

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

PUC-SP

Christian Gomes e Souza Munaier

O Impacto dos Grupos de Referência, da Distorção Seletiva e da Distribuição do Tempo Discricionário no Abandono do Consumidor de Atividade Física em Academias

Mestrado em Administração

São Paulo

201

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

PUC-SP

Christian Gomes e Souza Munaier

O Impacto dos Grupos de Referência, da Distorção Seletiva e da Distribuição do Tempo Discrecional no Abandono do Consumidor de Atividade Física em Academias

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Administração, sob a orientação do Prof. Dr. Francisco Antonio Serralvo

São Paulo

2019

BANCA EXAMINADORA

Autorizo exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, a reprodução parcial desta Tese de Doutorado por processos de fotocopiadoras ou eletrônicos.

Assinatura _____

Data _____

E-mail _____

Ficha Catalográfica

Sistema para Geração Automática de Ficha Catalográfica para Teses e Dissertações com dados fornecidos pelo autor

Munaier, Christian Gomes e Souza
O Impacto dos Grupos de Referência, da Distorção Seletiva e da Distribuição Do Tempo Discricionário no Abandono do Consumidor de Atividade Física em Academias / Christian Gomes e Souza Munaier. -- São Paulo: [s.n.], 2019.
163p ; cm.

Orientador: Francisco Antonio Serralvo.
Dissertação (Mestrado em Administração) -- Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração, 2019.

1. Comportamento do Consumidor. 2. Fitness e Bem estar. 3. Abandono; Grupos de Referência. 4. Distorção Seletiva; Tempo Discricionário. I. Serralvo, Francisco Antonio . II. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração. III. Título.

CDD

Dedicatória

À minha esposa Elen. Sua mão foi o meu porto seguro desde o primeiro segundo de jornada.
À minha saudosa mãe, Georgina. Sua defesa de dissertação iluminou o caminho que eu sonhei
seguir. À minha saudosa avó, Henriqueta. Seus versos soram doce em meus ouvidos e me
embalaram pela travessia

Agradecimento à Capes

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 002.

Número de Processo: 88887.169444/2018-00

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) - Finance Code 002.

Case Number: 88887.169444/2018-00

Agradecimentos

Foram aproximadamente 18 meses de uma enorme travessia. Desde a primeira aula, numa segunda-feira de fevereiro, até o momento em que esta dissertação caminhava para o seu depósito, dezenas de pessoas cruzaram o meu caminho e eu seria capaz de afirmar, com Alfa de Cronbach superior a 0,9 e todos os demais testes de confiabilidade validados, que todos tiveram participação fundamental no resultado do que ora apresento à Academia.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Francisco Antonio Serralvo, o meu mais sincero agradecimento. Tão enorme quanto o seu conhecimento e prestígio, é a sua generosidade. Em cada pedaço do trajeto, sua bússola me permitiu enxergar o norte. Agradecê-lo é pouco. Espero poder honrá-lo.

Meus queridos professores Dr. Arnoldo de Hoyos Guevara, Dr. Alexandre Las Casas, Dr. Luciano Junqueira, Dr. Leonardo Trevisan, Dr. Arnaldo Nogueira, Dr. Ladislau Dawbor e Dr. Belmiro João, não foram poucos os dias que, após o final da aula, eu tinha vontade de ficar e ouvi-los mais uma vez. E ao Prof. Dr. Evandro Luiz Lopes que, ao lado dos professores Dr. Belmiro João e Dr. Francisco Antonio Serralvo, contribuíram e avaliaram este trabalho na qualificação e defesa. Carrego um pouco de cada um na minha algibeira e espero ser digno de tamanha responsabilidade. Obrigado.

À imprescindível Rita de Cássia Sorrentino, um agradecimento repleto do mais sincero carinho. Eu sempre soube que podia contar contigo para o que desse e viesse. Saiba, minha amiga, que a recíproca é mais que verdadeira.

Aos meus colegas de PUC, digo-lhes que foi uma honra viver tantas descobertas com cada um de vocês. O desbravar do Minitab, os preparativos para os seminários, as missões dos eventos e do laboratório de pesquisa, a produção de artigos e a expectativa por suas aprovações... Mas o melhor: o convescote ao final do dia, o debate sobre o porvir, as angústias e as esperanças. Vamos seguir juntos pela vida. Se somos “Filhos da PUC”, somos irmãos.

Neste sentido, um agradecimento especial aos meus amigos Prof. Dr. José Afonso Mazzon, Prof. Dr. Luciano Ferreira, Prof. MSc. Luiz Tavares e Prof. MSc. Cleverson Costa, pela generosidade na análise reiterada do material trabalhado.

Aos meus colegas de trabalho, em especial ao meu amigo Flávio Lima, o meu agradecimento e o meu pedido de desculpas. Bem sei que os abandonei durante esse processo. Quis afiar nossas ferramentas e trazer novas formas de contribuir para os nossos projetos. Mas tenho consciência do custo da minha ausência. Carrego, para sempre, um sentimento de gratidão e dívida com vocês. Sejam parcimoniosos na cobrança de juros!

Aos gestores das academias de ginástica que me auxiliaram no disparo do *link* para o questionário, a minha eterna gratidão. Espero que este trabalho lhes auxilie nas melhores práticas da gestão do mercado de *fitness*, mercado que tão bem faz à sociedade e tão carente ainda de conteúdo científico que embase suas estratégias.

Meu agradecimento à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, pelo suporte dado em forma de bolsa. Espero, com esse trabalho, dar minha contribuição para a gestão de saúde pública do nosso país. Logo, o meu agradecimento ao povo brasileiro.

Por fim, mas não menos importante, à minha família. Eu ouvi e senti cada incentivo, feito o jogador que, dentro de campo, escuta e se sente empurrado pelo canto da torcida. Muitas vezes me senti um Patric, raras vezes um Ronaldinho Gaúcho. O que eles têm em comum? Deram sangue quando movidos pela Massa Atleticana. Vocês são a minha Massa.

Epigrafe

"Só o cidadão é capaz de educar
cidadãos".

(Georgina Gomes e Souza)

Munaier, C. G. S., e. (2019) *O impacto dos grupos de referência, da distorção seletiva e da distribuição do tempo discricionário no abandono do consumidor de atividades físicas em academias*. Dissertação (Mestrado em Administração), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 130 f.

Resumo

O sedentarismo mata. A inatividade física é corresponsável por 75,8% dos óbitos no Brasil. Em 2015, as Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT) foram responsáveis por três de cada quatro dos óbitos no país. O sedentarismo, a alimentação inadequada e obesidade, bem como o tabagismo, estão no cerne das causas das DCNT. Mais da 54% da população das capitais brasileiras está com excesso de peso. Os jovens e adultos com 15 anos de idade ou mais que não praticavam qualquer tipo de esporte ou atividade física no Brasil somavam 100,5 milhões em 2015. Dentre os motivos para a inatividade, pesquisa feita pelo IBGE aponta “falta de tempo”, “não gostam ou não querem”, “problema financeiro”, “falta de instalação esportiva acessível ou nas proximidades”, “não terem companhia para a praticar o esporte”, e outros. No Brasil, se o sedentarismo fosse reduzido à metade do que hoje se observa, haveria uma economia de US\$ 1,14 bilhão dos recursos em saúde. Parte da solução está na atividade física, e entender os motivos pelo “abandono” ao exercício físico regular praticado em academias é o tema da presente dissertação. De caráter quantitativo, busca-se conhecer a) o impacto da influência dos Grupos de Referência na tomada de decisão do ex-praticante pela não prática da atividade física em academia; b) o impacto da Distorção Seletiva no comportamento do ex-praticante em relação à importância da prática da atividade física em academia; e c) qual importância o ex-praticante confere à distribuição do seu tempo livre para a prática de atividade física em academia. Buscou-se, ainda, inferir sobre a variável moderadora “tempo de permanência em atividade em uma academia” para avaliar o comportamento de abandono. Uma escala para aplicação de *Survey* foi proposta e aplicada em 400 respondentes, sendo 200 praticantes e 200 ex-praticantes de academia. De seus resultados, procedeu-se uma análise multivariada para observar ou rechaçar as hipóteses contidas no Modelo Conceitual elaborada pelo autor, constatando que 1) quanto mais sensível o indivíduo for ao seus Grupos de Referência, maiores serão suas chances de abandono à academia; 2) que o ex-praticante não vê a academia como prioridade para a busca de uma vida mais saudável e longa; e 3) que o ex-praticante prefere dar um destino mais lúdico ao seu tempo discricionário ao invés de frequentar uma academia.

Palavras-chave: Comportamento do Consumidor; Fitness e Bem-estar; Abandono; Grupos de Referência; Distorção Seletiva; Tempo Discricionário

Munaier, C. G. S., e. (2019) *The impact of reference groups, selective distortion and the distribution of discretionary time on the consumer's abandonment of physical activity in gyms*. Thesis (Master in Management), Pontifical Catholic University of Sao Paulo, 130 p.

Abstract

Sedentarism kills. Physical inactivity is responsible for 75.8% of deaths in Brazil. In 2015, Chronic Noncommunicable Diseases (NCDs) accounted for three out of four deaths in the country. Physical inactivity, poor diet, and obesity, as well as smoking, are at the core of the causes of NCDs. More than 54% of the population of the Brazilian capitals is overweight. Young people and adults 15 years of age and older who did not practice any kind of sport or physical activity in Brazil totaled 100.5 million in 2015. Among the reasons for inactivity, research by IBGE points out: “lack of time”, “do not like or do not want to”, “financial problems”, “lack of accessible or nearby sports facilities”, “lack of company to practice the sport”, and others. In Brazil, if sedentary lifestyle were reduced to half of what we see today, there would be a savings of US \$ 1.14 billion in health resources. Part of the solution lies in physical activity, and understanding the reasons for the “abandonment” of regular physical exercise practiced in gyms is the subject of this thesis. From a quantitative point of view, we seek to know a) the impact of the influence of the Reference Groups on the decision-making of the former practitioner for not practicing physical activity in the gym; b) the impact of Selective Distortion on the former practitioner's behavior in relation to the importance of physical activity practice in academia; and c) what importance the former practitioner attaches to the distribution of his free time for physical activity in the gym. Inference was also made about the moderating variable “length of stay in a gym” to assess abandonment behavior. A survey scale was proposed and applied to 400 respondents, 200 practitioners, and 200 former academics. From its results, a multivariate analysis was performed to observe or reject the hypotheses contained in the Conceptual Model elaborated by the author, noting that 1) the more sensitive the individual is to their Reference Groups, the greater their chances of leaving the academy; 2) that the former practitioner does not see the gym as a priority for the pursuit of a healthier and longer life; and 3) that the former practitioner prefers to give a more playful fate to his discretionary time rather than attend a gym..

Keywords: Consumer behavior; Fitness and Wellness; Abandonment; Reference Groups; Selective Distortion; Discretionary Time

Lista de Abreviaturas e Siglas

CONFED - Conselho Federal de Educação Física

CREFs - Conselhos Regionais de Educação Física

DCNT - Doenças Crônicas Não Transmissíveis

DCC - Débito em conta corrente ou débito em cartão de crédito

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

OMS - Organização Mundial de Saúde

IHRSA - *International Health, Racquet and Sportsclub Association*

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios

Lista de Tabelas

TABELA 1: PERFIL DO SEDENTÁRIO NO BRASIL	22
TABELA 2: DADOS DO CONSUMO DE FITNESS NO BRASIL	27
TABELA 3: IMPACTO DA FAMÍLIA NA DECISÃO DO ADOLESCENTE À PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA	45
TABELA 4: . ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS DETALHADAS	64
TABELA 5: ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS	65
TABELA 6: ALFA DE CRONBACH DE DISTORÇÃO SELETIVA	67
TABELA 7: RELIABILITY STATISTICS	69
TABELA 8: RELIABILITY STATISTICS	70
TABELA 9: ITEM-TOTAL STATISTICS	70
TABELA 10: ANÁLISE DE COLINEARIDADE	73
TABELA 11: KMO AND BARTLETT'S TEST	75
TABELA 12: COMMUNALITIES	75
TABELA 13: ROTATED COMPONENT MATRIXA	77
TABELA 14: COMPONENT TRANSFORMATION MATRIX	77
TABELA 15: KMO AND BARTLETT'S TEST	78
TABELA 16: COMMUNALITIES	78
TABELA 17: TOTAL VARIANCE EXPLAINED	79
TABELA 18: ROTATED COMPONENT MATRIXA	80
TABELA 19: KMO AND BARTLETT'S TEST	81
TABELA 20: COMMUNALITIES	81
TABELA 21: TOTAL VARIANCE EXPLAINED	81
TABELA 22: KMO AND BARTLETT'S TEST	82
TABELA 23: COMMUNALITIES	82
TABELA 24: TOTAL VARIANCE EXPLAINED	82
TABELA 25: KMO AND BARTLETT'S TEST	83
TABELA 26: COMMUNALITIES	83
TABELA 27: TOTAL VARIANCE EXPLAINED	84
TABELA 28: ROTATED COMPONENT MATRIXA	85
TABELA 29: KMO AND BARTLETT'S TEST	86
TABELA 30: COMMUNALITIES	86
TABELA 31: KMO AND BARTLETT'S TEST	86
TABELA 32: COMMUNALITIES	87
TABELA 33: KMO AND BARTLETT'S TEST	87
TABELA 34: COMMUNALITIES	88
TABELA 35: TOTAL VARIANCE EXPLAINED	89
TABELA 36: ROTATED COMPONENT MATRIXA	89
TABELA 37: CASE PROCESSING SUMMARY	92
TABELA 38: DEPENDENT VARIABLE ENCODING	92
TABELA 39: CLASSIFICATION TABLEA,B	92
TABELA 40: VARIABLES IN THE EQUATION	93
TABELA 41: VARIABLES NOT IN THE EQUATION	93
TABELA 42: OMNIBUS TESTS OF MODEL COEFFICIENTS	93
TABELA 43: MODEL SUMMARY	93
TABELA 44: HOSMER AND LEMESHOW TEST	94
TABELA 45: CONTINGENCY TABLE FOR HOSMER AND LEMESHOW TEST	94
TABELA 46	95
TABELA 47: VARIABLES IN THE EQUATION	95
TABELA 48: MODEL IF TERM REMOVED	96
TABELA 49: VARIABLES NOT IN THE EQUATION	96
TABELA 50: CASEWISE LIST^B	97
TABELA 51	102
TABELA 52	102
TABELA 53	103

<i>TABELA 54</i>	103
<i>TABELA 55</i>	104
<i>TABELA 56</i>	104

Lista de Figuras

<i>FIGURA 1: MORTALIDADE GLOBAL (% DO TOTAL DE MORTES), TODAS AS IDADES, AMBOS OS SEXOS, 2016</i>	18
<i>FIGURA 2: MOTIVOS PARA A NÃO PRÁTICA DE ESPORTE, POR IDADE</i>	23
<i>FIGURA 3: DISTRIBUIÇÃO DE PESSOAS DE 15 ANOS OU MAIS DE IDADE QUE PRATICARAM ALGUM ESPORTE</i>	31
<i>FIGURA 4: MODELO CONCEITUAL DA COCRIAÇÃO DE VALOR NA EXPERIÊNCIA DE USO NO FITNESS</i>	36
<i>FIGURA 5: EXEMPLOS DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE O ABANDONO DA PRÁTICA DA ATIVIDADE FÍSICA</i>	38
<i>FIGURA 6: DESCRIÇÃO DOS GRUPOS DE REFERÊNCIA</i>	40
<i>FIGURA 7: CARACTERÍSTICAS DOS TIPOS DE GRUPOS DE REFERÊNCIA</i>	44
<i>FIGURA 8: PERCEPÇÃO E APRENDIZAGEM NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR</i>	47
<i>FIGURA 9: TEMPO DISCRICIONÁRIO E NÃO-DISCRICIONÁRIO</i>	49
<i>FIGURA 10: MODELO DA PESQUISA</i>	58

Sumário

<u>INTRODUÇÃO</u>	17
<u>1. REVISÃO DA LITERATURA</u>	26
1.1.1 <u>COMERCIALIZAÇÃO DO FITNESS</u>	28
1.1.2 <u>FREQUÊNCIA DA ATIVIDADE FÍSICA EM ACADEMIA NO BRASIL</u>	30
<u>1.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR</u>	32
<u>1.3 ABANDONO</u>	37
1.3.1 <u>O TEMPO DE USO E O ABANDONO NO FITNESS</u>	38
<u>1.4 GRUPOS DE REFERÊNCIA</u>	39
1.4.1. <u>GRUPOS DE REFERÊNCIA E A ATIVIDADE FÍSICA</u>	44
<u>1.5 DISTORÇÃO SELETIVA</u>	46
<u>1.6 TEMPO DISCRICIONÁRIO</u>	48
<u>1.6 REVISÃO EMPÍRICA SOBRE ABANDONO NO <i>FITNESS</i></u>	50
<u>2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</u>	53
<u>2.1 METODOLOGIA APLICADA</u>	53
<u>2.2 SELEÇÃO DA AMOSTRA</u>	54
<u>2.3 COLETA DA AMOSTRA</u>	54
<u>2.4 ESCALA</u>	55
<u>2.5 MODELOS DE PESQUISA</u>	57
<u>2.6 HIPÓTESES</u>	58
<u>3. ANÁLISE DOS RESULTADOS</u>	63
<u>3.1 ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS</u>	63
<u>3.2 ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA E DADOS DE CONFIABILIDADE</u>	66
3.2.1 <u>ALFA DE CRONBACH PARA DISTORÇÃO SELETIVA</u>	66
3.2.2 <u>ALFA DE CRONBACH PARA TEMPO DISCRICIONÁRIO</u>	68
3.2.3 <u>ALFA DE CRONBACH PARA GRUPO DE REFERÊNCIA</u>	70
<u>3.3 ANÁLISE DE CORRELAÇÃO</u>	71
3.3.1 <u>ANÁLISE DE CORRELAÇÃO DO CONSTRUTO DISTORÇÃO SELETIVA</u>	71
3.3.2 <u>ANÁLISE DE CORRELAÇÃO DO CONSTRUTO TEMPO DISCRICIONÁRIO</u>	71
3.3.3 <u>ANÁLISE DE CORRELAÇÃO DO CONSTRUTO GRUPO DE REFERÊNCIA</u>	72
<u>3.4 ANÁLISE DE COLINEARIDADE DA ESCALA COMPLETA</u>	72
<u>3.5 ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA</u>	74
3.5.1 <u>MODELO GERAL</u>	75
3.5.2 <u>MODELO POR CONSTRUTO</u>	81
3.5.2.1 <u>Distorção Seletiva</u>	81
3.5.2.2 <u>Tempo Discricionário</u>	82
3.5.2.3 <u>Grupo de Referência</u>	83
<u>3.6 REGRESSÃO LOGÍSTICA</u>	90
3.6.1 <u>MODERAÇÃO</u>	101
<u>CONSIDERAÇÕES FINAIS</u>	105

REFERÊNCIA **110**

APÊNDICE **119**

Introdução

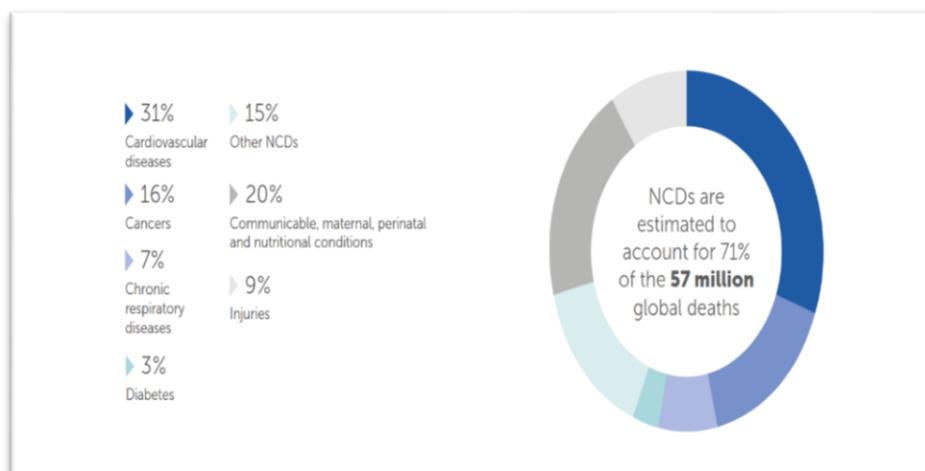
Promover a prática de atividade física e reduzir os níveis de sedentarismo é uma responsabilidade e um desafio de toda nação. Quaisquer que sejam os modos, se o resultado final for colocar um corpo em movimento, o objetivo alcançado há de ser celebrado. O sedentarismo e a obesidade matam. Incentivar a população de um país à prática da atividade física é questão de saúde pública (Brasil, 2018; Bueno, Marucci, Codogno, & Roediger, 2016; Gualano & Tinucci, 2011; Toscano & Egypto, 2001).

A Organização Mundial de Saúde (OMS), em seu *website*, registra seu monitoramento dos riscos das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNTs) ou *Noncommunicable Diseases* (NCDs), enfrentados pelos países. As variáveis a seguir são observadas: a) Uso prejudicial de álcool; b) Inatividade física; c) Ingestão de sal / sódio; d) Uso de tabaco; e) Diabetes; f) Pressão arterial elevada; g) Obesidade; h) Poluição do ar ambiente; i) Poluição do ar doméstico.

No compêndio chamado “*Noncommunicable Diseases - Country Profiles 2018*”, a OMS registra a ligação causal entre as quatro principais DCNTs (doença cardiovascular, câncer, doença respiratória crônica e diabetes) aos quatro fatores de risco comportamentais principais: uso de tabaco, uso nocivo de álcool, inatividade física e dieta pouco saudável. “Por sua vez, esses comportamentos levam a quatro alterações metabólicas / fisiológicas importantes: aumento da pressão arterial, sobrepeso / obesidade, aumento da glicemia e aumento dos lipídios sanguíneos” (Who A, 2018, p. 14). Conforme se observa na Figura 1, estima-se que 71% das mortes em 2016 em todo mundo tenham sido causadas pelos DCNTs.

Logo, a prática da atividade física regular e orientada é parte fundamental das estratégias de saúde pública para combater a inatividade física. Para alcançar tal meta, entender os motivos do abandono da prática da atividade física de forma regular e orientada permitirá uma maior compreensão de um fenômeno que impacta diretamente na saúde do indivíduo. “O entendimento sobre o anticonsumo traz a possibilidade de aprofundamento do conhecimento a respeito do consumo na sociedade contemporânea” (Suarez, Chauvel & Casotti, 2012, p. 412).

Figura 1: Mortalidade Global (% do total de mortes), todas as idades, ambos os sexos, 2016



Fonte 1: WHO A (2018). “Noncommunicable Diseases - Country Profiles 2018”, p. 11

A prática da atividade física pode ser observada em diversas possibilidades, plataformas e contextos: *outdoor* ou *indoor*, coletivo ou individual, terrestre, aéreo ou aquático, para fins de locomoção, de lazer ou de competição, tendo o uso do próprio corpo como ferramenta ou com a utilização de equipamentos específicos. Muitas dessas atividades físicas podem ser executadas dentro de empresas chamadas de “academia” no Brasil – ginásio, em Portugal, *gimnasio*, nos países de língua espanhola e *gym* ou *health club* nos de língua inglesa, bem como em espaços públicos. A prática da atividade física é entendida como parte da solução para conter as mortes prematuras por Doenças Não Transmissíveis.

Ainda que a prática da atividade física possa acontecer em diversos formatos e ambientes, o advento da Lei nº 9696/98 de 1º de setembro de 1998 trouxe, para as academias brasileiras, uma condição de oferta da prática de atividade física com um grau de supervisão e orientação específico: em sua jornada diária de funcionamento, não há hipótese de uma academia funcionar sem a presença de bacharéis em Educação Física, devidamente registrados junto ao seu Conselho Regional de Educação Física. A presença desses profissionais é condição *sine qua non* para o funcionamento e entrega dos serviços da academia, sob pena de fechamento do estabelecimento em caso de descumprimento da lei. Essa supervisão, de ocorrência incerta em locais abertos e públicos onde pessoas colocam seus corpos em movimento para fins

recreativos ou de locomoção, é um diferencial que as academias oferecem aos seus usuários para uma prática de atividade física orientada ao cumprirem o que está disposto em lei.

As mortes por DCNTs foram responsáveis por 75,8% dos óbitos no Brasil em 2015. Conforme registra Brasil (2018), as DCNTs são: as doenças cardiovasculares, o câncer, particularmente o cérvico-uterino, e o de mama em mulheres; de estômago e pulmão nos homens; e o Diabetes Mellitus e as doenças respiratórias crônicas em ambos. Malta, Silva, Moura e Moraes Neto (2017) apontam que, no Brasil, em 2015, as DCNT foram responsáveis por três de cada quatro dos óbitos, “seguido dos óbitos por causas externas (12,4%) e dos óbitos por doenças transmissíveis, maternas, neonatais e nutricionais (11,8%)” (p. 665).

Em que pese as DCNTs serem consequência de vários fatores, as questões ligadas à inatividade física, alimentação inadequada e obesidade estão em seu cerne (Malta *et al.*, 2017). Sobre “obesidade”, o recorte que aqui se dá àquela advinda da ingestão calórica superior ao seu gasto, em decorrência da inatividade física, excluindo toda forma de associação à obesidade causada por doenças quaisquer. O sedentarismo e a obesidade como consequência estão plenamente associados pela ciência e, conforme foi postulado por Myers, Gibbons, Finlayson e Blundell (2016, p. 1), há “associações claras entre medidas objetivas de atividade física (e comportamento sedentário), gasto energético, adiposidade e controle do apetite. Os dados indicam fortes ligações entre a inatividade física e a obesidade”.

O Índice de Massa Corporal (IMC, *BMI*, em inglês) tornou-se a medida útil para avaliar o excesso de gordura corporal. Independentemente de sexo e idade, o índice é definido pelo peso em kg dividido pela altura em metros quadrados. Em adultos, IMC igual ou superior 25 kg/m² configura sobrepeso. Para a Organização Mundial de Saúde (OMS - WHO, em inglês), IMC igual ou superior a 30 kg/m² devem ser classificados como obesos (WHO, 2006).

Segundo Pinheiro, Freitas e Corso (2004), os valores de IMC entre 25 e 30 são responsáveis pela maior parte do impacto do sobrepeso sobre certas co-morbidades associadas à obesidade, e citam que a prevenção à Diabete Mellitus poderia ser uma realidade para cerca de 64% dos homens e 77% das mulheres, se tivessem um IMC menor ou igual a 25.

No site do Ministério da Saúde (MS) do Governo Brasileiro, matéria publicada no dia 18 de junho de 2018 aponta que a obesidade está presente na vida de um em cada cinco habitantes do Brasil (18,9%). Mais da 54% da população das capitais brasileiras está com

excesso de peso. Esses são os dados apurados na Pesquisa de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), de 2017, pelo Ministério da Saúde (Brasil, 2017).

Quase 20% da população nas capitais do Brasil é obesa. Entre 2008 e 2017, o percentual de obesos entre 18 e 24 anos mais do que dobrou (110%). Nas demais faixas de idade, o aumento também aconteceu, em diferentes proporções, assim como também aumentou a população com sobrepeso (Brasil, 2017).

