory of personal investment*. Lexington: Health and Company.
- Malek, M., Nalbone, D., Berger, D., e Coburn, J. (2002). Importance of health science education for personal fitness trainers. *The Journal of Strength and Conditioning Research*, 16(1), 19-24.
- Maloof, R., Zabik, R., e Dawson, M. (2001). The effect of use of a personal trainer on improvement of health related fitness for adults. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 33(5), s74.
- 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.
- Marlatt, G., e George, W. (1984). Relapse prevention: introduction and overview of the model. *British Journal of Addiction*, 79, 261-273.
- Martin, M. e Sharpe, T., (2006). Analysis of Three Exercise Adherence Interventions on Self-Efficacy and Goal Orientation. *2006 AAHPERD National Convention and Exposition*.
- Martínez, O. (2003). La promoción de la salud. *Némesis Médica. Revista Facultad de Medicina Universidad Nacional de Colombia*, 51, 158-163.

- Massie, J., e Shephard, R. (1971). Physiological and psychological effects of training: a comparison of individual and gymnasium programs, with a characterization of the exercise "dropout". *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 3, 110-115.
- Mazetti, S., Kraemer, W., Volek, J., Duncan, N., Ratamess, N., e Gomez, A. (2000). The influence of direct supervision of resistance training on strength performance. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 32, 1175-1184.
- 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.
- McClaran, R. (2003). The effectiveness of personal training on changing attitudes towards physical activity. *Journal of Sports Science and Medicine*, 2, 10-14.
- McCready, M., e Long, C. (1985). Locus of control, attitudes towards physical activity, and exercise adherence. *Journal of Sport Psychology*, 7, 346-359.
- 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.
- Millán, J., e Guzmán, J. (2004). Se destaca el juego sucio del dopaje. *El Tiempo*, 1-10.
- Miranda, J. (1991). ¿Salud, forma física, estética, bienestar? ¿Qué lleva al usuario al gimnasio? *Apunts: educació física*, 26, 61-70.
- Motl, R., Dishman, R., Saunders, R., Dowda, M. e Pate, R. (2007). Perceptions of Physical and Social Environment Variables and Self-Efficacy as Correlates of Self-Reported Physical Activity Among Adolescent Girls. *Journal of Pediatric Psychology*, 32(1), 6-12.

- Moutão, J. (2005). *Motivação para a prática de exercício físico: estudo dos motivos para a prática de actividades 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.
- National Institutes of Health Consensus Development Panel on Physical Activity and Cardiovascular Health. (1996). Physical activity and cardiovascular health. *Journal of the American Medical Association*, 276, 241-246.
- Neale, A. (1990). The use of behavioral contracting to increase exercise activity. *American Journal of Health Promotion*, 4(6), 441-447.
- Nishida, Y., Suzuki, H., Wang, D., e Kira, S. (2004). Psychological correlates of physical activity and exercise in japanese male employees. *International Journal of Sport and Health Science*, 2, 136-144.
- Novais, M., e Fonseca, A. (1994). *O que leva as pessoas à actividade física em "Health Clubs"*. Encontro internacional de psicologia aplicada ao desporto e à actividade física, 373-380.
- Partonen, T., Leppmamaki, S., Hurme, J. e Lonnqvist, J. (1998). Randomised trial of physical exercise alone or combined with bright light on mood and health-related quality of life. *Psychological Medicine*, 28, 1359-1364.
- Pellegrin, K., Stuart, G., Maree, B., Frue, B., e Ballenger, J. (2001). A brief scale for assessing patients' satisfaction with care in outpatient psychiatric services. *Psychiatric Services*, 52, 816-819.
- Pereira, A. (2002). Razões para a prática de ginásticas de academia. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 2, 57-63.

- Pereira, A. (2006). O ginásio. Um Panóptico de Bentham. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 51, 117-138.
- 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.
- Plotnikoff, R., Hotz, S., Birkett, N., e Courneya, K. (2001). Exercise and the transtheoretical model: a longitudinal test of a population sample. *Preventive Medicine*, 33, 441-452.
- Plummer, T. (1999). *Making Money in the fitness business*. Coaches Choice Books.
- Pollock, M., Gaesser, G., Butcher, J., Després, J., Dishman, R., e Franklin, B. (1998). The recommended quantity and quality of exercise for developing and maintaining cardiorespiratory and muscular fitness, and flexibility in healthy adults. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 30, 975-991.
- Prochaska, J., DiClemente, C., e Norcross, J. (1992). The transtheoretical model of health behavior change. *American Journal of Health Promotion*, 47, 1102-1114.
- Quivy, R. e Campenhoudt, L. (2003). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Rabinowitz, S., Melamed, S., Weisberg, E., Tal, D., e Ribak, J. (1992). Personal determinants of leisure-time exercise activities. *Perceptual and Motor Skills*, 75, 779-784.
- Rhodes, R. (2007). Do your members "feel" fit? *Fitness Management*, June.

