

Adesão e abandono da actividade física em centros de fitness.

Paulo Sena
pjrsena@sapo.pt

Convenção Internacional Promofitness Sport Zone
Porto 25.03.05

O Problema

1. O exercício traz benefícios para a saúde.
2. As **pessoas parecem conscientes disso, mas:**
 - Não realizam actividade física.
 - São irregulares e ausentam-se por longos períodos.
 - Inscrevem-se num centro de fitness, mas rapidamente abandonam.

Exemplos

- Clube L - 3 anos 12mil inscritos – 3400 permaneciam no final desse período = 28%
- Clube TM - 8 anos – 3000 inscrições – 430 permanecem = 14%
- Clube C – 2 anos 300 inscrições – 84 permanecem = 28%
- Temos clubes em Portugal a inscreverem entre 60 a 90 novos sócios por mês durante um ano e não aumentam o número total de sócios permanentes no final do ano.

Bibliografia

Razões para fazer a. f.

Melhorar a forma física.

Equipa/afiliação.

Diversão.

Melhorar habilidades.

Competitividade/desafio.

Controlo de peso.

Reduzir os riscos de doenças cardiovasculares.

Reduzir o stress e a depressão.

Melhorar auto-estima.

Socializar.

Motivos de Abandono (a. f.)

- Individuais
 - personalidade
 - características psicológicas
 - cognitivos e biológicos
- Culturais
 - hábitos de pensamento,
 - crenças pessoais, etc.
- Sociais (afectivos)
- Motivos ambientais
 - ambiente físico (instalações),
 - características da actividade,
 - programas, etc.

Abandono fitness (IHRSA, 1998)

- Razões relacionadas com dinheiro, pessoais e situacionais.
- Razões relacionadas com o clube:
 1. Demasiada gente nas instalações, 27%.
 2. Insatisfeitos com os funcionários do clube, 13%.
 3. Ausência de atenção por parte dos funcionários do clube, 13%.
 4. Insatisfeitos com os programas/actividades, 8%.
 5. A gerência do clube inacessível/o não responde, 6%.

Conclusões

- O **personal training** parece ser um **método eficaz** para melhorar a adesão.
- Possuir conhecimentos sobre a saúde e o exercício são factores que favorecem o início da a.f.

Conclusões

- Os participantes em programas de exercício físico **valorizam de forma uniforme o exercício físico, mas não traduzem estas crenças em acção.**

Conclusões

- No que diz respeito à **estética** como razão para fazer actividade física, os **resultados** são **diferentes entre homens e mulheres** e são contraditórios.
- **É vital construir redes sociais** na comunidade para fomentarem a actividade física como sendo saudável.
- As pessoas **não gostam de se deslocar** para muito longe a fim de fazerem exercício físico.

Conclusões

- As pessoas que fazem exercício físico pelo menos duas vezes por semana parecem colocar os treinos num **patamar superior de prioridade**.
- As pessoas **quando se inscrevem** costumam ter **expectativas** algo **irrealistas**, costumam ser demasiado confiantes em relação às suas capacidades.

Conclusões

- O **apoio social** tende a **favorecer a adesão** a um programa de exercício físico.
- Os **factores climáticos** têm influência na **assiduidade**.
- As **novas tecnologias** utilizadas nos ginásios contribuem para a **dissociação cognitiva** permitindo sensações positivas em relação aos períodos prolongados de exercício físico.
- As **avaliações** e a utilização dos seus resultados com fins **comparativos poderá ser negativa** para algumas pessoas.

Conclusões

- 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.
- **Homens e mulheres** parecem ter **objectivos distintos** quando se dispõem a fazer exercício físico.

Conclusões

- O controlo da intensidade e da duração dos exercícios é fundamental numa fase inicial. A intensidade elevada e o grande volume de exercícios parecem ter um efeito negativo sobre a adesão numa fase inicial. Mas numa fase posterior a intensidade parece ter um efeito mais útil.
- A satisfação atingida pelo exercício físico favorece a sua manutenção.

Conclusões

Aulas de grupo, *personal training* e meio aquático são as grandes bases da comercialização destes centros de fitness, cujos procedimentos e mesmo até a própria comercialização e oferta de serviços parece ocorrer de acordo com **padrões e tendências estabelecidos por grandes cadeias e grandes marcas destes centros.**

Conclusões

- Na generalidade da literatura não se caracterizavam os locais, o contexto, o ambiente onde se efectuava exercício físico. No entanto, muitas das análises sobre mudança de hábitos de exercício físico e de motivos de adesão e abandono do exercício físico, foram realizados em centros de fitness privados, públicos ou municipais.

Proposta

Pensamentos do praticante

Cultura, características sócio-demográficas, tolerância ao esforço, nível de condição física, auto-estima, historial na actividade física...



Ambiente do centro de fitness

Ambiente,
Programas (intensidade, volume, duração, qualidade, introdução aos exercícios...),
Professores (competência técnica, supervisão, adaptação, espaço íntimo, aparência, género, atenção e feedback, ...),
Procedimentos...

Mudar

```
graph TD; A[Mudar] --> B[Conhecer melhor os pensamentos do praticante]; A --> C[Educação cognitiva para aumentar a motivação do praticante]; A --> D[Ginásio com mais orientação educativa];
```

Conhecer melhor os
pensamentos do praticante

Educação
cognitiva para
aumentar a
motivação do
praticante

Ginásio com mais
orientação educativa

Educar professores e sócios para combater o abandono

- Formas de **melhorar a aprendizagem** dos alunos.
Melhorar a comunicação no ensino dos princípios de treino.
- Desenvolver **métodos de trabalho** e introduzir métodos eficazes:
 - Integração dos alunos no clube
 - Simplificar instruções
 - Detecção e correcção de erros
 - Registos de treino.
- Promover o **desenvolvimento pessoal** dos alunos ao longo da sua vida.
- Contribuir para a **mudança de pensamentos** por parte dos sócios do clube.

Traduzindo

Necessitamos saber como interagir com os alunos, encontrando formas eficazes de os levarmos a submeterem-se aos princípios de treino, dissociando as sensações de esforço, criando hábitos saudáveis e relações sociais fortes entre com os professores e os outros sócios do ginásio.

Resumindo

Temos de mudar a percepção que as pessoas têm dos centros de fitness e ajudá-las com técnicas de modificação de pensamento/comportamento para que **incorporem a actividade física nas suas vidas.**