

# Fatores determinantes para a contratação do serviço de treinamento personalizado na cidade de Santos, SP

Factores determinantes para la contratación del servicio de entrenamiento personalizado en la ciudad de Santos, SP  
Determinants factors for hiring the service personal training in Santos, SP

\*Seção de Avaliação Física. Prefeitura de Santos  
\*\*Grupo de Estudos e Pesquisa em Ciências da Saúde de Santos, GEPECISS/FEFIS  
\*\*\*Grupo de Estudos e Pesquisa em Fisiologia do Exercício, GEPEFEX/UNIFESP  
\*\*\*\*Centro de Treinamento Personalizado New Life  
Santos, SP  
(Brasil)

Cauê Vazquez La Scala  
Teixeira\* \*\* \*\*\*  
Kety Magalhães Konda\*  
Alexandre Correia Rocha\* \*\* \*\*\*\*  
João Augusto Alves\*  
[seafis-semes@santos.sp.gov.br](mailto:seafis-semes@santos.sp.gov.br)

## Resumo

O objetivo do estudo foi verificar o nível de importância que os sujeitos que realizam programas de treinamento personalizado (TP) atribuem a determinados fatores relevantes no momento de sua contratação. A amostra contou com 33 indivíduos (17 homens e 16 mulheres,  $41,9 \pm 11,7$  anos) participantes de programas de TP em academias na cidade de Santos, SP. Foi aplicado um questionário elaborado pelos autores para avaliar o nível de importância atribuído a nove fatores relevantes para a contratação do serviço de TP. Os resultados indicaram que o conhecimento técnico foi considerado o fator mais importante para a contratação dos serviços, enquanto o custo foi o menos importante. Em conclusão, os resultados deste estudo sugerem que os alunos de TP primam pela qualidade, comodidade e segurança do serviço e o custo deste serviço não foi o fator determinante para a contratação do *Personal Trainer*.

**Unitermos:** Treinamento personalizado. Contratação. Exercício físico.

## Abstract

The aim of this study was to determine the level of importance that subjects who perform personal training programs (PT) attribute to certain factors relevant at the time of his hiring. The sample consisted of 33 subjects (17 men and 16 women,  $41.9 \pm 11.7$  years) participants of PT programs in Santos, SP. A questionnaire was applied to assess the level of importance attributed to the factors relevant to the employment service PT. The results indicated that technical knowledge was considered the most important factor for contracting of services, while the cost was the least important. In conclusion, our results suggest that people participants of PT programs excel in quality, convenience and safety of service and cost of this service was not a determining factor for hiring the personal trainer.

**Keywords:** Personal training. Hiring. Physical exercise.

EFDeportes.com, Revista Digital. Buenos Aires, Año 17, Nº 174, Noviembre de 2012. <http://www.efdeportes.com/>

1 / 1

## Introdução

Vem crescendo o número de adeptos aos programas de treinamento personalizado (TP), serviço também conhecido como *personal training* e os adeptos desta proposta iniciam o programa de treinamento físico com os mais diversos objetivos (FERNANDES et al., 2007; TEIXEIRA et al., 2009).

O TP é definido como treinamento com aplicação adequada de sobrecarga com intuito de aprimorar o condicionamento físico, indo de encontro aos objetivos do aluno contratante (GUEDES JR. et al., 2008). O TP deve ser uma atividade física desenvolvida com base em um programa particular, especial, que respeita a individualidade biológica, preparada e acompanhada por profissional de Educação Física, realizada em horários preestabelecidos para, com, segurança, proporcionar um condicionamento adequado, com finalidade estética, de reabilitação, de treinamento ou de manutenção da saúde (DOMINGUES Filho., 2006).

O prestador deste serviço é denominado como *Personal Trainer* e deve possuir formação superior em Educação Física com qualificação em treinamento desportivo, fisiologia do exercício, anatomia e biomecânica, apto para a prescrição de treinamento físico individualizado (OLIVEIRA, 1999). Antes de se contratar um *personal trainer*, o cliente deve certificar-se que a formação em Educação Física deste profissional está concluída e, de preferência, que o mesmo possua título de especialista na área (ANVERSA e OLIVEIRA, 2011).