Os jovens e adultos com 15 anos ou mais de idade que não praticavam qualquer tipo de esporte ou atividade física no Brasil somavam 100,5 milhões, segundo a Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD) de 2015, elaborada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O número equivale a 62,1% da população de 161,8 milhões de brasileiros nessa faixa etária. As mulheres estão classificadas como mais sedentárias (66,6% do total das mulheres entrevistadas) do que os homens, com 57,3% do total de homens entrevistados (Brasil, 2015).

Pesquisar os motivos para a não prática de esporte foi tema da PNAD 2015. Independentemente da faixa etária, os motivos “falta de tempo” (38,2%) e “não gostam ou não querem” (35%) estiveram presentes entre as principais razões da não prática. Dentre outros motivos, aparecem “problema financeiro”, “falta de instalação esportiva acessível ou nas proximidades”, “não terem companhia para a praticar o esporte”, e outros. No referido estudo, não foram exploradas de forma específica as razões pelas quais o indivíduo teria abandonado a atividade física depois de aderido a algum tipo de programa de exercícios.

Assim, o presente trabalho procura conhecer os impactos dos Grupos de Referência e da Distorção Seletiva no abandono da prática de atividades físicas em academia, bem como a importância que o ex-praticante dá à distribuição do seu Tempo Discricionário à prática da atividade física regular em academia, respondendo às seguintes perguntas:

Há influência dos Grupos de Referência no comportamento de frequência ou abandono da atividade física em academia? Há Distorção Seletiva quanto à importância da prática da atividade física regular em academia do ex-frequentador de academias? O ex-praticante de atividade física regular em academia confere importância da frequência à academia em sua distribuição de Tempo Discricionário?

Justificativa

Justifica-se pesquisar o comportamento do consumidor quanto à prática da atividade física e seus motivos de adesão, permanência ou abandono para oferecer, tanto na esfera pública quanto privada, dados que permitam entender os motivadores do comportamento humano para a prática da atividade física ou para o seu rechaço, fato gerador do sedentarismo.

Estimular ações governamentais e das comunidades no sentido da conscientização da importância de sua população colocar o corpo em movimento foi a motivação da Organização Mundial de Saúde (OMS, ou WHO - *World Health Organization*) lançar, em 2018, um compêndio chamado “*Active - A technical package for increasing physical activity*”. Em suas 24 páginas, a publicação registra quatro grandes áreas para um maior engajamento da população na prática da atividade física: 1) “sociedades ativas”; 2) “meio-ambientes ativos”; 3) “pessoas ativas”, 4) “sistemas ativos” (Who B, 2018).

Há um ônus social e econômico que o sedentarismo traz à sociedade moderna e que precisa estar no radar da administração pública e da sociedade organizada. Estudos comprovam que a inatividade física é corresponsável pelas mortes prematuras por DCNT e os custos relacionados ao tratamento de tais doenças, que teriam na atividade física regular sua prevenção, são da ordem de US\$ 1 trilhão de dólares por ano apenas nos Estados Unidos (Gualano & Tinucci, 2011).

No Brasil, se o sedentarismo fosse reduzido à metade do que hoje se observa, haveria uma economia de US\$ 1,14 bilhão dos recursos em saúde, pois haveria redução de internações por diabetes tipo 2 e pelo menor uso de medicamentos para diabetes e hipertensão (Bueno *et al.*, 2016). A tabela 1 traz o perfil do sedentarismo no Brasil.

Tabela 1: Perfil do sedentário no Brasil

Foco da pesquisa: pessoas com 15 anos ou mais de idade (161,8 milhões de pessoas)		
Universo de sedentários	100,5 milhões	62,1% do total
Distribuição por gênero	homens sedentários: 57,3%	mulheres sedentárias: 66,6%

Fonte 2: Brasil (2015) - PNAD, 2015

Dos jovens a partir de 15 anos de idade aos adultos acima de 60 anos, os motivos alegados para a condição de sedentarismo no Brasil são variados e se modificam conforme o grupo de idade. O motivo “falta de tempo” aparece como o principal motivo para os grupos de idade de 25 a 59 anos.

A falta de tempo alegada pelos respondentes não está bem definida. Não se sabe o quanto o respondente entende ser a atividade física uma prioridade na distribuição do seu tempo discricionário. O que a Figura 2 demonstra é que, entre os 18 e 59 anos de idade, os respondentes que se autodefinem como sedentários justificam a inatividade física pela ausência do tempo, resposta que cai abruptamente nos respondentes com 60 anos ou mais.

Aos 60 anos ou mais, os respondentes que manifestam o sedentarismo, não atribuem à falta de tempo sua condição de inatividade física. Mas, para esse grupo, os problemas de saúde e idade são os principais motivos para a não prática de atividade física: 51,4% (Brasil, 2015).

Sendo o sedentarismo e a obesidade corresponsáveis por inúmeras doenças (Malta et al., 2017) e estando presente na vida de mais de cem milhões de habitantes no país (Brasil, 2015), é possível concluir que a escolha feita pela não prioridade da atividade física na distribuição do tempo discricionário de pessoas entre as idades de 18 e 59 anos poderá contribuir para que essas mesmas pessoas, quanto estiverem com 60 anos ou mais de idade e com mais tempo livre, tenham o comportamento de inatividade física por problemas de saúde.

Figura 2: Motivos para a não prática de esporte, por idade

Motivo de não terem praticado esporte	Distribuição das pessoas de 15 anos ou mais de idade que não praticaram esporte, no período de referência de 365 dias (%)					
	Total	Grupos de idade				
		15 a 17 anos	18 a 24 anos	25 a 39 anos	40 a 59 anos	60 anos ou mais
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Falta de tempo	38,2	20,1	42,5	51,6	42,4	15,0
Problema de saúde ou idade	19,0	4,6	3,8	6,2	17,3	51,4
Problema financeiro	1,9	4,3	2,7	2,2	1,6	0,8
Falta de instalação esportiva acessível ou nas proximidades	2,7	8,7	3,6	2,9	2,0	1,5
Não terem companhia para praticar o esporte	1,7	3,7	2,8	1,9	1,2	1,2
Não gostarem ou não quererem	35,0	57,3	42,7	33,7	34,1	28,6
Outro motivo	1,5	1,4	1,8	1,5	1,3	1,5

Fonte 3: Brasil (2015)

“Falta de tempo” e “não gostarem ou não quererem” têm equilíbrio entre os motivos da não prática para o grupo de idade de 18 a 24 anos.

Os motivos “não gostarem ou não quererem” mantêm certa regularidade em todas as faixas de grupos de idade, tendo o seu menor percentual no grupo de 60 anos ou mais (28,6%) e aparece como o primeiro mais citado para os grupos de idade de 15 a 17 anos (57,3%).

Três perguntas necessárias se fazem ante esses dados, quanto à ausência do desejo de colocar o corpo em movimento. A primeira: o quão relevante são o julgamento, a companhia e a motivação advindos dos grupos de referência para a decisão de frequência ou abandono da prática da atividade física em academia. A segunda, quanto da percepção da importância da atividade física praticada em academia para o combate ao sedentarismo impacta no comportamento de frequência ou abandono da sua prática? E a terceira: o quanto as pessoas estão dispostas a reservar parte do seu tempo livre para a prática de atividade física em academia?

Dessa forma, identifica-se a relevância de pesquisas que levantem a importância dos Grupos de Referência e da Distorção Seletiva dos indivíduos na decisão de abandono da

atividade física regular em uma academia. Ainda, e apesar da falta de tempo ser listada entre as razões pelas quais o indivíduo não pratica atividade física, conforme se vê na Figura 2, não há pesquisa que suporte as análises quanto à importância que o indivíduo dá na distribuição do seu Tempo Discrecional à atividade física e sua relação com o abandono da academia.

Objetivo Geral

O presente trabalho tem por objetivo analisar se os Grupos de Referência, a Distorção Seletiva e o Tempo Discrecional podem provocar o abandono da prática de atividades físicas em academia.

Objetivos Específicos

- Conhecer a influência dos Grupos de Referência na tomada de decisão pela frequência ou abandono à prática da atividade física.
- Identificar o impacto da Distorção Seletiva no comportamento do praticante ou ex-praticante em relação à importância da prática da atividade física.
- Descobrir qual importância o praticante e o ex-praticante de atividade física conferem à distribuição do seu tempo livre para a prática de atividade física.

Estrutura da Dissertação

A presente dissertação está organizada em formas de capítulos sequenciais.

O primeiro capítulo versa sobre a fundamentação teórica sobre os construtos ora trabalhados na dimensão do Comportamento do Consumidor, sendo eles os Grupos de Referência, a Distorção Seletiva, o Tempo Discrecional e o Abandono. O Mercado de *Fitness* e Bem-estar, recorte mercadológico do presente trabalho, é esmiuçado para melhor compreensão. Ainda, levanta-se uma revisão da produção a respeito do abandono especificamente dos serviços de atividade física em academias.

O segundo capítulo apresenta o método utilizado: a definição da amostra - seleção e coleta, a construção da escala, o modelo conceitual e as hipóteses.

O terceiro capítulo é dedicado à análise dos resultados obtidos na coleta e a validação ou não das hipóteses propostas quanto ao impacto dos Grupos de Referência, Distorção Seletiva e Tempo Discrecional na decisão de abandono do ex-praticante de atividade física em academia, bem como analisar se o tempo de experiência em prática de atividade física em

academia tem uma influência moderadora no comportamento do cliente que optou pelo abandono.

Por fim, as considerações finais são compostas por conclusões advindas do entrelaçamento do marco teórico e empírico proposto com os resultados obtidos pela pesquisa.

1. Revisão da Literatura

Este capítulo se inicia com uma imersão nos dados do mercado de academias no Brasil e sua comparação com o mercado mundial. Nesse aspecto, são utilizados dados secundários advindos da organização que mais pesquisa o mercado de *fitness* e bem-estar no mundo, a International Health, Racquet and Sportsclub Association (IHRSA), instituição sediada em Boston (EUA) e que monitora o segmento em mais de sessenta países. A literatura científica tem sido abastecida por dados da IHRSA com bastante frequência (Chávez; Mendiola & Elvider, 2019; Gonçalves; Correia & Diniz, 2014; Simões & Franco, 2018), fonte elaborada com as colaborações dos operadores locais. No Brasil, colaboram o Conselho Federal de Educação Física (CONFEF) e a empresa *Fitness* Brasil, representante da IHRSA no país.

Na sequência, contextualiza-se o Comportamento do Consumidor, o valor na experiência de uso e os processos decisórios no consumo. Em seguida, os construtos centrais na presente dissertação: “Abandono”, “Grupo de Referência”, “Distorção Seletiva” e “Tempo Discricionário”.

E, nos parágrafos seguintes, são registradas as pesquisas mais relevantes sobre abandono da atividade física em academias, seus motivos e técnicas utilizadas para a mensuração.

1.1 Mercado de *Fitness* no Brasil

O mercado de *fitness* global é bastante competitivo. Em 2017, eram 201.245 estabelecimentos de *fitness* e bem-estar operando nos 64 países estudados pela IHRSA (2018).

Os modelos são diversos e cada vez mais segmentados. Dos modelos “*Mall* de Serviços”, que contemplam diversas modalidades, às boutiques (entregas especializadas, como salas de ciclismo *indoor* ou treinamento funcional), boxes (atreladas a lutas ou treinamento de alta intensidade), studios (geralmente, entregas personalizadas como o Pilates ou *Personal Training*), escolas especializadas em natação e assessorias esportivas (geralmente utilizando o espaço público como local da entrega). Do montante de empresas em operação no mundo,

34.509 estão no Brasil, sendo o 2° no *ranking* mundial. A Tabela 2 oferece uma primeira análise quanto aos números do mercado de *fitness* brasileiro.

Observado esses números em termos de comparação com o mercado mundial, a IHRSA (2018) aponta que, dos US\$87.234.078.644 movimentados pela indústria do *fitness* mundial, US\$2.100.000.000 foram comercializados no Brasil, sendo o 11° no *ranking* mundial em 2017.

Dos 201.245 estabelecimentos de *fitness* e bem-estar no mundo, 34.509 estão no Brasil, sendo o 2° no *ranking* mundial.

Tabela 2: Dados do consumo de Fitness no Brasil

Ranking do Brasil no Mundo (em n° de unidades e volume financeiro)	Volume Financeiro
2° e 11°, respectivamente	US\$2,1 bilhões

Fonte 4: IHRSA (2018)

Os serviços prestados em empresas do mercado de *fitness* e bem-estar brasileiro têm em comum uma característica que define parte de sua composição de custos. Desde setembro de 1998, com a publicação da Lei nº 9696/98 e a criação do Conselho Federal de Educação Física (CONFEF), as operações do mercado de *fitness* nacional e os profissionais de Educação Física que militam no setor são orientados, disciplinados e fiscalizados pelos Conselhos Regionais de Educação Física (CREFs), supervisionados nacionalmente pelo CONFEF.

Os CREFs são os órgãos de fiscalização do exercício profissional em Educação Física em suas respectivas jurisdições e têm a incumbência de promover o cumprimento dos profissionais e das empresas prestadoras de serviço. Desde a promulgação da lei, não há a hipótese de operar uma academia em solo brasileiro sem que haja a supervisão de um bacharel em Educação Física presente durante toda a jornada de funcionamento da empresa, característica *sui generis* do mercado brasileiro.

Desta forma, temos um padrão de atendimento mínimo obrigatório: a presença de um Profissional de Educação Física não pode ser considerada um diferencial na prestação de serviços. Essa presença é condicionante legal para a operação de qualquer estabelecimento.

Nesse aspecto, todas são iguais, numa manifestação que poderia ser classificada como isomorfismo coercitivo, termo registrado por DiMaggio e Powell (2005), vez que requerimentos legais e técnicos do Estado moldam as organizações sob diversos aspectos.

Como resultado, as organizações tornam-se cada vez mais homogêneas dentro de determinados domínios e cada vez mais organizadas em torno de rituais em conformidade com a instituições maiores (Dimaggio & Powell, 2005, p. 45).

Neste caso, o CONFEF.

Ao mesmo tempo em que não se pode definir, por si só, a presença do profissional de Educação Física como um diferencial entre as academias, pode-se crer que esse seja um diferencial em relação à prática da atividade física feita fora do ambiente da academia, em caso da ausência da supervisão de um profissional capacitado para prescrever e supervisionar a prática da atividade física.

Vale ressaltar que entre academias o volume de clientes por professor pode ser um diferencial competitivo sim. Quanto menor for a relação alunos/professor, maior é a possibilidade de uma supervisão mais apurada.

1.1.1 Comercialização do fitness

Porter (1996), em seu artigo seminal “O que é estratégia?”, aponta que, para uma empresa seja capaz de superar os competidores em seu mercado, há que conseguir estabelecer seu diferencial e mantê-lo, vez que uma empresa que fornece ao cliente uma maior percepção de valor poderá cobrar preços unitários superiores.

Mas há que se levar em conta que há os clientes mais sensíveis ao preço, não estando dispostos a pagar preços mais elevados. Portanto, há que se definir, como estratégia da empresa, um dos caminhos a se perseguir: “proporcionar maior valor aos clientes ou criar um valor comparável porém a custos mais baixos, ou ambas as coisas” (PORTER, 1996, p. 2).

Os modelos comercializados, em geral, caracterizam-se por vendas diretas no balcão dos estabelecimentos, nas vendas de contratos com prazo determinado, de diárias a planos longos, que podem chegar à duração de 24 meses, ou mesmo sem prazo de duração. As modalidades de pagamento são, em geral, as transações clássicas do mercado nacional, como pagamentos realizados mensalmente no balcão, sendo cheques pré-datados ou cartão de crédito os mais usuais. Transferências bancárias, boletos e promissórias são menos usuais.

Os modelos de pagamento recorrente débito em conta corrente ou débito em cartão de crédito (DCC) aparecem de forma cada mais frequente dentre as opções escolhidas pelos clientes, visto que não comprometem o limite de crédito do cartão de crédito.

O modelo DCC é observado nas grandes redes de modelo “*low-cost*” e, da mesma forma, utilizado por academias de outros modelos de negócios como uma forma de reduzir a barreira de entrada, seja pelo público-alvo com menor poder aquisitivo e de menor limite em seu cartão de crédito, seja pela comodidade percebida pelo cliente de que, a qualquer momento, poderá se desvincular da relação comercial com a academia na qual está matriculado. Para isso, basta o prévio aviso conforme constar no contrato de adesão firmado entre as partes ou, simplesmente, solicitar a troca do seu cartão junto ao emissor do mesmo, fazendo com que a cobrança em seu antigo cartão seja negado, vez que está cancelado.

As vendas de planos corporativos são menos frequentes pelas empresas de *fitness* nacional, sendo um filão explorado pelos aplicativos que comercializam diárias ou planos corporativos para as empresas, apresentando-se como intermediários nessa relação empresa-academia.

Segundo a IHRSA (2018), foram movimentados no Brasil US\$2,1 bilhões no mercado de *fitness* nacional provenientes das mensalidades e taxas pagas pelos 9,6 milhões de usuários, o que perfaz um *ticket* médio de US\$218,75 por ano, por usuário. Ou, se preferirmos, US\$18,23 por mês, R\$71,10 se convertido a R\$3,90 para cada US\$1. Esse valor é superior a 7% do salário mínimo brasileiro em vigor em 2019, de R\$998,00.

1.1.2 Frequência da atividade física em academia no Brasil

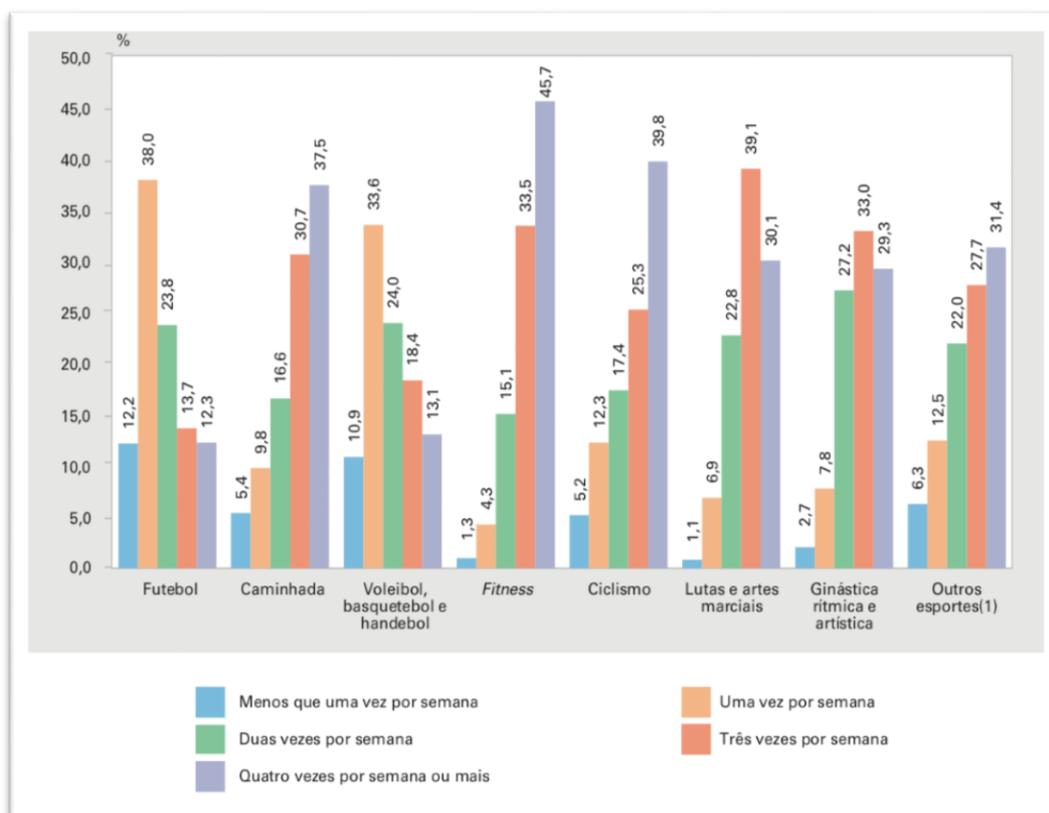
No âmbito da prática de atividade física orientada em academias de ginástica, as estimativas de usuários são desconhecidas. Para a *International Health, Racquet and Sportsclub Association* (IHRSA), temos um universo de 9,6 milhões de pessoas a frequentar as instalações de uma academia brasileira (IHRSA, 2018), o que perfaz aproximadamente 4,6% da população, estimada em 208.494.900 pelo IBGE em 2018. Por esses números, o mercado brasileiro ocupa o 4º lugar no *ranking* de usuários mundial.

Os números da IHRSA são diferentes aos números apresentados pela PNAD 2015, para quem *fitness* ou academia representam a escolha de 16,8% das 28,1 milhões pessoas ativas no Brasil. Tal diferença pode se dar pelo recorte analisado pela PNAD 2015.

Conforme vemos na Figura 3, o IBGE separa o *fitness* do culturismo e musculação (com 7,2% da preferência dos praticantes), o que pode configurar um equívoco na metodologia e/ ou nas nomenclaturas, visto que as academias são complexos onde se praticam exatamente essas modalidades em sua essência. Somando os 16,8% dos que praticam *fitness* ou academia com os 7,2% dos que praticam culturismo e musculação, teremos 24%.

Ou seja, pela PNAD, 6.744.000 pessoas estão aderidas à atividade física ofertada em academias. Ou 3,23% da população estimada em 208.494.900 pelo IBGE em 2018.

Figura 3: Distribuição de pessoas de 15 anos ou mais de idade que praticaram algum esporte



Fonte 5: (1) Inclusive natação, musculação, atletismo, esporte de aventura, aquático, paradesporto, com pequenas bolas e raquetes, skate e patins, dança e ballet, com motor, com animais, com tabuleiros e cartas. Fonte: Brasil (2015)

A IHRSA, por sua vez, registra todas as modalidades ofertadas dentro de academias, em seus diversos modelos de negócios: musculação, ciclismo indoor, ginástica coletiva, treinamento funcional, natação, ballet e demais danças, lutas, aulas de circo... E, diferentemente da PNAD que analisou o praticante de atividade física e o sedentário a partir de 15 anos de idade, a IHRSA e seus parceiros locais analisam os números de todos os usuários, começando com os bebês em aulas de natação, por exemplo.

E, se o próprio universo de atuais praticantes de atividade física é impreciso, o universo de ex-praticante, daquele que optou pelo abandono da rotina de atividade física, fica ainda mais difícil ou dispendioso de se precisar.

1.2 Comportamento do Consumidor

O comportamento do consumidor tem sido foco de pesquisa no marketing já há bastante tempo, em especial desde o momento que a economia nos Estados Unidos pós II Guerra Mundial muda seu enfoque, não mais centrada nos vendedores (produtos ou serviços) e, sim, com um foco maior em quem os compra, dado ao aumento do volume da oferta, logo, da concorrência. Desta forma, e para além dos aspectos econômicos do indivíduo, foram sendo incorporados conhecimentos de outras ciências, tais como Antropologia e Psicologia Cognitiva, dentre outras (Pinto & Lara, 2008; Serralvo & Ignacio, 2004).

Afinal, estudar o comportamento das pessoas nos permite entender seu cotidiano e de que forma interagem com as marcas, seus produtos e serviços, e como os seus recursos disponíveis, seu conhecimento sobre o serviço ou produto de seu interesse, sua motivação, valores e estilos de vida influenciam de maneira significativa no seu comportamento de compra (Serralvo et al., 2008).

Além das influências internas e externas, é fundamental analisar todo o processo decisório pelo qual passa o consumidor, desde o reconhecimento do problema existente e que o impulsiona à compra até a avaliação pós-compra, fase fundamental onde o consumidor pode se tornar, ou não, num consumidor fiel a determinadas marcas ao longo do tempo (Serralvo et al., 2008, p. 2).

Las Casas (2015) chama a atenção para uma distinção que pode, por vezes, trazer confusão quanto aos termos “cliente” e “consumidor”, sendo o primeiro o que consome o ato, a decisão, de comprar, podendo ser cliente tanto a pessoa física quanto a pessoa jurídica. Já o termo consumidor pode ser mais adequado às compras particulares. “No entanto, na prática não há muita diferença entre os termos” (p. 181).

Como apontam Chamie e Ikeda (2015), não há consenso entre os termos “comprador”, “influenciador” e “consumidor”. As autoras registram que o termo “comprador” tem seu uso bastante atrelado às relações comerciais *bussiness-to-bussiness* e propõem sua definição como “aquele que completa a transação de compra e efetua o pagamento, ou seja, aquele que efetua a compra” (p. 57).

Em que pese a possível – e recorrentemente observada – compra de um plano na academia por um terceiro que não o usuário (de pessoas físicas, como parentes, a pessoas jurídicas, como empresas), fazendo esses o papel de comprador e pagante, o recorte do presente trabalho está nas experiências do usuário ou consumidor, quem “efetivamente consome ou utiliza o produto ou recebe os benefícios do serviço” (Chamie & Ikeda, 2015, p. 57).

No presente trabalho, os termos “cliente”, “aluno” e “usuário” seguirão a mesma conotação de “consumidor”, sendo esses termos recorrentemente utilizados e mesclados entre operadores do setor em foco. O termo “comprador” será suprimido.

1.2.1 Processo Decisório no Consumo: escolha racional e racionalidade limitada

A ação de consumir perpassa pelo ponto de vista do consumidor quanto às suas percepções e julgamento do que deseja, dos valores pessoais, dos seus objetivos, bem como de suas expectativas, do que conhece e de suas experiências no uso pregresso do seu objeto de consumo, seja ele um produto ou um serviço. Para Luppe e de Angelo (2010), a tomada de decisão no consumo tem sido peça de pesquisas, bebendo de fontes abrangentes como a medicina, psicologia e sociologia, entrelaçando-as às vertentes da matemática, estatística, ciências políticas e economia, como a neuroeconomia, onde se examina a racionalidade nas escolhas do consumidor.

Nesta corrente dita racional, a relação custo-benefício torna-se o ponto nevrálgico e ponto de chegada no processo de decisão do consumidor, iniciado quando o decisor identifica ou reconhece a necessidade ou o problema. Deste momento em diante, sua busca é pela escolha utilitária, embasada pelas informações coletadas no mercado e/ou advindas de suas experiências passadas, vivências essas que poderão impactar as características cognitivas, mentais e afetivas do consumidor. O menor preço conseguido poderá ser fator determinante da escolha de compra (Imbuzeiro & Silva, 2016).

Neste sentido, pesquisa buscando entender os motivos que influenciaram as escolhas de clientes por suas academias de ginástica e as estratégias redutoras mais utilizadas pelos os consumidores com diferentes níveis de percepção de risco, o atributo “localização” se apresentou como determinante no momento de eleger o espaço onde fazer a atividade física orientadas (Mello, Leão & Souza Neto, 2005).

Uma prática gerencial recorrente deste mercado é determinar a área primária de atuação de uma academia como aquela que compreende um raio de 1,5km de distância a partir do ponto central, que é a localização da academia. Para esses operadores, o maior volume de seus clientes mora, estuda ou trabalha nessa área.

Contudo, a desejada racionalidade esbarra na limitação da capacidade de processamento das informações por parte do consumidor – “racionalidade limitada” (*bounded rationality*, em inglês) – reduzindo o grau de racionalidade na tomada de decisão em situações de incerteza, produzindo ora decisões acertadas ora decisões equivocadas.

