

MOTIVOS PARA O ABANDONO DA PRÁTICA DESPORTIVA EM CONTEXTO DE GINÁSIO

ESTUDO DE CASO COM EX-SÓCIOS DO GINÁSIO VILLAGE FITNESS

Nuno Alvo¹; Ricardo Gonçalves^{1,2}; Leonardo Rocha^{1,2,3}

¹ Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes, ² Centro de Investigação em Desporto e Educação Física,

³ Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Introdução:

Nos finais da década de 80 começou a evidenciar-se um aumento da prática desportiva em ginásio e clubes (Sena, 2008). Actualmente, essa prática encontra-se massificada, paradoxalmente à fraca investigação que a tem suportado.

Objectivo:

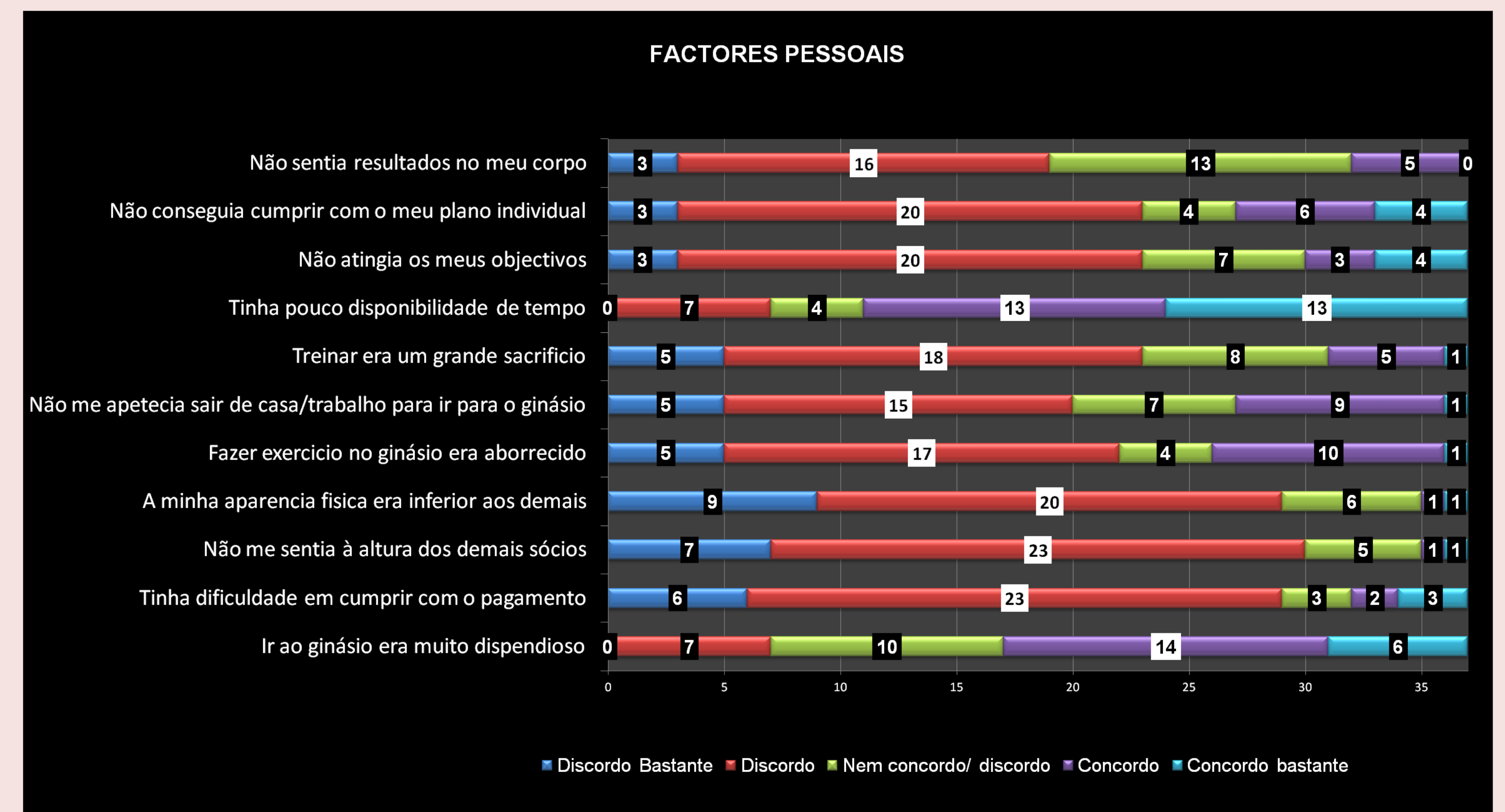
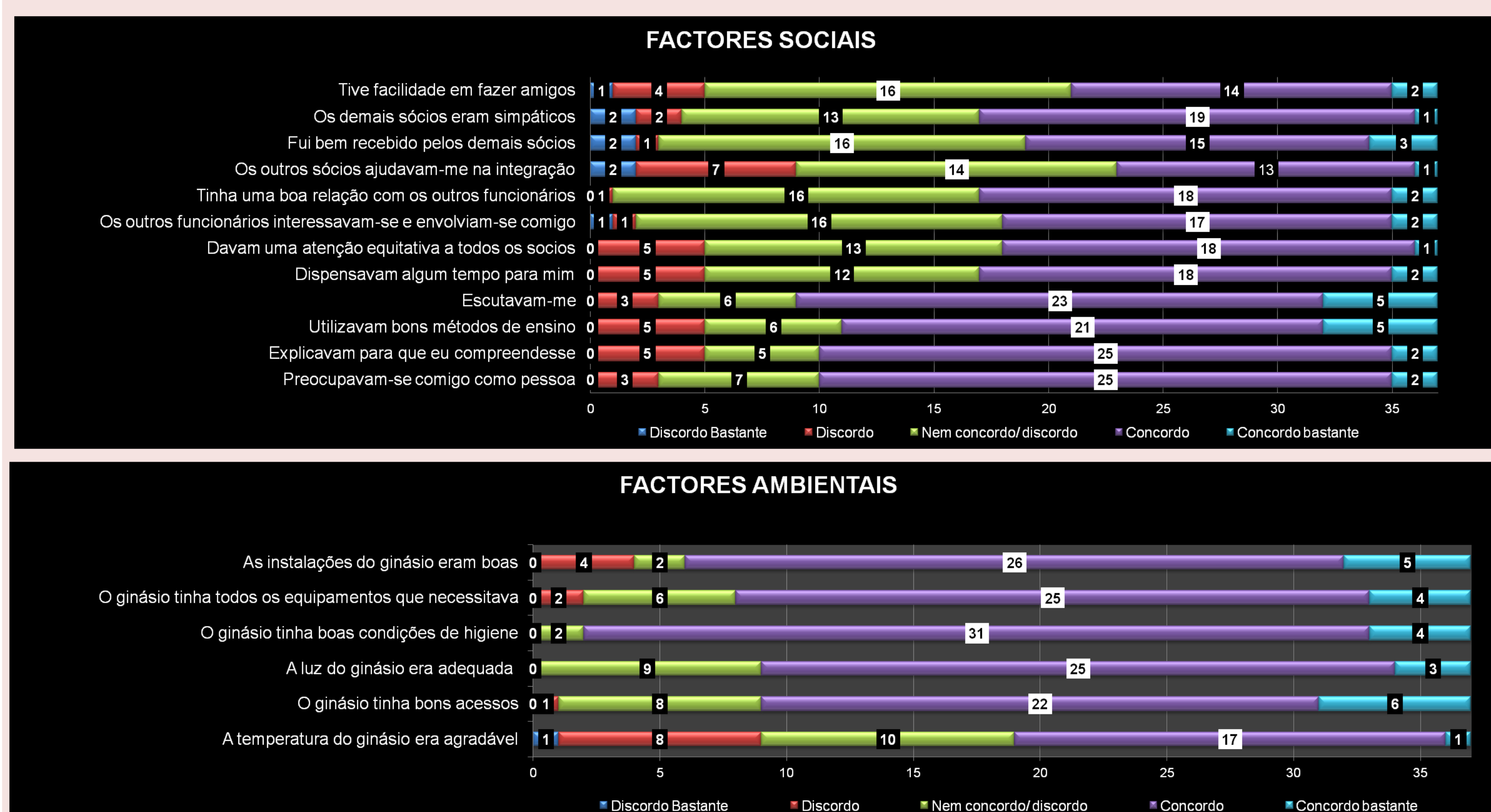
Esta investigação teve como objectivo principal conhecer os motivos que levam os praticantes de actividade física a abandonar os ginásios.