- Rhodes, R., Martin, A., e Taunton, J. (2001). Temporal relationships of self-efficacy and social support as adherence predictors to a 6 month strength-training program for older women. *Perceptual and Motor Skills*, 93, 693-703.
- Rittner, M. (2005). Estratégias de relacionamento: um estudo sobre o papel da confiança na relação entre uma academia de ginástica e seus clientes. In: *XII SIMPEP - Simpósio de Engenharia de Produção, Bauru, Brasil, 2005*.
- Robinson, J. e Rogers, M. (1994). Adherence to exercise programs: recommendations. *Sports Medicine*, 17, 39-52.
- Rodríguez, E. e De La Cuesta, B. (2003). *Finalidad de la práctica deportiva*. Restaurado Fevereiro 28, 2008, do Website da Universidade de Vigo: http://webs.uvigo.es/sap/pafiledb_31/uploads/Gimnasios.pdf
- Rosenstock, I. (1974). Historical origins of the health belief model. *Health Education Monographs*, 2, 328-332.
- Rotter, J. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcements. *Psychological Monographs*, 80.
- Ruggeri, M., Lasalvia, A., Dall'agnola, R., Wijngaarden, B., Knudsen, H., Leese, M., et al. (2000). Development, internal consistency and reliability of the Verona Service Satisfaction Scale - european version. *The British Journal of Psychiatry*, 177, s41-s48.
- Sage, G. (1977). *Introduction to motor behavior: a neuropsychological approach*. Reading: Addison-Wesley.
- 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.
- Salveti, M. e Pimenta, C. (2005). Validação da Chronic Pain Self-Efficacy Scale para Língua Portuguesa. *Revista de Psiquiatria Clínica*, 32(4), 202-210.
- Santin, S. (1987). Reflexões antropológicas sobre a educação física e o desporto escolar. Em *Educação física: uma abordagem filosófica da corporeidade*. Ijuí: Unijuí Editora.
- 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>.
- Schwarzer, R., Luszczynska, A., Ziegelmann, J., Scholz, U. e Lippke, S. (2008). Social-cognitive predictors of physical exercise adherence: three longitudinal studies in rehabilitation. *Health Psychol*, 27, S54-63.
- Sena, P. (2006). *Adesão e abandono da actividade física em centros de fitness: aproximação teórica*. Dissertação do Diploma de Estudos Avançados, Doutoramento em Perspectivas Actuais da Psicologia da Actividade Física e do Deporte. Universidade de Vigo, Pontevedra. 157pp.
- Shakiba, A. (2006). *Exercisers' Perceived Health, Goal Orientation, Physical Self-Perception and Exercise Satisfaction*. Halmstad University. Restaurado Setembro, 7, 2007, de <https://dspace.hh.se/dspace/bitstream/2082/428/1/Duppsats.pdf>
- 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.
- Skrinar, G. (2003). Mental illness. Em: Durstine, J. e Moore, G. (Eds.), *ACSM's exercise management for persons with chronic diseases and disabilities (2nd ed.)*. Champaign: Human Kinetics.
- Solomon, R. (1980). The opponent-process theory of acquired motivation. *American Psychologist*, 35, 691-712.
- Song, R. e Lee, H. (2001). Effects on a 12-week cardiac rehabilitation exercise program on motivation and health promoting lifestyle. *Heart and Lung*, 30, 200-209.
- Sonstroem, R. (1988). Psychological models. Em *Exercise adherence: its impact on public health*. Champaign, IL: Human Kinetics (Pp. 125-153).
- 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.
- Stalonas, P., Johnson, W., e Christ, M. (1978). Behavior modification for obesity: the evaluation of exercise, contingency management, and program adherence. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 46, 463-469.
- 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.

- Stone, W., e Klein, D. (2004). Long-Term Exercisers: What Can We Learn From Them? *ACSM'S Health e Fitness Journal*, 8, 11-14.
- Szabo, A., e Griffiths, M. (2007). Exercise addiction in british sport science students. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 5(1), 25-28.
- 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.
- Tappe, M., Duda, J., y Ehmwald, P. (1989). Perceived barriers to exercise among adolescents. *Journal of School Health*, 3(4), 135-155.
- Terry, A., Szabo, A., e Griffiths, M. (2004). The exercise addiction inventory: a new brief screening tool. *Addiction Research e Theory*, 12(5), 489-499.
- Tharrett, S. e Peterson, J. (2006). How to escape the commodity trap. *Fitness Management*, July.
- The Economist. (2002). The cult of the gym: the new puritans. *The Economist*. Restaurado Julho 1, 2007, de http://www.economist.com/displayStory.cfm?story_id=1487649.
- Thomas, J., e Nelson. J. (2002). *Métodos de pesquisa em atividade física (3ª ed)*. Porto Alegre: Artmed.
- 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.
- Topp, R. (1989). Effect of relaxation or exercise on undergraduates' test anxiety. *Perceptual and Motor Skills*, 69, 35-41.

- Torrence, G., Keresteci, M., Casey, R., Rosner, A., Ryan, N. e Breton, M. (2004). Development and initial validation of a new preference-based disease-specific health-related quality of life instrument fo erectile function. *Quality of Life Research*, 13, 349-359.
- Toscano, J. (2001). Academia de ginástica: um serviço de saúde latente / Fitness centers: a potential health service. *Rev. bras. ciênc. mov*, 9(1), 40-42.
- Tracy International. (2000). Análise preliminar dos resultados do cliente mistério. Restaurado Julho 20, 2007, de 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.
- United States Department of Health and Human Services. (2002). *Physical Activity Fundamental to Preventing Disease*. Restaurado Julho 1, 2007, de <http://aspe.hhs.gov/health/reports/physicalactivity>.
- Vavra, T. (1995). *Aftermarketing: how to keep customers for life through relationship marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Verhoef, M., Love, E. e Rose, S. (1993). Women's social roles and their exercise participation. *Women &Health*, 19(4), 15-29.