A tomada de decisão pela prática da atividade física, por exemplo, pode estar no plano racional, assim como a decisão de parar de fumar. Ambos partem, salvo melhor juízo, da percepção de que a falta de um e da presença do outro são nocivos à saúde. Mas, por que muitas pessoas têm dificuldades de decidir e executar seus planos apesar da consciência de que fazer atividade física e parar de fumar são importantes para uma vida saudável?

As experiências anteriores e os hábitos podem estar no cerne da questão, limitando o processo decisório racional. Martins, Serralvo e João (2014) registram que algumas ações do indivíduo se tornam rotineiras, que o controle voluntário se concretiza apenas em parte, pois “que são executadas sem muita atenção ou foco de pensamento sobre elas” (p. 113). E citam exatamente a decisão de abandono do tabagismo, contudo sem sucesso, por parte de muitos indivíduos que assim desejam. “A dificuldade em controlar o próprio comportamento pode ser a causa pela qual as experiências anteriores são apropriadas para auxiliar na melhoria das previsões futuras (Martins et al., 2014, p. 113).

1.2.2 Valor na experiência de uso e o Fitness

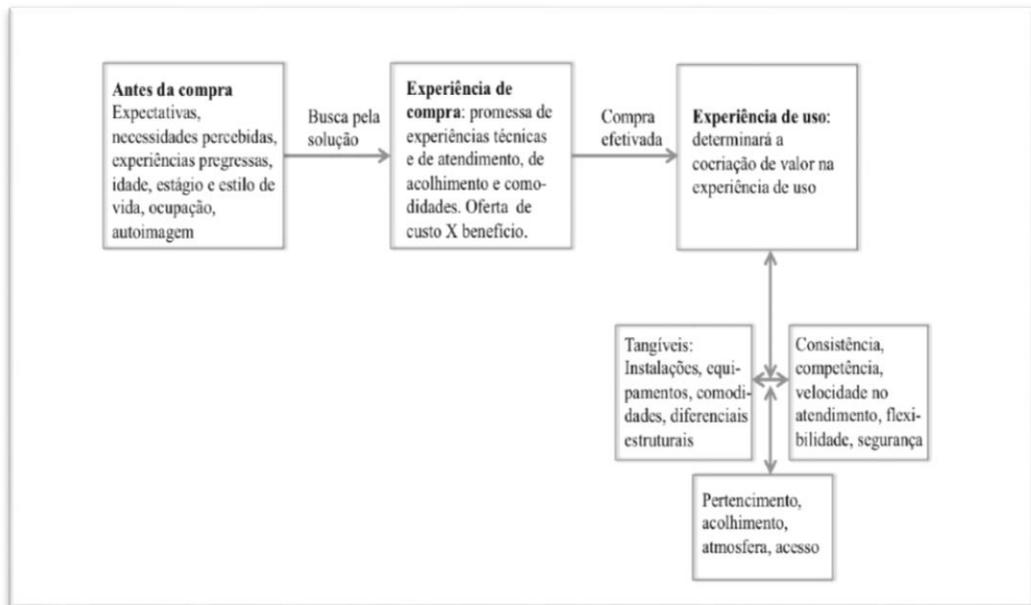
A jornada de experiências do praticante de atividade física em academia começa muito antes da sua chegada à recepção. Ela se inicia nas projeções que faz de seu futuro pessoal e de como uma a atividade física poderá responder às dores, necessidades e desejos projetados pelo consumidor. E será na sua mui particular experiência de uso, na interação das suas expectativas e percepções, entrelaçando as dimensões tangível, de serviços técnicos e de ambientação que se dará sua coautoria ou cocriação de valor na experiência de uso nos serviços de fitness (Munaier & Serralvo, 2019). “Destá forma, pode-se abstrair que experiência de consumo representa um processo pelo qual suas diferentes dimensões proporcionam a coautoria ou cocriação de valor, dentro de um contexto interativo individualizado” (Brasil, 2007, p. 6).

Las Casas (2015) sustenta ser possível levar valor ao cliente quando todas as atividades empresariais, em sintonia, estão direcionadas para este propósito. O princípio do marketing voltado para o valor se baseia “no princípio de criar um valor superior aos clientes, de modo a otimizar a relação valor total e custo total ao consumidor” (p. 21).

García-Fernández, Gálvez-Ruiz, Vélez-Colon, Ortega-Gutiérrez e Fernández-Gavira (2018) reuniram estudos sobre percepção de valor, satisfação e lealdade de usuários de centros de atividade física na Espanha, sustentando que “a maioria dos estudos confirma uma relação positiva e direta entre o valor percebido e intenções futuras em centros de *fitness* públicos e academias privadas” (p. 1946).

Brasil (2007) reitera que é no uso que se dá a centralidade das experiências de consumo. “Destá forma, pode-se abstrair que experiência de consumo representa um processo pelo qual suas diferentes dimensões proporcionam a coautoria ou cocriação de valor, dentro de um contexto interativo individualizado” (p. 6).

Figura 4: Modelo conceitual da Cocriação de Valor na Experiência de Uso no Fitness



Fonte 6: Munaier & Serralvo, 2019

Munaier e Serralvo (2019) apresentaram três dimensões na experiência de uso nos serviços de fitness: tangível (equipamentos, infraestrutura e tecnologia), serviços técnicos (consistência, flexibilidade, velocidade, credibilidade e competência), e pertencimento (acesso às pessoas e afetividade).

Em que pese os equipamentos de última geração, conectados aos serviços de internet e aos aplicativos e smartphones terem um valor significativo observado na referida pesquisa, e a experiência no atendimento técnico ser crucial para a percepção de valor do cliente no uso dos serviços prestados pelo profissional de Educação Física, foi a dimensão do pertencimento que se apresentou como um elo, uma cola que une as experiências, e que até mesmo diminui o impacta causado por eventuais experiências malsucedidas nas dimensões anteriores.

1.3 Abandono

Entender o abandono à atividade física é central nesta dissertação e enxergá-la como um fenômeno causado por um único elemento parece não ser a melhor estratégia de observação. Porque, como veremos no decorrer do presente trabalho, diversos aspectos já foram extraídos na análise dos motivos de abandono à academia. E tal abandono tem consequências para os negócios como para a saúde pública.

Toda empresa busca a satisfação dos clientes para garantir-lhe a demanda - e, quiçá, sua lealdade - por seus produtos ou serviços (Rafael & Lopes, 2017). Assim sendo, é crucial, no mundo dos negócios contratuais, que a empresa observe o comportamento do cliente que prediga seu abandono, um sinal de que a satisfação, e muito menos a lealdade, estão acontecendo (Bonfrer, Knox, Eliashberg & Chiang, 2007; Tostes, 2008). Botelho e Tostes (2010) sustentam a importância da identificação antecipada das mudanças no comportamento dos clientes e que os sinais de possível abandono ou mudança de comportamento por parte do consumidor, como a redução do valor médio de compra, constituem um alerta importante para o gestor.

Também chamado de “*customer defection*” (deserção) ou “*customer churn*” (desconexão), o abandono tem sido tema de pesquisas no campo científico e gerencial, visto que, “em tempos de mercados maduros e intensa competição, cada vez mais empresas estão descobrindo o seu mais precioso ativo nas bases de clientes existentes” (Tostes, 2008, p. 14).

No ambiente dos negócios, o abandono está diretamente associado ao *Consumer Life Time Value*, ou valor do ciclo de vida do cliente, que mensura o lucro presente e futuro gerado pelo consumidor em seu ciclo de relacionamento com a empresa (Botelho & Tostes, 2010).

No mercado de *fitness* e bem-estar não é diferente. Por isso, tem-se produzido conteúdos recorrentes para se analisar os motivos de abandono da prática de atividade física, como vemos na Figura 5.

Figura 5: Exemplos de produção científica sobre o abandono da prática da atividade física

Autor(es)	Descobertas
Ferraz et al., 2018; Kim & Kim, 1995; Maksimović et al., 2017; Middelkamp et al., 2016; Oelze et al., 2015	Distância entre expectativa e percepção dos serviços, baixa frequência de uso em relação ao que o usuário estabelecera como adequado, insatisfação com as instalações e staff.
Maksimović et al., 2017	Pesquisaram o comportamento do consumidor ante a diferença entre o serviço esperado e o serviço percebido, bem como a importância do suporte da equipe de atendimento para a satisfação e intenção de compra dos usuários em academias na Sérvia.
Oelze et al., 2015	Analisaram 222 casos de abandono à atividade física praticada em uma academia na cidade de Belo Horizonte/MG, Brasil. O mau atendimento administrativo e o mau atendimento técnico/pessoal influenciam positivamente a insatisfação. E que a insatisfação e motivos pessoais (especialmente os ligados a desânimo e falta de motivação) influenciam positivamente o abandono de academias ginástica.
DellaVigna et al., 2005	A frequência à academia e comportamento de abandono foi estudado e medido em 7.752 casos. Segundo os autores, ex-clientes haviam previsto uma frequência média de 9,5 idas à academia por mês. Na pesquisa, constataram que esses clientes tiveram, de fato, a média de 5,46 no 2º mês de matrícula e 4,32 no 6º mês.
Middelkamp et al., 2016	Estudo promovido com 400 ex-clientes de uma rede de academias. Definiram, como comportamento padrão de uso de consumo, quatro idas ao mês. 19,5% nunca compareceram à academia num período de 24 meses e apenas 10% dos membros demonstraram um comportamento regular de comparecimento. Para os autores, é evidente que estratégias apropriadas devem ser desenvolvidas para melhorar o índice de comparecimento dos clientes para uma menor taxa de abandono.
Weiss et al., 1989	Fazem uma coletânea de estudos sobre o abandono de crianças ao esporte e registram que rótulos como “abandono”, “não participante” e “desistente” eram conotações que traziam muito efeito negativo e, portanto, eram evitados pelos jovens sempre que possível.

Fonte 7: Elaborado pelo autor

1.3.1 O tempo de uso e o abandono no Fitness

Não há na literatura uma métrica que defina um período ótimo de permanência ininterrupta para que a prática da atividade física torne-se um hábito de consumo ou altere sua percepção de valor, determinando a permanência ou o abandono desse serviço.

Buscando-se fazer um paralelo entre permanência de consumo e tempo, ressalta-se que a percepção do valor pelo cliente é dinâmica. Dominguez (2000) registra que essa percepção

de valor ou importância dada ao produto ou serviço pode variar de acordo com o momento da avaliação, se na pré-compra, imediatamente pós-compra, após longo tempo de compra e uso. Mas “pesquisas comprovam que os clientes mudam o grau de importância dos atributos de valor à medida que sua relação com o produto aumenta” (Dominguez, 2000, p. 55).

Nesse mesmo sentido, Bolton (1998) prevê que os clientes com maiores volumes de compra tendem a ficar mais tempo com seu fornecedor. Do outro lado, os clientes com quantidades de compra menores são menos propensas a permanecer por mais tempo.

No *Fitness*, o volume de uso tem sido pesquisado como uma variável observada para o estudo do abandono com resultados bastante consistentes: cliente que não usa, abandona (Dellavigna et al., 2005; Middelkamp et al., 2016).

Mas qual o tempo ideal de uso para que a lealdade seja forjada, para que os benefícios sejam percebidos, para que as influências negativas à prática da atividade física ou para que a frequência à academia seja considerada prioridade na distribuição do tempo do indivíduo, essa informação não pode ser encontrada nas pesquisas feitas pelo autor da presente dissertação.

1.4 Grupos de Referência

Desde que Hyman (1942) cunhou a expressão e inúmeros outros autores refinaram o conceito, aplicando-o em grupos dos mais diversos, Grupo de Referência tem sido reconhecido como um importante construto para se observar e compreender o comportamento do indivíduo, seu padrão de autoavaliação, fonte de seus valores e objetivos pessoais, sendo possível fazer uma análise atitudinal usando dados comportamentais individuais, adquiridos em relação a situações de estímulo social (Bearden & Etzel, 1982; Pollis, 1968).

Para a presente tese, interessa avaliar o quanto o Grupo de Referência - ou Grupos, em uma análise mais detalhada -, influencia o indivíduo em sua escolha pela prática ou abandono da atividade física em academia, e se o julgamento do grupo ao qual ele pertence (Primário e Secundário) ou gostaria de pertencer (Aspiração) impacta em sua escolha de qual academia buscar para colocar seu corpo em movimento.

A percepção de risco é um aspecto essencial e é parte central do principal problema do comportamento do consumidor: a escolha. O risco é frequentemente percebido como doloroso, pois pode produzir uma ansiedade advinda da incerteza sobre o resultado e incerteza sobre as consequências (Taylor, 1974). E as avaliações de produtos ou serviços feitas por outras pessoas, em especial por aquelas nas quais o indivíduo se inspira e confia, mostram-se fontes de consultas no momento nevrálgico da escolha por parte do indivíduo Bearden e Etzel (1982).

Grupos de Referência são Os grupos de afinidade, aspiracional e de dissociação, e exercem influência direta ou indireta, formal ou informal, sobre as atitudes ou o comportamento do indivíduo, influenciando no processo de decisão de compra, status e estilo de vida, definindo ou fornecendo padrões de pensamento, conduta e valores, bem como pontos de comparação para avaliar as atitudes e comportamentos (Bearden & Etzel, 1982; Childers & Rao, 1992; Motta & Rossi, 2008) e estão melhor descritos na Figura 6.

Figura 6: Descrição dos Grupos de Referência

Grupos	Descrição
Grupos Primários	Uma agregação social que é suficientemente pequena para facilitar a interação cara a cara, interagindo entre si. A família é um exemplo de Grupo Primário, gerando grande influência e impacto sobre o consumidor. Nas relações familiares são compartilhados diversos valores e hábitos, incluindo os de consumo.
Grupos Secundários	Também com característica de interação cara a cara, contudo mais esporádica, os Grupos Secundários são melhor exemplificados com as organizações profissionais e as comunitárias. Apresentam menor influência no comportamento do indivíduo que os Grupos Primários.
Grupo de Referência Aspiracional	Caraterizado pela desejo do indivíduo de adotar normas, valores e comportamentos de grupos com quem o indivíduo espera se associar, na expectativa de ser admitido nele, de ser aceito, de pertencer.
Grupo Dissociativo	Caracteriza-se pelo grupo ao qual o indivíduo é motivado a evitar a associação, rechaçando-o. Um exemplo de grupo dissociativo é alguém não querer ser confundido como pertencente a determinada comunidade.
Grupos Formais e/ou Grupos Informais	Formais: definidos por uma lista conhecida de seus membros. Apresenta organização e estrutura formalizadas. Exemplos: organizações de serviço comunitário, comunidades ligadas a igrejas, locais de trabalho e escolas. Informais: apresentam menor estrutura e maior probabilidade de serem baseados em relações afetivas. Apesar da possibilidade de apresentarem normas, essas não estão formalizadas. Grupos formais e informais: mesmo onde há uma organização formal, há a possibilidade da formação de grupos informais, como é possível ser observado em firmas, onde as questões formais ligadas à hierarquia podem se entrelaçar às regras e questões informais dadas pelas interações entre indivíduos.

Fonte 8: Adaptado a partir de Engel, Blackwell & Miniard (2000).

Quanto às influências desses grupos nas tomadas de decisão do indivíduo, em especial para o consumo, Childers e Rao (1992) referem-se aos pais, professores e colegas como representantes da influência normativa, que fornecem normas, atitudes e valores ao indivíduo por meio de uma interação direta, enquanto que personalidades como heróis do esporte e figuras do *showbiz* fornecem padrões de realizações aos quais os indivíduos aspiram e são relativamente mais afastados do indivíduo (referências comparativas).

Assael (1992) define que a influência é determinada pela regularidade de contato do indivíduo com determinado grupo. E, para Solomon (2008), os Grupos de Referência exercem sua influência sobre o indivíduo de três maneiras:

- a) influência informacional;
- b) influência utilitária; e
- c) influência expressiva de valor.

As três maneiras de influência do Grupo de Referência estão assim explicitadas pelo autor:

Influência informacional: corresponde à busca de informações sobre produtos e serviços junto a associações profissionais ou grupos de especialistas. É também observada na busca pelo conhecimento e experiência de comparação em relação às marcas. Junto a amigos, vizinhos, parentes ou colegas de trabalho, o indivíduo busca informações confiáveis sobre produtos, serviços e marcas. A marca que o indivíduo seleciona é influenciada pela presença de um selo de aprovação de alguma agência de testes independente.

Influência utilitária: corresponde à decisão de compra do indivíduo influenciada pela satisfação das expectativas de colegas de trabalho, assim como a decisão do indivíduo de comprar uma determinada marca é influenciada pela preferência de seus familiares. O desejo de satisfazer as expectativas dos outros a seu respeito tem impacto sobre a escolha de marcas pelo indivíduo.

Influência expressiva de valor: caracteriza-se pela crença do indivíduo de que a compra ou o uso de uma determinada marca promoverá a imagem que os outros têm dele, ou de que

quem compra ou usa certa marca possui as características que ele gostaria de ter. Essa influência pode ser observada ante à percepção do indivíduo de que seria bom ser o tipo de pessoa que as propagandas mostram usando uma determinada marca, ou de as pessoas que compram uma marca específica são admiradas ou respeitadas pelas outras. Por fim, o indivíduo acredita que a compra de uma marca específica ajudaria a mostrar aos outros como ele gostaria de ser.

Importante registrar que a influência do grupo é maior quando o uso do produto ou marca é visível para o grupo, como o tênis de corrida, e quanto maior for o compromisso de um indivíduo e mais relevante a atividade para o funcionamento em relação a um grupo, maior será a tendência dele se adequar às normas do grupo em questão, pois maior será a pressão. O grau de importância dos Grupos de Referência são observados em duas dimensões: se a compra deve ser consumida em público ou em particular e se é um luxo ou uma necessidade (Hawkins & Mothersbaugh, 2019).

Encontrando respaldo na Figura 6 supracitada, White e Dahl (2006) registram o papel aspiracional dos Grupos de Aspiração e Dissociação. Para as autoras, parece provável que o desejo de evitar grupos de referência dissociativos influencie as preferências do consumidor, enquanto que, por outro lado, as pessoas podem tornar-se inspiradas pelos grupos de referência aspiracionais, como celebridades ou atletas, endossando a eficácia da "correspondência" entre a celebridade e um determinado produto, potencializando suas intenções de compra.

Suarez et al. (2012) trazem um exemplo de atuação dos Grupos de Referência – Afinidade – em ação para o consumo e para o abandono do tabagismo. O cigarro entrou na vida de Flávio (63 anos) aos 16 anos, “a partir dos incentivos dos amigos. Já a motivação para abandonar o consumo, aos 58 anos de idade, partiu da família, que insistia nos males que o produto causava (p. 422)”.

A influência para o consumo do tabaco ou abandono dele não se dá apenas na esfera dos Grupo de Afinidade (Primário ou Secundário). Dentre os exemplos da influência dos Grupos de Aspiração quanto à atitude de comportamento no consumo do indivíduo, Sargent et al. (2001) observam que adolescentes começam a fumar em resposta a influências sociais, copiando o comportamento de amigos, familiares e outras pessoas que admiram. E ainda que as propagandas de cigarro não estejam mais nas telas de TV, e que sempre que surgem em letreiros ou embalagens venham acompanhadas de mensagens informativas sobre os malefícios do tabagismo, o ato de fumar é retratado em quase todos os filmes.

Adolescentes veem estrelas de cinema fumando no contexto da sexualidade (Sharon Stone em 'Instinto Selvagem'), dominância (John Travolta em 'Broken Arrow'), romance (Charlie Sheen em 'The Chase') e rebelião adolescente (Leonardo DiCaprio em 'Romeu e Julieta') e como forma de aliviar o estresse (Winona Ryder em 'Garota Interrompida') (Sargent et al., 2001, p. 1).

Se até o advento da internet, e de todas as possibilidades de interação e influência social advinda dela, o cinema, a televisão e o rádio exerciam tamanho impacto nos hábitos de consumo do indivíduo, a rede mundial de computadores e o maciço acesso à *WEB* através da banda larga e dos *smartphones* incrementaram o rol de potenciais influenciadores - os agora chamados "*digital influencers*" -, com seus canais de comunicação via Youtube, Instagram, Twitter, blogs, comunidades de redes de relacionamento como Facebook e os grupos de discussão via WhatsApp. "Estão baseados em interesses comuns e o contato, embora possa ser frequente, não se dá frente a frente, o que pode gerar uma maior desinibição" (Sastre, 2009, p. 40).

A Figura 7 explicita como Sastre (2009) aglutinou os Grupos de Referência quanto aos tipos de contato mais comuns, sua frequência de contato, seu grau de formalidade e sua natureza da associação.

Figura 7: Características dos tipos de Grupos de Referência

Tipo de Grupo	Tipo de Contato mais Comum	Frequência de Contato	Grau de Formalidade	Natureza da Associação
Primário	Frente a frente e outras formas próximas como telefone e internet	Frequente	Baixo	Não-obrigatório
Secundário	Frente a frente e outras formas como reuniões e internet	Variável	Médio	Obrigatório para alguns grupos
Formal	Frente a frente e outras formas como reuniões e internet	Variável	Alto	Obrigatório para alguns grupos
Informal	Frente a frente e outras formas próximas como telefone e internet	Frequente	Baixo	Não-obrigatório
Aspiracional	Por meio de revistas, programas de TV, internet, eventos e frente a frente	Variável	Baixo	Não-obrigatório
Dissociativo	Contato é evitado	Variável	Baixo	Não-obrigatório
Virtual	Somente por meio da internet	Variável	Baixo	Não-obrigatório

Fonte 9: Sastre (2009).

1.4.1. Grupos de Referência e a Atividade Física

Estudos buscando entrelaçar o impacto dos Grupos de Referência na decisão pela prática da atividade física são positivamente bem-sucedidos quando analisam os hábitos de vidas dos pais, irmãos e amigos em relação ao comportamento do indivíduo e a prática regular de atividade física.

Observando o comportamento para a atividade física infantil, Moore, Lombardi, White, Campbell, Oliveria, e Ellison (1991), observaram que, quando ambos os pais são ativos, as crianças têm 5,8 vezes mais chances de serem ativas que os filhos de dois pais inativos. O fato dos pais servirem como modelos, além das propostas de interação entre os adultos e as crianças,

as atividades feitas pelos membros da família, o apoio dos pais ativos da participação de seus filhos em atividades físicas e fatores geneticamente transmitidos podem estar no cerne das razões pelas quais há tanta diferença entre crianças de pais ativos e crianças de pais inativos, segundo os autores.

Observando os estímulos de motivação, encorajamento, convencimento e decisão pessoal na prática de atividade física em adolescentes, Figueira Júnior (2000) traz um elemento de distinção entre os membros da família sobre os indivíduos no estímulo à prática de atividades físicas. Pais e irmãos teriam diferentes papéis na tomada de decisão pela prática, onde os pais teriam maior poder de convencimento e os irmãos, maior poder de motivação e encorajamento. Ao final e ao cabo, ainda que pais e irmãos tivessem participação, a nem um e nem o outro teria maior poder de decisão do que o próprio indivíduo para a prática da atividade física. Os dados podem ser vistos na Tabela 3.

Tabela 3: Impacto da Família na Decisão do Adolescente à Prática de Atividade Física

<i>ESTÍMULO</i>	<i>DIFERENÇA DE RESPOSTAS</i>
Motivação	Pais: 24,95% Irmãos: 47,92%
Encorajamento	Pais: 10,8% Irmãos: 68,33%
Decisão Pessoal	Pais: 12,3% Irmãos: 24,41% Avaliação própria: 63,29%
Convencimento	Pais: 47,49% Irmãos: 13,04%

Fonte 10: Adaptado a partir de Figueira Junior (2000).

1.5 Distorção Seletiva

O nosso olhar sobre o mundo, o que percebemos dele e o que retemos pelo processo de aprendizagem moldam as nossas crenças e influenciam nossas atitudes. Logo, o que interpretamos dos alertas feitos por médicos e mídia sobre os efeitos do sedentarismo e obesidade, bem como as percepções e experiências vividas dentro da academia, podem determinar as crenças e atitudes para com a prática - ou não - da atividade física em uma academia.

No consumo, a percepção é um processo pelo qual o indivíduo seleciona, analisa e interpreta a informação coletada pelos receptores sensoriais, tais como olhos, ouvidos, nariz, boca e dedos, tendo seu início quando o indivíduo é exposto aos estímulos de marketing e termina com a interpretação do consumidor (Hawkins et al., 2019).

O processo da percepção acontece em três fases: (i) atenção seletiva, na qual é mais provável que o consumidor compreenda estímulos relacionados a uma necessidade atual; (ii) distorção seletiva, na qual o consumidor tende a interpretar as informações consoante às suas intenções pessoais, dando força aos seus preconceitos em vez de os contrariar; e (iii) retenção seletiva, na qual o consumidor tem a tendência de reter as informações que vão ao encontro das suas crenças e reforcem as suas atitudes (Santos, 2017).

Os filtros perceptivos, baseados nas experiências vivenciadas pelo consumidor anteriormente, irão exercer influência sobre as informações que o indivíduo irá decidir processar. Enquanto que a “vigilância perceptiva” é a tendência do consumidor de estar mais sensível aos estímulos relacionados às suas atuais necessidades, a “defesa perceptiva” é a tendência do indivíduo ver apenas o que quer ver e não ver o que não deseja ver, como o tabagista que bloqueia as publicidades antitabaco com imagens de pulmões atacados pelo câncer. “Se um estímulo, de algum modo, nos é ameaçador, podemos não processá-lo - ou podemos distorcer seu significado de forma a torná-lo mais aceitável” (Solomon, 2008, p. 88).

Em suas atitudes, indivíduos buscam se associar a objetos desejados ou positivamente avaliados, enquanto se distanciam de objetos que lhes pareçam desagradáveis ou ameaçadores. Tais atitudes são colocadas pelas autoras como estratégias para a autoestima, a fim de proteger o autoconceito e a) envolvendo esforços para alcançar padrões internalizados (para proteger o

“eu” privado); b) esforçando-se para evitar avaliações negativas de outros significativos (para proteger o “eu” público estratégico); e c) buscando evitar os objetivos de importantes grupos de dissociação (para proteger o “eu” coletivo) (Hogg & Baruster, 2001),

As estratégias para a manutenção ou o aprimoramento do autovalor são realizadas, em parte, por meio de uma série de escolhas e experiências de consumo que envolvem a rejeição de estereótipos negativos associados a imagens do usuário do produto (Hogg & Baruster, 2001, P. 81).

Santos (2017) propõe um entrelaçamento dos conceitos sustentados por Richers (1984), Shiffman e Kanuk (2000), Kotler e Keller (2006) e Kotler e Armstrong (2007) sobre as três fases da percepção, aprendizagem que podem ser vistos na Figura 8.

Figura 8: Percepção e Aprendizagem no Comportamento do Consumidor

Percepção	Processo pelo qual o consumidor seleciona, analisa e interpreta a informação para criar um quadro significativo do mercado		
	1ª fase	Atenção Seletiva	é mais provável que o consumidor compreenda estímulos relacionados a uma necessidade atual
	2ª fase	Distorção Seletiva	o consumidor tende a interpretar as informações consoante às suas intenções pessoais, dando força aos seus preconceitos em vez de os contrariar
	3ª fase	Retenção Seletiva	o consumidor tem tendência a reter as informações que vão ao encontro das suas crenças e reforcem as suas atitudes
Aprendizagem	Faz com que o consumidor aja de acordo com o que aconteceu nas suas experiências passadas. Ou seja, são todas as mudanças no comportamento originadas por experiências		
Crenças e atitudes	Crença é um pensamento que uma pessoa sustenta sobre algo e a atitude é uma posição duradoura, face a algo/alguém, que persiste no tempo		

Fonte 11: Adaptado a partir de Santos (2017).

