

15º CONGRESSO NACIONAL

2 E 3 DE JUNHO

PAVILHÃO DOS POUSOS, LEIRIA

FITNESS É SAÚDE

INVESTIR NA PREVENÇÃO

E NÃO NO TRATAMENTO!

Com o apoio:





Fitness no pós-pandemia e o papel do instrutor

Miguel Pacheco

CEFAD – Formação Profissional



Resumo para a revista do Congresso

A taxa de cancelamentos nos ginásios é um indicador de grande sensibilidade para o mercado. Situou-se nos 60% em 2019, e deteriorou-se muito no ano da pandemia de 2020 (dados do Barómetro AGAP Portugal Ativo). Qual o papel do instrutor? Os fatores que determinam que os sócios se fidelizem aos clubes ou desistam dos mesmos podem ajudar na resposta. O instrutor trabalha com os motivos e as motivações dos seus clientes, procurando melhorar a taxa de retenção no seu clube. Motivos e motivações serão a mesma coisa? Veremos algumas das estratégias de relação, comunicação e supervisão que os instrutores devem procurar seguir, para aumentar o indicador da taxa de retenção dos sócios, estratégias essas sistematizadas em 5 grandes áreas de atuação: Segurança, Efetividade, Interação Social, Motivação e Metodologia.



Foco nos pontos chave
do mercado do fitness

Captação / Angariação

Fidelização / Retenção

Taxa de Penetração do Fitness

	2019	2018
Número de ginásios	1100	1000
Praticantes	688.210	592.834
Faturação global (sem IVA)	289.371 mil€	264.170 mil€
Taxa de penetração na população	6,7%	5,8%
Número de Instrutores FTE	12.086	12.872
Número de staff	7.926	9.082



Taxa de Penetração do Fitness

15° CONGRESSO NACIONAL

Estimativas

	2021	2020	2019	2018
Número de ginásios	833	800	1300	1000
Praticantes	465 600	491 355	688 230	582 834
Faturação global (sem IVA)	109 264 mil €	147 408 mil €	289 171 mil €	264 170 mil €
Taxa de penetração (1)	4,5%	4,8%	6,7%	5,8%
Número de instrutores FTE	9637	9823	17 088	12 877
Número de staff FTE	7284	7130	7 826	9 082
		14,3 mil	20 mil	15,8 mil

1 - 10,7 milhões de habitantes
 FTE - Full Time Equivalente





Cancelamentos ou Attrition Rate

Quadro 6 - Contributos líquidos e taxas de retenção

	Individuals	Cadelas	Amostra 2019	Amostra 2018
N.º médio sócios 2019	82 211	403 482	485 693	
Cancelamentos	39 572	252 818	292 390	
Sócios angariados e reativações	46 205	313 485	359 691	
Contributo líquido	6 633	60 667	67 300	
Attrition Rate	48%	63%	60%	65%