- Warner, R., e Griffiths, M. (2006). A qualitative thematic analysis of exercise addiction: an exploratory study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 4(1), 13-26.
- Weinberg, R., e Gould, D. (2007). *Foundations of sport and exercise psychology*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Wellness Councils of America. (2002). *Understanding Worksite Wellness*.
- Wersch, A.V., Trew, A., e Turner, L. (1992). Post-primary school pupil's interest in physical education: age and gender differences. *British Journal of Educational Psychology*, 62, 56-72.
- William, S., e Klein, D. (2004). Long-term exercisers: what can we learn from them? *ACSM'S Health e Fitness Journal*, 8, 11-14.
- Wilson, M., Holman, P., e Hammcock, A. (1996). A comprehensive review of the effects of worksite health promotion on health related outcomes. *American Journal of Health Promotion*, 10, 429-435.
- Wing, R., Jeffrey, R., Pronk, N., e Hellerstedt, W. (1996). Effects of a personal trainer and financial incentives on exercise adherence in overweight women in a behavioral weight loss program. *Obesity Research*, 4, 457-462.
- Wininger, 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. (1985). *Report of a joint FAO/WHO/UNU expert consultation*.
- 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/.

World Health Organization. (2007b). *Constitution of the World Health Organization*. Restaurado Julho 3, 2007, de <http://www.searo.who.int/>.

Young Men's Christian Association. (2007c). *History of the YMCA movement*. Restaurado Julho 23, 2007, de http://www.ymca.net/about_the_ymca/history_of_the_ymca.html.

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

ESTUDIO 1: Cuestionario de Percepción del Ambiente del Gimnasio (CPAG)

Resumen

La práctica regular de ejercicio físico conlleva beneficios físicos, psicológicos y sociales. En la actualidad son muchas las personas que son conscientes de ello y acuden a los gimnasios con esta finalidad. Sin embargo, el número de abandonos sigue siendo elevado. El objetivo de este trabajo es la elaboración de un instrumento de medida que sirva para valorar la percepción que los socios tienen del ambiente de los gimnasios, con la intención de comprender porqué algunos usuarios se mantienen en los gimnasios a largo plazo y otros abandonan prematuramente. La versión preliminar del *Cuestionario de Percepción del Ambiente del Gimnasio (CPAG)* tiene 26 ítems que se agrupan en 4 factores: ambiente social general (relación socio-profesores/funcionarios), ambiente físico (instalaciones, equipamientos, etc.), ambiente social específico (relación socio-otros socios) y factores personales (motivos y motivaciones personales para la práctica). Los resultados obtenidos indican que el CPAG es un instrumento con un buen índice de validez y fiabilidad.

PALABRAS CLAVE: evaluación, fitness, gimnasios, ambiente, adherencia, abandono.

1. Introducción

El sedentarismo es uno de los problemas más importantes de la sociedad actual. Los gobiernos han promocionado políticas que pretenden prevenir la falta de ejercicio de la población, para lo que se han elaborado programas que se intentan implementar a lo largo de todo el ciclo vital (p.e. *Muévete Bogotá* en Colombia, *Agita São Paulo* en Brazil, etc...). Se ha demostrado que el ejercicio físico realizado de forma regular y con la intensidad apropiada conlleva beneficios físicos, psicológicos y sociales (OMS, 2006). La mayor parte de la población es consciente de ello, sin embargo son pocas las personas que incorporan el ejercicio regular en su vida diaria.

En los últimos tiempos el abanico de posibilidades para realizar ejercicio físico ha aumentado considerablemente. La irrupción de la industria del fitness ha marcado un hito sin precedentes, con una oferta amplia de actividades en un entorno agradable y controlado (health clubs, gimnasios o fitness centres). Según la International Health Racquet & Sportsclub Association, IHRSA (2006) la industria del fitness mueve aproximadamente el 5% de la población de la península ibérica, con una facturación estimada de 450 millones de euros. Sin embargo, el interés científico por este tipo de actividades no ha recibido atención hasta fechas recientes (Lagrosen y Lagrosen, 2007). La mayor parte de los trabajos se han centrado en la relación calidad-satisfacción de usuarios (Lam, Zhang, e Jensen, 2005), los motivos para practicar actividades físicas en los gimnasios (Moutão, 2004) y la dualidad adherencia-abandono (Dishman & Buckworth, 1996). Este último aspecto es preocupante, tanto para la industria (por causar pérdidas económicas cuantiosas), como para el propio practicante, puesto que el abandono de la actividad no permite obtener los beneficios que esta proporciona a su salud. La adherencia-abandono del ejercicio son problemas que han estado presentes entre los profesionales del ejercicio y los responsables de la salud pública durante décadas, pero únicamente han empezado a estudiarse de forma sistemática en los últimos 20 años (William e Klein, 2004). La tasa de abandono de un programa de ejercicio se mantiene elevada hasta los 12 meses, con una media de abandono de 50% (Comoss, 1988; Song y Lee, 2001). Una de las peculiaridades de la mayoría de los gimnasios es la cantidad de personas que comienzan un programa de

entrenamiento y no son capaces de mantenerlo (Sassatelli, 1999). Esta circunstancia puede explicar que el número de ex-socios es más elevado que el de los socios activos en los centros de fitness (IHRSA, 1998).

La percepción del ambiente del gimnasio puede ser determinante a la hora de iniciarse, mantenerse o abandonar una actividad física que se oferte en el mismo. En este sentido, Lindgren y Fridlund (2000), estudian las percepciones que tienen de los health clubs un grupo de mujeres sedentarias, obteniendo que la mayoría consideran que en estos centros existe una cultura excesivamente centrada en personas bien entrenadas, en la belleza física y en cuerpos delgados.