1.6 Tempo Discricionário

Organizar as muitas tarefas e inserir a prática da atividade física na rotina é a realidade das pessoas que frequentam a academia no dia a dia. E a importância de reservar algumas dezenas de minutos em alguns dias da semana para essa finalidade é o desafio muitas vezes não cumprido por aqueles que já vivenciaram a experiência de praticar atividade física em uma academia.

A distribuição das 24 horas do dia, nos sete dias da semana, dá-se conforme o que há de compulsório e discricionário do tempo do indivíduo. A sociedade moderna pode ao mesmo tempo aumentar o número de horas livres como pode comprimi-las. A título de exemplo, cito os dispositivos móveis chamados “*smartphones*”, que oferecem ao indivíduo velocidade nas suas operações diárias de trabalho pela facilidade da conexão onde quer que esteja via banda larga de internet e, ao mesmo tempo, poderá deixá-lo em constante estado de alerta e com a percepção de obrigatoriedade a uma resposta de texto para um cliente ou chefe.

A distribuição do tempo físico, a exata parcela de 24 horas diárias concedidas a cada ser humano, é igualitária. Mas a maneira como cada ser humano gasta sua quota diária, como deve e pode usar seu tempo, varia consideravelmente, refletindo a estrutura da sociedade a que pertence e o mosaico particular de suas desigualdades (Souza, 1972, p. 52).

O tempo de uma pessoa é um recurso finito. Ela nasce, vive e morre. Neste período, 24 horas por dia são disponibilizadas para que o indivíduo possa executar tudo o que é necessário para se manter vivo: comer, estudar, trabalhar, fazer suas tarefas de casa, seus asseios pessoais, suas agendas sociais e afetivas, e, inclusive, divertir-se e dormir.

O tempo discricionário tem, em sua centralidade, a autonomia e o controle do indivíduo sobre como ele dará uso ao que lhe sobra do tempo após o uso necessário para se manter vivo. E cada indivíduo, em sua situação social mui particular, terá uma quantidade de tempo discricionário diferente do outro. Mas, segundo Goodin, Rice, Parpo e Erickson (2008), é possível entender como os regimes políticos e posicionamento governamental quanto ao regulamento do trabalho pode definir uma maior ou menor quantidade de tempo discricionário ao habitantes de determinado país.

A quantidade de tempo discricionário que resta, depois de deduzir a quantidade estritamente mínima de tempo dedicada a essas atividades necessárias, é maior para algumas pessoas do que para outras. (...) E é maior em alguns tipos de países do que em outros (Goodin et al., 2008, p. 6).

Se os *smartphones* e todos os aparatos tecnológicos nos trazem à mão e aos olhos um universo enorme de informações, muitos deles concernentes ao trabalho, talvez Souza (1972) tenha sido otimista quanto ao tempo que as evoluções tecnológicas trariam ao indivíduo décadas depois, pois considerava que os avanços, tanto com a organização social do trabalho e quanto na adoção generalizada de inovações tecnológicas, poderiam contribuir para uma melhora da qualidade da vida, “liberando tempo para usos discricionários e aumentando o escopo e a variedade das escolhas humanas” (p. 67).

Godinho (1999) classifica o tempo em tempo discricionário e não-discricionário, como vemos na Figura 9, e registra que, “de forma geral, as obrigações físicas e sociais aumentam com o aumento da renda” (p. 34).

Figura 9: Tempo discricionário e não-discricionário

<p>Tempo discricionário ou não-comprometido (lazer)</p>	<p>Período de tempo em que o indivíduo não apresenta nenhuma sensação de compulsão ou obrigação econômica, legal, moral ou social, nem de necessidade fisiológica; e a escolha de como utilizar este período de tempo pertence somente ao indivíduo. Somente o não planejado é que verdadeiramente pode ser considerado tempo de lazer.</p>
<p>Tempo obrigado ou não-discricionário</p>	<p>Período principal do tempo do consumidor em que ele praticamente não realiza compras de bens e serviços, e inclui as obrigações físicas (dormir, ir para o trabalho, cuidados pessoais, etc.), obrigações sociais (que aumentam com a urbanização, a ascensão profissional e com o desempenhos de funções burocráticas), e obrigações morais.</p>

Fonte 12: Adaptado a partir de Godinho (1999). A oferta do consumidor sob a ótica do marketing. Revista FAE, v. 2, n. 3, p. 29-38

Godinho (1999) contextualiza a evolução do pensamento na classificação do tempo do indivíduo, que antes era dividido em dois componentes: o período de trabalho e o período de lazer. Posteriormente, teve o seu conceito ampliado para três períodos: tempo remunerado, tempo obrigado e tempo discricionário.

Para Taschner (2000), em termos de distribuição do tempo livre para o consumo, em especial em países do G7 e em suas camadas ricas, para indivíduos que possuem emprego, o seu próprio negócio ou que são trabalhadores autônomos, é possível encontrar consumidores menos interessados em distribuir seu tempo livre na compra de produtos tangíveis, e mais interessados em destinar esse mesmo tempo ao consumo de sensações.

Para esse segmento, uma ‘aventura’ no Pantanal ou na Amazônia pode se tornar mais atraente que a compra da 300ª gravata ou da 100ª camisa nas lojas do Primeiro Mundo, desde que se seja trazido de volta para casa em segurança ‘para o jantar (Taschner, 2000, p. 46).

Godinho (1999) registra a classificação das mercadorias e serviços em “bens temporais que consomem tempo, como as atividades de lazer, e bens poupadores de tempo, que permitem o aumento do tempo discricionário dos consumidores” (p. 29).

1.6 Revisão Empírica Sobre Abandono No *Fitness*

As pesquisas avaliando os motivos de abandono aos serviços de atividade física têm tomado o caminho de mensurar em que as dimensões da qualidade dos serviços são preditivas de satisfação e intenções futuras de compra dos usuários ou de insatisfação e abandono da prática da atividade física, ao menos, naquela instalação.

Visando a levantar a produção científica mais recente sobre abandono da atividade física, identificou-se escasso conteúdo e, entre esses, a maioria versava sobre o abandono pela distância entre expectativa e percepção dos serviços, baixa frequência de uso em relação ao que o usuário estabelecera como adequado, insatisfação com as instalações, staff e outros (Ferraz, et al., 2018; Kim & Kim, 1995; Maksimović et al., 2017; Middelkamp et al. (2016); Oelze, et al., 2015).

Ferraz, Melo, Jerônimo, Albuquerque e Medeiros (2018) fizeram um apanhado de artigos correlacionando satisfação do cliente no uso de centros esportivos, tais como academias e *fitness center* na hotelaria que, como observado pelos autores, têm uma literatura relativamente escassa. Citam Kim e Kim (1995) como o de maior relevância, por terem

desenvolvido um instrumento específico para medir a qualidade em centros desportivos. “O instrumento possui duas partes: (i) a primeira parte mede a conveniência de uma lista de itens da QUESC; (ii) a segunda parte, a mesma lista de itens é usada para medir a percepção do serviço de qualidade entregue como faz o Servqual” (p. 7).

A escala *Quality Excellence of Sports Centres* (QUESQ) foi desenvolvida por Kim e Kim (1995), desenvolvida e validada para avaliação de qualidade em espaços dedicados à atividade física, obtendo uma abordagem mais completa e direcionada. O instrumento é composto por 42 itens específicos (Ferraz et al., 2018).

Vale mencionar que a ferramenta *Service Quality Gap Analysis* (SERVQUAL), apesar de bastante criticada pela natureza da sua escala (tipo vetorial, tendendo a infinito) ou por sua crença de que a mensuração da qualidade, por si só, já bastaria para explicar o desempenho do prestador de serviços, é uma das mais utilizadas para analisar a qualidade percebida do serviço, agrupada em cinco dimensões da qualidade: aspectos tangíveis, confiabilidade, presteza, segurança e empatia (Lopes et al., 2009).

Os autores Maksimović, Matić, Tovilović, Popović, Maksimović & Opsenica (2017) pesquisaram o comportamento do consumidor ante a diferença entre o serviço esperado e o serviço percebido, bem como a importância do suporte da equipe de atendimento para a satisfação e intenção de compra dos usuários em academias na Sérvia. Feita com 323 usuários de uma rede privada de academias na Sérvia e sendo utilizado o questionário SERVQUAL, a pesquisa apontou o fator “Limpeza” como sendo o de maior distância entre o esperado e o encontrado, enquanto o menor gap ficou no fator “Equipamento”. Ainda, “Limpeza” e “Atendimento” têm um alto impacto preditivo nas intenções futuras de compra ($\beta = 0,63$). A conclusão, por consequência, é de que se a rede de academias quiser oferecer a melhor experiência de uso para seus clientes, deve dar prioridade ao recrutamento e treinamento de funcionários, com atenção efetiva para a limpeza das instalações.

Oelze, Mesquita e Dias (2015) analisaram 222 casos de abandono à atividade física praticada em uma academia na cidade de Belo Horizonte/MG, Brasil. Usando de duas diferentes etapas, uma qualitativa e outra quantitativa, buscaram identificar os principais motivos de insatisfação e do abandono dos ex-clientes de academia. Por meio de entrevistas semiestruturadas com 10 clientes que abandonaram academias nos últimos 12 meses, utilizaram da análise de conteúdo e compuseram o questionário da etapa quantitativa.

Obtiveram como resultado que o mau atendimento administrativo e o mau atendimento técnico/pessoal influenciam positivamente na insatisfação. E que a insatisfação e motivos pessoais (especialmente os ligados a desânimo e falta de motivação) influenciam positivamente no abandono de academias ginástica.

A frequência à academia e comportamento de abandono foi estudado e medido por DellaVigna e Malmendier (2005), que identificaram um gap entre a expectativa de frequência do usuário que optou pelo abandono e o que de fato fora consumado. Segundo os autores, 7.752 ex-clientes haviam previsto uma frequência média de 9,5 idas à academia por mês. Na pesquisa, constataram que esses clientes tiveram, de fato, a média de 5,46 no 2º mês de matrícula e 4,32 no 6º mês. Em que pese o alerta feito pelos autores de que há que se ter cuidado com as hipóteses partindo desses dados, “os resultados sugerem que os membros de academias têm expectativas irrealistas sobre a sua participação no futuro” (p. 706).

Middelkamp, Van Rooijen e Steenbergen (2016) selecionaram aleatoriamente 400 clientes de uma rede de academias e definiram, como comportamento padrão de uso de consumo, 4 idas ao mês. 19,5% nunca compareceram à academia num período de 24 meses e apenas 10% dos membros demonstraram um comportamento regular de comparecimento. Para os autores, é evidente que estratégias apropriadas devem ser desenvolvidas para melhorar o índice de comparecimento dos clientes e uma menor taxa de abandono.

Na análise dos trabalhos apresentados anteriormente, duas lacunas importantes ficam evidenciadas: 1) a influência dos Grupos de Referência na tomada de decisão pelo abandono da atividade física e 2) a análise da Distorção Seletiva do ex-praticante da atividade física que opta pelo abandono da mesma. Resta saber da sua importância no abandono das práticas de atividades físicas em academias.

2. Procedimentos Metodológicos

A seguir, são descritos os procedimentos metodológicos da presente dissertação.

2.1 Metodologia Aplicada

A dissertação discorre, em um primeiro momento, sobre a fundamentação teórica sobre o Abandono, a Distorção Seletiva e o Tempo Discricionário dentro de um olhar sobre o Comportamento do Consumidor e o Mercado de *Fitness*.

De caráter quantitativo, e com o objetivo da dissertação que é conhecer os impactos da influência dos Grupos de Referência, da Distorção Seletiva e na distribuição do Tempo Discricionário do indivíduo na decisão de abandono à prática da atividade física regular em academia, tal levantamento teórico se mostra importante para a sustentação da escala com a qual se pretende avaliar as variáveis.

Para Mazzon (2018), o âmago das pesquisas de marketing procura respostas válidas e confiáveis para dúvidas claras e objetivamente formuladas, buscando entender “por que, como, onde, em que situações as transações, relacionamentos e consumo de produtos, serviços, ideias, locais onde ocorre, quais fatores subjacentes influenciam esse processo” (p. 761).

Com o embasamento teórico levantado, foi possível dar o segundo passo, que foi elaborar uma escala exclusiva e inédita para a aplicação de uma *survey* em clientes e ex-clientes de academia para analisar as variáveis em questão.

Para Creswell (2007), os estudos quantitativos buscam promover a relação entre as variáveis, oferecendo “uma descrição quantitativa ou numérica de tendências, atitudes ou opiniões de uma população ao estudar uma amostra dela. A partir dos resultados da amostragem, o pesquisador generaliza ou faz alegações acerca da população” (pp. 161-162). De acordo com Hair, Tatham, Anderson e Black (2005), “os planos de pesquisa descritiva em

geral são estruturados e especificamente criados para medir as características descritas em uma questão de pesquisa” (p. 86).

Dentre os dois modelos de *survey* propostos pela literatura - interseccionais e longitudinais – a presente dissertação adota o primeiro, interseccional, caracterizada pela coleta dos dados de uma dada população em um único intervalo de tempo (Babbie, 1999).

2.2 Seleção da Amostra

Selecionou-se respondentes que atenderam a duas questões prioritárias e que foram determinantes para sua sequência ou não à *survey* proposta:

- 1) Pratica ou já praticou atividade física em academia? O respondente que marcasse “não” no questionário, não prosseguia para a próxima etapa, sendo excluído.
- 2) Trabalha ou já trabalhou em academia? O respondente que marcasse “sim” no questionário, não prosseguia para a próxima sessão, sendo excluído.

Para fins de análise quanto aos dados coletados pela PNAD 2015 (Brasil, 2015), foram selecionados respondentes com 15 anos de idade ou mais, não tendo sido analisado o comportamento de frequentadores ou ex-frequentadores de academias com idade menor a de 15 anos.

2.3 Coleta Da Amostra

A coleta das respostas se deu de forma online, por meio de disparo de e-mails para a base de dados de clientes e ex-clientes de academias de ginástica brasileiras, além da disponibilização, nas mídias sociais do pesquisador, do *link* direto para o questionário hospedado na plataforma *Google Docs*.

Para Hair, Harrison e Risher (2018), a confiança dos pesquisadores em métodos de pesquisa on-line, como o *Qualtrics*, o *Google Survey*, o *Mechanical Turk* e o *Survey Monkey*

tem aumentado e “as plataformas on-line proporcionaram acesso conveniente para amostras de empresas e de consumidores, que antes eram difíceis, caras e, muitas vezes impossíveis de se obter” (p. 689).

A amostragem nesta dissertação tem caráter não probabilístico (Babbie, 1999). O universo de praticantes de atividade física e daqueles que a abandonaram é de difícil precisão.

2.4 Escala

As diretrizes no desenvolvimento da escala foram extraídas de DeVellis (2017), que recomenda, além da clareza pelo o que se deseja medir, tendo a teoria aqui registrada, os limites do fenômeno e um modelo teórico experimental como guias. As diretrizes de confiabilidade e validade foram também direcionadas a partir desta obra seminal e poderão ser observadas no capítulo de análises dos resultados.

O Comitê de Ética da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP deu seu parecer favorável à pesquisa, cujo projeto, de protocolo de número 13684219.1.0000.5482, pode ser observado nos apêndices da presente dissertação.

Uma primeira escala foi elaborada com base na literatura consultada para a presente dissertação, ante a ausência de uma escala anteriormente usada para o mercado e a finalidade em questão. Foram elaboradas questões seguindo as recomendações de Payne (1957) quanto à clareza, simplicidade e cuidados com o respondente, sem expô-lo ou constrangê-lo.

As perguntas passaram pelo crivo de especialistas do mercado de *fitness* e bem-estar, tais como o Prof. Dr. Christiano Bertoldo (UFMA), Prof. MSc. Cleverson Costa e Prof. MSc. Luiz Tavares, bem como de especialistas em redação publicitária, como a jornalista e gerente de conteúdo de uma das grandes agências de Branding brasileira, Elen Campos, para analisar o entendimento das questões, tendo sua redação final como se observa no Apêndice.

Desta forma, um questionário com total de 24 itens foi elaborado para a aplicação em ex-praticantes e praticantes de atividade física em academias, publicado eletronicamente nas mídias sociais, com o objetivo de averiguação do entendimento e clareza das perguntas, bem

como as análises preliminares de validade e confiabilidade dos resultados alcançados, tendo obtido 38 respostas válidas. As análises de validade e confiabilidade do pré-teste lastrearam o instrumento que, então, foi disparado para as bases de clientes de academias dos estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, bem como publicado nas mídias sociais e contando com a **repostagem** de internautas com maior ou menor influência nas mídias.

Como retro apontado no item 2.2, as primeiras perguntas foram “Pratica ou já praticou atividade física em academia?” e “Trabalha ou já trabalhou em academia?”, como etapas excludentes a depender da resposta.

O atual *status* do respondente para a prática da atividade física em academia foi a primeira pergunta após as questões de exclusão: “Atualmente, você está praticando alguma atividade física com regularidade **em academia?**”

As respostas “sim” e “não” tornam-se, portanto, a variável dependente (VD) que permitirá observar o impacto dos Grupos de Referência, da Distorção Seletiva e do Tempo Discricionário no abandono da atividade física regular em academia.

Para a definição de gênero, usa-se a seguinte pergunta: “gênero ao nascimento”. As alternativas foram “feminino”, “masculino” e “prefere não responder”. Para a definição das faixas etárias, escolaridade e renda, utilizou-se as escalas proposta pelo IBGE para a produção da PNAD 2015 (Brasil, 2015), classificando os respondentes nas seguintes faixas:

- Faixa etária: 15 a 17 anos, 18 a 24 anos, 25 a 39 anos, 40 a 59 anos, e 60 anos ou mais.
- Faixa de escolaridade: “sem instrução”, “ensino fundamental completo”, “ensino médio completo” e “ensino superior completo”.
- Faixa de renda: “sem rendimento a ½ salário mínimo”, “de ½ a menos de 1 salário mínimo”, “de 1 salário mínimo a menos de 2 salários mínimos”, “de 2 salários mínimos a menos de 3 salários mínimos”, “de 3 salários mínimos a menos de 5 salários mínimos”, “com 5 salários mínimos ou mais”.

Como um elemento extra de análise da VD e possível moderação, foi inserida uma questão para se levantar, considerando a última ou a atual experiência do indivíduo, o tempo de frequência em uma academia do respondente.

Levando em consideração a **última (ou atual)** experiência que você frequentou academia(s) sem parar, sua permanência **foi (ou está sendo)** de quantos **meses**?

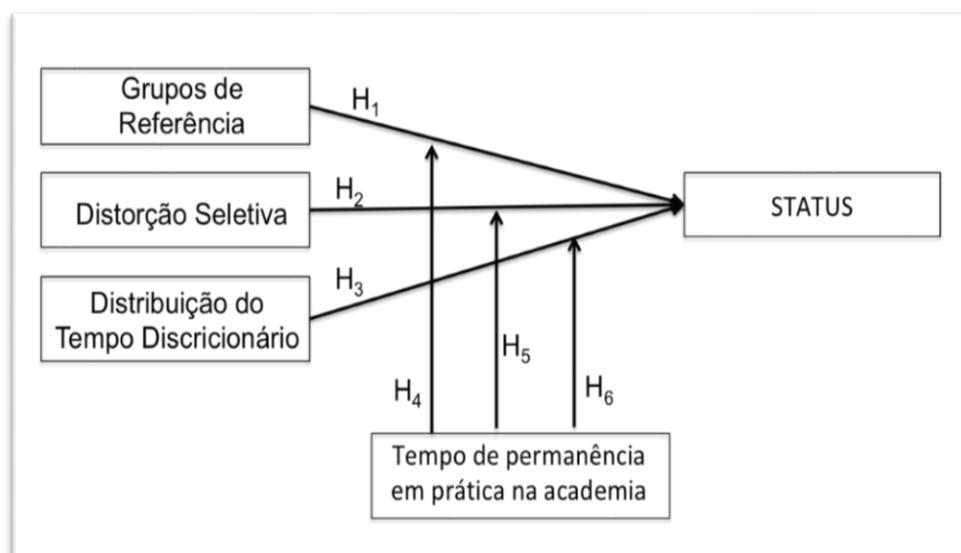
No Apêndice do presente trabalho, é possível observar as demais perguntas elaboradas para a *Survey*. As perguntas estão baseadas em escalas validadas por pesquisas que analisaram, para outros mercados, o impacto dos Grupos de Referência, Distorção Seletiva e Tempo Discricionário (Cavalcanti, et al., 2005; Nicolao & Rossi, 2003; Radonsa, et al., 2014; Sastre, et al., 2010).

Para a sua elaboração, adotou-se a escala de Likert (1932), variando as notas de 1 a 7 onde as declarações de concordância dos respondentes assumem as notas mais altas e as declarações de discordância assumem as notas mais baixas. Tal escala encontra-se validada pela literatura científica, apresentando correlação entre julgamento e consumo, apresentando informações precisas da opinião do respondente em relação a cada afirmação (Brandalise & Bertolini, 2013).

2.5 Modelos de Pesquisa

A Figura 10 representa o modelo de pesquisa que busca analisar o impacto dos Grupos de Referência, Distorção Seletiva e Tempo Discricionário na decisão de abandono da prática de atividade física em academia. Também, busca-se descobrir se o tempo de experiência vivenciado na academia antes do abandono impacta nessa decisão.

Figura 10: Modelo da Pesquisa



Fonte 13: Elaborado pelo autor

Assim representados, os construtos Grupos de Referência, Distorção Seletiva e Tempo Discricionário se apresentam como Variáveis Independentes (VI), e o *status* como Variável Dependente Dicotômica (praticante ou ex-praticante, com valor 0 se o indivíduo é ex-praticante e 1 se o indivíduo é praticante). A variável “tempo de permanência em prática na academia” se apresenta como Variável Moderadora (VM).

2.6 Hipóteses

Partindo do Modelo de Pesquisa supracitado, seguem as hipóteses que têm o objetivo de validar o modelo proposto.

Há extensa literatura que demonstra a importância dos Grupos de Referência para o comportamento do indivíduo (Bearden & Etzel, 1982; Childers & Rao, 1992; Motta & Rossi, 2008; Pollis, 1968; White & Dahl, 2006). Desde o ambiente familiar e escolar às relações sociais, a formação dos grupos de afinidade dá suporte às crenças e atitudes, moldando suas percepções e consumos. Os grupos de afinidade podem ser classificados como Primários (a família, por exemplo) Secundários (relações profissionais) e Aspiracional. Em diferentes

intensidades, ambos exercem influência no comportamento do indivíduo, inclusive no consumo.

De um outro lado, o universo de praticantes de atividade física em academia no Brasil é bastante reduzido, menor que 95% da população brasileira (IHRSA, 2018; PNAD, 2015). Assim sendo, tanto nos núcleos familiares quanto nos ambientes de trabalho, o contingente de influenciadores que fazem atividade física frequentando uma academia deve seguir as proporções advindas dessa observada penetração da atividade física.

Logo, a sua tomada de decisão por praticar atividade física em uma academia pode ser fruto de uma avaliação pessoal (Figueira Junior, 2000), vez que é provável que nem todo indivíduo esteja cercado de pessoas que inspiram e o motivam a frequentar uma academia. E em se consubstanciando este cenário, é de se supor que, na academia escolhida pelo indivíduo, não esteja repleta de amigos, parentes e colegas de trabalho

Assim sendo, é possível inferir que frequentar academias seja menos atraente ao indivíduo que busca por aprovação e acolhimento em ambientes onde se sentirá parte, ou seja, mais aderente às influências dos Grupos de Referência.

H₁: Quanto maior a importância dada aos Grupos de Referência para a decisão da prática de atividade física em academia, maior a probabilidade do abandono da mesma.

Para 19% dos entrevistados da PNAD 2015, o motivo apresentado para o atual estado de sedentarismo advém de problemas de saúde e idade. Para quase 51,4% com idade igual ou acima de 60 anos, seu sedentarismo é ocasionado por problemas de saúde e idade. Tal resposta para o sedentarismo pode ser consequência real de um problema de saúde que impede o indivíduo de colocar seu corpo em movimento, problemas esses que podem ter sido causados exatamente pelo sedentarismo.

Para os demais 81% respondentes, os motivos pelo sedentarismo advém de diversas outras razões. Mas, na centralidade, podem ter uma percepção de que a atividade física não tem a importância necessária para evitar, ou ao menos mitigar, os problemas de saúde vividos pelos primeiros 19%.

A percepção é um processo pelo qual o indivíduo seleciona, analisa e interpreta a informação. Dividida em três fases, a distorção seletiva é a fase da percepção na qual o consumidor tende a interpretar as informações consoante às suas intenções pessoais, dando força aos seus preconceitos em vez de os contrariar. Sua intenção é se distanciar de objetos, informações e situações que lhes pareçam desagradáveis ou ameaçadores. (Hogg e Baruster, 2001, Santos, 2017).

Solomon (2008) sustenta que a “defesa perceptiva” é a tendência do indivíduo ver apenas o que quer ver e não ver o que não deseja ver, como o tabagista que bloqueia as publicidades antitabaco com imagens de pulmões atacados pelo câncer. “Se um estímulo, de algum modo, nos é ameaçador, podemos não processá-lo - ou podemos distorcer seu significado de forma a torná-lo mais aceitável” (p. 88).

H₂: Quando a Distorção Seletiva reduz a importância da atividade física em academia para o combate às doenças crônicas não transmissíveis, pode levar o indivíduo ao abandono.

O tempo discricionário tem, em sua centralidade, a autonomia e o controle do indivíduo sobre como ele dará uso ao que lhe sobra do tempo após o uso necessário para se manter vivo. O tempo discricionário é o período de tempo em que o indivíduo não apresenta nenhuma sensação de compulsão ou obrigação econômica, legal, moral ou social, nem de necessidade fisiológica; e a escolha de como utilizar este período de tempo pertence somente ao indivíduo (Godinho, 1999; Goodin, et al., 2008).

E cada indivíduo, em sua situação socioeconômico e cultura mui particular, terá uma quantidade de tempo discricionário diferente do outro.

Santos (1972) registra que as pessoas escolhem o tipo de atividade que envolva o menor esforço. E Taschner (2000) sustenta que determinadas parcelas de consumidores estão mais interessadas em destinar seu tempo discricionário ao consumo de sensações.

Os principais motivos para a não prática de atividade física, segundo a PNAD 2015, foram a falta de tempo (38,2%) e não gostarem ou não quererem (35%). Que porção da falta de tempo alegada terá sido em decorrência do desejo do respondente não querer disponibilizar seu tempo discricionário à atividade física, para que seu tempo descompromissado tenha como destino atividades mais divertidas?

H₃: Quando o indivíduo não enxerga diversão na atividade física em academia, não a insere como prioridade na distribuição do seu Tempo Discricionário, podendo leva-lo ao abandono.

