

QUALIDADE PERCEBIDA E INTENÇÃO DE FIDELIZAÇÃO EM ATIVIDADES DE GRUPO DE FITNESS

Francisco Campos^{*1,2,5}, Daniela Almeida¹, José Aleixo³, Fernando Martins^{1,2,4,5}¹Polytechnic University of Coimbra, Coimbra, Portugal; ²SPRINT - Sport Physical activity and health Research & INnovation cenTer, Polytechnic University of Coimbra, Coimbra, Portugal; ³LFitness, Oliveira do Bairro, Portugal; ⁴inED - Centre for Research & Innovation in Education, Polytechnic University of Coimbra, Coimbra, Portugal; ⁵Instituto de Telecomunicações, Delegação da Covilhã, Covilhã, Portugal

Resumo

A qualidade da intervenção do instrutor de atividades de grupo (AG) tem sido apontada como fator determinante na experiência do praticante e na sua continuidade de prática (fidelização) em serviços de fitness. Neste contexto, o presente estudo teve como objetivos: (i) caracterizar e comparar a percepção da qualidade do comportamento do instrutor em quatro atividades de grupo (BODYBALANCE™, Indoor Cycling, Ginástica Localizada e Zumba®); e (ii) associar a percepção de qualidade com a intenção de fidelização dos praticantes. Participaram 153 utilizadores de AG, dos 18 aos 70 anos ($M \pm DP = 42.88 \pm 12.03$). Foi utilizada uma versão reduzida e adaptada do questionário QIF-AG para avaliar 10 indicadores de qualidade do instrutor e a intenção de fidelização dos utilizadores. Recorreu-se à estatística descritiva ($M \pm DP$), análise de variância (ANOVA one-way) para comparações entre as atividades, e coeficientes de correlação de Pearson as associações entre as variáveis. Os resultados não revelaram diferenças estatisticamente significativas entre atividades, mas evidenciaram correlações positivas e consistentes entre a qualidade percebida e a intenção de fidelização, com destaque para a imagem, boa disposição, simpatia, motivação, e conhecimento. Os resultados reforçam o papel fulcral dos instrutores na satisfação e fidelização dos praticantes, no contexto das AG, e apontam/reforçam a importância de integrar competências relacionais na formação e avaliação profissional.

Palavras-chave: qualidade percebida; instrutor; atividades de grupo de fitness; satisfação; fidelização.

Abstract

The quality of the intervention of the group activity (GA) instructor has been pointed out as a determining factor in the experience of the participant and in his continuity of practice (loyalty) in fitness services. In this context, the present study aimed to: (i) characterize and compare the perception of the quality of the instructor's behaviour in four group activities (BODYBALANCE™, Indoor Cycling, Strength and Conditioning, Zumba®); and (ii) associate the perception of quality with the participant's loyalty intention. A total of 153 GA users aged 18 to 70 years ($M \pm SD = 42.88 \pm 12.03$) participated. A shortened and adapted version of the QIF-AG questionnaire was used to assess 10 indicators of instructor quality and participant's loyalty intention. Was used descriptive statistics ($M \pm SD$), analysis of variance (one-way ANOVA) for comparisons between activities, and Pearson's

Manuscrito recebido: 01/07/2025

Manuscrito aceptado: 17/08/2025

*Corresponding Author: Francisco Campos, Polytechnic University of Coimbra, Coimbra, Portugal; SPRINT - Sport Physical activity and health Research & INnovation cenTer, Polytechnic University of Coimbra, Coimbra, Portugal

Orcid-Id: <https://orcid.org/0000-0003-1990-0589>

Correo-e: franciscampos@esec.pt

correlation coefficients for associations between variables. Results did not reveal statistically significant differences between GA, but showed positive and consistent correlations between the perceived quality and loyalty intention, with emphasis on image, good mood, sympathy, motivation, and knowledge. Results reinforce the central role of instructors in participant's satisfaction and loyalty intention, in GA, and point out/reinforce the importance of integrating relational skills in professional training and assessment.

