

FATORES DE INFLUÊNCIA NA CONTRATAÇÃO DE *PERSONAL TRAINERS* EM DUAS CIDADES DA SERRA GAÚCHA – PERCEPÇÃO DOS CLIENTES

João Pedro Macedo Venz¹

Gabriela Scapinelli da Silva²

Carlos Gabriel Gallina Bonone³

RESUMO: O objetivo desta pesquisa foi o de verificar quais são os fatores de influência na contratação do *personal trainer* em duas cidades da Serra Gaúcha na percepção dos clientes. Este estudo se caracteriza por ser quantitativo, descritivo e transversal. Para isso foi aplicado um questionário para 60 pessoas, com vinte e uma perguntas elaboradas pelos pesquisadores. O questionário foi disponibilizado de forma digital, através do Google Forms. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, apresentando os resultados em tabelas. Os resultados apontaram que os principais fatores responsáveis pela contratação do serviço de *personal trainer* são uma melhor segurança e orientação durante os exercícios físicos, estética e melhora na saúde.

Palavras-chave: Fatores de contratação, *personal trainer*, percepção dos clientes;

ABSTRACT: The objective of this research was to verify what were the influencing factors in hiring personal trainers in two cities in Serra Gaúcha on customer perception. This study is characterized by being quantitative, descriptive and cross-sectional. For this, a questionnaire was administered to 60 people, with twenty-one questions prepared by the researchers. The questionnaire was made available digitally, through Google Forms. The data were analyzed using descriptive statistics, presenting the results in graphs and tables. The results showed that the main factors responsible for hiring the personal trainer service are better safety and guidance during physical exercises, aesthetics and improved health.

Keywords: Hiring factors, personal trainer, customer perception;

¹ Acadêmico de Educação Física Bacharelado. E-mail: Jpmvenz@ucs.br

² Acadêmica de Educação Física Bacharelado. E-mail: Gssilva19@ucs.br

³ Professor orientador. Mestre em Ciências do Movimento Humano E-mail: Cggbono1@ucs.br

1 INTRODUÇÃO

A musculação é um dos exercícios físicos mais praticados no mundo, tanto por homens quanto por mulheres, de diferentes faixas etárias e níveis de condicionamento físico. Ela traz diversos benefícios para a saúde, como o aumento da força muscular, a melhora da postura, a prevenção de doenças e a elevação da autoestima (COUTINHO, 2001). Além da melhora na estética corporal, fazer exercícios físicos também garante aumento na qualidade de vida e na saúde dos praticantes (AMERICAN COLLEGE OF SPORTS MEDICINE, 2003 apud VIANA et al., 2011). No entanto, para que esses benefícios sejam alcançados de forma segura e eficiente, é necessário ter a orientação adequada de um profissional de educação física qualificado, que é o *personal trainer*.

O *personal trainer* é o professor particular que acompanha o aluno durante todo o treino de musculação, prescrevendo os exercícios de acordo com as suas características individuais e objetivos específicos (GARAY; SILVA; BERESFORD, 2008). Este é o profissional mais habilitado para prescrever exercícios físicos de forma adequada e segura, levando em conta as características individuais e os objetivos específicos de cada cliente. Por meio de sua experiência, o *personal trainer* pode ajudar a maximizar os benefícios do exercício físico, enquanto minimiza os riscos de lesões e outros problemas de saúde (MONTEIRO, 2006). Portanto é importante verificar quais são os motivos que levam as pessoas a contratar um *personal trainer*.