Não há na literatura uma métrica que defina um período ótimo de permanência ininterrupta para que a prática da atividade física torne-se um hábito de consumo ou altere sua percepção de valor, determinando a permanência ou o abandono desse serviço. O certo é que, no *Fitness*, o volume de uso tem sido pesquisado como uma variável observada para o estudo do abandono com resultados bastante consistentes: cliente que não usa, abandona (DellaVigna et al., 2005; Middelkamp et al., 2016).

Buscando-se fazer um paralelo entre permanência de consumo e tempo, ressalta-se que a percepção do valor pelo cliente é dinâmica. Dominguez (2000) registra que essa percepção de valor ou importância dada ao produto ou serviço pode variar de acordo com o momento da avaliação, se na pré-compra, imediatamente pós-compra, após longo tempo de compra e uso.

Nesse mesmo sentido, Bolton (1998) prevê que os clientes com maiores volumes de compra tendem a ficar mais tempo com seu fornecedor. Do outro lado, os clientes com quantidades de compra menores são menos propensas a permanecer por mais tempo.

Assim, e ante à revisão da literatura quanto aos Grupos de Referência, Distorção Seletiva e Tempo Discricionário, busca-se inferir sobre suas correlações com o período de permanência do indivíduo na prática de atividade física e o abandono.

E, para isso, propõe-se H₄, H₅ e H₆:

H₄: Quanto menor o tempo de permanência do indivíduo na prática contínua de atividade física em academia, maior a importância dada aos Grupos de Referência para a decisão da prática de atividade física em academia.

H₅: Quanto menor o tempo de permanência do indivíduo na prática contínua de atividade física em academia, maior é a sua Distorção Seletiva quanto à importância da atividade física em academia, levando-o ao abandono.

H₆: Quanto menor o tempo de permanência do indivíduo na prática contínua de atividade física em academia, menor é a importância de inserir a academia é percebida pelo consumidor na distribuição do seu Tempo Discrecional, levando-o ao abandono.

3. Análise Dos Resultados

Estruturou-se em três partes a análise dos resultados, para melhor compreensão dos achados do presente trabalho.

De caráter descritiva, a primeira etapa analisou a frequência de ocorrência dos dados obtidos entre os respondentes, para melhor caracterizá-los. Com um n=400 de respondentes completos, apresentamos seus dados demográficos e seu tempo de experiência na prática da atividade física dentro de academia.

Na segunda etapa, é apresentada a análise fatorial exploratória e seus dados de confiabilidade, tal como o Alfa de Cronbach, para a devida comprovação de consistência das respostas levantadas com a escala proposta, além da correlação entre as variáveis e os testes de colinearidade entre as mesmas. Para tal análise, os softwares estatísticos SPSS 22 e Minitab 18 foram utilizados.

Nesta análise do Alfa de Cronbach, avaliações quanto a eventuais possibilidades de purificação da tabela são feitas para uma maior consistência das análises.

Por fim, na terceira etapa são apresentados os resultados da Regressão Logística Binária para a VD com o objetivo de validar as hipóteses aqui propostas. As premissas que dão suporte à regressão proposta são observadas a partir da etapa de análise fatorial exploratória, consolidando as variáveis que entraram nas análises de Regressão Logística de cada construto. O SPSS é o software utilizado para esse fim. O “*PROCESS*”, ferramenta de modelagem de análise de caminho de regressão logística para SPSS e SAS, foi também utilizado para analisar a variável moderadora “Tempo”.

3.1 Estatísticas Descritivas

Para proceder às análises dos dados coletados, o primeiro passo foi fazer uma análise descritiva do conjunto de informações a respeito do corpus do questionário.

Tabela 4: . Estatísticas Descritivas Detalhadas

		Ex-Praticantes N=200		Praticantes N=200	
		N	%	N	%
Gênero	Feminino	100	50%	93	46,5%
	Masculino	100	50%	107	53,5%
Idade	Entre 15 e 17 anos	1	0,5%	1	0,5%
	Entre 18 e 24 anos	30	15%	17	8,5%
	Entre 25 e 39 anos	102	51%	95	47,5%
	Entre 40 e 59 anos	62	31%	72	36%
	Com 60 anos ou mais	5	2,5%	15	7,5%
Escolaridade	Sem instrução	0	0%	0	0%
	Ensino Fundamental completo	5	2,5%	2	1%
	Ensino Médio completo	43	21,5%	27	13,5%
	Ensino Superior completo	152	76%	171	85,5%
Renda Pessoal	Sem renda a ½ SM	22	11%	5	2,5%
	1 SM a menos de 2 SM	27	13,5%	17	8,5%
	2 SM a menos de 3 SM	76	38%	21	10,5%
	3 SM a menos de 5 SM	33	16,5%	37	18,5%
	5 SM ou mais	42	21%	120	60%
Tempo	Média (em meses) de permanência	9		25	

Fonte 14: Elaborado pelo autor

Chama a atenção, e é importante registrar, que o número de respondentes com renda pessoal de 5 salários mínimos ou mais por mês entre os praticantes (n=120) é praticamente o triplo do número de respondentes com a mesma renda entre os ex-praticantes (n=42).

Observam-se os 400 respondentes completos, a frequência de suas respostas em todas as 18 variáveis não demográficas dispostas no questionário, contrapondo as respostas dos ex-praticantes de atividade física em academia e dos atuais praticantes. Buscou-se promover uma análise de cada uma das variáveis e inferir sobre possíveis conclusões ante as diferenças nas frequências dos respondentes com “*status*” antagônicos quanto à atual condição de frequentador(a) de academia.

Vale ressaltar que a variável “faixa de escolaridade” (SCHOLAR) não teve nenhum respondente 1 (“sem instrução”), o que faz muito sentido, visto que a coleta de dados se deu

através de questionário eletrônico onde o respondente tinha de ler e marcar as respostas que melhor descrevia sua opinião sobre o tema.

Tabela 5: Estatísticas Descritivas

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
STATUS	400	,00	1,00	,5000	,50063
GENDER	400	,00	1,00	,5175	,50032
AGE	400	1,00	5,00	3,3075	,76118
SCHOLAR	400	2,00	4,00	3,7900	,44878
WAGE	400	1,00	5,00	3,9325	1,29311
TIME	400	1,00	252,00	17,2900	33,36223
DS7	400	1,00	7,00	4,8150	2,04112
DS8	400	1,00	7,00	5,1375	1,87146
DS9	400	1,00	7,00	4,1600	2,07610
TD10	400	1,00	7,00	4,7800	2,04623
TD11	400	1,00	7,00	3,8550	1,99347
TD12	400	1,00	7,00	3,3075	2,13409
GRG13	400	1,00	7,00	2,3050	1,79723
GRG14	400	1,00	7,00	3,7925	2,17975
GRF15	400	1,00	7,00	4,1200	1,99639
GRF16	400	1,00	7,00	2,6500	2,02429
GRF17	400	1,00	7,00	3,5375	2,11537
GRT18	400	1,00	7,00	3,5575	1,89358
GRT19	400	1,00	7,00	2,7125	1,72403
GRT20	400	1,00	7,00	2,8200	1,90701
GA21	400	1,00	7,00	4,0600	2,11366
GA22	400	1,00	7,00	3,3350	2,13170
GA23	400	1,00	7,00	3,4025	2,15339
GD24	400	1,00	7,00	2,5025	1,86781
Valid N (listwise)	400				

Fonte 15

A distribuição de respondentes é uniforme entre ex-praticantes (N=200) e praticantes (N=200) de atividade física em academia. A coleta de dados contou com o disparo de e-mails feito por academias dos estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Além desses disparos, postagens nas mídias sociais foram feitas pelo autor e compartilhadas por internautas com maior ou menor influência.

Nos apêndices, são registradas as respostas na escala de Likert com 7 pontos, sendo que 1 representa “Discordo Totalmente” e 7 representa “Concordo Totalmente”. À esquerda, as respostas de ex-praticantes e praticantes de academia que discordam da afirmação. À direita, dos ex-praticantes e praticantes de academia que concordam com a afirmação.

3.2 Análise fatorial exploratória e dados de confiabilidade

Para as análises multivariadas propostas na presente dissertação, o primeiro passo foi definir, no SPSS 22, um gerador ativo no campo “Geradores de número aleatório”. A técnica empregada foi a “Mersenne Twister”, definindo um ponto inicial de valor fixo: 2013.

Segundo a IBM, empresa desenvolvedora do software estatístico, o algoritmo Mersenne Twister (MT) gera números inteiros pseudo-aleatórios uniformes de 32 bits. O algoritmo fornece um período de $2^{19937}-1$, garante distribuição igual a 623-dimensional e precisão de 32 bits. Seguindo a descrição dada por Matsumoto e Nishimura (1998), o algoritmo é baseado na recorrência linear:

$$\mathbf{x}_{k+n} = \mathbf{x}_{k+m} \oplus (\mathbf{x}_{uk} | \mathbf{x}_{lk+1}) \mathbf{A}, k=0,1,\dots \quad (1)$$

3.2.1 Alfa de Cronbach para Distorção Seletiva

O Alfa de Cronbach, criado por Lee J. Cronbach em 1951, é uma medida de confiabilidade da consistência interna para um conjunto de duas ou mais variáveis do construto. É uma forma de estimar a confiabilidade de um questionário aplicado em uma pesquisa, medindo a correlação entre respostas dadas às perguntas e calculado a partir da variância dos itens individuais e da variância da soma dos itens, onde resultados superiores a 0,6 identificam

que o instrumento é confiável (Fernandes de Goes et al., 2017; Hora et al., 2010), e assim representado:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \times \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{s_t^2} \right)$$

(2)

Na equação, k corresponde ao número de itens do questionário, s_{2i} corresponde à variância de cada item e s_{2t} corresponde à variância total do questionário.

Analisando as três variáveis do construto Distorção Seletiva, temos um Alfa de Cronbach de 0,835.

Tabela 6: Alfa de Cronbach de Distorção Seletiva

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,833	3

Fonte 16

Purificação da Escala

Uma possibilidade técnica observada abaixo foi a de simular a eliminação de itens do questionário para observar o comportamento do conjunto do construto, também chamado de purificação da escala. “A análise de confiabilidade, bem como a purificação da escala, devem auxiliar o pesquisador sobre a pertinência ou não de um item em determinado levantamento de dados” (Hora et al., 2010, p. 819).

Tabela 1. Alfa de Cronbach de Distorção Seletiva em caso de item deletado

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DS7	9,2975	11,743	,789	,663	,669
DS8	8,9750	13,583	,715	,606	,752
DS9	9,9525	13,604	,590	,367	,873

Fonte 17

É possível observar que a retirada da variável DS9 leva o alfa de Cronbach a um incremento de 4,8%.

3.2.2 Alfa de Cronbach para Tempo Discricionário

Em uma primeira análise quanto ao alfa de Cronbach do construto Tempo Discricionário, temos um valor negativo de -0,276, o que viola as suposições do modelo de confiabilidade.

Tabela 2. Alfa de Cronbach de Tempo Discricionário

Cronbach's Alpha	N of Items
-,276	3

Fonte 18

Purificação da Escala

O sinal negativo apresentado no Alfa de Cronbach para as variáveis do construto Tempo Discricionário inviabilizam sua utilização. Com o objetivo de analisar a purificação da escala proposta, são analisados o alfa de Cronbach caso algumas das variáveis sejam retiradas.

Tabela 3. Alfa de Cronbach de Tempo Discricionário em caso de item deletado

Item-Total Statistics					
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Squared Multiple Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
D10	7,1625	11,580	-,361	,140	,527
D11	8,0875	6,566	,020	,201	-,663
D12	8,6350	5,310	,089	,146	-1,074

Fonte 19:

Como se observa, a retirada da variável TD10 não apenas torna o alfa de Cronbach positivo, como também aumenta em aproximadamente 91% a confiabilidade da escala. A variável TD10 será retirada a partir deste ponto para todos os fins de análises.

Tabela 7: Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,527	2

Fonte 20

Ainda que positivo, o Alfa de Cronbach das variáveis do construto Tempo Discricionário apresenta um coeficiente menor que 0,6, descrito por Malhotra (2008) como moderado.

3.2.3 Alfa de Cronbach para Grupo de Referência

O Alfa de Cronbach para o Grupo de Referência, em suas 12 variáveis, é de 0,817.

Tabela 8: Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,817	12

Fonte 21

Purificação da Escala

Com o objetivo de analisar a purificação da escala proposta, são analisados o alfa de Cronbach caso algumas das variáveis sejam retiradas. A eventual saída da variável GD24 aumenta em aproximadamente 1,7% o Alfa de Cronbach do instrumento de análise do Grupo de Referência.

Tabela 9: Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
GRG13	36,4900	168,241	,415	,808
GRG14	35,0025	160,263	,467	,804
GRF15	34,6750	164,425	,437	,806
GRF16	36,1450	168,836	,340	,815
GRF17	35,2575	157,284	,547	,796
GRT18	35,2375	164,703	,463	,804
GRT19	36,0825	165,971	,492	,802
GRT20	35,9750	155,754	,660	,788
GA21	34,7350	159,108	,511	,800
GA22	35,4600	153,763	,615	,790
GA23	35,3925	156,189	,557	,796
GD24	36,2925	181,335	,119	,831

Fonte 22

3.3 Análise de Correlação

Utiliza-se a "Correlação de Pearson" para analisar a correlação entre as variáveis selecionadas. Segundo Las Casas e Guevara (2010), a correlação (valores entre -1 e 1) é expressa pelo grau de relação linear existente entre eles. Valores próximos de zero significam nenhuma relação e perto de 1 e -1 mostram uma alta relação positiva ou negativa, respectivamente.

O coeficiente de correlação de Pearson é calculado de acordo com a seguinte fórmula:

$$\rho = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}} = \frac{\text{cov}(X, Y)}{\sqrt{\text{var}(X) \cdot \text{var}(Y)}} \quad (3)$$

A tabela contendo a Análise de Correlação completa e detalhada da presente dissertação consta nos Apêndices do material, onde é possível notar que em nenhuma das correlações foi encontrada uma correlação igual ou superior a 0,8.

3.3.1 Análise de Correlação do construto *Distorção Seletiva*

Os testes entre as variáveis do presente construto foram de dupla cauda e um valor $p < 0,01$, para um intervalo de confiança de 95%, sendo assim considerados estatisticamente significativos. Importante notar que todos se apresentam positivos.

3.3.2 Análise de Correlação do construto *Tempo Discricionário*

Também, os testes entre as variáveis do construto Tempo Discricionário foram de dupla cauda e um valor $p < 0,01$, para um intervalo de confiança de 95%, sendo assim considerados estatisticamente significativos.

3.3.3 Análise de Correlação do construto Grupo de Referência

Da mesma forma, os testes entre as variáveis que versaram sobre o Grupo de Referência Primário e Secundário (GRG13, GR1G4, GRF15, GRF16, GRF17, GRT18, GRT19, GRT20), bem das variáveis que trataram do Grupo de Aspiração (GA21, GA22, GA23), foram de dupla cauda e um valor $p < 0,01$, para um intervalo de confiança de 95%, sendo assim consideradas estatisticamente significativos. E todos com sinal positivo. Importante registrar que há uma correlação moderada e positiva entre as variáveis GRF15 e GRT18 (0,554), que versava sobre a importância da opinião de familiares (GRF15) e de colegas de trabalho (GRT18) para o respondente, bem como GRF17 e GRT20 (0,591), que tratava sobre a motivação dos respondentes em praticar atividade física em academias observando seus familiares (GRF17) e colegas de trabalho (GRT20) também praticando.

As maiores correlações estiveram entre as variáveis que trataram do Grupo de Aspiração, registrando GA22 e GA23 (0,768) a maior delas.

Por fim, a variável que tratou do Grupo de Dissociação (GD24) teve teste de correlação dupla cauda e valor $p < 0,01$ apenas para duas variáveis (GRG13 e GRF16) e dupla cauda com valor $p < 0,05$ para apenas uma variável (GRT18).

3.4 Análise de Colinearidade da Escala Completa

Faz-se necessário verificar a colinearidade das variáveis, vez que a sua ocorrência, caracterizada por variáveis independentes altamente correlacionadas, as análises e inferências baseadas no modelo de regressão podem ser errôneas ou pouco confiáveis. Foi promovida uma Regressão Linear, cujo objetivo foi analisar, através do software SPSS 22, a colinearidade entre

as variáveis contidas na escala completa, contudo sem a presença de TD10, já descartada devido à fragilidade de sua contribuição para o Alfa de Cronbach no construto Tempo Discricionário.

Os resultados podem ser vistos na tabela 10.

Tabela 10: Análise de Colinearidade

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	DS7	,313	3,194
	DS8	,369	2,709
	DS9	,252	3,975
	TD11	,726	1,378
	TD12	,714	1,401
	GRG13	,687	1,457
	GRG14	,650	1,538
	GRF15	,585	1,708
	GRF16	,823	1,215
	GRF17	,566	1,767
	GRT18	,551	1,814
	GRT19	,627	1,595
	GRT20	,433	2,308
	GA21	,467	2,143
	GA22	,298	3,359
	GA23	,348	2,872
GD24	,921	1,085	

Fonte 23

Através do VIF - Variance Inflation Factor (Fator de Inflação da Variância) - é possível identificar a multicolinearidade, problema no ajuste do modelo que pode causar impacto na estimativa dos parâmetros. Para Hair et al. (2014), um limite de corte comum é um valor de VIF de 10, “mas o pesquisador pode querer ser mais restritivo devido ao aumento dos erros padrão devido à multicolinearidade” (p. 200). A premissa do presente trabalho foi definir um limite de corte com o VIF menor que 5. Todas as variáveis foram suportadas nessa premissa.

3.5 Análise Fatorial Exploratória

Respondida essa primeira questão, buscou-se fazer uma Análise Fatorial Exploratória, para melhor entender e validar a escala composta para o presente trabalho. A Análise Fatorial Exploratória pode ser definida como um conjunto de técnicas multivariadas cujo objetivo é encontrar uma matriz de dados (fatores) que melhor explicam a sua covariância, sendo que as variáveis são aglutinadas quando, e se, elas partilham uma variância em comum (Damásio, 2012).

Essa técnica foi utilizada pois, como suporta Damásio (2012), a Análise Fatorial Exploratória é adequada como ferramenta para o pesquisador que quer confirmar ou refutar a estrutura fatorial de determinado instrumento, o que é o caso da presente dissertação.

A purificação da tabela, analisando a comunalidade das variáveis, também se fez presente desde a primeira versão. A comunalidade é um índice de variabilidade total explicada por todos os fatores para cada variável e conforme preconizam Hair et al. (2014), o pesquisador deve ver as comunalidades para avaliar se as variáveis atendem a níveis aceitáveis de explicação.

A premissa para manutenção ou exclusão das variáveis levou em consideração que todas as variáveis com comunalidades menores que 0,5 como não tendo explicação suficiente. À medida que as variáveis foram sendo retiradas, conforme sua comunalidade baixa, foram observados os comportamentos das demais, em suas modificações.

Desde a primeira rodada, foi possível observar 5 componentes principais se desenhando com muita clareza, sendo três deles tratando do Grupo de Referência, um da Distorção Seletiva e um do Tempo Discricionário. O método para rotacionar a matriz escolhido foi o Varimax com normalização Kaiser.

3.5.1 Modelo Geral

Desde a primeira versão do modelo ora proposto, é importante salientar que a variável TD10 foi retirada das análises desde a identificação de que sua presença no construto Tempo Discricionário torna o Alfa de Cronbach do referido construto negativo.

Primeira versão do Modelo Geral

Tabela 11: KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,787
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	2536,408
	<i>df</i>	136
	<i>Sig.</i>	,000

Fonte 24

Tabela 12: Communalities

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
DS7	1,000	,855
DS8	1,000	,827
DS9	1,000	,744
TD11	1,000	,593
TD12	1,000	,592
GRG13	1,000	,576
GRG14	1,000	,634
GRF15	1,000	,667
GRF16	1,000	,262
GRF17	1,000	,537
GRT18	1,000	,706
GRT19	1,000	,500
GRT20	1,000	,644

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
GA21	1,000	,785
GA22	1,000	,851
GA23	1,000	,804
GD24	1,000	,243

Fonte 25: Extraction Method: Principal Component Analysis.

<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>			<i>Rotation Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	4,614	27,141	27,141	4,614	27,141	27,141	2,469	14,523	14,523
2	2,371	13,945	41,086	2,371	13,945	41,086	,288	3,456	27,980
3	1,509	8,878	49,964	1,509	8,878	49,964	,279	13,408	41,388
4	1,232	7,250	57,214	1,232	7,250	57,214	2,114	12,437	53,825
5	1,093	6,427	63,641	1,093	6,427	63,641	1,669	9,816	63,641
6	,980	5,766	69,407						
7	,861	5,062	74,469						
8	,824	4,848	79,317						
9	,668	3,931	83,248						
10	,609	3,585	86,833						
11	,481	2,832	89,664						
12	,411	2,417	92,081						
13	,342	2,012	94,093						
14	,315	1,852	95,946						
15	,285	1,675	97,621						
16	,205	1,207	98,828						
17	,199	1,172	100,000						

Fonte 26: Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabela 13: Rotated Component Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
DS7		,911			
DS8		,899			
DS9		,682			-,447
TD11					,745
TD12					,739
GRG13			,728		
GRG14			,780		
GRF15				,798	
GRF16					
GRF17			,632		
GRT18				,822	
GRT19				,545	
GRT20			,617	,409	
GA21	,864				
GA22	,861				
GA23	,821				
GD24					,479
<i>Extraction Method: Principal Component Analysis.</i>					
<i>Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.</i>					
<i>a. Rotation converged in 6 iterations.</i>					

Fonte 27

Tabela 14: Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	,574	,384	,539	,483	-,003
2	-,143	-,628	,337	,297	,619
3	-,645	,640	,171	,070	,374
4	,353	,117	,242	-,780	,442
5	,331	,186	-,713	,257	,530

Fonte 28: *Extraction Method: Principal Component Analysis.*
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization

Com um KMO de 0,787 e 63,64% de toda a variância explicada em 5 componentes principais, a primeira rodada do modelo geral apresenta o Grupo de Referência aglutinado em

três componentes principais: Grupo de Aspiração, no componente 1 e Grupos de Referência Primário e Secundário nos componentes 3 e 4. Exceção feita para a variável do Grupo de Dissociação, que se apresenta no componente 5, junto com as variáveis do Tempo Discricionário. A Distorção Seletiva apresenta suas três variáveis no Componente 2, sendo que DS9 também aparece, com sinal trocado, no Componente 5, onde figuram as variáveis do Tempo Discricionário.

De extração muito baixa em suas comunalidades, a variável GRF16 (0,262) e GD24 (0,243) são candidatas a serem retiradas do modelo final.

Segunda versão do Modelo Geral

Tabela 15: KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,780
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	2438,951
	<i>df</i>	105
	<i>Sig.</i>	,000

Fonte 29

Tabela 16: Communalities

	Initial	Extraction
DS7	1,000	,871
DS8	1,000	,856
DS9	1,000	,753
TD11	1,000	,665
TD12	1,000	,653
GRG13	1,000	,583
GRG14	1,000	,641
GRF15	1,000	,650
GRF17	1,000	,525
GRT18	1,000	,755
GRT19	1,000	,509
GRT20	1,000	,647
GA21	1,000	,781
GA22	1,000	,854
GA23	1,000	,801

Fonte 30: Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabela 17: Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,462	29,746	29,746	4,462	29,746	29,746	2,467	16,446	16,446
2	2,315	15,431	45,177	2,315	15,431	45,177	2,268	15,120	31,565
3	1,471	9,807	54,984	1,471	9,807	54,984	2,213	14,751	46,316
4	1,211	8,076	63,060	1,211	8,076	63,060	1,988	13,252	59,568
5	1,084	7,225	70,285	1,084	7,225	70,285	1,608	10,717	70,285
6	,849	5,660	75,945						
7	,732	4,879	80,824						
8	,610	4,064	84,888						
9	,487	3,244	88,132						
10	,426	2,842	90,974						
11	,344	2,290	93,264						
12	,317	2,111	95,375						
13	,287	1,913	97,288						
14	,207	1,382	98,670						
15	,199	1,330	100,000						

Fonte 31: Extraction Method: Principal Component Analysis.

O KMO nesse ajuste fica com 0,780 contra o 0,787 da primeira rodada. A análise fatorial continuou a trazer 5 Componentes Principais, explicando 70,29% (contra 63,64% da primeira análise) de toda a variância.

Tabela 18: Rotated Component Matrix

	<i>Component</i>				
	1	2	3	4	5
DS7			,918		
DS8			,915		
DS9			,654		-,505
TD11					,799
TD12					,779
GRG13		,750			
GRG14		,787			
GRF15				,784	
GRF17		,624			
GRT18				,851	
GRT19				,555	
GRT20		,614		,412	
GA21	,864				
GA22	,866				
GA23	,820				

Fonte 32: Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 6 iterations.

Da mesma forma que na primeira rodada, o Grupo de Referência se apresenta em três componentes principais, estando o Grupo de Aspiração no componente 1 e Grupos de Referência Primário e Secundário, desta feita, nos componentes 2 e 4. A Distorção Seletiva apresenta suas três variáveis no Componente 3, sendo que DS9 também aparece, com sinal trocado, no Componente 5, onde mais uma vez figuram as variáveis do Tempo Discricionário.

Contudo, para entender melhor cada construto e como cada um deles, de forma independente dos demais, responde à condição de praticante ou ex-praticante de atividade física em academia, foram rodadas as análises fatoriais exploratórias por construto: Distorção Seletiva, Tempo Discricionário e Grupo de Referência.

3.5.2 Modelo por Construto

3.5.2.1 Distorção Seletiva

Tabela 19: KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,662
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	548,986
	<i>df</i>	3
	<i>Sig.</i>	,000

Fonte 33

Tabela 20: Communalities

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
DS7	1,000	,851
DS8	1,000	,783
DS9	1,000	,630

Fonte 34: Extraction Method: Principal Component Analysis.

Todas as variáveis têm extração superior a 0,5 na análise de comunalidade.

Tabela 21: Total Variance Explained

Component	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	Total	% of Variance	<i>Cumulative %</i>	Total	% of Variance	<i>Cumulative %</i>
1	2,264	75,463	75,463	2,264	75,463	75,463
2	,525	17,495	92,958			
3	,211	7,042	100,000			

Fonte 35: Extraction Method: Principal Component Analysis.

O KMO desse construto é de 0,662 e as três variáveis se apresentam em um único componente principal, explicando 75,46% de toda a variância. O resultado componente principal foi renomeado, para fins de análises futuras, para Distorção Seletiva (DSELE).

3.5.2.2 Tempo Discricionário

Tabela 22: KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,500
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	54,740
	<i>df</i>	1
	<i>Sig.</i>	,000

Fonte 36

Tabela 23: Communalities

	Initial	Extraction
D11	1,000	,679
D12	1,000	,679

Fonte 36: Extraction Method: Principal Component Analysis.

Todas as variáveis têm extração superior a 0,5 na análise de comunalidade.

Tabela 24: Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	,359	67,934	67,934	,359	67,934	67,934
2	,641	32,066	100,000			

Fonte: 37 Extraction Method: Principal Component Analysis.

O KMO desse construto é de 0,5 e as duas variáveis se apresentam em um único componente principal, explicando 67,93% de toda a variância. O resultado componente principal foi renomeado, para fins de análises futuras, para Tempo Discricionário (TDISC).