Cancelamentos ou Attrition Rate

15º CONGRESSO NACIONAL

7. Inscrições e cancelamentos

185 226 Inscrições -

221 418 Cancelamentos

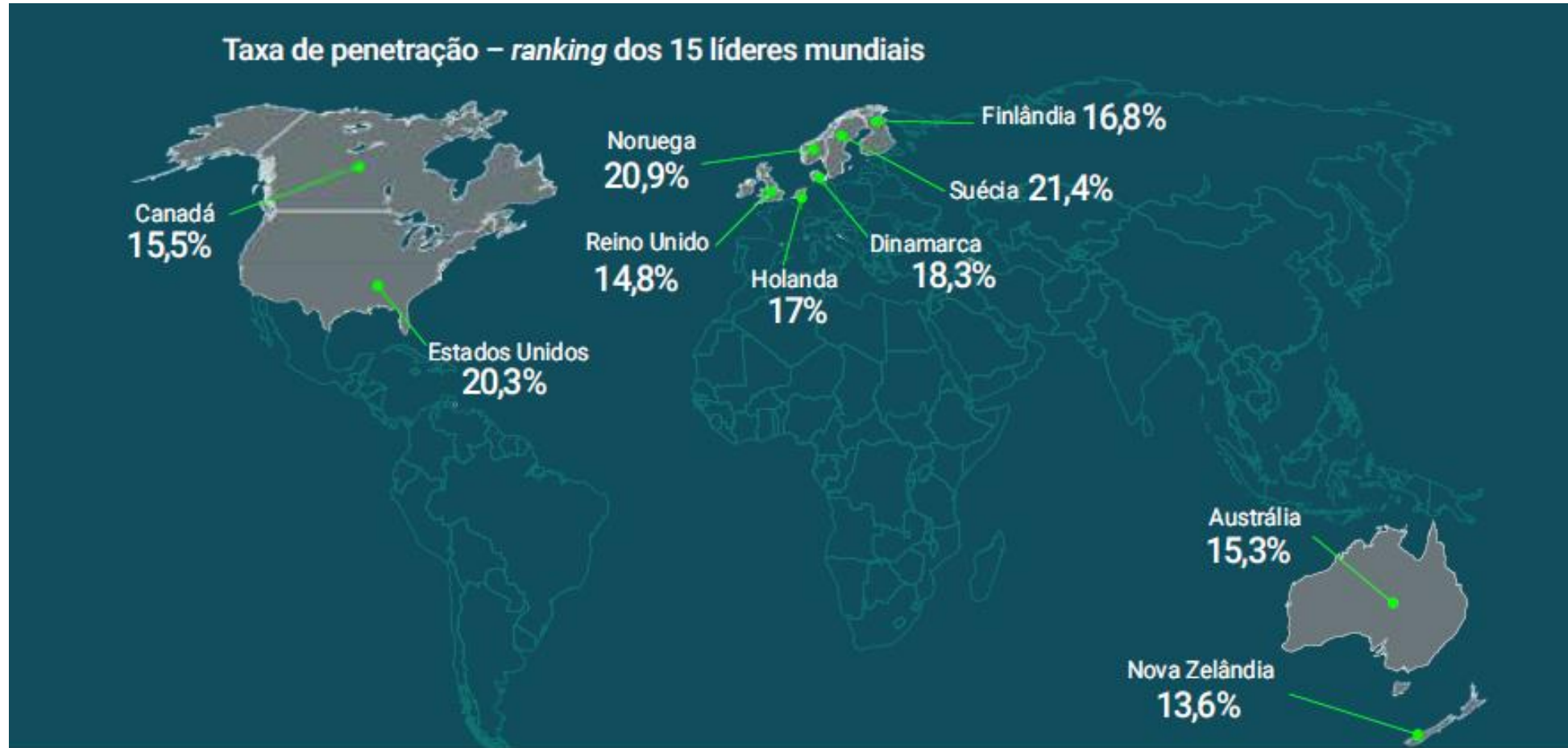
= -36 192 sócios
contributo líquido negativo

	Individuais	Cadeias	Amostra 2021	Amostra 2020	Amostra 2019	Amostra 2018
Nº médio de sócios em 2021	63025	291228	354253	363 144	485 693	
Cancelamentos	44256	177162	221418	356 668	292 390	
Sócios angariados e reativações	49271	135955	185226	194 235	359 691	
Contributo líquido	5 015	-41 207	-36 192	-162 433	67 300	
Attrition Rate	70%	61%	63%	98%	60%	65%

	Tx Cancelamento	Tx Retenção
Individual	70%	30%
Cadeia	61%	39%
Total	63%	37%



Taxa de Penetração do Fitness





Attrition Rate

- Em cada 10 membros, 6 abandonam o seu ginásio todos os anos.
- Em 2019 registaram-se 292.390 cancelamentos num universo de cerca de 500.000 sócios ativos.
- Em 2021 registaram-se 221.418 cancelamentos num universo de cerca de 354.253 sócios activos para 185.226 inscrições (angariações e reativações).



Abandono dos sócios

Jan Middelkamp, Peter Wolfhagen, Johan Steenbergen, *Member Retention In Fitness Clubs – Practical Retention Tools For Managers*, BlackBox Fitness, 2013.



Abandono dos sócios

Há 4 grupos de fatores que determinam se os sócios se fidelizam aos clubes/ginásios, ou desistem dos mesmos:

- a) Fatores relacionados com as pessoas.
- b) Fatores relacionados com o programa de treino.
- c) Fatores psico-sociais.
- d) Fatores relacionados com o ginásio.



Fatores relacionados com as pessoas:

1. Problemas que conciliação com o trabalho / estudos.
2. Mudança de cidade de residência e/ou trabalho.
3. Desmotivação.



Fatores relacionados com o programa de treino:

1. O treino não era um processo divertido.
2. Pouca variação no processo de treino.
3. Pouca atenção / acompanhamento.



Fatores psicossociais:

1. O(s) companheiro(s) de treino desistiu de treinar.
2. Mau relacionamento com outros membros do clube.
3. Mau relacionamento com os profissionais do exercício.



Fatores relacionados com o ginásio:

1. Preço elevado na relação preço – qualidade.
2. Método de pagamento pouco apreciado.
3. Ambiente pouco agradável do ginásio.