Essa pesquisa se justifica pela crescente demanda por serviços de *personal trainer* no mercado de fitness e pela necessidade de compreender os fatores que influenciam a escolha dos clientes por esse tipo de atendimento. É evidente que nas academias encontramos professores para nos auxiliar, mas pela grande demanda de pessoas dentro da sala de musculação, muitas das vezes esse auxílio fica mais vago. Silva e Silva (2011) apud Guimarães (2012) descrevem que “Os clientes iniciantes das academias podem demorar para realizar os treinos que lhe são propostos podendo muitas vezes não seguir uma instrução adequadamente da ficha prescrita, intervalos entre as séries, levando a perda da concentração e comprometimento no treino.” Dependendo das suas necessidades, se faz necessário um acompanhamento mais individualizado de alguém que seja capacitado para atender e acompanhar seu desempenho buscando uma evolução. Conforme descreve Viana (2011) “Esse é um processo em que o profissional consegue avaliar de maneira sistemática, baseado

no condicionamento físico inicial, nos objetivos, individualidade e limites de cada aluno, aumentando dessa forma a assiduidade e conseqüentemente os resultados.” Portanto, o objetivo geral deste estudo é identificar os fatores motivacionais que influenciam a escolha pelo treinamento personalizado com um *personal trainer*; Os objetivos específicos são: correlacionar sexo e idade; e verificar a importância do uso de redes sociais e da imagem corporal do *personal trainer*.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho adotou uma abordagem metodológica que englobou diferentes procedimentos, conforme detalhado a seguir. O tipo de pesquisa empregado foi a de caráter quantitativo, descritivo e transversal, conforme apontado por Manzato (2012), Gil (2002) e Zanguirolami (2018). O objetivo da pesquisa foi a identificação dos fatores motivacionais que influenciam a contratação de serviços de *personal trainer* em duas cidades da Serra Gaúcha, segundo a percepção dos clientes.

A população-alvo compreendeu clientes de *personal trainers* atuantes em duas academias da região mencionada. A amostra, composta por 60 participantes, foi selecionada por conveniência, sendo requisitos para inclusão a idade superior a 18 anos e o treinamento com um *personal trainer* por, no mínimo, três meses.

Referente à logística, o contato inicial foi estabelecido com duas academias da Serra Gaúcha, apresentando os objetivos da pesquisa. Posteriormente, enviou-se o Termo de Autorização Institucional para aprovação das academias. Em seguida, os clientes receberam a pesquisa acompanhada do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, cuja aceitação permitiu sua participação.

O instrumento de coleta de dados consistiu em um questionário estruturado (apêndice A), desenvolvido pelos autores, abrangendo três partes. A primeira explorou o perfil dos participantes, enquanto a segunda abordou os fatores motivacionais para a contratação de um *personal trainer*. A terceira parte, baseada nas lacunas propostas por Monteiro (2006), utilizou uma escala Likert de cinco pontos. A abordagem online marcou o procedimento de coleta de dados, iniciando com a sensibilização dos participantes via WhatsApp sobre a relevância do tema. Após a explicação, os questionários, acompanhados do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, foram enviados.

A análise dos dados se baseou nas respostas do questionário online, empregando técnicas de estatística descritiva e inferencial com o auxílio do software IBM® SPSS®. Médias, medianas, frequências, desvio padrão e coeficiente de variação foram calculados e apresentados em tabelas. A análise de variância e regressão linear permitiu explorar relações entre sexo, idade e variáveis de interesse. A interpretação dos dados possibilitou a identificação dos fatores motivacionais na contratação de *personal trainers*, atendendo aos objetivos propostos no trabalho.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir deste momento iniciaremos a discussão sobre os resultados obtidos na pesquisa. A tabela abaixo apresenta o sexo dos participantes, assim como sua faixa etária, o nível educacional, o tempo de prática com o *personal trainer*, se já trocou de profissional, se sim, quais foram os motivos para esta troca, se tem preferência para que o profissional tenha o mesmo sexo que o seu, se você procura saber o nível de qualificação do profissional, se você acha relevante o número de seguidores nas redes sociais e por fim, se a imagem corporal do *personal trainer* chama a sua atenção e se isso influencia na sua contratação.