3.5.2.3 Grupo de Referência

Tabela 25: KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,799
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	1639,565
	df	66
	Sig.	,000

Fonte 38

Tabela 26: Communalities

	Initial	Extraction
GRG13	1,000	,628
GRG14	1,000	,644
GRF15	1,000	,660
GRF16	1,000	,316
GRF17	1,000	,558
GRT18	1,000	,719
GRT19	1,000	,499
GRT20	1,000	,670
GA21	1,000	,750
GA22	1,000	,858
GA23	1,000	,800
GD24	1,000	,791

Fonte 39: Extraction Method: Principal Component Analysis.

GRF16 e GRT19 tiveram uma extração menor que 0,5 na análise de comunalidades, sendo candidatas à saída.

Tabela 27: Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	4,191	34,923	34,923	4,191	34,923	34,923	2,479	20,658	0,658
	1,510	12,582	47,505	1,510	12,582	47,505	2,219	18,492	9,150
	1,170	9,750	57,255	1,170	9,750	57,255	2,082	17,352	6,502
	1,022	8,514	65,769	1,022	8,514	65,769	1,112	9,267	5,769
	,871	7,262	73,031						
	,814	6,784	79,815						
	,667	5,559	85,374						
	,490	4,086	89,460						
	,394	3,280	92,740						
10	,364	3,035	95,775						
11	,300	2,503	98,278						
12	,207	1,722	100,000						

Fonte 40: Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabela 28: Rotated Component Matrix

	<i>Component</i>			
	1	2	3	4
GRG13		,734		
GRG14		,786		
GRF15			,789	
GRF16				
GRF17		,632		
GRT18			,834	
GRT19			,548	
GRT20		,614	,431	
GA21	,843			
GA22	,890			
GA23	,859			
GD24				,887

Fonte 41: Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 5 iterations.

Com um KMO de 0,799 e 4 componentes principais onde as variáveis do Grupo de Referência acumulavam 65,77% de toda a variância, a primeira rodada mostrou a mesma distribuição do construto em questão observada desde a primeira versão da análise fatorial exploratória com todas as variáveis testadas na escala original.

Grupo de Aspiração, no componente 1 e Grupos de Referência Primário e Secundário separados em outros dois componentes. Exceção feita para a variável do Grupo de Dissociação, que se apresenta no componente 4.

Para fins de análise, primeiro foi retirada apenas GRF16, para observar o comportamento de GRT19 em sua extração na análise de comunalidade.

Rodada 2 de Grupo de Referência

Tabela 29: KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,793
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	1574,964
	<i>df</i>	55
	<i>Sig.</i>	,000

Fonte 42

Tabela 30: Communalities

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
GRG13	1,000	,646
GRG14	1,000	,647
GRF15	1,000	,647
GRF17	1,000	,574
GRT18	1,000	,772
GRT19	1,000	,494
GRT20	1,000	,670
GA21	1,000	,758
GA22	1,000	,856
GA23	1,000	,800
GD24	1,000	,851

Fonte 43: Extraction Method: Principal Component Analysis

GRT19 continuou com uma extração menor que 0,5 na análise de comunalidades, confirmando sua saída.

Rodada 3 de Grupo de Referência

Tabela 31: KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,767
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	1410,449
	<i>df</i>	45
	<i>Sig.</i>	,000

Fonte 44:

Tabela 32: Communalities

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
GRG13	1,000	,636
GRG14	1,000	,627
GRF15	1,000	,750
GRF17	1,000	,499
GRT18	1,000	,761
GRT20	1,000	,594
GA21	1,000	,696
GA22	1,000	,843
GA23	1,000	,799
GD24	1,000	,151

Fonte 45: Extraction Method: Principal Component Analysis.

Nesta rodada, GRF17 e GD24 apresentam uma extração menor que 0,5 na análise de comunalidades, sendo candidatas à saída. Para fins de análise, primeiro foi retirada apenas GD24, para observar o comportamento de GRF17.

Rodada 4 de Grupo de Referência

Tabela 33: KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,769
Bartlett's Test of Sphericity	<i>Approx. Chi-Square</i>	1390,885
	<i>df</i>	36
	<i>Sig.</i>	,000

Fonte 46

Tabela 34: Communalities

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
GRG13	1,000	,610
GRG14	1,000	,666
GRF15	1,000	,751
GRF17	1,000	,528
GRT18	1,000	,764
GRT20	1,000	,607
GA21	1,000	,725
GA22	1,000	,853
GA23	1,000	,796

Fonte 47: Extraction Method: Principal Component Analysis.

Nesta rodada, todas as variáveis apresentam extração superior a 0,5 na análise de comunalidade, sustentado a consistência da escala final para o Grupo de Referência.

Tabela 35: Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,732	41,462	41,462	3,732	41,462	41,462	2,487	27,637	27,637
2	1,425	15,836	57,298	1,425	15,836	57,298	2,123	23,589	51,226
3	1,144	12,716	70,014	1,144	12,716	70,014	1,691	18,788	70,014
4	,772	8,580	78,595						
5	,592	6,583	85,178						
6	,449	4,990	90,168						
7	,371	4,117	94,285						
8	,305	3,385	97,670						
9	,210	2,330	100,000						

Fonte 48: Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabela 36: Rotated Component Matrixa

	Component		
	1	2	3
GRG13		,780	
GRG14		,806	
GRF15			,850
GRF17		,621	
GRT18			,854
GRT20		,596	
GA21	,833		
GA22	,893		
GA23	,871		

Fonte 49: Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 4 iterations.

Com um KMO de 0,769, os 3 componentes principais acumularam 70% de toda a variância do construto.

Como registrado anteriormente, a única variável para analisar a influência do Grupo de Dissociação não se sustentou ante as análises de comunalidades. O Grupo de Aspiração apresenta suas três variáveis aglutinadas no componente 1 e Grupos de Referência Primário e Secundário separados em outros dois componentes.

Importante observar que as variáveis aglutinadas no componente 2 versam sobre a importância dos Grupos de Referência Primário e Secundário na tomada de decisão do consumidor em escolher a academia onde praticará a atividade física e o quanto o comportamento de familiares e colegas de trabalho, na prática da atividade física em academia, motiva o respondente a também praticá-la.

As variáveis do componente 3 versam sobre a mesma matéria: “O que as pessoas pensam de mim é importante”. Em GRF15, a pergunta era sobre os membros da família. Em GRT18, dos colegas de trabalho. Logo, elas aparecerem aglutinadas faz todo o sentido.

Assim sendo, o resultado dos três componentes principais para Grupo de Referência foram renomeados conforme a aglutinação das variáveis em cada um deles.

- O componente 1 foi renomeado para Grupo de Aspiração (GRASP)
- O componente 2, com as variáveis sobre a motivação na tomada de decisão, foi renomeado para Grupo de Motivação (GMOTI)
- O componente 3, onde as variáveis versam sobre a existência de pessoas na família e no trabalho que influenciam os respondentes, foi renomeado para Grupo de Inspiração (GRINSP).

3.6 Regressão Logística

A Regressão Logística é uma técnica estatística que permite analisar um conjunto de variáveis independentes em relação à uma resposta categórica dicotômica, especialmente indicada para os casos em que a variável dependente assume apenas dois valores (Vieira, 2012),

como é o caso do presente trabalho: *status* de ex-praticante (0) e praticante (1) de atividade física em academia.

Como preconizam Hair, Jr., Black, Babin e Anderson (2014) essa técnica é semelhante à análise de regressão múltipla, pois uma ou mais variáveis independentes são usadas para prever uma única variável dependente, contudo tendo a variável dependente não-métrica. Ao contrário da Regressão Linear, a Logística promove a Transformação Logit que, como sustentam Hair Jr et al. (2014), visa transformar os valores da variável dependente binária discreta da regressão logística em uma curva em forma de S (curva logística), representando a probabilidade de um evento. Essa probabilidade é então usada para formar o *odds ratio*, que atua como a variável dependente na regressão logística.

Odds Ratio: “a razão entre a probabilidade de um evento ocorrer e a probabilidade de um evento não acontecer, que é usada como uma medida da variável dependente na regressão logística” (Hair Jr et al., 2014, p.315).

Como sustentado por Vieira (2012), os objetivos são identificar se a variável independente tem relação de significância com a dependente, a força relativa do efeito da variável independente sobre a dependente e, assim, permitir previsões.

Essa técnica tem como premissa um valor esperado dos resíduos igual a zero, a ausência de autocorrelação, a ausência de correlação entre os resíduos e as variáveis explicativas e ausência de multicolinearidade, todos esses dados tratados e demonstrados nas etapas anteriores.

Uma das vantagens para a Regressão Logística é de que não pressupõe a existência de homogeneidade de variância e normalidade dos resíduos (Hair et al., 2014).

Uma vez que há três construtos a serem analisados quanto ao *status* do respondente - Grupo de Referência, Distorção Seletiva e Tempo Discricionário - e, dentre os três, um (Grupo de Referência) que se organiza em três componentes distintos e já renomeados em etapa anterior, optou-se pelo método *Backward (LR)*, ou Eliminação Reversa (Razão de Verossimilhança). Conforme descrito no tutorial do software utilizado - SPSS 22, o teste de remoção baseia-se na probabilidade da estatística da razão de verossimilhança com base nas estimativas de máxima verossimilhança parcial, onde no bloco 0 nenhuma das variáveis se

encontra. No bloco 1, todas estão listadas e, a partir desse bloco 1, a seleção acontece de forma gradual para trás, eliminando as variáveis que não obtiverem significância menor que 0,05 ($p < 0,05$).

Tabela 37: Case Processing Summary

Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	400	100,0
	Missing Cases	0	,0
	Total	400	100,0
Unselected Cases		0	,0
Total		400	100,0

Fonte 50: a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

Tabela 38: Dependent Variable Encoding

Original Value	Internal Value
Ex-praticante	0
Praticante	1

Fonte 51

Block 0: Beginning Block

Tabela 39: Classification Tablea,b

		Observed		Predicted		
				STATUS		Percentage Correct
				Ex-praticante	Praticante	
Step 0	STATUS	Ex-praticante		0	200	,0
		Praticante		0	200	100,0
	Overall Percentage					

Fonte 52: a. Constant is included in the model. b. The cut value is ,500

Tabela 40: Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0	Constant	,000	,100	,000	1	1,000	1,000

Fonte 53**Tabela 41: Variables not in the Equation**

		Score	df	Sig.	
Step 0	Variables	GRASP	6,778	1	,009
		GMOTI	5,647	1	,017
		GRINSP	,373	1	,542
		DSELE	69,957	1	,000
		TDISC	89,351	1	,000
Overall Statistics		136,242	5	,000	

Fonte 54**Block 1: Method = Backward Stepwise (Likelihood Ratio)****Tabela 42: Omnibus Tests of Model Coefficients**

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	160,254	5	,000
	Block	160,254	5	,000
	Model	160,254	5	,000
Step 2 ^a	Step	-,352	1	,553
	Block	159,902	4	,000
	Model	159,902	4	,000
Step 3 ^a	Step	-1,682	1	,195
	Block	158,220	3	,000
	Model	158,220	3	,000

Fonte 55: a. A negative Chi-squares value indicates that the Chi-squares value has decreased from the previous step.

Tabela 43: Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	394,263 ^a	,330	,440
2	394,615 ^a	,330	,439
3	396,298 ^a	,327	,436

Fonte 56: . Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than ,001.

Tabela 44: Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6,839	8	,554
2	7,166	8	,519
3	8,214	8	,413

Fonte 57**Tabela 45: Contingency Table for Hosmer and Lemeshow Test**

		STATUS = Ex-praticante		STATUS = Praticante		Total
		Observed	Expected	Observed	Expected	
Step 1	1	39	37,442	1	2,558	40
	2	36	34,551	4	5,449	40
	3	32	30,981	8	9,019	40
	4	25	26,362	15	13,638	40
	5	19	22,424	21	17,576	40
	6	18	18,392	22	21,608	40
	7	13	13,649	27	26,351	40
	8	9	8,961	31	31,039	40
	9	4	4,983	37	36,017	41
	10	5	2,254	34	36,746	39
Step 2	1	39	37,458	1	2,542	40
	2	36	34,561	4	5,439	40
	3	32	30,957	8	9,043	40
	4	24	26,388	16	13,612	40
	5	20	22,387	20	17,613	40
	6	17	18,391	23	21,609	40
	7	14	13,491	26	26,509	40
	8	10	9,022	30	30,978	40
	9	3	4,975	37	35,025	40
	10	5	2,370	35	37,630	40
Step 3	1	39	37,360	1	2,640	40
	2	36	34,537	4	5,463	40
	3	31	30,729	9	9,271	40
	4	25	26,633	15	13,367	40
	5	19	22,282	21	17,718	40
	6	16	18,180	24	21,820	40
	7	17	13,747	23	26,253	40
	8	7	9,106	33	30,894	40
	9	5	5,022	35	34,978	40
	10	5	2,403	35	37,597	40

Fonte 58

Tabela 46

	Observed		Predicted		
			STATUS		Percentage Correct
			Ex-praticante	Praticante	
Step 1	STATUS	Ex-praticante	157	43	78,5
		Praticante	53	147	73,5
	Overall Percentage				76,0
Step 2	STATUS	Ex-praticante	152	48	76,0
		Praticante	52	148	74,0
	Overall Percentage				75,0
Step 3	STATUS	Ex-praticante	153	47	76,5
		Praticante	52	148	74,0
	Overall Percentage				75,3

Fonte 59: a. The cut value is ,500

Tabela 47: Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	GRASP	-,077	,130	,351	1	,554	,926	,717	1,195
	GMOTI	-,311	,132	5,528	1	,019	,732	,565	,950
	GRINSP	,163	,127	1,642	1	,200	1,177	,917	1,512
	DSELE	,997	,148	45,337	1	,000	2,709	2,027	3,621
	TDISC	-1,106	,149	55,345	1	,000	,331	,247	,443
	Constant	,011	,124	,007	1	,932	1,011		
Step 2 ^a	GMOTI	-,309	,132	5,475	1	,019	,734	,566	,951
	GRINSP	,164	,127	1,670	1	,196	1,179	,919	1,512
	DSELE	,974	,142	46,726	1	,000	2,648	2,003	3,500
	TDISC	-1,100	,148	55,261	1	,000	,333	,249	,445
	Constant	,009	,124	,005	1	,944	1,009		
Step 3 ^a	GMOTI	-,315	,131	5,764	1	,016	,729	,564	,944
	DSELE	,992	,142	48,949	1	,000	2,697	2,043	3,562
	TDISC	-1,069	,145	54,517	1	,000	,343	,259	,456
	Constant	,010	,124	,007	1	,934	1,010		

Fonte 60: a. Variable(s) entered on step 1: GRASP, GMOTI, GRINSP, DSELE, TDISC.

Tabela 48: Model if Term Removed

Variable		Model Log Likelihood	Change in -2 Log Likelihood	df	Sig. of the Change
Step 1	GRASP	-197,308	,352	1	,553
	GMOTI	-199,935	5,607	1	,018
	GRINSP	-197,959	1,654	1	,198
	DSELE	-224,519	54,775	1	,000
	TDISC	-231,824	69,384	1	,000
Step 2	GMOTI	-200,085	5,554	1	,018
	GRINSP	-198,149	1,682	1	,195
	DSELE	-225,713	56,810	1	,000
	TDISC	-231,825	69,035	1	,000
Step 3	GMOTI	-201,080	5,862	1	,015
	DSELE	-228,006	59,715	1	,000
	TDISC	-231,833	67,369	1	,000

Fonte 61

Tabela 49: Variables not in the Equation

			Score	df	Sig.
Step 2 ^a	Variables	GRASP	,351	1	,553
	Overall Statistics		,351	1	,553
Step 3 ^b	Variables	GRASP	,380	1	,538
		GRINSP	1,678	1	,195
	Overall Statistics		2,021	2	,364

Fonte 62: a. Variable(s) removed on step 2: GRASP. b. Variable(s) removed on step 3: GRINSP.

O software estatístico SPSS retornou a análise das cinco variáveis dos três construtos com três delas no modelo final, ao cabo de 3 *steps*. Como apresentado acima, o modelo de Eliminação Reversa (Razão de Verossimilhança) elimina as variáveis que não obtiverem significância menor que 0,05. As variáveis eliminadas foram Grupo de Aspiração (sig=0,558) e Grupo de Inspiração (sig=0,195) no passo 3.

As variáveis que entraram no modelo foram Grupo de Motivação (sig=0,015), Distorção Seletiva (sig=0,00) e Tempo Discricionário (sig=0,00), o que significa que, para o modelo final, ele funciona corretamente.

No teste de Omnibus de modelo de coeficiente, a significância, no passo 3, é de 0,00, atendendo adequadamente as premissas para se validar o modelo (Vieira, 2012).

O teste de Hosmer e Lemeshow teve, no passo 3, uma significância de 0,413. Vieira (2012) lembra que este teste precisa ter um resultado superior a 0,05. Logo, por esse teste, seu resultado também dá suporte ao modelo final.

Por fim, registra-se que o R^2 de Nagelkerke, na etapa 3 foi de 43,6%, o que significa ser esse o seu percentual de poder explicativo do modelo. E a combinação das variáveis do modelo validado (Grupo de Motivação, Distorção Seletiva e Tempo Discricionário) classifica corretamente a 75,3% do *status*, sendo que o *status* “ex-praticante” é mais corretamente classificado (76,5%) do que o “praticante” (74%).

Tabela 50: Casewise List^b

Case	Selected Status ^a	Observed	Predicted	Predicted Group	Temporary Variable	
		STATUS			Resid	ZResid
19	S	E**	,954	P	-,954	-4,552
35	S	E**	,964	P	-,964	-5,169
56	S	E**	,949	P	-,949	-4,319
74	S	E**	,934	P	-,934	-3,751
76	S	E**	,965	P	-,965	-5,284
186	S	E**	,874	P	-,874	-2,629
367	S	P**	,088	E	,912	3,228

Fonte 63: a. S = Selected, U = Unselected cases, and ** = Misclassified cases. b. Cases with studentized residuals greater than 2,000 are listed.

Análise das hipóteses:

H₁: Quanto maior a importância dada aos Grupos de Referência para a decisão da prática de atividade física em academia, maior a probabilidade do abandono da mesma.

Com sig =0,016 e exp. (B) de 0,729 para a variável Grupo de Motivação, temos um resultado de importantes inferências sobre o comportamento de consumo da atividade física em academias e o que leva o indivíduo a praticá-la ou abandoná-la: os respondentes que

responderam positivamente à importância dada aos Grupos de Referência para a escolha e prática de atividade física em academia têm uma chance negativa (-27,1%) de pertencer ao *status* de “praticante”.

Dentre as análises observadas quanto à frequência de notas dadas tanto por ex-praticantes quanto por praticantes de atividade física em academias, a análise da questão GRG13, que trata sobre a importância que o indivíduo dá para o julgamento quanto à sua escolha de academia, traz uma constatação importante para fins gerenciais: praticantes e ex-praticantes têm menor aderência ao julgamento dos seus Grupos de Referência, contudo, a coleta mostra uma pequena diferença, onde o ex-praticante dá uma importância maior ao julgamento do seu Grupo de Referência do que o praticante.

A concordância dos ex-praticantes (45%) quanto à importância da sensação de pertencimento na escolha da academia, questionada em GRG14, é maior do que para o praticante (35%). Os fones de ouvido, os treinos solitários - cliente e máquina -, onde o professor muitas vezes tem um papel secundário e reativo, apenas observando à distância a utilização dos equipamentos, ou até mesmo uma questão do comportamento social da atualidade, podem ser temas de pesquisa futuras para entender o porquê da importância secundária dada pelos respondentes à utilização de academias onde estão as pessoas das quais eles gostam.

A importância de integração é maior para os ex-praticantes de atividade física em academia do que para o praticante. Ao que se constata com o resultado da Regressão Logística, são os ex-praticantes os que mais se motivam com seus familiares e colegas de trabalho.

Ainda que as diferenças sejam reduzidas, vale a observação: o grupo de ex-praticantes se sentiria mais motivado se seus Grupos de Referência, Primário (GRF17) e Secundário (GRT20) praticassem mais atividade física em academia. Contudo, tanto no ambiente familiar (GRF16) quanto no ambiente de trabalho (GRT19), o grupo de ex-praticante tem um universo menor de praticantes de atividade física em academia do que o praticante.

O que se observa do comportamento do praticante de atividade física em academia, daquele que permanece como frequentador, é o que proponho chamar de “resiliente social”, visto sua menor aderência ao julgamento de seus Grupos de Referência e busca por ambientes onde seus pares ali frequentem. Quanto aos ex-praticantes, esses almejam o ambiente acolhedor

e são mais sensíveis ao julgamento dos pares em relação aos praticantes. Talvez por não terem a mesma resiliência dos que permaneceram no ambiente, abandonaram-no.

Assim, é possível concluir que indivíduos mais aderentes ao julgamento, a aceitação e a motivação advindos dos Grupos de Referência Primário e Secundário têm uma chance maior de pertencerem ao grupo de ex-praticantes, logo, os que abandonaram a prática da atividade física em academias, confirmando a hipótese 1.

H₂: Quando a Distorção Seletiva reduz a importância da atividade física em academia para o combate às doenças crônicas não transmissíveis, pode levar o indivíduo ao abandono.

Com sig=0,000 e exp. (B)=2,697, é possível se afirmar que o respondente que tiver respondido positivamente às variáveis do construto Distorção Seletiva (DS7, DS8 e DS9) tem 169,7% de chances de pertencer ao *status* “praticante”. Isso porque as perguntas em questão avaliava o quanto o respondente concordava com as afirmações que diziam respeito à importância da prática de atividade física em academia para a saúde e para o combate às doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs).

Os resultados obtidos neste construto trazem um recorte bem definido na crença da importância da prática da atividade física promovida em academia para uma melhor saúde do indivíduo e de sua prioridade entre os respondentes. Os ex-praticantes não enxergam da mesma forma que os praticantes quanto aos benefícios que praticar atividade física em academia traz ao indivíduo e, muito menos, da prioridade de fazê-la neste ambiente.

Em que pese os preditivos de uma vida saudável serem amplos, como alimentação saudável, ambiente saudável de trabalho, direito ao lazer e busca pela tranquilidade e fuga do estresse, a prática da atividade física está intensamente associada à vida mais plena de movimentos, portanto, mais saudável. O ex-praticante poderá argumentar, em defesa de suas crenças e percepções, que a atividade física pode ser feita em outros ambientes que não em uma academia, até pela condição de ex-usuário e por suas experiências neste ambiente.

Importante registrar que não foi perguntado se praticar atividade física em academia era a única forma de promover tal benefício. Ou seja, não propunha excluir outras formas de combater as doenças crônicas não transmissíveis, como a alimentação adequada, o combate ao tabagismo ou o exercício em outras condições que não o supervisionado em uma academia.

Com tal percepção quanto à importância da atividade física em academia para a saúde e o combate das DCNTs, a prioridade em frequentar essas instalações acompanha o grau de distorção seletiva do grupo de ex-praticantes e praticantes.

De fato, quando o indivíduo não confere valor às experiências vividas na utilização de um serviço ou produto, sua tendência é pelo abandono, como intensamente registrado na revisão da literatura e revisão empírica do presente trabalho.

Dessa forma, quanto menor a importância dada pelo indivíduo à atividade física em academia para o combate às doenças crônicas não transmissíveis, maiores são suas chances do seu abandono à academia, validando a hipótese 2.

H₃: Quando o indivíduo não enxerga diversão na atividade física em academia, não a insere como prioridade na distribuição do seu Tempo Discricionário, podendo levá-lo ao abandono.

Temos, para o construto Tempo Discricionário, um sig=0,000 e exp. (B)=0,343. As variáveis analisadas e validadas para o construto (TD11 e TD12) buscaram avaliar o quanto os respondentes entendiam ser mais vantajoso utilizar seu tempo discricionário para ações mais divertidas ao invés da frequência às academias.

Qual destino dar ao tempo discricionário é, com o perdão da redundância, uma decisão do indivíduo. Fica clara a diferença na discordância quando perguntados, ex-praticantes e praticantes de atividade física em academia, quanto ao destino dado ao seu tempo livre.

Registra-se que a variável TD12 perguntava sobre a distribuição do tempo total e na inserção da atividade física na distribuição da rotina diária do respondente.

A literatura consultada sobre o tempo discricionário divide o tempo três períodos: tempo remunerado, tempo obrigado e tempo discricionário (Godinho, 1999). A pergunta TD12 buscou auferir o quanto o ex-praticante eventualmente confere aos tempos remunerado e obrigado a responsabilidade pela não prática da atividade física. Vale observar que a frequência de notas com discordância é de 34,5% por parte dos ex-praticantes.

Em T11, onde 48,5% dos ex-praticantes de atividade física em academia concordam que preferem reservar o tempo livre para a diversão em detrimento da prática da atividade física

em academia, pode ter uma luz para iluminar o entendimento do porquê, mesmo em tendo o tempo livre para praticar atividade física em academia, o ex-usuário prefere não fazê-lo.

Reiterando o registro de que o ex-praticante já frequentou as instalações de alguma academia ao menos por um período pequeno de tempo, faz-se mister a observação quanto à ludicidade na experiência de uso da academia.

O resultado da Regressão Logística demonstra que os respondentes, quanto mais concordam em reservar seu tempo discricionário para outras atividades mais divertidas do que praticar atividade física em academia, menores são suas chances de ter o *status* “praticante”: - 65,7%. Tal resultado confirma a hipótese 3.

3.6.1 Moderação

A análise da moderação do tempo de permanência na prática de atividade física em academia (TIME) no impacto de cada um dos construtos ora validados, foi utilizado, no software SPSS, a ferramenta PROCESS macro para SPSS para as análises de moderação (Hayes, 2013).

H4: Quanto menor o tempo de permanência do indivíduo na prática contínua de atividade física em academia, maior a importância dada aos Grupos de Referência para a decisão da prática de atividade física em academia..

Y: STATUS

X: GMOTI

W: TIME

Sumário do Modelo

Tabela 51

-2LL	ModelLL	df	p	McFadden	CoxSnell	Nagelkrk
514,4272	40,0906	3	0	0,0723	0,0954	0,1272

Fonte 64

Modelo

Tabela 52

	coeff	se	Z	p	LLCI	ULCI
constant	-0,455	0,1399	- 3,2527	0,0011	- 0,7291	- 0,1808
GMOTI	- 0,2188	0,1377	- 1,5887	0,1121	- 0,4888	0,0511
TIME	0,0333	0,0084	3,968	0,0001	0,0169	0,0498
Int_1	- 0,0019	0,0077	- 0,2443	0,807	- 0,0169	0,0132

Fonte 65

Os resultados da interação entre as variáveis X e Y tendo TIME como variável moderadora (W) mostram que a interação entre o Grupo de Referência e o tempo de prática de atividade física em academia não sofre alteração estatisticamente válida ($p > 0,5$), rejeitando a hipótese 4.

H₅: Quanto menor o tempo de permanência do indivíduo na prática contínua de atividade física em academia, maior é a sua Distorção Seletiva quanto à importância da atividade física, levando-o ao abandono.