Motivos e Motivações serão a mesma coisa?

Motivos para se inscrever num ginásio:

- a) São desejos relativamente estáveis que podem encorajar as pessoas a ter um comportamento específico
- b) Os exemplos evidentes são: saúde, sociabilidade, perder peso.
- c) Os motivos são a “ignição” para que alguém se inscreva num ginásio.



Motivos e Motivações serão a mesma coisa?

Motivações para continuar a frequentar um ginásio:

- a) A motivação tem a ver com a continuidade.
- b) O motivo perda de peso pode dar origem a uma motivação para que uma pessoa realize uma determinada atividade que reconheça que a ajude nesse objetivo.



Motivos e Motivações serão a mesma coisa?

- Os ginásios prestam mais atenção aos motivos e menos à motivação, mas esta última é a que dá pistas sobre a continuidade ou desistência do sócio.
- Os motivos para realizar exercício físico mudam ao longo do tempo, por exemplo, as necessidades de descansar numa fase mais atarefada do trabalho pode sobrepôr-se à necessidade de perda de peso.
- Os motivos extrínsecos também são frágeis pois há muitos fatores que influenciam os resultados, por exemplo, na perda de peso, a alimentação adequada e o descanso podem ser mais decisivos para a perda de peso do que o próprio treino. Logo o objetivo é procurar motivos intrínsecos, e atividades que possam dar prazer, que coincidam com as preferências do sócio. Com isto reduz-se a desistência / abandono e aumenta-se a retenção.



Motivação intrínseca e motivação extrínseca terão influência na continuidade dos sócios, na retenção / fidelização?

1. A motivação extrínseca faz com que os participantes até possam não gostar da ideia de ir ao ginásio, mas suportam essa “dor” pois têm um objetivo que querem atingir, por exemplo, perder peso.
2. Mas, à mínima desilusão ou falha no atingimento dos objetivos, perdem a motivação e desistem.
3. A motivação intrínseca faz com que as pessoas façam ginásio porque se sentem bem ou não estão focados em objetivos a prazo.
4. As pessoas entram nos ginásios com motivos que a levam a ter uma motivação extrínseca e continuam no ginásio, caso essa motivação se converta em intrínseca.



Dados do Eurobarómetro (2018):

Os principais motivos apontados para a prática de desporto e atividade física, nos adultos, prendem-se com:

- a) Melhorar a saúde (51%)
- b) Melhorar a condição física (36%)
- c) Relaxar (38%)
- d) Para se divertir (24%)
- e) Para melhorar a performance desportiva (31%)
- f) Para controlar o peso (21%)
- g) Melhorar a aparência física (22%)
- h) Para estar com os amigos (24%)
- i) Para retardar os efeitos do envelhecimento (11%)
- j) Para melhorar a autoestima (15%)