Tabela 1 – Questionário

Pergunta n°		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
1 (Sexo)	Feminino	40	66,7	66,7	66,7
	Masculino	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	
2 (Idade)	18 a 30 anos	35	58,3	58,3	58,3
	31 a 40 anos	15	25,0	25,0	83,3
	41 a 50 anos	4	6,7	6,7	90,0
	51 a 60 anos	4	6,7	6,7	96,7
	Mais de 60 anos	2	3,3	3,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

3 (Escolaridade)	Ensino fundamental	3	5,0	5,0	5,0
	Ensino médio	11	18,3	18,3	23,3
	Ensino superior	44	73,3	73,3	96,7
	Mestrado	1	1,7	1,7	98,3
	Doutorado	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	
5 (Há quanto tempo você utiliza o serviço de personal trainer?)	Mais de 3 meses	11	18,3	18,3	18,3
	Mais de 6 meses	10	16,7	16,7	35,0
	Mais de 1 ano	9	15,0	15,0	50,0
	Mais de 2 anos	30	50,0	50,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	
6 (Já trocou de profissional?)	Sim	15	25,0	25,0	25,0
	Não	45	75,0	75,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	
7 (Se sim, possíveis motivos para a troca)	Mau atendimento	6	50,0	50,0	50,0
	Mudança de horários	1	8,33	8,33	58,33
	Preços muito além do orçamento	1	8,33	8,33	66,66
	Professor(a) trocou de academia.	1	8,33	8,33	74,99
	Troca de academia	2	16,67	16,67	91,66
	Troca de cidade	1	8,33	8,33	100,0

	Total	12	100,0	100,0	
8 (Tem preferência para que o professor tenha o mesmo sexo que o seu?)	Sim	11	18,3	18,3	18,3
	Não	49	81,7	81,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	
9 (Você procura saber o nível de instrução/q ualificação que o profissiona l tem?)	Sim	55	91,7	91,7	91,7
	Não	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	
10 (Você acha relevante o profissiona l ter redes sociais?)	Sim	40	66,7	66,7	66,7
	Não	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	
11 (Você é influenciad o pela quantidade de seguidores que o profissiona l tem?)	Sim	3	5,0	5,0	5,0
	Não	57	95,0	95,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	
12 (A imagem corporal do profissiona l é algo que lhe chama atenção?)	Sim	41	68,3	68,3	68,3
	Não	19	31,7	31,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

13 (A imagem corporal do profissional influencia na sua contratação?)	Sim	32	53,3	53,3	53,3
	Não	28	46,7	46,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Finalizada a pesquisa de campo, na análise do questionário inicial (Tabela 1), encontramos, que a maioria do público é feminino com faixa etária de 18 a 30 anos, com ensino superior e que utilizam os serviços de *personal trainer* há mais de dois anos. Os participantes pouco trocaram de profissional e, quando houve a troca, foi por conta do mau atendimento e pela falta de resultados. Não há preferência no sentido de que o profissional tenha o mesmo sexo que o contratante, a imagem corporal do profissional chama a atenção, mas não é o único fator determinante na hora de contratar, por outro lado se importam muito com o nível de instrução e se o profissional utiliza as redes sociais, mas eles não são influenciados pela quantidade de seguidores do mesmo.

As questões baseadas na escala Likert de cinco pontos avaliaram os fatores que levaram a contratação do serviço verificando se são relevantes aspectos como: a melhora da saúde, tratamento de lesão/problemas de saúde, segurança e orientação, estética, melhor convívio social dentro da academia, busca pelo alívio do estresse, desmotivação em treinar sozinho e por fim, se a pessoa sempre pretende treinar com um *personal trainer*.

Tabela 2 – Escala de Likert

Pergunta nº	N	Média	Desvio Padrão
14 (Melhora da Saúde)	60	4,47	1,142
15 (Lesão/Problemas de Saúde)	60	2,88	1,718
16 (Segurança e Orientação)	60	4,87	,389

17 (Estética)	60	4,50	,930
18 (Convívio Social)	60	1,78	1,136
19 (Estresse)	60	3,05	1,567
20 (Desmotivação ao treinar sozinho)	60	3,27	1,483
21 (Sempre treinar com <i>Personal Trainer</i>)	60	4,07	1,351

Nas questões baseadas na escala de Likert de 14 a 21 (Tabela 2), encontramos que os principais motivos para a contratação são: segurança e orientação, melhora da estética e em terceiro lugar a saúde. Ressaltamos também outros fatores relevantes que são a falta de motivação em treinar sem acompanhamento e a intenção de reduzir o nível de estresse.