Y: STATUS

X: DSELE

W: TIME

Sumário do Modelo

Tabela 53

-2LL	ModelLL	df	p	McFadden	CoxSnell	Nagelkrk
454,9894	99,5283	3	0	0,1795	0,2203	0,2937

Fonte 66

Modelo

Tabela 54

	coeff	se	Z	p	LLCI	ULCI
constant	- 0,4863	0,1558	-3,122	0,0018	- 0,7916	-0,181
DSELE	0,7906	0,1479	5,3455	0	0,5007	1,0804
TIME	0,0364	0,0103	3,5531	0,0004	0,0163	0,0565
Int_1	0,0113	0,0059	1,9271	0,054	- 0,0002	0,0229

Fonte 67

Os resultados da interação entre as variáveis X e Y tendo TIME como variável moderadora (W) mostram que a interação entre a Distorção Seletiva e o tempo de prática de atividade física em academia não sofre alteração estatisticamente válida ($p > 0,5$), rejeitando a hipótese 5.

H₆: Quanto menor o tempo de permanência do indivíduo na prática contínua de atividade física em academia, menor é a importância percebida pelo consumidor na distribuição do seu Tempo Discricionário, levando-o ao abandono.

Y: STATUS

X: TDISC

W: TIME

Sumário do Modelo

Tabela 55

-2LL	ModelLL	df	p	McFadden	CoxSnell	Nagelkrk
435,598	118,9197	3	0	0,2145	0,2572	0,3429

Fonte 68

Modelo

Tabela 56

	coeff	se	Z	p	LLCI	ULCI
constant	- 0,3788	0,1471	-2,575	0,01	- 0,6672	- 0,0905
TDISC	- 0,8187	0,181	- 4,5229	0	- 1,1735	- 0,4639
TIME	0,0264	0,0084	3,1277	0,0018	0,0098	0,0429
Int_1	- 0,0242	0,0128	- 1,8917	0,0585	- 0,0492	0,0009

Fonte 69

Os resultados da interação entre as variáveis X e Y tendo TIME como variável moderadora (W) mostram que a interação entre o Tempo Discricionário e o tempo de prática de atividade física em academia não sofre alteração estatisticamente válida ($p > 0,5$), rejeitando a hipótese 6.

Considerações Finais

O Grupo de Referência não impacta, necessariamente, na tomada de decisão do indivíduo na prática da atividade física em academia. A decisão é do próprio indivíduo, ainda que pais e irmãos, bem como colegas de trabalho, possam incentivar e encorajar o indivíduo à prática de atividade física em academia. Como vimos na pesquisa, quanto mais importância ele dá a essas questões, menor é a chance dele pertencer ao *status* 1, de praticante.

Como levantado por Mello et al. (2005), atributo “localização” se apresentou como determinante no momento de eleger o espaço onde fazer a atividade física em academia. Portanto, infere-se que a tomada de decisão pela escolha da academia onde praticar atividade física pode estar mais sustentada pelo utilitarismo, como distância, *mix* de serviços, vantagens financeiras oferecidas, instalações e comodidades, do que necessariamente pelo julgamento do Grupo de Referência do indivíduo praticante, ou pelo fato de ali estarem as pessoas de quem o praticante gosta. Como vimos na pesquisa, quanto mais importância ele dá a essas questões, menor é a chance dele pertencer ao *status* 1, de praticante.

Logo, entender que, na atual conjuntura da penetração da atividade física praticada no Brasil (menos de 5%), os Grupos de Referência não têm papel central no comportamento do consumidor. Mas também pode ser considerado que, dado o seu protagonismo na formação de valores e estímulos a comportamento do indivíduo, os Grupos de Referência poderão ser fundamentais nesta mudança de comportamento tão necessária para a saúde pública.

Três observações gerenciais se fazem necessárias:

1. O ex-praticante de atividade física é mais aderente à influência de seu Grupo de Referência. Se as pessoas de suas famílias e em seus trabalhos estivessem praticando mais academia, eles se sentiriam motivados a frequentar uma academia, também. Portanto, entender a origem do recém matriculado cliente pode determinar estratégias específicas.

Se praticante contumaz, ofertar-lhe os melhores serviços, comodidades e vantagens.

Tratando-se de um indivíduo de nenhuma ou pouca prática de atividade física, entendê-lo como um potencial abandono. Criar para ele o melhor ambiente acolhedor possível, evidenciando a ótima escolha feita e oferecendo a ele incentivos para que traga seus amigos, familiares e colegas de trabalho também à prática da atividade física na academia - em especial, na que ele pratica - podem ser estratégias fundamentais para que ele se torne um praticante contumaz no futuro.

2. Importante ressaltar que as descobertas da presente dissertação vão ao encontro do melhor entendimento da influência dos Grupo Primário em maior intensidade que do Secundário. Neste sentido, para que as empresas tenham êxito em seus projetos de incentivo a seus empregados à atividade física, além de campanhas internas para que colegas levem colegas a frequentarem academias, ações de incentivo para que seus colaboradores levem seus familiares e amigos à atividade física em academia podem obter uma maior eficácia.

3. Ao contrário do que se observa nos Grupos Primário e Secundário, onde a influência é maior no ex-praticante do que no praticante, os influenciadores aspiracionais impactam em maior monta os praticantes em detrimento dos ex-praticantes no quesito prática de atividade física em academia. Ao que parece, conforme visto na frequência das respostas de 400 respondentes da escala, o praticante se percebe mais influenciado à prática da atividade física pelo Grupo Aspiracional do que pelo Grupo de Referência Primário e Secundário. Assim, academias que quiserem fortalecer ações de incremento à frequência ou escolha de seus serviços por parte dos já praticantes, poderão reservar parte dos seus recursos em marketing com influenciadores digitais, por exemplo.

Contudo, ao analisar estatisticamente a variável Grupo de Aspiração, ela não entrou no modelo final, não sendo estatisticamente possível comprovar o real impacto do Grupo de Aspiração no abandono da prática de atividade física em academia. Executando um teste de Mann-Whitney na variável (dados nos Anexos), é rejeitada a hipótese nula de que não há diferença nos *status* 0 (ex-praticante) e o *status* 1 (praticante). Fica, portanto, a sugestão de novas pesquisas no sentido de entender melhor o impacto dos Grupos de Aspiração na decisão de frequência ou abandono da prática de atividade física em academia.

Não foi possível identificar, nessa escala, o impacto de Grupos de Dissociação no abandono. A variável GD24, que versava sobre as estratégias de propagandas das academias, seus valores e condutas comunicados, apelando ou não aos estereótipos, não entrou em nenhum

modelo estatisticamente válido, sendo uma das limitações do presente trabalho. Faz-se mister analisar com profundidade as ações que, ao invés de promover o desejo da prática de atividade física em academia em busca de saúde e bem-estar, promovam o bullying e a “esteticofobia”. E o quanto as academias têm de responsabilidade nesta ação.

O praticante de atividade física regular em academia parece ter, como característica preponderante, um desejo intrínseco de colocar seu corpo em movimento. E tem uma percepção aguçada quanto aos benefícios da prática da atividade física em academia para uma vida saudável e longa, sendo um importante elemento no combate às DCNTs.

Do outro lado, os ex-praticantes não enxergam da mesma forma.

Dados estatísticos robustos deixam clara a Distorção Seletiva do indivíduo que abandona a prática de atividade física em academia. Para ele, fazer atividade física nesses ambientes não são importantes para uma vida saudável e para o combate de doenças crônicas não transmissíveis.

Importante ressaltar: não foi colocada a atividade física em academia como a única ou a mais importante alternativa para uma vida saudável e potencialmente longa. Mas como visto na literatura que deu suporte teórico ao presente trabalho, se um estímulo ou informação nos ameaça em nossas crenças e atitudes, podemos até distorcer seu significado de forma a torná-lo mais aceitável.

Tanto para o mercado de fitness quanto para os gestores da saúde pública, essa descoberta também ilumina caminhos importantes para as estratégias de conquista e retenção dos praticantes de atividade física em academia: além dos benefícios estéticos quaisquer, bem como outros benefícios buscados e ofertados em academias, há que se trabalhar a consciência da população para os benefícios da prática de atividade física em academia para a saúde, em especial, para o combate das doenças crônicas não transmissíveis.

Aos gestores de empresas privadas de *fitness*, campanhas para seus clientes, em especial para aqueles recém matriculados, de tal forma que sejam capturadas a atenção seletiva do novo aluno para os benefícios extras além do precípua almejado pelo indivíduo. Explicar quais são e como se combate as DCNTs com a prática da atividade física em academia pode ser visto como um trabalho de base para a relação academia e cliente.

Aos gestores públicos de saúde, que o acesso à academia seja não apenas encorajado através de campanhas mostrando os riscos de uma vida sedentária, evidenciando a academia como uma das alternativas para a prática orientada e segura de atividade física, como uma possibilidade econômica. Franquear o acesso à atividade física regular e orientada e com resultados concretos para a saúde pública de sua população deve estar na pauta das estratégias públicas de saúde. Se levarmos em conta a economia de US\$ 1,14 bilhão dos recursos em saúde se o sedentarismo fosse reduzido à metade, não seria difícil entender que as desonerações ou subsídios seriam uma economia com as despesas na saúde pública.

Segundo a PNAD (2015), a falta de tempo (38,2%), assim como “não gostar” e “não querer” (35%), estão entre os principais motivos da não prática. O presente trabalho respalda esses dados e propõe análises novas.

Não é, necessariamente, por falta de tempo que o indivíduo se encontra na condição de ex-praticante de atividade física em academia. Conforme a frequência de respostas na variável TD12, que versava sobre a distribuição do tempo total e na inserção da atividade física na distribuição da rotina diária do respondente, 34,5% dos ex-praticantes disseram não ser esse o problema. Já na variável TD11, 48,5% dos ex-praticantes de atividade física em academia concordam que preferem reservar o tempo livre para a diversão em detrimento da prática da atividade física em academia.

Não é necessariamente falta de tempo. E essencialmente não querer inserir, em seu Tempo Discricionário, que faz o indivíduo não mais praticar da atividade física em uma academia. E por quê? As respostas são muitas e, dentre elas, pode até ser pela escolha de outras formas de colocar o corpo em movimento. Mas a centralidade pode estar no desejo do indivíduo em distribuir seu Tempo Discricionário naquilo que lhe é divertido.

Aos gestores das academias, o presente trabalho traz como contribuição a constatação da importância da ludicidade na experiência de uso da academia. Levar em consideração, em especial aos novos alunos de baixa ou nenhuma experiência pregressa em academia, o universo de experiências lúdicas é fundamental.

Ainda sobre o Tempo Discricionário, o modelo final com duas variáveis apresentou um Alfa de Cronbach não tão robusto ($\alpha=0,527$), uma das limitações do presente trabalho.

As contribuições, limitações e sugestões para novas pesquisas através da presente dissertação estão, portanto, registradas. Este trabalho foi elaborado tendo como princípio norteador o desejo de trazer novos elementos de análise sobre o abandono da prática de atividade física em academia, não como um tratado definitivo sobre o tema. Urge a produção de pesquisas no campo do Comportamento do Consumidor, Gestão Pública e Marketing Social e a prática da atividade física em geral. Em academia, também.

Referência

- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: PWS- KENT
- Babbie, E. (1999). *Métodos de Pesquisas de Survey*. Belo Horizonte: Editora UFMG
- Bearden, W. O., & Etzel, M. J. (1982). Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*, Vol. 9, No. 2, pp. 183-194
- Bolton, R. N. (1998). A dynamic model of the duration of the customer's service provider: the role of satisfaction. *Marketing Science*, vol. 17, n.1.
- Bonfrer, A., Knox, G., Eliashberg, J., & Chiang, J. (2007). Diagnosing and predicting individual customer defection in a contractual setting. *Marketing Dynamics Conference 2007*
- Botelho, D., & Tostes, F. D. (2010). Modelagem de probabilidade de *churn* . *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 50, n. 4, pp. 396-410
- Brandalise, L. T. & Bertolini, G. R. F. (2013). Instrumentos de medição de percepção e comportamento – uma revisão. *Ciênc. Empres. UNIPAR*, Umuarama, v. 14, n. 1, p. 7-34
- Brasil. (2018). Ministério da Saúde. Vigilância de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT) - Fatores de Risco. Disponível em <http://portalms.saude.gov.br/vigilancia-em-saude/vigilancia-de-doencas-cronicas-nao-transmissiveis-dcnt/fatores-de-risco>. Acessado em 5 de julho de 2019.
- _____. (2017). Ministério da Saúde. Pesquisa de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças crônicas por Inquérito Telefônico. Disponível em http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/vigitel_brasil_2017_vigilancia_fatores_riscos.pdf. Acessado em 18 agosto de 2019
- _____. (2015). IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD). Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv100364.pdf> Acessados em 24 agosto de 2019

- Brasil, V. S. (2007). Experiência de Consumo: aspectos conceituais, abordagens metodológicas e agenda de pesquisa. *ENANPAD*, 2007, pp. 1-9
- Bueno, D. R., Marucci, M.F.N, Codogno, J. S. & Roediger, M. A. (2016). Os custos da inatividade física no mundo: estudo de revisão Artigo. *Ciência & Saúde Coletiva*, 21(4):1001-1010
- Cavalcanti, A. P. R., Dias, M.R. & Costa, M. J. C. (2005). Psicologia e nutrição: predizendo a intenção comportamental de aderir a dietas de redução de peso entre obesos de baixa renda. *Estudos de Psicologia*, 10(1), 121-129
- Chamie, B. C., & Ikeda, A. A. (2015). O valor para o cliente no varejo. *Brazilian Business Review*, 12(2), 49.
- Chávez Suárez, G. R., Mendiola, P., & Elvider, A. (2019). Plan de negocio para combatir la obesidad en el distrito de Ate mediante un modelo de negocio “Crossfit”. Dissertação (Mestrado em Ciências Empresariais), Universidad San Ignacio de Loyola.
- Childers, T. L., & Rao, A. R. (1992). The Influence of Familial and Peer-Based Reference Groups on Consumer Decisions. *Journal of Consumer Research*, Vol. 19, No. 2, pp. 198-211
- Creswell, J. W. (2007). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 2ª ed. - Porto Alegre: Artmed.
- Damásio, B. F. (2012). Uso da análise fatorial exploratória em psicologia. *Avaliação Psicológica*, 11(2), pp. 213-228
- Dellavigna, S. & Malmendier, U. (2006). Paying not to go to the gym. *American Economic Review*, 96 (3), pp. 694-719
- Devellis, R. F. (2017). *Scale development: theory and applications*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Dimaggio, P. J., Powell, W.W. (2005). A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 45, nº2, pp 74-89

- Dominguez, S. V. (2000). O valor percebido como elemento estratégico para obter a lealdade dos clientes. *Caderno de Pesquisas em Administração*, v. 07, n° 4, pp 53-64
- Engel, J. F.; Blackwell, R. D.; & Miniard, P. W. (2000). *Comportamento do Consumidor*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Copyright
- Fernandes de Goes, L., Cubero, J., Nogueira, K. S., & Fernandez, C. (2017). Análise da confiabilidade de um questionário para identificar concepções sobre radicais livres e antioxidantes usando alfa de Cronbach. *Enseñanza de las ciencias*, (Extra), p. 3997-4002.
- Ferraz, N. D. A., Melo, F. J. C. D., Jerônimo, T. D. B., Albuquerque, A. P. G. D., & Medeiros, D. D. D. (2018). Avaliação da qualidade dos serviços: caso real no centro fitness do hotel. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 1-27.
- Figueira Júnior, A. J. (2000). Influência da família na atividade física de adolescentes. *Conexões: Educação Física, Esporte e Saúde*, pp. 28-43.
- García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Vélez-Colon, L., Ortega-Gutiérrez, J., & Fernández-Gavira, J. (2018). Exploring fitness centre consumer loyalty: differences of non-profit and low-cost business models in Spain, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31:1, pp. 1042-1058
- Godinho, W. B. (1999). A oferta do consumidor sob a ótica do marketing. *Revista da FAE*, v. 2, n. 3, p. 29-38
- Gonçalves, C., Correia, A., & Diniz, A. (2014). Members Retention in Fitness Clubs: Study of Expectations, Positioning, Well-Being and Satisfaction. *ICIEMC*, pp. 152-160.
- Goodin, R., Rice, J., Parpo, A., & Erikson, L. (2008). *Discretionary Time: a new measure of freedom*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gualano, B., & Tinucci, T. (2011). Sedentarismo, exercício físico e doenças crônicas. *Revista Brasileira De Educação Física E Esporte*, 25(spe), 37-43
- Hair, J. F., Tatham, R. L., Anderson, R. E. & Black, W. C. (2005). *Análise multivariada de dados*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman.

- _____, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Harlow: Pearson Education Limited.
- _____. Harrison, D., & Risher, J. J. (2018). Pesquisa em marketing no século XXI: oportunidades e desafios. *Brazilian Journal of Marketing – BJMkt*. v.17n.5. October, pp. 682-699
- Hawking, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2019). *Comportamento do Consumidor*. Construindo a Estratégia de Marketing. 13ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis*. New York: The Guilford Press.
- Hogg, M. K. & Baruster, E. N. (2001). Dislikes, Distastes and the Undesired Self: Conceptualising and Exploring the Role of the Undesired End State in Consumer Experience. *Journal of Marketing Management*,17, pp. 73-104
- Hora, H. R. M., Monteiro, G. T. R., & Arica, J. (2010). Confiabilidade em Questionários para Qualidade: Um Estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach. *Produto & Produção*, vol. 11, n. 2, p. 85 - 103.
- Ihrsa – International Health, Racquet and Sportsclub Association. IHRSA Global Report 2017. (2018). Boston. Recuperado de <https://www.ihrsa.org>. Acessado em 3 de fevereiro de 2019.
- Imbuzeiro, P. E. A., & Silva, J. L. (2016). A experiência do consumo e a lealdade do cliente: uma análise dos atributos definidores da compra em supermercados. *Interfaces Científicas - Humanas e Sociais*. Aracaju, V.4, N.3, pp. 141 - 158
- Kim, D., & Kim, S. Y. (1995). QUESC: An Instrument for Assessing the Service Quality of Sport Centers In Korea. *Journal Of Sport Management*, 1995,9, Pp. 208-220
- Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing* (10ª ed). São Paulo: Prentice Hall
- _____, Keller, K. L. (2006) *Administração de Marketing*. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall
- Las Casas, A. L. (2015). *Administração de Marketing*. São Paulo: Editora Atlas

- _____. & Guevara, A. J. H (2010). *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Editora Atlas.
- Lopes, E. L.; Hernandez, J. M. C., & Nohara, J. J. (2009). Escalas Concorrentes para a Mensuração da Qualidade Percebida: uma comparação entre a SERVQUAL e a RSQ. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 49(4), pp. 401-416.
- Luppe, M. R., & Angelo, C. F. (2010). As decisões de consumo e a heurística da ancoragem: uma análise da racionalidade do processo de escolha. *Revista de Administração Mackenzie*, 11(6), pp. 81-106
- Maksimović, N., Matić, R., Tovilović, S., Popović, S., Maksimović, B., & Opsenica, S. (2017). Quality of services in Fitness Centres: importance of physical support and assisting staff. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 39(3): pp. 67 – 78.
- Malhotra, N. K. (2008). *Pesquisa de Marketing*. Porto Alegre: Artmed Bookman.
- Malta, D. C., Silva, M. M. A., Moura, L. & Moraes Neto, O. L. (2017). A implantação do sistema de vigilância de doenças crônicas não transmissíveis no Brasil, 2003 a 2015: alcances e desafios. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 20(4): pp. 661-675
- Martins, E. C. B., Serralvo, F. A., & João, B. N. (2014). Teoria do Comportamento Planejado: Uma Aplicação no Mercado Educacional Superior. *Gestão & Regionalidade*, 30(88). Pp. 107-122.
- Mazzon, J. A. (2018). Uso da matriz de Amarração Metodológica em Marketing. *Brazilian Journal of Marketing – BJMkt*. v.17n.5. pp. 759-770
- Mello, S. C. B., Leão, A. L. M. D. S., & Souza Neto, A. F. D. (2005). Uso conjunto de dois modelos cognitivos para a compreensão do processo de escolha do consumidor. *Production*, 15(1), pp. 8-22.
- Middelkamp, J., Van Rooijen, M., & Steenbergen, B. (2016). Attendance Behavior of Ex-members in Fitness Clubs: A Retrospective Study Applying the Stages of Change. *Perceptual and Motor Skills*. Vol. 122(1), pp. 350–359

- Moore, L. L., Lombardi, D. A., White, M. J., Campbell, J. L., Oliveria, S. A., & Ellison, R. C. (1991). Influence of parents' physical activity levels on activity levels of young children. *The Journal of pediatrics*, 118(2), 215-219.
- Motta, S. L. S., & Rossi, G. B. (2008). A influência do fator ecológico na decisão de compra de bens de conveniência. *Revista de Administração* 2(1).
- Munaier, C. G. S., & Serralvo, F. A. (2019). A Cocriação de Valor na Experiência de Uso nos Serviços de Fitness. *ENANPAD 2019*, pp. 1-16
- Myers, A., Gibbons, C., Finlayson G., & Blundell, J. (2016). Associations among sedentary and active behaviours, body fat and appetite dysregulation: investigating the myth of physical inactivity and obesity. *Br J Sports Med*, pp. 1–6
- Nicolao, L., & Rossi, C. A. V. (2003). Desenvolvimento e validação de uma escala de arrependimento no processo de tomada de decisão do consumidor. *ENANPAD 2003*, pp. 1-16
- Nishimura, T. (1998). Mersenne Twister, A 623–dimensionally equidistributed uniform pseudorandom number generator. *ACM Trans. on Modeling and Computer Simulation*, 8:1, pp. 3-30.
- Oelze, A. G. L., Mesquita, J. M. C. & Dias, A. T. (2015) Análise das causas da insatisfação e do abandono pelos clientes de academias de ginástica. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*. Vol. 4, N. 3. pp.124-139
- Payne, S. L. (1951). *The Art of Asking Questions*. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press
- Pinheiro, A. R. O., Freitas, S. F. T., & Corso, A. C. T. (2004). “Uma abordagem epidemiológica da obesidade”. *Rev. Nutr.*, 17(4): pp. 523-533
- Pinto, M. R., & Lara, J. E. (2008). O que se pública sobre comportamento do consumidor no Brasil, afinal? *Rev. Adm. UFSM*, Santa Mararia, v. I, n. 1, pp. 85-100
- Pollis, N. P. (1968). Reference Group Re-Examined. *The British Journal of Sociology*, Vol. 19, No. 3, pp. 300-307
- Porter, M. E. (1996). *O que é estratégia*. Harvard Business Review, pp. 1-25

- Radonsa, D. L., Grohmann, M. Z., Freitas, D. O., & Battistella, L. F. (2014). Alienação do consumidor e influência dos grupos de referência: estudo exploratório em busca de relações. *RAD - Revista Administração em Diálogo*, Vol.16, n.2, p.189-215
- Rafael, D., & Lopes, E. L. (2017). Validação de uma ferramenta estatística para mensurar a influência da responsabilidade social corporativa na lealdade e satisfação dos consumidores de operadoras de saúde da cidade de São Paulo. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade - RMS*, v. 7, n. 3, p. 47-62
- Reis, R., Akira, A., & Gonçalves, P. B. (2018). Relatório do Ranking das Capitais Brasileiras Amigas da Atividade Física. Recuperado de <https://saude.abril.com.br/fitness/relatorio-do-ranking-das-capitais-brasileiras-amigas-da-atividade-fisica/>.
- Santos, R. R. P. L. (2017). Os social media na construção da imagem e do valor da marca – estudo de caso: a marca Schweppes. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação, Marketing e Publicidade), Universidade Católica Portuguesa.
- Sargent, J. D., Beach, M. L., Dalton, M. A., Mott, L. A., Tickle, J. J., Ahrens, M. B., & Heatherton, T. F. (2001). Effect of seeing tobacco use in films on trying smoking among adolescents: cross sectional study. *Bmj*, 323(7326), 1394.
- Sastre, P. T. N. (2009). A Influência dos Grupos de Referência no Processo Decisório do Consumidor: um estudo no segmento de veículos utilitários esportivos. Dissertação (Mestrado em Administração), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP.
- _____, Serralvo, F. A., & Moras, A. C. (2010). A Influência dos Grupos de Referência no Processo Decisório do Consumidor: um estudo no segmento de veículos utilitários esportivos. *IV Encontro de Marketing da ANPAD*, pp. 1-17
- Serralvo, F. A., & Ignacio, C. P. (2004). O comportamento do consumidor de produtos alimentícios: um estudo exploratório sobre a importância das marcas líderes. *VII SEMEAD*, pp 1-11
- Simões, V. A. D. C., & Franco, S. C. A. (2018). Formação para Profissionais de Fitness: Exemplo da Licenciatura em Desporto, Condição Física e Saúde. *Desporto, Desenvolvimento e Bem-estar-Fórum Politécnico*, 4, pp. 243-252.

- Solomon, M. R. (2008). *O Comportamento do Consumidor*. Comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Bookman
- Souza, A. (1972). O uso do tempo como medida da qualidade de vida urbana. *Revista de Administração Pública - RAP*, 6(1), 51-75
- Suarez, M., Chauvel, M. A., & Casotti, L. (2012). Motivações e significados do abandono de categoria: aprendizado a partir da investigação com ex-fumantes e ex-proprietários de automóveis. *Cadernos EBAPE.BR*, v. 10, no 2, p. 411–434
- Taschner, G. B. (2000). Lazer, cultura e consumo. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, v. 40, n. 4, p. 38-47
- Taylor, J. W. (1974). The Role of Risk in Consumer Behavior. *Journal of Marketing*, Vol. 38, No. 2, pp. 54-60
- Toscano, J. J. O., & Egypto, E. P. (2001). A influência do sedentarismo na prevalência de lombalgia. *Revista Brasileira de Medicina do Esporte*, 7(4), 132-137
- Tostes, F. D. (2008). Risco de abandono de relacionamento. EBAPE/FGV. Tese.
- Troccoli, I. R. (2009). Co-Criação de Valor e Fidelização dos Clientes: Uma Visão Integrada. *Inter Science Place*, 2, n. 4, pp. 1-23
- Vieira, C. S. (2012). Fatores de Influência no Uso de Offshoring: Uma Análise de Empresas no Brasil. Dissertação (Mestrado em Administração), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP.
- Weiss, M. R., & Petlichkoff, L. M. (1989). Children's Motivation for Participation in and Withdrawal From Sport: Identifying the Missing Links. *Pediatric Exercise Science*, 1989, 1, 195-211
- White, K., & Dahl, D. (2006). To Be or Not Be? The Influence of Dissociative Reference Groups on Consumer Preferences. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 16, No. 4, pp. 404-414
- WHO A – World Health Organization. (2018). Noncommunicable Diseases - Country Profiles 2018. Disponível em <https://www.who.int/nmh/publications/ncd-profiles-2018/en/>

_____. World Health Organization. (2006). BMI classification. Recuperado de http://apps.who.int/bmi/index.jsp?introPage=intro_3.html

_____. B – World Health Organization. (2018). ACTIVE: a technical package for increasing physical activity. Geneva: . Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

WB – World Bank. (2016). Life expectancy at birth. Recuperado de <https://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.LE00.IN>

_____. World Bank. (2017). Population. Recuperado de <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>

APÊNDICE

<i>Construto</i>	<i>Pergunta</i>
<i>Distorção Seletiva</i>	<p>DS7. Praticar atividade física em academia é fundamental para que eu possa ter uma vida saudável.</p> <p>DS8. Acredito que praticar atividade física em academia seja importante para evitar as doenças, como as doenças cardíacas e o diabetes.</p> <p>DS9. Frequentar uma academia para praticar atividade física é uma prioridade para mim.</p>
<i>Tempo Discricionário</i>	<p>TD10. Considero importante para mim reservar uma parte do meu tempo livre para a prática regular de atividade física em uma academia.</p> <p>TD11. Eu prefiro usar meu tempo livre para diversão ao invés de frequentar uma academia.</p> <p>TD12. Dentre as minhas atividades diárias, eu não encontro tempo para frequentar a academia.</p>
<i>Grupo de Referência</i>	<p>GRG13. Quando eu penso em me matricular numa academia, busco aquela que as pessoas de quem gosto irão aprovar.</p>

*Primário e
Secundário*

GRG14. Me sinto integrado(a) quando frequento a mesma academia onde as pessoas de quem gosto frequentam.