O *personal trainer* pode ser visto como uma “microempresa” que vende serviços de aptidão física e visa conquistar o cliente, satisfazê-lo e mantê-lo fiel (RODRIGUES, 1996). Os contratantes desse serviço ressaltam que o profissional deve adotar uma postura pró-ativa, ou seja, ter a capacidade de tomar decisões com agilidade e inteligência, criando algo novo mediante à oportunidade (ANVERSA e OLIVEIRA, 2011).

Sendo assim, ter conhecimento do perfil de seus potenciais clientes é crucial para se manter ativo no mercado de trabalho, pois possibilita um melhor direcionamento das abordagens aos mesmos, atendendo às suas expectativas.

Ainda hoje, conhece-se pouco sobre o perfil dos clientes que buscam no TP, uma alternativa para a realização de seus programas de treinamento físico. Tal fato pode ser atribuído ao número escasso de estudos envolvendo este serviço e seus contratantes. Portanto, os critérios adotados pelos clientes do TP no momento da contratação do serviço ainda permanecem desconhecidos pelos profissionais. Sendo assim, o objetivo do estudo é verificar o nível de importância que os clientes que realizam os programas de TP atribuem a determinados fatores considerados pertinentes e relevantes no momento da contratação deste serviço, tais como, o currículo do profissional, conhecimento técnico-específico, postura profissional, aparência física, atendimento inicial, custo, indicações (referências), locais de aulas e acompanhamento dos resultados (avaliações físicas).

## Materiais e métodos

### Sujeitos

A amostra contou com 33 indivíduos (17 homens e 16 mulheres), com média de idade de  $41,9 \pm 11,7$  anos, participantes de programas de TP em três academias da cidade de Santos/SP, há pelo menos 1 ano, com nível de escolaridade conforme tabela abaixo:

**Tabela 1.** Nível de escolaridade dos sujeitos

<b>Nível de escolaridade</b>	<b>Frequência (%)</b>
Ensino Médio	15,1
Graduado	51,5
Especialista	27,3
Mestre	6,1

### Instrumentos e procedimentos

Para analisar os critérios para a contratação do serviço de *personal trainer*, foi aplicado um questionário elaborado pelos autores, não validado anteriormente, contendo uma questão e nove fatores a serem avaliados quanto ao seu nível de importância no ato da contratação (Tabela 2). A elaboração do questionário levou em consideração a experiência de mais de 5 anos dos autores deste estudo na atuação prática no segmento de TP.

O questionário foi aplicado uma única vez a cada cliente de TP dos próprios autores, caracterizando o estudo como transversal. No momento da aplicação do questionário, os sujeitos foram informados dos objetivos da pesquisa e assinaram termo de consentimento livre e esclarecido.

**Tabela 2.** Questionário aplicado aos sujeitos da pesquisa, contendo a pergunta "Qual o nível de importância que você atribui a cada um desses itens no momento da contratação de seu *personal trainer*?"

Fator avaliado	Nível de importância			
	Não importante (ou 0% importante)	Pouco importante (ou 33,33% importante)	Relativamente importante (ou 66,66% importante)	Muito importante (ou 100% importante)
Currículo do profissional				
Conhecimento técnico-específico				
Postura profissional				
Aparência				
Atendimento inicial				
Custo do serviço				
Referências (indicações)				
Local das aulas				
Realização de avaliações periódicas				

Todos os sujeitos foram orientados a assinalar somente um nível de importância para cada fator avaliado e os resultados foram distribuídos por porcentagem da frequência com que o nível de importância foi assinalado em cada fator.

Os equivalentes percentuais dos níveis de importância assinalados em cada fator avaliado foram somados e divididos pela quantidade de sujeitos da amostra (N), a fim de se estabelecer o nível médio de importância de cada fator.

Para analisar e comparar as diferenças estatísticas entre os níveis médios de importância dos fatores avaliados, utilizou-se 1-way ANOVA, com aplicação posterior do teste posthoc Bonferroni-Holm, através do software XL Toolbox version 4.1, utilizado como extensão no software Microsoft Office Excel 2007. Como critério de significância, foi adotado valor de  $P < 0,05$ .