La participación en actividades físicas también está condicionada por factores ambientales (Humpel, Owen y Leslie, 2002). Los modelos ecológicos defienden que el ambiente social y físico, así como los factores individuales, tienen un papel fundamental en el proceso de cambio hacia comportamientos saludables (McNeill, Wyrwich, Brownson, Clark y Kreuter, 2006). Stahl, Rutten, Nutbeam, Bauman, Abel y Luschen (2001) lo refuerzan afirmando que parecen existir relaciones entre los aspectos del ambiente social-físico y la participación en la actividad física.

Weinberg y Gould (2007), dividen los factores asociados con la participación en el ejercicio físico en: demográficos, cognitivos/personalidad, comportamientos, ambiente social, ambiente físico y características de la actividad. Consideran que entre estos factores, existen una serie de determinantes que fomentan positivamente la participación en la actividad física: la educación, el género masculino, los rendimientos económicos, el placer con el ejercicio físico, esperar beneficios de salud, la intención de hacer ejercicio físico, la percepción de la salud, la auto-eficacia para el ejercicio, la auto-motivación, la cohesión de grupo, influencias familiares en el pasado, apoyo social, acceso real e acceso percibido a las instalaciones, programa de grupo e cualidades del líder del ejercicio.

Las razones sociales parecen ser un factor clave para que los socios se mantengan en los gimnasios, influyendo aspectos concretos como: la gestión del

gimnasio, los funcionarios en general, los otros socios, los profesores, los programas de entrenamiento (Thompson y Wankel, 1980), las clases (Glaros y Janelle, 2001), los servicios, el precio (Della Vigna y Malmendier, 2006), el apoyo social (Kendler, 2001), la valoración que dan al ejercicio (Annesi, 2004), la luminosidad del gimnasios, los equipamientos, la temperatura, los espacios, la limpieza, la falta de tiempo (Tahara et al, 2003; Brownson et al. 2001), el acceso y localización, el aparcamiento, la recepción ó las experiencias anteriores positivas ó negativas de los individuos (Sena, 2006).

En cuanto al abandono, los motivos que generalmente se apuntan para desistir en la práctica de actividad físicas son: individuales (personalidad, características psicológicas, cognitivos y biológicos); culturales (hábitos de pensamiento, creencias personales, etc.); sociales (afectivos); y ambientales (ambiente físico, características de la actividad, programas, etc. (Dosil, 2004; International Health Racquet & Sportsclub Association, 1998).

La perspectiva que se defiende en este trabajo es la de William y Klein (2004), según la cual es necesario conocer las características de los usuarios para poder ayudar a comprender cómo intervenir desde que se comienza en un programa de ejercicio físico de un gimnasio y, de esta forma, fomentar la adherencia y reducir las tasas de abandono. Para ello, se presenta el proceso de elaboración de un Cuestionario que pretende medir la percepción que tienen los usuarios de los gimnasios, con la finalidad de que los resultados permitan predecir, en cierta medida, la probabilidad de que se mantenga o abandone la actividad a corto, medio y largo plazo.

2. Método

1. Proceso de Elaboración del Cuestionario

Fase 1: Revisión de la bibliografía específica sobre Cuestionarios de Satisfacción en Servicios y sobre Adherencia al Ejercicio Físico.

Una de las mayores dificultades con las que nos encontramos al elaborar la primera versión del Cuestionario, fue la escasez de medios específicos de evaluación sobre la temática a estudiar (la influencia que tiene el ambiente de los gimnasios en la adherencia y en el abandono). Dentro de los instrumentos revisados, el más cercano a lo que pretendemos estudiar es el Quality Assessment Scale - SQAS (Lam, Zhang, e Jensen, 2005), que pretende evaluar la calidad de los gimnasios. De esta forma, se amplió la búsqueda a otros instrumentos que, de alguna forma, evalúan la satisfacción con los servicios y la calidad de los mismos. Se encontraron los siguientes cuestionarios:

- Service Satisfaction Scale - SSS30 (Eisen, Shaul, Clarridge, Nelson, e Spink, 1999).
- Client Satisfaction_Questionnaire - CSQ8 (Hawthorne, Green, Lohr, Hough, e Smith, 1999).
- Verona Service Satisfaction Scale - VSSS (Ruggeri, Lasalvia, Dall'agnola, Wijngaarden, Knudsen, Leese, et al., 2000).

Asimismo, se consultaron otros instrumentos que tratan de delimitar las razones por las cuales las personas hacen ejercicio físico (temática cercana al objeto de estudio):

- Self Motivation Inventory - SMI (Dishman, Ickes, e Morgan, 1980).
- Perceived Barrier to Exercise - PBE (Tappe, Duda, e Ehmwald, 1989).

- Perceived Health e Exercise Participation Profile - PHEPP (Shakiba, 2006).
- Commitment to Exercise Scale - CES (Davis, Brewer, e Ratusny, 1993).
- Exercise Self-Efficacy Scale ESES (Bandura, 1997).
- Fitness Instructors Knowledge Assessment - FIKA (Malek, Nalbone, Berger, e Coburn, 2002).

Estos instrumentos sirvieron de base para construir una primera aproximación a las cuestiones que podrían formar parte del Cuestionario para esta investigación. De esta forma, en esta primera fase, nos centramos en el ambiente físico y social del gimnasio, así como las variables personales que pueden tener influencia en la participación y mantenimiento de actividades físicas. Puesto que todos los ítems giraban entorno a estos aspectos, se considero apropiada la denominación de Cuestionario de Percepción del Ambiente de los Gimnasios (CPAG).