Keywords: Perceived quality; instructor; fitness group activities; satisfaction; loyalty

Resumen

La calidad de la intervención del instructor de actividades grupales (AG) ha sido señalada como un factor determinante en la experiencia del practicante y en su continuidad de la práctica (fidelización) en los servicios de fitness. En este contexto, el presente estudio tuvo como objetivo: (i) caracterizar y comparar la percepción de la calidad del comportamiento del instructor en cuatro actividades grupales (BODYBALANCE™, Indoor Cycling, Gimnasia Localizada y Zumba®); y (ii) asociar la percepción de calidad con la intención de fidelización de los practicantes. Participaron 153 usuarios de AG de 18 a 70 años ($M \pm DE = 42.88 \pm 12.03$). Se utilizó una versión abreviada y adaptada del cuestionario QIF-AG para evaluar 10 indicadores de la calidad del instructor y la intención del usuario. Se utilizó estadística descriptiva ($M \pm DE$), análisis de varianza (ANOVA de una vía) para las comparaciones entre actividades y coeficientes de correlación de Pearson para las asociaciones entre variables. Los resultados no revelaron diferencias estadísticamente significativas entre las actividades, pero mostraron correlaciones positivas y consistentes entre la calidad percibida y la intención de fidelización, con énfasis en la imagen, el buen humor, la simpatía, la motivación y el conocimiento. Los resultados refuerzan el papel central de los instructores en la satisfacción y lealtad de los profesionales, en el contexto de la AG, y señalan/refuerzan la importancia de integrar las habilidades relacionales en la formación y evaluación profesional.

Palabras clave: calidad percibida; instructor; actividades grupales de fitness; satisfacción; fidelización

Introdução

O setor do fitness tem vindo a afirmar-se como um dos mais dinâmicos e crescentes no âmbito da atividade física, desporto e saúde, com uma diversidade de serviços que evolui ano após ano, acompanhando as tendências

sociais e comportamentais emergentes (Franco et al., 2024; Newsome et al., 2024). Esta expansão é o reflexo do aumento da procura por estilos de vida mais saudáveis e ativos, consolidando os centros de fitness como espaços privilegiados de intervenção para a promoção da saúde (European Commission, 2022). A diversificação da oferta, incluindo as atividades de grupo (AG), o treino personalizado e a sala de exercício, bem como serviços periféricos (e.g., avaliação física, cafetaria, gabinete de estética), visam responder à heterogeneidade dos perfis, motivações e objetivos dos utilizadores (EuropeActive and Deloitte, 2024; Pedragosa & Ferreira, 2024).

No atual contexto competitivo, em que os clubes têm acesso a soluções semelhantes, a diferenciação passa pela qualidade do serviço prestado (Amaral, 2025; Jaques, 2025). A qualidade do serviço em centros de fitness é um construto multidimensional, que engloba aspetos tangíveis (e.g., instalação física, equipamentos, materiais) e intangíveis, como a interação instrutor-utilizador, determinante para a percepção de valor, satisfação e intenção de fidelização (Berry et al., 1988; Ferreira-Barbosa et al., 2020; Glaveli et al., 2021; Zeithaml et al., 1996). São vários os estudos que evidenciam que a percepção de qualidade influencia positivamente a satisfação e o comportamento futuro do consumidor, nomeadamente quanto às suas intenções de fidelização e recomendação (Braga-Pereira et al., 2024; Çevik & Sevilmiş, 2024; Gonçalves & Diniz, 2015; Rahmati & Honari, 2013; Yiğit & Soyer, 2023).