## Resultados

Poucos estudos (citados na discussão do presente) fizeram a análise do perfil do público contratante desse tipo de serviço e nenhum estudo semelhante ao presente foi encontrado. Sendo assim, essa parece ser uma pesquisa com achados inéditos. A Tabela 4 representa a distribuição percentual para cada item avaliado.

**Tabela 3.** Distribuição percentual de sujeitos que assinalaram o nível de importância atribuído aos fatores avaliados

Fator avaliado	Nível de importância				Nível médio de importância atribuído
	Não importante (ou 0% importante)	Pouco importante (ou 33,33% importante)	Relativamente importante (ou 66,66% importante)	Muito importante (ou 100% importante)	
Currículo do profissional	0	3,0	24,2	72,8	89,90 ± 17,65
Conhecimento técnico-específico	0	0	12,1	87,9	95,96 ± 11,05*#&
Postura profissional	0	0	24,2	75,8	91,92 ± 14,51*
Aparência	0	3,0	48,5	48,5	81,81 ± 18,81
Atendimento inicial	0	0	15,2	84,8	94,95 ± 12,14*#
Custo do serviço	0	6,1	57,5	36,4	76,76 ± 19,52
Referências (indicações)	0	3,0	39,4	57,6	84,85 ± 18,81
Local das aulas	0	6,1	42,4	51,5	81,82 ± 20,57
Realização de avaliações periódicas	0	12,1	27,3	60,6	82,83 ± 23,75

Legenda: \* P<0,05 em relação ao Custo do serviço; # P<0,05 em relação à Aparência; & P<0,05 em relação ao Local das aulas.

A Tabela 4 apresenta os fatores avaliados e ordenados de forma decrescente, conforme nível médio de importância atribuído.

**Tabela 4.** Nível médio de importância atribuído a cada item avaliado, em ordem decrescente de valores

Fator avaliado	Nível de importância (%)
Conhecimento técnico-específico	95,96 ± 11,05*#&
Atendimento inicial	94,95 ± 12,14*#
Postura profissional	91,92 ± 14,51*
Currículo do profissional	89,90 ± 17,65
Referências (indicações)	84,85 ± 18,81
Realização de avaliações periódicas	82,83 ± 23,75
Aparência	81,81 ± 18,81
Local das aulas	81,82 ± 20,57
Custo do serviço	76,76 ± 19,52

Legenda: \* P<0,05 em relação ao Custo do serviço; # P<0,05 em relação à Aparência; & P<0,05 em relação ao Local das aulas

## Discussão

Em um mercado competitivo, como o do TP, o conhecimento do perfil do cliente é fundamental para a elaboração de estratégias de mercado que atendam aos objetivos e necessidades do público alvo. Essa necessidade remete à visão do *personal trainer* como empresa, corroborando com o que é estipulado pelo Conselho Federal de Educação Física (CONFEEF, 2003) que afirma que as condições necessárias para o exercício da profissão, além da conduta ética e a habilitação legal, incluem aspectos como capacitação empresarial.

Com base nos resultados encontrados, para a amostra avaliada, fatores relacionados à qualidade do serviço parecem ser decisivos para a contratação do PT. Como observado, o conhecimento técnico-específico do profissional atuante no segmento de *personal training* foi considerado o fator que apresentou maior nível percentual médio de importância para contratação do serviço de TP, com diferença significativa sobre a aparência, local das aulas e custo do serviço.

Outros autores concluíram que a característica marcante e que leva à contratação do profissional é a sua competência, o que parece corroborar com os achados do presente. Porém, os autores perceberam que a prioridade da maioria dos clientes é conhecer a formação profissional do contratado antes de fechar o negócio (AGUIAR et al, 2008; STEFANINI, 2008), fator que não pareceu ser o mais relevante nesse estudo, tendo em vista o nível percentual médio de importância atribuído ao currículo, apesar de não se mostrar estatisticamente diferente dos demais fatores analisados.