Fase 2: Formulación de los ítems del CPAG

El primer esbozo del CPAG consta de 163 ítems que se formularon a partir del apoyo teórico consultado, entrevistas con profesionales de gimnasios, especialistas en psicología deportiva y socios de gimnasios. Se agruparon de la siguiente forma:

- 13 ítems con la finalidad de caracterizar individualmente al socio.
- 55 ítems relacionados con los pensamientos del socio.
- 95 ítems vinculados al ambiente del gimnasio, de los cuales 45 se referían al ambiente físico y 49 al ambiente social.

En este proceso, atendiendo a las indicaciones de los especialistas consultados, se seleccionaron 78 ítems que constituyen la versión inicial del CPAG. La agrupación de estos ítems fue la siguiente:

- Ambiente social (29 ítems).
- Ambiente físico (24 ítems).
- Factores personales (25 ítems).

Fase 3: Aplicación de la versión inicial a una muestra reducida de socios de gimnasio

Esta fase de construcción del cuestionario tiene por finalidad comprobar si la redacción de los ítems es la apropiada, así como si las cuestiones son comprensibles por cualquier usuario. La muestra escogida fueron 48 socios de gimnasios de Portugal). Se eliminaron aquellos ítems que mostraron algún tipo de dificultad en la comprensión, así como los que no eran discriminantes (un total de 18).

Fase 4: Revisión por parte de especialistas

El Cuestionario de 60 ítems lo revisaron 11 especialistas de Psicología Básica, Psicología del Deporte, Evaluación Psicológica y Profesores de Educación Física con experiencia en gimnasios. Se les solicitó la tarea de evaluar si los ítems son apropiados para lo que se pretende medir, así como su claridad y facilidad de comprensión. En esta fase se eliminaron 10 ítems. Igualmente, se les pidió su opinión en la forma de presentar la versión definitiva.

Fase 5: Estudio Piloto con una muestra reducida de socios de gimnasios (N = 193).

El Cuestionario de 50 ítems lo cumplimentaron una muestra reducida de socios de gimnasio de Portugal (N=193). El objetivo que se pretendía con esta evaluación fue comprobar la redacción, la comprensión y las tendencias de respuesta (Salvetti e Pimenta, 2005) con una muestra significativa para esta investigación.

Fase 6: Elaboración del Cuestionario para la aplicación definitiva a una muestra de socios de gimnasio

Se eliminaron definitivamente 10 ítems que se identificaron como inapropiados en los mecanismos de evaluación anteriores. De esta forma la Versión Preliminar del CPAG consta de 40 ítems, a los que se añadieron 3 de control y 10 cuestiones para caracterizar el perfil de socio. En cuanto a la forma de respuesta, se utiliza una escala tipo Likert. La mayoría de los cuestionarios que emplean este tipo de escala lo hacen con 5 opciones de respuesta, tal como recomiendan Pellegrin, Stuart, Maree, Frue, y Ballenger (2001), con la finalidad de minimizar la parcialidad de la respuesta positiva y optimizar la variabilidad y la validez predictiva. Sin embargo, con la intención de evitar la tendencia central de las respuestas, se optó por una escala con tendencias positivas y negativas:

- Totalmente en desacuerdo (1).
- Bastante en desacuerdo (2).
- Algo en desacuerdo (3).
- Algo de acuerdo (4).
- Bastante de acuerdo (5).
- Totalmente de acuerdo (6).

En esta versión del CPAG se incluyen un grupo de preguntas de identificación que permiten caracterizar el perfil de socio:

- Edad.
- Sexo.
- Estado civil.
- Tiempo como socio del gimnasio.
- Frecuencia de utilización semanal del gimnasio.
- Horario habitual de utilización del gimnasio.
- Actividades y servicios más utilizados en el gimnasio.
- Experiencia en gimnasios.

- Forma de pago.
- Objetivos que persigue acudiendo al gimnasio.

Fase 7: Aplicación del instrumento a una muestra de socios de gimnasios (N = 320).

La versión preliminar del CPAG, resultante del procedimiento anteriormente expuesto, se administró a 320 socios de gimnasios de Portugal, que presentan las características que se describen en el apartado de muestra.

2. Muestra

Como se ha indicado en el apartado anterior, esta versión del CPGA se aplicó a una muestra de 320 sujetos, socios de gimnasios de Portugal, con una media de edad de 31,77 años (DT=11,56), de los cuales 45,9% son hombres y 54,1% son mujeres. En cuanto al estado civil, 41,3% están casados, 51,3% solteros y 7,5% presentan otra situación. Relativamente al tiempo que llevan como socios en el gimnasio, 5,3% indican menos de un mes, 1,6% un mes, 5,9% dos meses, 5% tres meses, 2,2% cuatro meses, 1,6% cinco meses, 3,8% seis meses y la mayor parte (74,7%) más de seis meses. En lo que respecta a la frecuencia semanal de uso del gimnasio, 5,3% indican que acuden una o menos veces por semana, 21,9% de una a dos veces por semana, 37,8% de dos a tres veces por semana y 35% más de tres veces por semana (ver Tabla 1).