Método:

Participantes: foi constituída uma amostra de 37 ex-sócios que haviam abandonado o ginásio Village Fitness em 2010, correspondendo a 10% da totalidade dos sócios que o fizeram nesse mesmo ano.

Instrumento: foi construído e validado um questionário com 40 questões, dividido em três partes: i) caracterização da amostra; ii) relação com o ginásio; iii) factores sociais (relação sócio-funcionários e sócio-sócio), ambientais e pessoais, que podem ter originado o abandono do referido ginásio. Nesta última parte foi utilizada uma escala de Likert, com cinco categorias de resposta.

Resultados:



Conclusões:

- Parece-nos que **os factores pessoais (83,7%) foram os mais preponderantes para o abandono** do ginásio, nomeadamente devido à falta de disponibilidade e à vida profissional muito ocupada dos ex-sócios.
- Ainda assim, **75% dos inquiridos classifica a sua experiência no ginásio como “Boa” ou “Muito Boa”**, apesar de o ter abandonado, o que evidencia a fraca contribuição do ginásio Village Fitness para a desistência dos seus sócios, em 2010.
- Foi possível traçar um **perfil tipo do ex-sócio**: predominantemente do género feminino, solteira, com 30 anos de idade e que frequenta aulas de grupo e cardio-fitness e musculação três vezes por semana, no horário compreendido entre as 18h30 e as 20h29. Estes dados são úteis, de forma a que as novas acções de marketing e publicidade incidam sobre os clientes que apresentem estas características.