Uma provável explicação para a maior valorização de fatores relacionados à qualidade do serviço em comparação ao seu custo pode residir no fato de que os clientes de *personal training*, em sua maioria, são pertencentes a classes sociais elevadas e com boa formação acadêmica (Castro, 2009). O mesmo autor, após analisar o perfil de 41 clientes de *personal training* na região metropolitana de Belo Horizonte, MG, Brasil, observou uma maior participação feminina com idade entre 20 e 29 anos, estado civil solteiro, formação em pós-graduação, residência própria, carro particular, atividade remunerada em tempo integral, sendo empresário ou empregado de empresa particular, apresentando renda mensal média acima de R\$ 9000,00. Contudo, a realidade da amostra do presente estudo parece diferir do estudo de Castro (2009), pelo menos, nos aspectos neste avaliados, como prevalência semelhante de homens e mulheres e formação em nível de graduação, em sua maioria.

Outro fator destacado como relevante e estatisticamente superior ao local das aulas e ao custo do serviço foi o atendimento. GERES (2000) afirma que o bom atendimento é considerado artigo de luxo e que poucas pessoas tem esse privilégio. Talvez, esse também seja um dos motivos que explica o perfil do público estudado, que valoriza o bom atendimento, tendo em vista que não parece ser algo comum na sociedade, como afirmado por Geres (2000).

A postura adotada pelo profissional também foi considerado fator relevante no ato da contratação, sendo estatisticamente mais importante que o custo do serviço.

Macedo e Antunes (1998) destacam a adoção generalizada de uma postura inadequada por parte do profissional de Educação Física, constatando a presença de comodismo, falta de atualização e consciência profissional, uma vez que poucos se dão conta da grandiosidade dos conteúdos sob sua responsabilidade e, principalmente, do valor das vidas que se colocam em suas mãos. Talvez, a percepção desse fato por parte dos clientes de TP possa contribuir para a maior valorização de uma postura profissional adequada.

Os demais fatores analisados (currículo, referências, avaliações periódicas, aparência, local das aulas e custo) não se mostraram estatisticamente diferentes com relação aos seus níveis de importância no ato da contratação do serviço de TP, porém, levando-se em consideração seus níveis percentuais médios de importância, o custo do serviços foi o quesito menos relevante.

Esse fato é bastante curioso e contraria o aspecto cultural da sociedade capitalista que tende a supervalorizar o quesito "preço". No segmento de academias de ginástica, de acordo com Tahara et al. (2003), o preço parecer ser um aspecto bastante relevante para a aderência e manutenção da prática, perdendo apenas para o tempo disponível. No segmento de TP, ao menos com respeito à amostra avaliada, a relevância desse aspecto parecer ser diferente.

No presente, a valorização do aspecto relacionado ao custo do serviço foi menos evidenciada (percentualmente), inclusive, que os fatores relacionados à imagem do profissional, postura e aparência. Isso indica que o profissional atuante no segmento de TP, além de se preocupar em oferecer qualidade e segurança nos serviços prestados, deve se atentar ao cuidado de sua imagem.

Rodrigues (1996) enfatiza que uma boa apresentação é um sinônimo de bom serviço na área do *fitness* e acrescenta que, em primeiro lugar, o cliente compra a sua imagem e depois compra o seu serviço. De acordo com essa idéia, um corpo disforme ou obeso parece gerar uma imagem negativa do trabalho do *personal trainer*, mesmo que ele seja um excelente profissional (BOSSLE, 2009). No entanto, essas afirmações não são consenso na literatura. Segundo Aguiar et al. (2008), a aparência física não é um fator relevante para a conquista do cliente.

Com relação aos aspectos relacionados a referências, local de aulas e realização de avaliação física, apesar de se mostrarem importantes e não estatisticamente diferentes dos demais itens (com exceção do local de aulas), não foram encontrados estudos que analisassem a relevância desses fatores para contratação do PT.

## **Conclusão**

Os resultados deste estudo sugerem que os alunos de *personal training* primam pela qualidade do serviço, valorizando preferencialmente aspectos como conhecimento técnico do PT, atendimento inicial e postura profissional. Já, com relação ao custo deste serviço, este não parece ser o fator determinante para a sua contratação.