Tabla 1
Características de la muestra

Variable	Sub-grupo	N	Porcentaje	Media	Desviación Típica
Edad		320	100,0	31,77	11,56
Sexo	Hombre	147	45,9		
	Mujer	173	54,1		
Estado civil	Casados	132	41,3		
	Solteros	164	51,3		
	Otra situación	24	7,5		
Tiempo como socio	Menos de un mes	17	5,3		
	Un mes	5	1,6		
	Dos meses	19	5,9		
	Tres meses	16	5,0		
	Cuatro meses	7	2,2		
	Cinco meses	5	1,6		
	Seis meses	12	3,8		
	Mas de seis meses	239	74,7		
Frecuencia semanal	1 o menos veces	17	5,3		
	1 a 2 veces	70	21,9		
	2 a 3 veces	121	37,8		
	Mas de 3 veces	112	35,0		

En lo que respecta al horario más utilizado por los socios, el más escogido es el de 16:31 a 20:30 (53,8%) y el que menos es el de las 14:01 a las 16:30 (8,8%). En cuanto a las actividades que realizan los socios en el gimnasio, 125 (39,1%) frecuentan aulas de grupo, 244 (76,3%) la sala de musculación/cardio, 26 (8,1%) practican otras actividades o utilizan otros servicios del gimnasio, y solamente 2 (0,6%) tienen un personal trainer. En lo relativo a la experiencia en otros gimnasios, un 45% sólo conocen su gimnasio, un 22,8% conocieron gimnasios mejores, un 9,4% conocieron otros peores, y el 22,2% conocieron tanto gimnasios peores como mejores. En cuanto a la forma de efectuar los pagos de las cuotas del gimnasio, el 74,3% lo efectúan mensualmente, 13,5% anualmente, 5,6% en cada clase y el 6,6% afirmó estar en otra situación. Los resultados sobre los motivos principales que han llevado a los socios al gimnasio, el más escogido ha sido “mejorar la condición física” (70,3%), seguido por “mejorar mi salud” (53,4%); los motivos menos escogidos han sido “porque los gimnasios están de moda” (0%) y “encontrar nuevos desafíos” (3,2%) (Ver Tabla 2).

Tabla 2
Características de la muestra

Grupo	Sub-grupo	N	Porcentaje
Horario mas utilizado	Desde la apertura hasta las 11	56	17,5
	11:01 a las 14:00	39	12,2
	14:01 a las 16:30	28	8,8
	16:31 a las 20:30	172	53,8
	20:31 hasta la hora de cierre	62	19,4
Actividades	Aulas de grupo	125	39,1
	Musculación/cardio	244	76,3
	Otras	26	8,1
	Personal training	2	0,6
Experiencia en gimnasios	Solamente en éste	144	45,0
	Mejores	73	22,8
	Peores	30	9,4
	Peores y mejores	71	22,2
Tipo de pago	Mensualmente	238	74,3
	Anualmente	43	13,5
	Cada aula	18	5,6
	Otra situación	21	6,6
Motivos principales para ir al gimnasio	Transformar mi cuerpo	120	37,5
	Hacer nuevos amigos	30	9,4
	Porque los gimnasios están de moda	0	0,0
	Controlar el peso corporal	97	30,3
	Mejorar la salud	171	53,4
	Encontrar nuevos desafíos	10	3,2
	Relajarse después de un día de trabajo	84	26,3
Mejorar la condición física	225	70,3	

3. Procedimiento

En un primer momento se contactó vía telefónica y/o e-mail con la mayor parte de los gimnasios de la zona norte de Portugal continental. El interés mostrado inicialmente para colaborar en el trabajo fue bajo, por lo que se consideró apropiado alargar la zona geográfica a todo el país. Aceptaron un total de 18 centros de fitness, a los que se les explicó de forma pormenorizada el objetivo que se persigue con la investigación, así como las instrucciones de aplicación del instrumento. De esta forma, en un segundo momento se procedió a la entrega de los cuestionarios en los gimnasios. Se enviaron 900 cuestionarios y se recibieron 341, obteniéndose una tasa

de respuesta del 37,8%. De éstos se eliminaron 21 por deficiencias a la hora de cumplimentarlo.

La recogida de la muestra entre los meses de Enero y Marzo de 2007.

El análisis de los datos obtenidos se realizó a través del programa estadístico SPSS, en la versión 14.1.

4. Resultados

Una vez realizada la recogida de los datos en los diferentes gimnasios, se procedió a su análisis. En primer lugar se observaron las frecuencias de las respuestas al test, con el objetivo de reducir el número de ítems del cuestionario en el caso de que existieran tendencias a la hora de responder. Se descartaron aquellos ítems que presentaban una tendencia excesiva marcada hacia un extremo u otro (0 puntos ó 6 puntos). Con esta medida se redujo el número de ítems, con lo que el siguiente objetivo fue efectuar un análisis factorial, con el objetivo de agrupar los ítems por factores que se correspondan a las grandes áreas objeto de estudio: ambiente social, ambiente físico y factores personales.

Se realizó el test Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) para comprobar si las correlaciones parciales entre las variables eran suficientemente pequeñas. Los valores bajos en este test indican que el análisis factorial puede no ser una buena opción, pero en nuestra investigación la puntuación obtenida fue de 0,925 con un elevado nivel de significatividad ($p < 0,001$), por lo que se procedió al análisis factorial.

Después de descartar mediante análisis de los factores aquellos ítems no válidos por su carga factorial, por la repetición en más de un factor o la saturación en un valor, se pasó a la elaboración de un Cuestionario de 4 factores, que incluye 26 ítems. La varianza explicada fue de un 50,26%. A pesar de no tener una varianza excesivamente elevada, se decidió mantener el modelo de 4 factores con 26 ítems: (a) relación entre el socio y los monitores/profesores, (b) relación entre el socio y los

demás socios del gimnasio, (c) ambiente físico del gimnasio y (d) factores personales. El análisis se realizó mediante la matriz de componentes principales, con rotación Varimax, que es una medida ortogonal de rotación que minimiza el número de variables que tienen saturación alta en un factor. La razón de emplear este método se debe a que el objetivo del análisis fue agrupar los ítems en cada factor y no reducir el número de ellos.