GRF15. O que as pessoas da minha família pensam de mim é importante.

GRF16. As pessoas da minha família que me inspiram frequentam academia.

GRF17. Se as pessoas da minha família que me inspiram praticassem mais atividade física em uma academia, eu ficaria mais motivado(a) com a prática da atividade física em academia.

GRT18. O que as pessoas do meu trabalho pensam de mim é importante.

GRT19. As pessoas que me inspiram no meu trabalho frequentam academia.

GRT20. Se as pessoas que me inspiram no meu trabalho praticassem mais atividade física em uma academia, eu ficaria mais motivado(a) com a prática da atividade física em academia.

*Grupo
de Aspiração*

GA21. Há pessoas que vejo nas mídias sociais, cinema e/ou TV, as quais não conheço, mas que me inspiram.

GA22. Ver essas pessoas das diversas mídias praticando atividade física em academias me deixa mais motivado(a) com a prática da atividade física em academia.

GA23. As postagens nas mídias sociais que vejo sobre atividade física em uma academia aumentam a minha vontade de frequentar uma academia.

*Grupo
de Dissociação*

GD24. Acho as propagandas das academias de ginástica ofensivas às pessoas que não praticam atividade física.

Figura 1. Escala proposta para a dissertação.

Nota. Fonte: elaborado pelo autor da dissertação

Tabela 4. DS7

	DS7 ex-praticante		DS7 praticante	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
valid ,00	35	17,5	14	7,0
,00	11	5,5	5	2,5
,00	29	14,5	5	2,5
,00	38	19,0	19	9,5
,00	30	15,0	49	24,5
,00	10	5,0	25	12,5
,00	47	23,5	83	41,5
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 5. DS8

	DS8 ex-praticante		DS8 praticante	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
valid ,00	21	10,5	13	6,5
,00	7	3,5	2	1,0
,00	22	11,0	6	3,0
,00	37	18,5	22	11,0
,00	32	16,0	43	21,5
,00	28	14,0	29	14,5
,00	53	26,5	85	42,5
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 6. DS9

	DS9 ex-praticante		DS9 praticante	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
valid ,00	59	29,5	7	3,5
,00	27	13,5	5	2,5
,00	38	19,0	13	6,5
,00	46	23,0	34	17,0
,00	15	7,5	34	17,0
,00	4	2,0	34	17,0
,00	11	5,5	73	36,5
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 7. TD10

	TD10 ex-praticante		TD10 praticante	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
valid ,00	36	18,0	6	3,0
,00	21	10,5	2	1,0
,00	44	22,0	6	3,0
,00	39	19,5	19	9,5
,00	17	8,5	26	13,0
,00	15	7,5	46	23,0
,00	28	14,0	95	47,5
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 8. TD11

	TD11 ex-praticante		TD11 praticante	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
valid ,00	23	11,5	51	25,5
,00	13	6,5	31	15,5
,00	27	13,5	25	12,5
,00	40	20,0	34	17,0
,00	29	14,5	29	14,5
,00	32	16,0	16	8,0
,00	36	18,0	14	7,0
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 9. TD12

	TD12 ex-praticante		TD12 praticante	
	Frequ ency	Per cent	Frequenc y	Percent
valid ,00	29	14,5	96	48,0
,00	15	7,5	40	20,0
,00	25	12,5	23	11,5
,00	29	14,5	18	9,0
,00	29	14,5	14	7,0
,00	28	14,0	5	2,5
,00	45	22,5	4	2,0
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 10. GRG13

	GRG13 ex- praticante		GRG13 praticante	
	Frequ ency	Per cent	Frequenc y	Percent
valid ,00	95	47,5	122	61,0
,00	26	13,0	24	12,0
,00	21	10,5	13	6,5
,00	27	13,5	18	9,0
,00	12	6,0	8	4,0
,00	11	5,5	4	2,0
,00	8	4,0	11	5,5
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 11. GRG14

	GRG14 ex- praticante		GRG14 praticante	
	Frequ ency	Per cent	Frequenc y	Percent
valid ,00	49	24, 5	56	28,0
,00	14	7,0	17	8,5
,00	17	8,5	19	9,5
,00	30	15, 0	38	19,0
,00	31	15, 5	28	14,0
,00	23	11, 5	9	4,5
,00	36	18, 0	33	16,5
total	200	100 ,0	200	100,0

Tabela 12. GRF15

	GRF15 ex- praticante		GRF15 praticante	
	Frequ ency	Per cent	Frequenc y	Percent
valid ,00	33	16, 5	32	16,0
,00	19	9,5	18	9,0
,00	23	11, 5	18	9,0
,00	37	18, 5	36	18,0
,00	36	18, 0	32	16,0
,00	25	12, 5	33	16,5
,00	27	13, 5	31	15,5
total	200	100 ,0	200	100,0

Tabela 13. GRF16

	GRF16 ex- praticante		GRF16 praticante	
	Frequ ency	Per cent	Frequenc y	Percent
valid ,00	96	48,0	93	46,5
,00	31	15,5	23	11,5
,00	20	10,0	17	8,5
,00	20	10,0	15	7,5
,00	11	5,5	19	9,5
,00	8	4,0	15	7,5
,00	14	7,0	18	9,0
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 14. GRF17

	GRF17 ex- praticante		GRF17 praticante	
	Frequ ency	Per cent	Frequenc y	Percent
valid ,00	51	25,5	57	28,5
,00	21	10,5	31	15,5
,00	23	11,5	11	5,5
,00	37	18,5	29	14,5
,00	29	14,5	27	13,5
,00	12	6,0	19	9,5
,00	27	13,5	26	13,0
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 15. GRT18

	GRT18 ex- praticante		GRT18 praticante	
	Frequ ency	Per cent	Frequenc y	Percent
valid ,00	45	22,5	46	23,0
,00	22	11,0	19	9,5
,00	29	14,5	21	10,5
,00	38	19,0	48	24,0
,00	33	16,5	31	15,5
,00	18	9,0	22	11,0
,00	15	7,5	13	6,5
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 16. GRT19

	GRT19 ex- praticante		GRT19 praticante	
	Frequ ency	Per cent	Frequenc y	Percent
valid ,00	75	37,5	75	37,5
,00	32	16,0	25	12,5
,00	29	14,5	27	13,5
,00	40	20,0	36	18,0
,00	11	5,5	17	8,5
,00	8	4,0	14	7,0
,00	5	2,5	6	3,0
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 17. GRT20

	GRT20 ex- praticante		GRT20 praticante	
	Frequ ency	Per cent	Frequenc y	Percent
valid ,00	70	35, 0	85	42,5
,00	31	15, 5	29	14,5
,00	17	8,5	18	9,0
,00	52	26, 0	21	10,5
,00	13	6,5	17	8,5
,00	4	2,0	19	9,5
,00	13	6,5	11	5,5
total	200	100 ,0	200	100,0

Tabela 18. GA21

	GA21 ex-praticante		GA21 praticante	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
valid ,00	34	17,0	47	23,5
,00	18	9,0	12	6,0
,00	24	12,0	19	9,5
,00	35	17,5	29	14,5
,00	36	18,0	31	15,5
,00	22	11,0	20	10,0
,00	31	15,5	42	21,0
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 19. GA22

	GA22 ex-praticante		GA22 praticante	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
valid ,00	71	35,5	59	29,5
,00	22	11,0	23	11,5
,00	30	15,0	13	6,5
,00	25	12,5	25	12,5
,00	21	10,5	31	15,5
,00	13	6,5	22	11,0
,00	18	9,0	27	13,5
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 20. GA23

	GA23 ex-praticante		GA23 praticante	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
valid ,00	74	37,0	55	27,5
,00	22	11,0	15	7,5
,00	27	13,5	19	9,5
,00	22	11,0	32	16,0
,00	24	12,0	27	13,5
,00	12	6,0	20	10,0
,00	19	9,5	32	16,0
total	200	100,0	200	100,0

Tabela 21. GD24

	GD24 ex-praticante		GD24 praticante	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
valid ,00	87	43,5	104	52,0
,00	29	14,5	28	14,0
,00	25	12,5	19	9,5
,00	20	10,0	18	9,0
,00	16	8,0	13	6,5
,00	11	5,5	9	4,5
,00	12	6,0	9	4,5
total	200	100,0	200	100,0

Correlação: STATUS; GENDER; AGE; SCHOLAR; WAGE; ... ;
GA23; GD24

Correlações

		S TATUS	G ENDER	GE	SC HOLAR	AGE	IME	S7	S8	S9
ENDER	GE	0								
		,035								
		0								
		,485								
E	AG	0	0,							
		,141	180							
		0	0,							
		,005	000							
HOLAR	SC	0	0,							
		,123	150	,219						
		0	0,							
		,014	003	,000						
AGE	W	0	0,		0,4					
		,246	077	,464	98					
		0	0,		0,0					
		,000	122	,000	00					
ME	TI	0	0,		0,0					
		,241	066	,232	73	,178				
		0	0,		0,1					
		,000	186	,000	47	,000				
7	DS	0	0,		-					
		,314	114	,050	0,018	,042	,165			
		0	0,		0,7					
		,000	023	,322	21	,405	,001			
8	DS	0	-		-					
		,213	0,015	0,005	0,106	0,026	,117	,777		
		0	0,		0,0					
		,000	771	,919	34	,602	,019	,000		

9	DS	0	0,		0,0	(
		,591	135	,140	28	,190	,233	,603	,506	
		0	0,		0,5	(
		,000	007	,005	75	,000	,000	,000	,000	
10	TD	0	0,		0,0	(
		,536	114	,114	31	,150	,174	,645	,564	,831
		0	0,		0,5	(
		,000	023	,022	31	,003	,000	,000	,000	,000
11	TD	-	-		0,0	-				
		0,271	0,126	0,167	19	0,105	0,105	0,125	0,052	0,359
		0	0,		0,7	(
		,000	012	,001	03	,036	,036	,012	,296	,000
12	TD	-	0,		-	-				
		0,508	027	0,106	0,016	0,109	0,201	0,080	0,029	0,352
		0	0,		0,7	(
		,000	595	,034	48	,030	,000	,110	,557	,000
G13	GR	-	-		-	-				
		0,109	0,012	0,028	0,048	0,073	0,033	,091	,116	,066
		0	0,		0,3	(
		,030	818	,571	40	,145	,513	,068	,021	,187
G14	GR	-	-		-	-				
		0,079	0,037	0,096	0,088	0,052	,038	,128	,165	,084
		0	0,		0,0	(
		,114	462	,055	78	,299	,451	,011	,001	,092
F15	GR	0	0,		0,0	(
		,043	018	,093	87	,106	0,057	,044	,082	,114
		0	0,		0,0	(
		,395	720	,064	82	,034	,258	,385	,101	,022
F16	GR	0	0,		0,0	(
		,077	095	,156	07	,060	0,024	,172	,162	,192
		0	0,		0,8	(
		,126	057	,002	86	,232	,637	,001	,001	,000
F17	GR	-	-		0,0	(
		0,020	0,003	,004	03	,043	0,035	,149	,155	,126
		0	0,		0,9	(
		,688	952	,929	52	,395	,487	,003	,002	,011

T18	GR	0	0,		0,1	(
		,015	004	,023	20	,102	0,110	,099	,123	,142	
T19	GR	0	0,		0,0	(
		,772	933	,642	16	,041	,029	,047	,014	,004	
T19	GR	0	0,		0,0	(
		,054	022	,012	42	,079	0,017	,132	,070	,201	
T20	GR	0	0,		0,4	(
		,284	663	,809	06	,115	,736	,008	,164	,000	
T20	GR	-	-		0,0	(
		0,018	0,044	,024	44	,092	0,045	,197	,205	,143	
21	GA	0	0,		0,0	-					
		,002	103	0,141	24	0,024	0,119	,100	,101	,189	
22	GA	0	0,		0,6	(
		,962	039	,005	34	,630	,017	,045	,043	,000	
22	GA	0	0,		-	-					
		,124	175	0,110	0,002	0,018	0,130	,305	,249	,358	
23	GA	0	0,		0,9	(
		,013	000	,028	64	,718	,009	,000	,000	,000	
23	GA	0	0,		-	(
		,159	162	0,094	0,013	,003	0,118	,311	,231	,400	
24	GD	0	0,		0,7	(
		,001	001	,060	88	,945	,019	,000	,000	,000	
24	GD	-	-		0,0	-					
		0,079	0,022	0,074	54	0,085	0,105	0,015	0,004	0,071	
		0	0,		0,2	(
		,114	668	,141	77	,091	,035	,765	,936	,159	

		D10	D11	D12	RG13	RG14	RF15	RF16	RF17	RT18
D11	T	-								
		0,349								
		(
		,000								
D12	T	-	(
		0,249	,359							

		((
		,000	,000							
RG13	G	(((
		,025	,084	,184						
		(((
		,617	,094	,000						
RG14	G	((((
		,078	,058	,124	,488					
		((((
		,120	,250	,013	,000					
RF15	G	(((((
		,131	,125	,094	,165	,243				
		(((((
		,009	,012	,060	,001	,000				
RF16	G	((((((
		,220	,010	,064	,171	,198	,287			
		((((((
		,000	,836	,203	,001	,000	,000			
RF17	G	(((((((
		,182	,014	,135	,280	,413	,329	,259		
		(((((((
		,000	,775	,007	,000	,000	,000	,000		
RT18	G	((((((((
		,140	,019	,148	,210	,186	,554	,167	,237	
		((((((((
		,005	,698	,003	,000	,000	,000	,001	,000	
RT19	G	(-	(((((((
		,159	0,033	,095	,226	,254	,255	,214	,340	,426
		(((((((((
		,001	,516	,058	,000	,000	,000	,000	,000	,000
RT20	G	(((((((((
		,207	,002	,182	,363	,395	,284	,250	,591	,419
		(((((((((
		,000	,963	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
A21	G	(-	(((((((
		,200	0,058	,079	,169	,213	,245	,144	,242	,249

		(((((((((
		,000	,247	,114	,001	,000	,000	,004	,000	,000
A22	G	(-	(((((((
		,355	0,142	,040	,230	,290	,203	,225	,371	,212
		(((((((((
		,000	,004	,424	,000	,000	,000	,000	,000	,000
A23	G	(-	-	((((((
		,393	0,234	0,029	,175	,241	,180	,165	,334	,240
		(((((((((
		,000	,000	,561	,000	,000	,000	,001	,000	,000
D24	G	-	((((((((
		0,041	,129	,159	,183	,079	,071	,132	,051	,100
		(((((((((
		,412	,010	,001	,000	,116	,155	,008	,306	,046

	G	((((
	RT19	RT20	A21	A22	A23
RT20	0	,530			
	0	,000			
A21	0	(,324		
	,226				
	0	(,000		
	,000				
A22	0	(,694		
	,292	,433			
	0	(,000		
	,000	,000			
A23	0	(,768		
	,329	,435	,608		
	0	(,000	,000	
	,000	,000			
D24	0	(-
	,049	,079	,060	,043	0,029
	0	((
	,330	,115	,234	,389	,568

Conteúdo
Correlação
Valor-p

da
de

Célula
Pearson

Teste de Mann-Whitney (Wilcoxon rank-sum test)

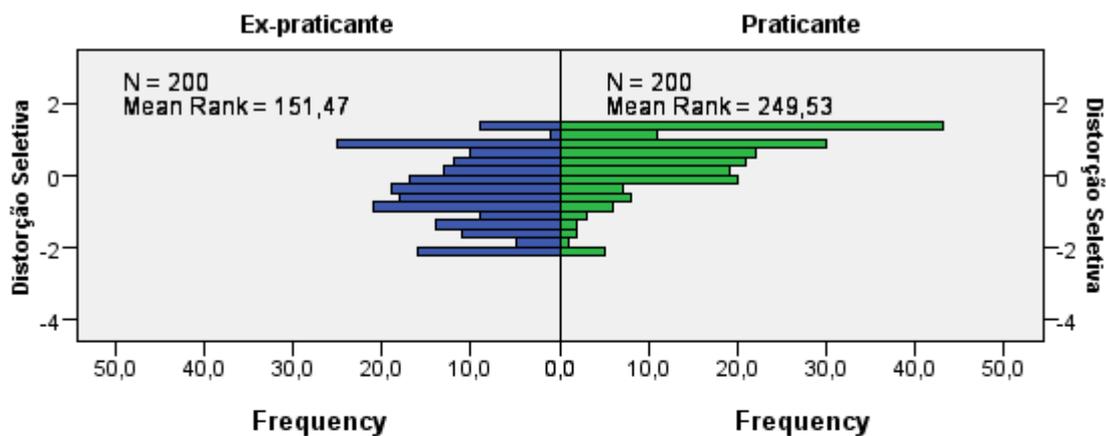
Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Distorção Seletiva is the same across categories of STATUS.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,000	Reject the null hypothesis.
2	The distribution of Tempo Discricionário is the same across categories of STATUS.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,000	Reject the null hypothesis.
3	The distribution of Grupo de Aspiração is the same across categories of STATUS.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,011	Reject the null hypothesis.
4	The distribution of Grupo de Motivação is the same across categories of STATUS.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,009	Reject the null hypothesis.
5	The distribution of Grupo de Inspiração is the same across categories of STATUS.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,456	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

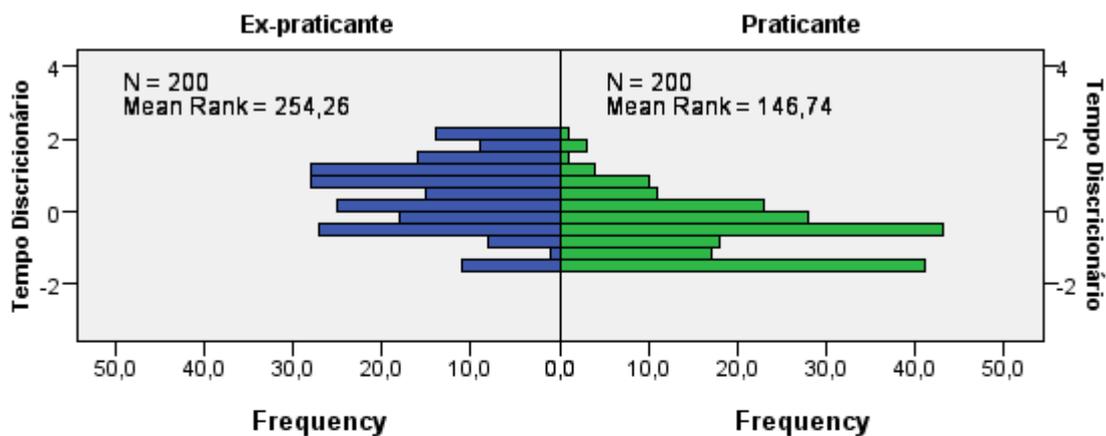
STATUS



Total N	400
Mann-Whitney U	29.806,500
Wilcoxon W	49.906,500
Test Statistic	29.806,500
Standard Error	1.154,608
Standardized Test Statistic	8,493
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,000

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

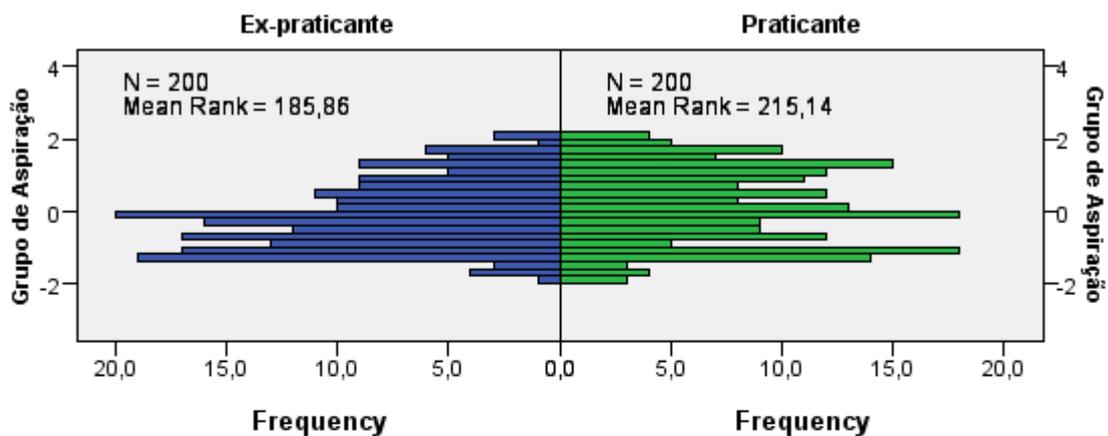
STATUS



Total N	400
Mann-Whitney U	9.247,500
Wilcoxon W	29.347,500
Test Statistic	9.247,500
Standard Error	1.154,411
Standardized Test Statistic	-9,314
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,000

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

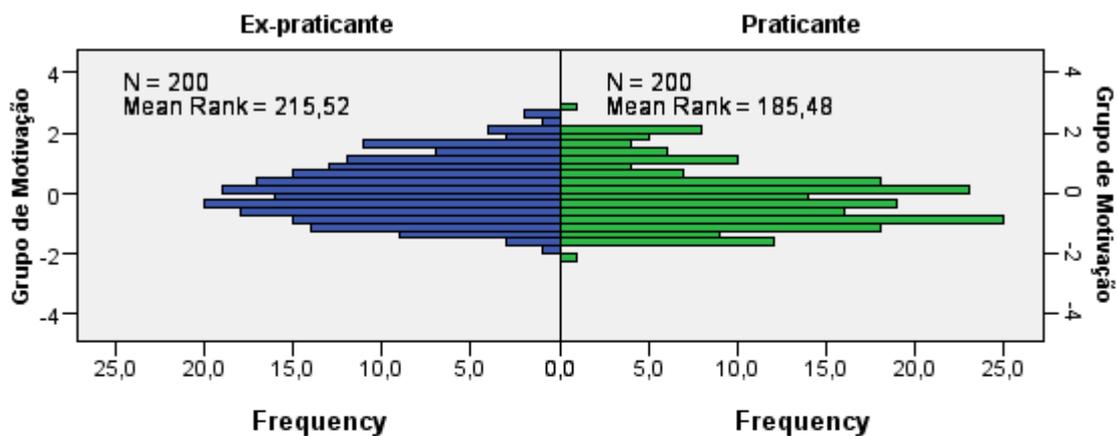
STATUS



Total N	400
Mann-Whitney U	22.927,000
Wilcoxon W	43.027,000
Test Statistic	22.927,000
Standard Error	1.156,133
Standardized Test Statistic	2,532
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,011

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

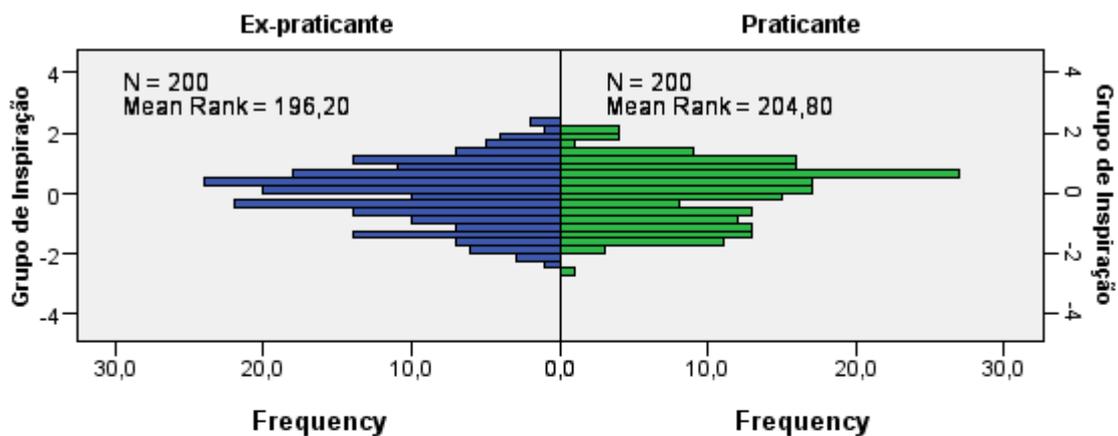
STATUS



Total N	400
Mann-Whitney U	16.997,000
Wilcoxon W	37.097,000
Test Statistic	16.997,000
Standard Error	1.156,133
Standardized Test Statistic	-2,597
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,009

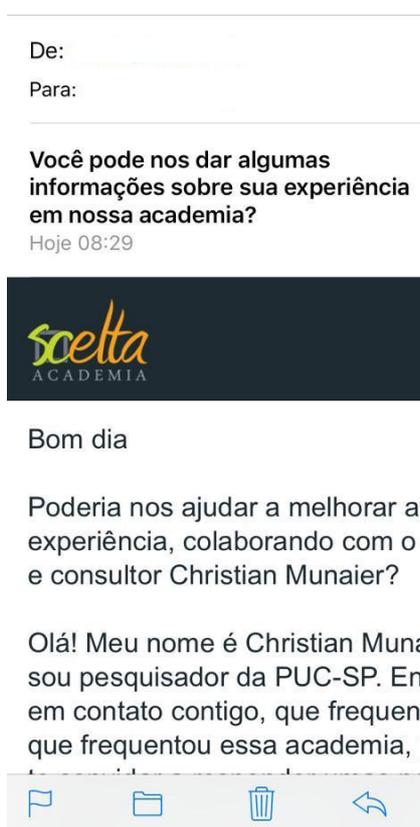
Independent-Samples Mann-Whitney U Test

STATUS



Total N	400
Mann-Whitney U	20.861,000
Wilcoxon W	40.961,000
Test Statistic	20.861,000
Standard Error	1.156,133
Standardized Test Statistic	,745
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,456

E-mails de disparo do link para as pesquisas:



Olá! Meu nome é **Christian Munaier** e sou pesquisador da PUC-SP. Em contato contigo, que frequenta ou que frequentou a **Wish Academia**, p convidar a responder umas poucas perguntas sobre a sua experiência com a atividade física.

Suas respostas são cruciais para o meu projeto de pesquisa e a resposta questionário - que é anônima - me permitirá entender ainda mais o comportamento do consumidor na prática da atividade física.

Posso contar com você? Clique aqui: <https://forms.gle/qeGSinNvij>

Quaisquer dúvidas, você pode entrar em contato diretamente comigo por christian.munaier@gmail.com

Muito obrigado.



Christian Munaier
Pesquisador da PUC-SP e Parceiro Wish
www.wishacademia.com.br