As AG têm um papel central na estrutura dos serviços prestados no âmbito do fitness, sendo uma das opções mais procuradas e com maior diversidade de oferta (Campos et al., 2017; Cardoso, 2022; Pedragosa & Ferreira, 2025). São caracterizadas pela prática coletiva, conduzida por um instrutor especializado, com uso estruturado de música e sequências de exercícios para objetivos de saúde, aptidão física e bem-estar (Karageorghis, 2017; Melo & Campos, 2021). Estas atividades variam quanto ao tipo de esforço predominante, ritmo, objetivos específicos e perfil do praticante; podem ser classificadas em diferentes tipos: holísticas (e.g., BODYBALANCE™); de resistência cardiovascular (e.g., Indoor Cycling); de força e tonificação muscular (e.g., Localizada); ou dançáveis (e.g., Zumba®) (Gaspar, 2021; Silva et al., 2022). A escolha dos praticantes está frequentemente associada a fatores como o nível de aptidão, preferências, objetivos, disponibilidade horária e experiências prévias (Pajaujiene, 2015).

Nas AG, os instrutores desempenham um papel multifacetado, integrando funções técnicas, pedagógicas e relacionais (Campos et al., 2019, 2020). A sua competência para comunicar eficazmente, motivar, adaptar a sessão à

realidade do praticante e criar um ambiente positivo é decisiva para melhorar a percepção de qualidade do serviço (Campos et al., 2017; Franco & Simões, 2021; Braga-Pereira et al., 2025). A literatura aponta que indicadores de qualidade como simpatia, comunicação, dedicação, imagem ou conhecimento, entre outros (Campos et al., 2020), contribuem para experiências mais satisfatórias e motivadoras, reforçando a intenção de fidelização.

Por conseguinte, importa aprofundar a compreensão sobre como os utilizadores percebem a qualidade da intervenção dos instrutores nas diferentes AG, e de que forma esta percepção se associa à intenção de fidelização. Neste estudo, analisaram-se quatro AG distintas (BODYBALANCE™, Indoor Cycling, Localizada e Zumba®), com o objetivo de: caracterizar e comparar a qualidade da intervenção do instrutor (QI) percebida pelos utilizadores de AG; associar a QI percebida pelos utilizadores de AG à sua intenção de fidelização (IF). Pretende-se, desta forma, contribuir para o avanço do conhecimento sobre os possíveis indicadores que influenciam a retenção dos clientes no setor do fitness, de acordo com a especificidade de cada AG, com implicações práticas e diretas para a gestão de recursos humanos, em concreto para a formação técnica dos instrutores, em prol de uma melhor e mais adequada intervenção profissional.

Metodologia

Participantes

153 utilizadores de AG, de cinco ginásios de uma cadeia de fitness em Portugal, participaram no estudo, com idades compreendidas entre os 18 e 70 anos [Média±Desvio Padrão (M±DP) = 42.88±12.03]. Destes, 114 (81,05%) são do sexo feminino e 29 (18,95%) do masculino. Os dados foram recolhidos de diferentes AG: BODYBALANCE™ (n=26), Indoor Cycling (n=76), Localizada (n=27) e Zumba® (n=24). Os critérios de inclusão foram: ter idade igual ou superior a 18 anos; estar inscrito em um dos ginásios há pelo menos um mês; frequentar o ginásio pelo menos uma vez por semana. Todos os participantes foram informados sobre o tema e objeto do estudo, e preencheram o termo de consentimento livre e esclarecido. O estudo foi aprovado pela Comissão de Ética do Instituto Politécnico de Coimbra (Portugal) (número D40/2024).

Instrumentos

Para recolha dos dados, foi feita uma versão reduzida e adaptada do questionário Qualidade do Instrutor de Fitness - Atividades de Grupo (QIF-AG), de Campos et al. (2016). Entre outros, e para esta pesquisa específica, foi construído o instrumento QIF(vr) - Atividades em Grupo [QIF(vr)-AG]. Para avaliar a QI foram considerados 10 indicadores de qualidade [comunicação, boa disposição, simpatia, imagem, motivação: dimensão relacional (DR); instrução, planeamento, pontualidade, conhecimento, dedicação: dimensão técnico-pedagógica (DTP)], adaptados do QIF-AG (Campos et al., 2016), e respondidos numa escala de Likert de 7 pontos, de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente). Um maior valor obtido corresponderá a uma maior percepção de qualidade. Para além desta parte específica, relacionada com a QI percebida pelos utilizadores de AG, apresenta, entre outras, uma questão relacionada com a intenção de fidelização (IF) – Como classifica neste momento a sua intenção de fidelização (querer continuar inscrito no...) – também respondida numa escala Likert de 7 pontos, de 1 (abandonar assim que possível) a 7 (abandonar só por motivos de força maior).