El primer factor (ver Tabla 3), está formado por 10 ítems, donde los aspectos de relación entre los socios y los monitores/profesores del gimnasio se consideran relevantes. El coeficiente de consistencia interna es de 0,92 para este factor.

Tabla 3
Factor 1. Relación Socio – Monitores/Profesores (10 ítems)

Factor 1	Ítems	Eigenvalue	Alpha
Relación Socio- Profesor/Monitor	(17) Los profesores/monitores se interesan por mí.	0,638	0,92
	(29) Los profesores/monitores se preocupan por mí como persona.	0,732	
	(31) Los profesores/monitores explican de una forma que les comprendo.	0,742	
	(33) Cuando hablo a los profesores/monitores me escuchan atentamente.	0,792	
	(35) Los profesores/monitores emplean siempre algún tiempo para mí.	0,743	
	(39) Los profesores/monitores dan la misma atención a todo el mundo.	0,694	
	(41) Los profesores/monitores del gimnasio son puntuales.	0,694	
	(43) Los profesores/monitores están siempre bien arreglados.	0,719	
	(45) La competencia de los profesores/monitores es elevada.	0,752	
	(50) Los profesores/monitores trabajan con pasión.	0,692	

El segundo factor (ver Tabla 5), está formado por 7 ítems, donde las características del ambiente físico se especifican: temperatura, accesos, iluminación, aspecto del local, equipamientos, instalaciones y limpieza. Este factor presenta un coeficiente de consistencia interna de 0,82.

Tabla 1
Factor 2: Ambiente Físico (7 ítems)

Factor	Ítems	Eigenvalue	Alpha
Ambiente Físico	(12) La temperatura del gimnasio es agradable para entrenar.	0,742	0,82
	(15) Este gimnasio tiene buenos accesos.	0,505	
	(18) La luz del gimnasio es adecuada para entrenar.	0,475	
	(21) Este gimnasio es muy bonito.	0,729	
	(24) Este gimnasio tiene todos los equipamientos que necesito.	0,625	
	(27) Las instalaciones de este gimnasio son muy buenas.	0,789	
	(34) El gimnasio está limpio.	0,548	

El tercer factor (ver Tabla 6), está formado por 4 ítems que revelan la forma de relacionarse de los socios. El coeficiente de consistencia interna es de 0,77.

Tabla 2
Factor 3: Relación Socio – Otros Socios (4 ítems)

Factor	Ítems	Eigenvalue	Alpha
Relación Socio-Socio	(20) Los otros socios me ayudaron a integrarme en este gimnasio.	0,799	0,77
	(23) Fui bien recibido por los otros socios.	0,738	
	(26) Los otros socios son simpáticos.	0,677	
	(48) Hice amigos en este gimnasio.	0,733	

El cuarto factor (ver Tabla 7), está formado por 5 ítems, donde se presentan algunos factores personales que pueden influir en la percepción que el socio tiene del gimnasio. El coeficiente de consistencia interna es de 0,53.

Tabla 3
Factor 4: Factores Personales (5 ítems)

Factor	Ítems	Eigenvalue	Alpha
Factores Personales	(13) Ir al gimnasio es caro.	0,257	0,53
	(19) Hacer ejercicio físico en el gimnasio es aburrido.	0,688	
	(22) Entrenar es un gran sacrificio para mí.	0,738	
	(25) Ir al gimnasio implica mucha disponibilidad de tiempo.	0,630	
	(32) Todavía no he conseguido mis objetivos en este gimnasio.	0,497	

A partir de la extracción de los ítems y su inclusión en cada uno de los factores, se realizó el cálculo de la validez predictiva mediante la correlación de las puntuaciones del CPAG con tres ítems generales sobre el ambiente físico, el ambiente social y los factores personales (se formularon al final del cuestionario por no

encontrar instrumentos que midieran los mismos factores). La correlación obtenida fue significativa ($p < 0,01$) entre el factor social global y los factores socio-funcionarios, ambiente físico y relación socio-socio. También se obtuvo una correlación significativa entre el factor físico global y el factor ambiente físico ($r = 0,782$, $p < 0,01$) (ver Tabla 8).

Tabla 4

Correlación de Pearson de la media de cada factor con los 3 ítems de apreciación global

Media Factor	Motivación global	Físico global	Social global
F1 (socio-funcionarios)	0,478**	0,441**	0,629***
F2 (ambiente físico)	0,431**	0,782***	0,526***
F3 (socio-otros socios)	0,317**	0,234*	0,524***
F4 (factores personales)	0,310**	0,277*	0,243*

Nota: para nivel de significancia de 0,01

* Correlación baja

** Correlación mediana

*** Correlación alta

En lo que respecta a la fiabilidad del CPAG, se empleó el Alfa de Cronbach para medir la homogeneidad de los componentes de la escala, es decir, la consistencia interna de los ítems, por ser considerado el medio más utilizado para estimar la consistencia de un escala (Hair et al., 1998) y pudiendo definirse como la correlación que se espera obtener entre la escala construida y otras escalas hipotéticas del mismo universo, con un número similar de ítems y que midan las mismas características (Kanning, 2006).

La fiabilidad fue determinada en base a la correlación media entre los ítems del cuestionario, siendo el Alfa de Cronbach total del CPAG de 0,88 (ver Tabla 9). Los factores personales son los que presentaron un alfa más bajo: 0,53.