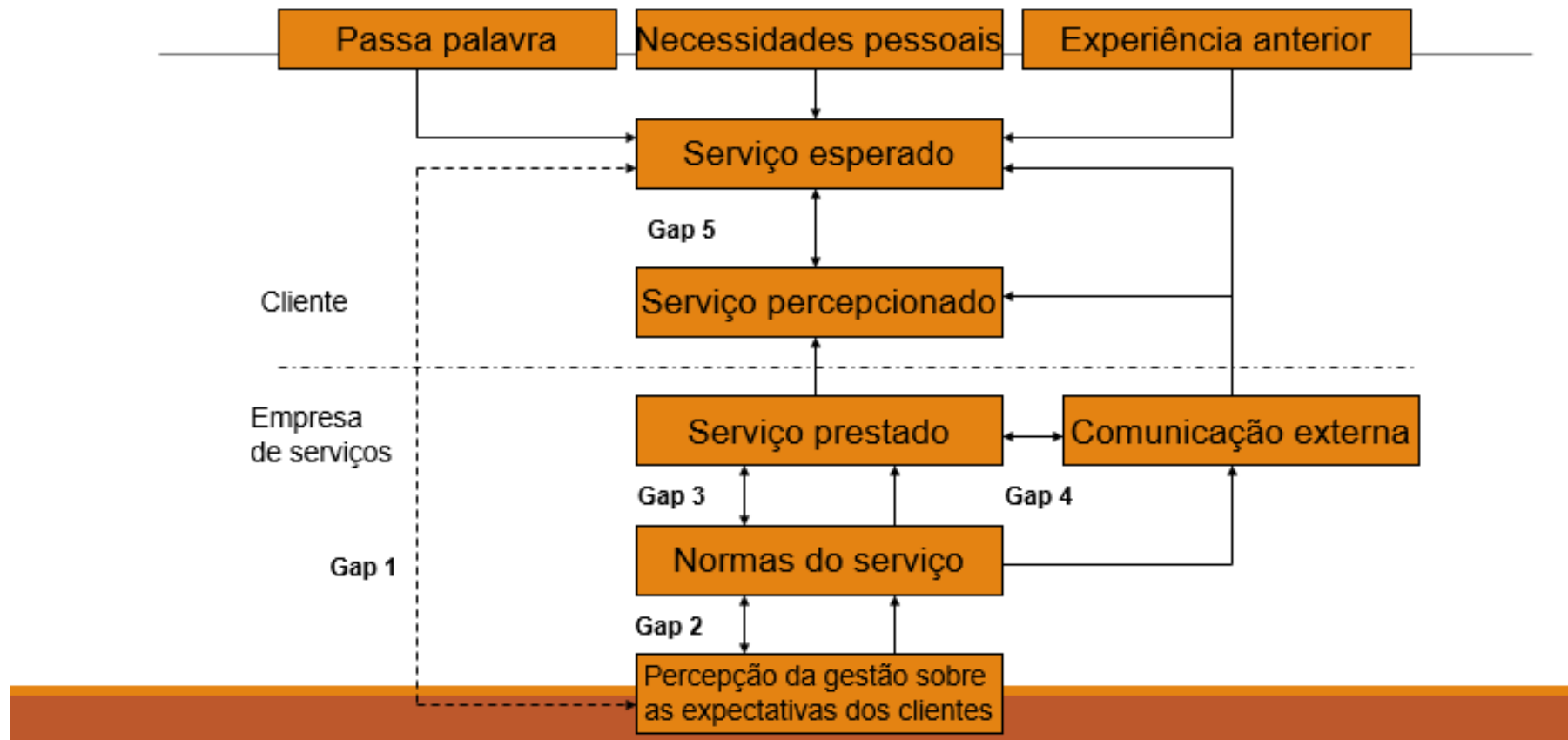
Dados do Eurobarómetro (2018):

Barreiras para a prática de atividade física regular e as principais razões apontadas:

- a) Falta de tempo (43%)
- b) Falta de motivação ou interesse (33%)
- c) Ter uma deficiência ou doença (10%)
- d) Ser demasiado caro (13%)
- e) Não gostar de atividade competitivas (8%)
- f) Ter medo das lesões provocadas pelo desporto (3%)



Modelo SERVQUAL





Que mensagens devemos passar para aumentar a fidelização das pessoas ao exercício físico ?

A orientação na **supervisão dos sócios** é um aspeto essencial do processo de comunicação, pois o principal no trabalho com as pessoas é a comunicação (eficaz).

Quais são os pontos chave desse processo de supervisão que conduzem a uma maior taxa de retenção / fidelização ?



Tias do Fitness

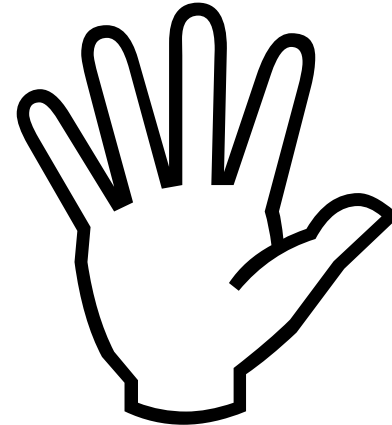
SimpaTia

EmpaTia



Retenção / Fidelização

Uma mão cheia de mensagens





Que mensagens devemos passar para aumentar a fidelização das pessoas ao exercício físico ?

A orientação na **supervisão dos sócios** é um aspeto essencial do processo de comunicação, pois o principal no trabalho com as pessoas é a comunicação (eficaz).

Quais são os pontos chave desse processo de supervisão que conduzem a uma maior taxa de retenção / fidelização ?

Onde começa a tecnicidade e termina o bom senso?