De acordo com Salcedo (2010), a busca pela saúde emerge como um dos principais impulsionadores que levam indivíduos a optarem pelos serviços de um *personal trainer*. Nesse sentido, a procura por um treinamento personalizado voltado para a saúde pode ser motivada por diversas razões, como a necessidade de sair do sedentarismo, reverter condições patológicas por meio da atividade física, a busca pelo emagrecimento, a redução de dores em áreas específicas do corpo ou o simples desejo de aprimorar a qualidade de vida e prevenir doenças.

Cossenza (1996) confirma essa perspectiva, destacando que a motivação para a prática de exercícios físicos está muitas vezes ligada ao objetivo estético, servindo como ponto de partida para os benefícios à saúde. A associação da atividade física ao ideal de beleza impulsiona indivíduos de diversos perfis (gêneros, classes sociais e faixas etárias) a procurarem treinamento personalizado com o propósito de atingir o corpo considerado ideal.

Nas tabelas 3 e 4 foi verificada a relevância do profissional ter redes sociais em relação ao sexo e faixa etária dos clientes respondentes da pesquisa.

Tabela 3 – Resultados da Questão 10 relacionado ao sexo dos participantes.

10. Você acha relevante o profissional ter redes sociais:

1. Sexo	Total	P
---------	-------	---

	Feminino	Masculino		
Sim	70,0% (28)	60,0% (12)	66,7% (40)	,439
Não	30,0% (12)	40,0% (8)	33,3% (20)	
Total	100,0% (40)	100,0% (20)	100,0% (60)	

Tabela 4 – Resultados da Questão 10 relacionado à idade dos participantes.

10. Você acha relevante o profissional ter redes sociais:

2. Idade

	18 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Total	P
Sim	68,6% (24)	73,3% (11)	75,0% (3)	25,0% (1)	50,0% (1)	66,7% (40)	,426
Não	31,4% (11)	26,7% (4)	25,0% (1)	75,0% (3)	50,0% (1)	33,3% (20)	
Total	100,0% (35)	100,0% (15)	100,0% (4)	100,0% (4)	100,0% (2)	100,0% (60)	

Nas Tabelas 3 e 4 correlacionamos a questão 10, de acordo com o sexo e idade dos participantes, analisando a importância de o profissional ter redes sociais, cuja maioria acredita que é relevante o uso das redes sociais por parte do *personal trainer*. Conforme o resultado de Pearson no teste de Chi-quadrado o valor de $p > 0,05$ portanto não existe correlação entre homens e mulheres.

As redes sociais são ferramentas influentes para qualquer estratégia de marketing digital, pois permitem um maior alcance, engajamento e fidelização dos clientes (JIAJIA, 2018; CORREIA; SILVA, 2019). Elas também são vistas como um canal de comunicação e interação muito poderoso, que pode facilitar a difusão de tecnologias e soluções relacionadas à saúde e ao bem-estar. Segundo Kimura, Basso e Martin (2008), as redes sociais têm uma

grande relevância nos vínculos entre os indivíduos, que influenciam o processo de difusão de inovações e informações.

Logo, sabendo destes potenciais que as redes sociais oferecem no âmbito do marketing digital, o *personal trainer* pode muito bem aproveitar destes benefícios para conseguir divulgar seu serviço para mais clientes, ter uma maior visibilidade a respeito da sua imagem perante a profissão e também criar estratégias para obter e fidelizar clientes.