Tabla 5
Varianzas del CPAG

Factores	Alfa
F1 (socio-funcionarios)	0,92
F2 (ambiente físico)	0,82
F3 (socio-otros socios)	0,77
F4 (factores personales)	0,53
CPAG total	0,88

4. Discusión

En este trabajo se ha presentado la versión preliminar del Cuestionario de Percepción del Ambiente del Gimnasio (CPAG). Los análisis efectuados inicialmente permiten indicar que el CPAG es un instrumento fiable y con una validez predictiva alta (Cohen, 1988). La validez de contenido se confirmó mediante el análisis de los expertos (Torrence et al., 2004), la de criterio, correlacionando los 26 ítems del CPAG con los 3 ítems de apreciación global (Carey et al, 2004) y la de constructo mediante el análisis factorial (Thomas e Nelson, 2002), del que resultaron cuatro factores: relación socio-monitores (ambiente social), relación socio-otro socios (ambiente social), ambiente físico, y factores personales.

El ambiente social del gimnasio es un factor determinante en la adhesión al ejercicio y suele venir determinado por las relaciones que se establecen entre los socios y entre el socio-monitor. Barnett e Casper (2001) señalan que el ambiente social engloba a todas las interacciones que se producen en el gimnasio, son dinámicos y cambian a lo largo del tiempo por condicionantes internos y externos.

Dentro del ambiente social la relación socios-monitores es fundamental para entender el clima emocional del gimnasio, por lo que se justifica su inclusión como factor dentro del Cuestionario que acabamos de presentar. Diferentes investigaciones (Antunes, 2003; Annesi, 1999; Betti, 2007; Wininger, 2002) han enfatizado en la correspondencia que existe entre la adhesión al ejercicio y la personalidad de los profesores. En el trabajo de Wininger (2002) se analiza la percepción que tienen de sus monitores 296 mujeres que acuden a clases de aeróbic, obteniendo que

características como la condición física del instructor y la capacidad de comunicar tienen una relación directa con la participación en las aulas. Annesi (1999) evalúa la personalidad y los estilos de comportamiento de 15 profesionales del ejercicio, encontrando que aquellos que tenían un mayor control sobre el grupo eran los que alcanzaban cuotas mayores de adhesión entre sus clientes. Esta capacidad de control de los participantes no es sencilla y está ligada a la personalidad del profesor. En esta línea, Antunes (2003) indica que son muchos los instructores que se consideran poco preparados para asumir determinadas funciones de actuación.

Otro de los factores (dentro del ambiente social) que se extraen al analizar el CPAG es la relación entre los socios. El apoyo social tiene una influencia directa en la actividad física, tanto a nivel de motivación intrínseca como extrínseca (McNeill, Wyrwich, Brownson, Clark, e Kreuter, 2006) y se considera el mejor predictor para ser físicamente activo (Stahl, Rutten, Nutbeam, Bauman, Abel, e Luschen, 2001). Dentro de este factor, la familia y los medios de comunicación son importantes en el mantenimiento del ejercicio (Tahara, Schwartz, e Silva, 2003), pero son las relaciones entre los socios las que determinan, en ocasiones, la adherencia a la actividad de los gimnasios (Wininger, 2002).

El ambiente físico es otro de los factores considerados en el CPAG. La influencia que tiene la temperatura, el acceso al gimnasio, la iluminación, la percepción de limpieza de las instalaciones, los equipamientos, etc...son aspectos a tener en cuenta por los socios (McNeill, Wyrwich, Brownson, Clark, e Kreuter, 2006).

Otras aportaciones, como las de Stahl, Rutten, Nutbeam, Bauman, Abel, e Luschen (2001) confirman la importancia que tienen los aspectos vinculados al ambiente físico, aunque trabajos como los de Annesi (2002) en gimnasios, concretan que en el abandono tienen más peso los factores personales y el ambiente social. Por su parte, la International Health Racquet and Sportsclub Association (1998) indica que el abandono se relaciona, en primer lugar, con el ambiente social y, en segundo lugar, con el ambiente físico. En conclusión, los diferentes trabajos analizados enfatizan en el ambiente social como determinante en el abandono, otorgando al ambiente físico un

papel complementario en la adherencia a los gimnasios. Este papel viene confirmándose en trabajos como los de Annesi (2001), en el que comprueba la influencia que tienen medidas “distractoras” en los gimnasios (ambiente físico), como la música y la televisión, en la adherencia y en el abandono de las actividades del gimnasio. Los resultados indican que aquellos socios que tenían estas medidas ambientales “distractoras” obtenían mejores resultados con el ejercicio, mostraban una mayor adherencia y una mayor capacidad para soportar clases más exigentes. En esta línea de trabajos sobre el ambiente físico, Tu, Stump y Clar (2004) encontraron que existe una correlación entre los factores climáticos-ambientales y la asiduidad al ejercicio.

Un último factor analizado en el CPAG es el de factores individuales. Aspectos como el precio del gimnasio, el tiempo disponible, conseguir los objetivos personales que se planteen, soportar el aburrimiento, etc... también tienen influencia en la percepción que una persona se forma de un gimnasio. En esta línea, Lagrosen y Lagrosen (2007) indican como el placer por hacer ejercicio, el cambio mental que supone la práctica y el reto personal al realizar esfuerzos físicos, son dimensiones de cualidad de los gimnasios.

En definitiva, las propiedades psicométricas del CPAG permiten augurar una versión final de este instrumento que de respuesta a la demanda que existe actualmente en la industria del fitness, por la cual, mediante la percepción que tienen los socios del gimnasio, se pueda reducir los índices de abandono y se encuentren las claves para aumentar la adherencia al ejercicio físico en los gimnasios.

Anexo B

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

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!