Procedimentos

Numa fase prévia, a recolha foi articulada com a coordenação da cadeia de fitness, que ficou encarregue de enquadrar o trabalho e solicitar a colaboração de todos os utilizadores de AG dos cinco ginásios da cadeia. Embora a recolha de dados tenha sido feita online, houve uma sensibilização presencial, por parte dos próprios instrutores junto dos praticantes, sobre a importância da sua contribuição, para melhorar a qualidade do serviço prestado. Na

distribuição do questionário, foi utilizado o software Customer Relationship Management (CRM), da Salesforce. Os dados foram recolhidos de 25 de novembro a 20 de dezembro de 2024.

Análise estatística

Para a caracterização foi utilizada estatística descritiva, especificamente os valores de M±DP. O teste ANOVA one-way foi utilizado para comparar a QI em cada um dos 10 itens, segundo a atividade (BODYBALANCE™, Indoor Cycling, Localizada e Zumba®), após a verificação dos pressupostos de normalidade e homogeneidade (Pestana & Gageiro, 2014; Tabachnick & Fidell, 2021). A classificação do effect size (ES) foi feita de acordo com os valores de referência do eta quadrado (η²) (Marôco, 2021): pequeno (η²≤.05); moderado (.05<η²≤.25); elevado (.25<η²≤.50); muito elevado (η²>.50).

Para avaliar a magnitude e direção das associações da QI percebida pelos utilizadores com a IF, foi realizado o teste de correlação de Pearson (p), após a validação do pressuposto de normalidade (Pallant, 2020). A normalidade de cada variável univariada foi avaliada pelo teste de Kolmogorov-Smirnov. Nos casos em que a normalidade não foi confirmada, seguimos o Teorema do Limite Central, que permite assumir a normalidade pelo tamanho da amostra suficientemente grande (Field, 2018, Marôco 2021). Para classificar a intensidade das associações entre variáveis, adotou-se a escala apresentada por Hopkins (2002): muito fraca (p<.1); fraca (.1<p≤.3); moderada (.3<p≤.5); forte (.5<p≤.7); muito forte (.7<p≤.9); quase perfeita (p>.9); perfeita (p=1.0). A análise estatística foi realizada utilizando o software IBM SPSS (versão 28), para um nível de significância de 5% (p<.05).

Resultados

Iniciamos a apresentação dos resultados para dar resposta ao primeiro objetivo: caracterizar e comparar a QI percebida, em AG, pelos utilizadores de BODYBALANCE™, Indoor Cycling, Localizada e Zumba® (Tabela 1). Na caracterização (M±DP), pelos valores de média de resposta mais elevados destacamos os seguintes indicadores de qualidade por AG estudada: BODYBALANCE™ [pontualidade (6.92±.27), dedicação (6.84±.54), imagem (6.80±.49), motivação (6.76±.58)]; Indoor Cycling [pontualidade (6.81±.53), motivação (6.77±.60), imagem (6.76±.48), conhecimento (6.73±.73)]; Localizada [pontualidade (6.92±.38), simpatia (6.88±.42), dedicação (6.81±.48), imagem (6.80±.55)]; Zumba® [comunicação (6.78±.57), planeamento (6.71±.46), pontualidade (6.71±.72), motivação (6.57±.75)]. Pela comparação entre as diferentes AG, através do teste ANOVA one-way, é possível verificar que não existem diferenças significativas entre estas, em cada um dos 10 itens/ indicadores de qualidade estudados (Tabela 1).