As redes sociais são ferramentas que podem auxiliar o *personal trainer* a se comunicar com seus clientes, divulgar seus serviços, criar engajamento e fidelização, além de se atualizar sobre as tendências e novidades do mercado fitness. O Instagram, por exemplo, é uma rede social que permite o compartilhamento de fotos e vídeos, que podem ser usados para mostrar os resultados dos treinos, as dicas de saúde e bem-estar, os depoimentos dos alunos, entre outros conteúdos que geram interesse e confiança no público-alvo. Segundo um estudo realizado por Toffolo (2019), o Instagram é utilizado por muitos *personal trainers* como uma estratégia de marketing de relacionamento, que visa criar e manter um vínculo duradouro com os clientes. O estudo também aponta que o *personal trainer* deve ter cuidado com a qualidade e a frequência das postagens, bem como com a interação com os seguidores, para não gerar uma imagem negativa ou desinteressante. Portanto, pode-se concluir que as redes sociais são relevantes para o *personal trainer*, pois oferecem oportunidades de comunicação, divulgação, engajamento e fidelização. No entanto, é preciso que o *personal trainer* saiba utilizar essas ferramentas de forma adequada, ética e responsável, respeitando as normas e os valores da sua profissão.

Nas tabelas 5, 6, 7 e 8 foi verificado se a imagem corporal do profissional chama a atenção dos clientes e se isso influencia na sua contratação, em relação ao sexo e idade dos participantes da pesquisa.

Tabela 5 – Resultados da Questão 12 relacionado ao sexo dos participantes.

12. A imagem corporal do profissional é algo que lhe chama atenção:

	1. Sexo			
	Feminino	Masculino	Total	P
Sim	67,5% (27)	70,0% (14)	68,3% (41)	,844
Não	32,5% (13)	30,0% (6)	31,7% (19)	

Total	100,0% (40)	100,0% (20)	100,0% (60)
-------	-------------	-------------	-------------

Tabela 6 – Resultados da Questão 12 relacionado à idade dos participantes.

12. A imagem corporal do profissional é algo que lhe chama atenção:

2. Idade							
	18 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Total	P
Sim	68,6% (24)	53,3% (8)	75,0% (3)	100,0% (4)	100,0% (2)	68,3% (41)	,352
Não	31,4% (11)	46,7% (7)	25,0% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	31,7% (19)	
Total	100% (35)	100% (15)	100% (4)	100% (4)	100% (2)	100% (60)	

Tabela 7 – Resultados da Questão 13 relacionado ao sexo dos participantes.

13. A imagem corporal do profissional influencia na sua contratação:

1. Sexo					
	Feminino	Masculino	Total		P
Sim	55,0% (22)	50,0% (10)	53,3% (32)		,714
Não	45,0% (18)	50,0% (10)	46,7% (28)		
Total	100,0% (40)	100,0% (20)	100,0% (60)		

Tabela 8 – Resultados da Questão 13 relacionado à idade dos participantes.

13. A imagem corporal do profissional influencia na sua contratação:

2. Idade	Total	P
----------	-------	---

	18 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	51 a 60 anos	Mais de 60 anos	
Sim	51,4% (18)	46,7% (7)	50,0% (2)	75,0% (3)	100,0% (2)	53,3% (32) ,585
Não	48,6% (17)	53,3% (8)	50,0% (2)	25,0% (1)	0,0% (0)	46,7% (28)
Total	100,0% (35)	100,0% (15)	100,0% (4)	100,0% (4)	100,0% (2)	100,0% (60)

Nas Tabelas 5, 6, 7 e 8 analisamos se a imagem corporal do profissional chama a atenção dos alunos/clientes e se isso influencia na sua contratação em relação ao sexo e idade. O sim teve maior percentual, portanto é algo que chama a atenção, mas não tem associação entre o sexo e idade pois, no resultado de Pearson no teste de Chi- quadrado o valor de $p > 0,05$.

Segundo estudos encontrados na literatura acadêmica (SILVA et al., 2022; SILVA, 2019; DANTAS-RODRIGUES et al., 2020.), a imagem corporal e a aparência do *personal trainer* podem ser fatores importantes para os clientes, que buscam profissionais que transmitam conhecimento, segurança e confiança em seu trabalho. Além disso, a imagem corporal e a aparência do *personal trainer* podem ser elementos de distinção e singularização no mercado de trabalho, que é bastante competitivo. No entanto, os estudos também apontam que há uma discrepância entre como o *personal trainer* se reconhece e como os clientes o percebem, e que outros aspectos, como a formação, a experiência, a metodologia e o relacionamento interpessoal, também são valorizados pelos clientes. Portanto, pode-se dizer que a imagem corporal do *personal trainer* influencia na sua contratação, mas não é o único fator determinante.