- Processo de observação



1. Segurança:

- 1) Antes de abrir o ginásio, verifique se as salas estão seguras. Cuidado com pesos espalhados e com outros outros objetos desarrumados.
- 2) Solicite aos sócios que tenham dúvidas sobre o seu estado de saúde para se dirigirem ao seu médico.
- 3) Certifique-se de que os sócios podem realizar primeiro os seus exercícios de forma calma durante os primeiros cinco a dez minutos (aquecimento). Não deixe os sócios esforçarem-se demasiado.
- 4) Prestar atenção extra quando os exercícios em máquinas envolvem contração excêntrica.
- 5) Nunca deixe os sócios esforçarem-se demais quando um certo grupo de músculos estiver em esforço.
- 6) Não deixe um sócio sair da sala com uma frequência cardíaca muito alta.
- 7) Não deixe um sócio sair quando estiver a sentir náuseas ou tonturas.
- 8) Em caso de emergência, deixe um sócio procurar ajuda e fique com a vítima.
- 9) Seja ativo na verificação se os exercícios são realizados corretamente, em particular ao trabalhar com pesos maiores ou quando uma pessoa tem uma capacidade limitada.



2. Efetividade (atingir os objetivos):

- 1) Enfatizar os desejos dos sócios quando estiver a preparar o plano de treino.
- 2) Não obrigar os sócios a alcançar o desejado a todo o custo. O treino deve proporcionar uma performance muscular mas com autossatisfação por parte dos sócios.
- 3) Guiar os sócios a dosear o seu esforço durante o programa de treino. Se vir algum sócio a treinar com demasiada intensidade, recomendar calma.
- 4) Deixe os sócios realizar repetições em quantidade que não forcem as articulações.
- 5) O retorno e autossatisfação será alcançada quando o sócio sente que está a realizar corretamente os exercícios.



3. Interação social (com os sócios e entre os sócios):

- 1) Conhecer todos os sócios pelos nomes, e dirigir-se a cada um sempre pelo nome e várias vezes num treino.
- 2) Dividir a atenção por todos os sócios. Verifique se já falou com todos e tenha a certeza de que o faz.
- 3) Ter especial atenção com os sócios que apreciam esse tipo de cuidado e que reagem de forma positiva a esse comportamento.
- 4) Colocar sócios a treinar em conjunto e apresentá-los uns aos outros.
- 5) Estabelecer contacto visual com um sócio se estiver a falar com ele.
- 6) Colocar questões e prestar atenção às informações referidas pelo sócio.
- 7) Escrever pequenas notas sobre o que os sócios transmitem para preparar as abordagens em treinos seguintes.
- 8) Numa conversa com o sócio, este deve ser aquele que mais fala.
- 9) Tenha muito cuidado a utilizar graçolas, sobretudo em grupo.



4. Motivação (para continuar a vir ao ginásio):

- 1) Ter presente os motivos dos sócios quando der recomendações sobre o plano de treino a realizar.
- 2) Estabeleça objetivos com o sócio que encaixem nos motivos que o levaram ao ginásio, e que possam ser atingidos num curto espaço de tempo e fale sobre os mesmos e o seu nível de atingimento, no mínimo mensalmente.
- 3) Quando estiver a fazer correções, comece por evidenciar algo que o sócio está a realizar bem e corrija o sócio de uma forma positiva e depois da correção, volte a dar um reforço positivo.
- 4) Fale ao sócios sobre as vantagens do treino para a condição física e a saúde e tente reconhecer sinais dessas vantagens em conjunto com o sócio.
- 5) Esteja atento a sinais de desmotivação: bocejos, um olhar constante para o relógio, execução incorreta dos exercício, diminuição do número de séries ou repetições.
- 6) Trabalhar ativamente com o sócio, ajudando-o a ajustar os pesos, as posições nas máquinas, supervisionando os movimentos.
- 7) Ter sempre exercícios alternativos caso verifique que um determinado exercício não agrada ao sócio, e nunca o submeta a realizá-lo contrariado.
- 8) Trabalhe com um sorriso nos lábios.



5. Metodologia

(diversificar o treino e prestar ajudas):

- 1) Quando estiver a explicar um exercício, proceder à demonstração.
- 2) Não dar demasiadas instruções quando estiver a dar um exemplo e não focar o sócio em mais do que 2 ou 3 aspetos da sua atenção.
- 3) Explicar os exercícios passo a passo, começando pelas questões de os realizar em condições de segurança.
- 4) Se estiver à distância de um sócio e lhe queira prestar alguma informação, comece por tratá-lo pelo nome.
- 5) Elogios a um sócio podem ser realizados em grupo, mas as críticas devem ser feitas individualmente.
- 6) Quando der alguma instrução a um sócio que esteja inserido num grupo, comece sempre por se dirigir a ele pelo nome.
- 7) Ajuste os exercícios sempre que perceber quais as preferências do sócio, sem se desviar do objetivo do treino específico que o sócio está a realizar.



Obrigado

Insanidade é continuar a fazer sempre a mesma coisa e esperar resultados diferentes.

(Albert Einstein)