Estas informações são de suma importância para os profissionais que atuam no segmento de TP, tendo em vista que podem contribuir como um incentivo para o aprimoramento profissional, a fim de melhorar a qualidade dos serviços prestados, indo de encontro às expectativas de seus contratantes. A premissa básica para qualquer profissional que lida com o público é o conhecimento do perfil deste público e este estudo contribui de forma direta para o entendimento desse perfil.

## **Referência bibliográficas**

- AGUIAR, D. L.; SOARES, A.; GUIMARÃES, A. C. A. Personal trainer e o idoso. *Fit. Perf. J.*, v. 7, n. 3, p. 185-194, mai/jun 2008.

- ANVERSA, A. L. B.; OLIVEIRA, A. A. B. Personal trainer: competência profissionais demandadas pelo mercado de trabalho. *Pensar a prática*. v. 14, n. 3, p. 1-17, 2011.
- BOSSLE, C. B. *Personal trainer & cia: noções de marketing na literatura sobre treinamento personalizado*. 2009, 90pp. Dissertação (Mestrado em Ciência do Movimento Humano) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Rio Grande do Sul. 2009.
- CASTRO, S. C. *O perfil do cliente do profissional de educação física que atua como personal trainer na região metropolitana de Belo Horizonte*. 2009, 46pp. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Educação Física) - Universidade Federal de Minas Gerais. Minas Gerais. 2009.
- CONFEF. *Resolução CONFEF nº 056/2003*. Disponível em [http://www.confef.org.br/extra/resolucoes/conteudo.asp?cd\\_resol=103](http://www.confef.org.br/extra/resolucoes/conteudo.asp?cd_resol=103). Acessado em [24/03/2012].
- DOMINGUES F<sup>o</sup>., L. A. *Manual do personal trainer brasileiro*. 3 ed., São Paulo: Ícone, 2006.
- FERNANDES, M. C.; OLIVEIRA, H. X.; ROCHA, A. C.; GUEDES JR, D. P. Objetivo dos alunos que iniciam o programa de treinamento físico personalizado. In: 11<sup>o</sup>. Congresso Paulista de Educação Física, 2007, Jundiaí. *Anais do 11<sup>o</sup> Congresso Paulista de Educação Física*, p.42-42, 2007.
- GERES E. A. C. *Ferramentas para qualidade do atendimento ao cliente*. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Educação Física) - UDESC. Florianópolis: 2000.
- GUEDES Jr, D. P.; SOUZA Jr., T. P.; ROCHA, A. C. *Treinamento Personalizado na musculação*. São Paulo: Phorte, 2008.
- MACEDO, R. L.; ANTUNES, R. C. F. S. Valorização da educação física: da produção acadêmica ao reconhecimento individual e social. *Pensar a prática*. n. 3, p. 65-83, 1998.
- OLIVEIRA, R. C. *Personal Training*. São Paulo: Atheneu, 1999.
- RODRIGUES, C. E. C. *Personal training*. Rio de Janeiro: Sprint, 1996.
- STEFANINI, F. *A psicologia interferindo na motivação: uma ferramenta essencial para o sucesso de um personal trainer*. 2008, 35pp. Trabalho de conclusão de curso (Licenciatura em Educação Física) - Universidade Estadual Paulista Julio Mesquita Filho. São Paulo. 2008.
- TAHARA, A. K.; SCHWARTZ, G. M.; SILVA, K. A. Aderência e manutenção da prática de exercícios em academias. *Revista Brasileira de Ciência e Movimento*. v. 11, n. 4, p. 7-12, 2003.
- TEIXEIRA, C. V. L. S.; GIANONI, R.; TEIXEIRA, J.; ROCHA, A. C. Principais objetivos de praticantes de musculação da cidade de Santos/SP. In: 32<sup>o</sup> Simpósio Internacional de Ciências do Esporte, 2009, São Paulo. *Revista Brasileira de Ciência e Movimento*. São Caetano do Sul: Celafiscs, v. 4. p. 260-260, 2009.

Link para acesso: <http://www.efdeportes.com/efd174/contratacao-do-servico-de-treinamento-personalizado.htm>