Relacionando os estudos acadêmicos citados com os resultados encontrados na presente pesquisa, podemos afirmar que existe relação entre os dados obtidos referentes à importância do *personal trainer* utilizar redes sociais e sua imagem corporal na visão dos clientes/alunos com o que já existe na literatura acadêmica. Este trabalho pôde confirmar que a maioria dos clientes, independente do sexo e idade acreditam ser relevante o *personal trainer* utilizar redes sociais e manter uma boa imagem corporal, confirmando as hipóteses dos pesquisadores.

CONCLUSÃO

O objetivo geral deste estudo foi verificar quais são os fatores de influência na contratação do *personal trainer* em duas cidades da Serra Gaúcha na percepção dos clientes. Conclui-se que os principais fatores são melhor segurança e orientação, estética e melhora da saúde. Com relação aos objetivos específicos, que eram correlacionar sexo e idade encontrou-se que não há uma diferença estatisticamente significativa em nenhum dos itens analisados. Com relação a imagem corporal e redes sociais os resultados apontaram que eles são fatores relevantes na contratação do *personal trainer*, mas também não apresentam diferenças estatisticamente significativas entre homens e mulheres e entre as faixas etárias.

As limitações deste estudo foram as seguintes: encontrar participantes dispostos a responder a pesquisa nas cidades participantes do estudo, o que acarretou um número reduzido de amostra e foi realizada em apenas duas cidades da Serra Gaúcha.

Sugere-se, portanto, a continuidade do estudo ampliando o número da amostra e também ampliando o número de cidades participantes.

REFERÊNCIAS

- CORREIA, A. K. P.; SILVA, A. B. Redes sociais no processo de marketing digital: um estudo das ferramentas Facebook e Youtube. *Revista Ambiente Acadêmico*, v. 5, n. 2, p. 26-44, jul./dez. 2019
- COSENZA, Carlos Eduardo; CONTURSI, Ernani Bevilaqua. **Manual do Personal Trainer**. Rio de Janeiro: Sprint, 1998.
- COUTINHO, W. Enciclopédia do emagrecimento. São Paulo: Ed. Goal, 2001.
- DANTAS-RODRIGUES, André Wagner et al.. Imagem corporal do *personal trainer* relacionada à credibilidade profissional. *Revista Pensar a Prática*, v.23:e59595, 2020.
- GARAY, L.C; SILVA I.L; BERESFORD, H. O treinamento personalizado: Um enfoque paradigmático da performance para o do bem-estar. *Revista Arquivos em Movimento*. 2008.
- GIL, Antônio Carlos. **Como classificar as pesquisas. Como elaborar projetos de pesquisa**, v. 4, n. 1, p. 44-45, 2002.
- GUIMARÃES, Jéssica Melo. Perfil de aderência e permanência de alunos de *personal trainer* da cidade de Cuiabá. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, São Paulo, v. 6, n. 33, p. 241-245, set. 2012.
- JIAJIA, Lin. Marketing digital: a utilização das redes sociais como estratégia de empreendedorismo. Estudo de caso: B de B doces. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, 2018.
- KIMURA, Herbert; BASSO, Leonardo Fernando Cruz; MARTIN, Diógenes Manoel Leiva. Redes sociais e o marketing de inovações. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, v. 9, p. 157-181, 2008.
- MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. Departamento de Ciência de Computação e Estatística–IBILCE–UNESP, v. 17, 2012.
- MONTEIRO, L. Z. Perfil da Atuação do Profissional de Educação Física Junto aos Portadores de Diabetes Mellitus nas Academias de Ginástica de Fortaleza. Dissertação de mestrado em Educação em Saúde - UNIFOR. Fortaleza, 2006.
- SALCEDO, Jonatas Furtado. **Os motivos à prática regular do treinamento personalizado: um estudo com alunos de personal trainer**. 2010.
- SILVA, J. H. D. DA . et al.. Aspectos envolvidos na contratação e manutenção do *personal trainer*: capitais em jogo. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 44, p. e010321, 2022.

SILVA, Matheus Paim. Imagem corporal do *Personal Trainer* e sua influência na escolha por parte de contratantes do serviço na Serra Gaúcha. Repositório Institucional da UCS, 2019.

TOFFOLO, Gabriele Horn. *Personal trainer* e Instagram: uma perspectiva da utilização do aplicativo como ferramenta de engajamento. Repositório Institucional da UFRGS, 2019.

VIANA, Emanuela *et al.* ALTERAÇÕES DA COMPOSIÇÃO CORPORAL APÓS PROGRAMA DE *PERSONAL TRAINER* EM MULHERES. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva: Periódico do Instituto Brasileiro de Pesquisa e Ensino em Fisiologia do Exercício**, São Paulo, v. 5, n. 28, p. 317-325, ago. 2011. Acesso em: 22 abr. 2023.

ZANGIROLAMI-RAIMUNDO, Juliana; ECHEIMBERG, J. de O.; LEONE, Claudio. **Tópicos de metodologia de pesquisa: Estudos de corte transversal**. *J Hum Growth Dev*, v. 28, n. 3, p. 356-60, 2018.

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO SOBRE A CONTRATAÇÃO DO PERSONAL TRAINER

Este questionário tem como objetivo identificar quais são os principais fatores que influenciam o cliente/aluno na escolha e na contratação dos serviços de Personal Trainer. Por favor, responda as perguntas com sinceridade. As suas respostas serão confidenciais e anônimas.

Qual a cidade que você realiza os seus treinamentos com personal trainer?

Flores da Cunha

Caxias do Sul

Outro:

1. Sexo

Feminino

Masculino

2. Idade

18 a 30 anos

31 a 40 anos

41 a 50 anos

51 a 60 anos

Mais de 60 anos

3. Escolaridade

Ensino Fundamental

Ensino Médio

Ensino Superior

Mestrado

Doutorado

4. Profissão

5. Há quanto tempo você utiliza o serviço de personal trainer?

Mais de 3 meses

Mais de 6 meses

Mais de 1 ano

Mais de 2 anos

6. Já trocou de profissional?

Sim

Não

7. Se sim, possíveis motivos para a troca

Não tive resultados

Mau atendimento

Preços muito além do orçamento

Lesões durante o treino

Outro:

8. Tem preferência para que o professor tenha o mesmo sexo que o seu?

Sim

Não

9. Você procura saber o nível de instrução/qualificação que o profissional tem?

Sim

Não

10. Você acha relevante o profissional ter redes sociais?

Sim

Não

11. Você é influenciado pela quantidade de seguidores que o profissional tem?

Sim

Não

12. A imagem corporal do profissional é algo que lhe chama atenção?

Sim

Não

13. A imagem corporal do profissional influencia na sua contratação?

Sim

Não

Em uma escala de 1 a 5, onde 1 significa “Discordo totalmente” e 5 significa “Concordo totalmente”, indique o seu grau de concordância com as seguintes afirmações:

- Eu contratei um personal trainer porque quero melhorar a minha saúde.

Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Concordo totalmente

- Eu contratei um personal trainer porque preciso tratar de uma lesão/problemas de saúde.

Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Concordo totalmente

- Eu contratei um personal trainer porque desejo treinar com uma melhor segurança e orientação.

Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Concordo totalmente

- Eu contratei um personal trainer porque quero melhorar minha aparência física.

Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Concordo totalmente

- Eu contratei um personal trainer porque quero ter um melhor convívio social dentro da academia.

Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Concordo totalmente

- Eu contratei um personal trainer porque quero reduzir meu nível de estresse.

Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Concordo totalmente

- Eu contratei um personal trainer porque não sinto prazer/motivação treinando sem acompanhamento.

Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Concordo totalmente

- Eu pretendo sempre treinar com um personal trainer.

Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Concordo totalmente