No que concerne ao segundo objetivo (associar a QI percebida pelos utilizadores de AG à IF), os resultados são apresentados na Tabela 2. No BODYBALANCE™ existe uma associação positiva, estatisticamente significativa, entre dois dos indicadores de qualidade do instrutor de AG e a IF dos utilizadores, ambos da DR [simpatia (p=.041; p=.404; intensidade moderada); imagem (p=.016; p=.469; intensidade moderada)]. No Indoor Cycling, existe uma associação positiva significativa em sete indicadores de qualidade, os cinco da DR [comunicação (p=.011; p=.289; intensidade fraca); boa disposição (p=.019; p=.269; intensidade fraca); simpatia (p=.029; p=.251; intensidade fraca); imagem (p=.008; p=.302; intensidade moderada); motivação (p=.005; p=.318; intensidade moderada)], e dois da DTP [pontualidade (p=.011; p=.289; intensidade fraca); conhecimento (p=.046; p=.229; intensidade fraca)]. Na Localizada, há uma associação positiva significativa em nove indicadores, quatro da DR [comunicação (p=.001; p=.722; intensidade muito forte); boa disposição (p=.001; p=.581; intensidade forte); imagem (p=.001; p=.699; intensidade forte); motivação (p=.001; p=.318; intensidade forte)], e os cinco da DTP [instrução (p=.001; p=.701; intensidade muito forte); planeamento (p=.001; p=.601; intensidade forte); pontualidade (p=.036; p=.405; intensidade moderada); conhecimento (p=.001; p=.616; intensidade forte); dedicação (p=.001; p=.596; intensidade forte)]. Na Zumba®

Tabela 1. Caracterização e comparação da QI percebida pelos utilizadores de AG.

	BODYBALANCE™	Indoor Cycling	Localizada	Zumba®	F	p	η²
Comunicação	6.50±.98	6.65±.87	6.77±.57	6.78±.57	0.625	0.807	0.026
Boa disposição	6.73±.87	6.32±1.21	6.70±.72	6.50±.94	1.148	0.324	0.047
Simpatia	6.73±.66	6.48±1.14	6.88±.42	6.35±1.64	1.066	0.389	0.043
Imagem	6.80±.49	6.76±.48	6.80±.55	6.42±1.01	1.029	0.421	0.042
Motivação	6.76±.58	6.77±.60	6.66±.67	6.57±.75	0.88	0.56	0.036
Instrução	6.19±1.74	6.48±.98	6.48±1.01	6.28±.91	0.941	0.502	0.039
Planeamento	6.69±.73	6.65±.90	6.70±.86	6.71±.46	0.473	0.919	0.02
Pontualidade	6.92±.27	6.81±.53	6.92±.38	6.71±.72	0.498	0.904	0.021
Conhecimento	6.73±.72	6.73±.73	6.70±.72	6.42±1.15	0.59	0.837	0.025
Dedicação	6.84±.54	6.71±.68	6.81±.48	6.50±1.16	0.8	0.64	0.033
* significativo para p<.05.							

existe uma associação positiva significativa em seis indicadores, quatro da DR [boa disposição (p=.005; p=.700; intensidade forte); simpatia (p=.001; p=.769; intensidade muito forte); imagem (p=.024; p=.598; intensidade forte); motivação (p=.022; p=.603; intensidade forte)], e dois da DTP [conhecimento (p=.001; p=.875; intensidade muito forte); dedicação (p=.001; p=.873; intensidade muito forte)] (Tabela 2).

Discussão

Os resultados deste estudo reforçam a relevância da qualidade do comportamento do instrutor na percepção do serviço em diferentes atividades de grupo (AG), e associação com a intenção de fidelização (IF) dos praticantes. Esta relação está em consonância com a literatura, que destaca a qualidade do serviço como fator determinante na satisfação e fidelização dos utilizadores (Berry et al., 1988; Braga-Pereira et al., 2025; Ferreira-Barbosa et al., 2020; Glaveli et al., 2021; Gonçalves & Diniz, 2015; Zeithaml et al., 1996). No contexto do fitness, onde o serviço prestado tem uma dimensão profissional, relacional, técnica e pedagógica (Campos et al., 2020), o papel do instrutor assume preponderância e centralidade, conforme demonstrado por Braga-Pereira et al. (2024, 2025), Campos et al. (2017, 2019) ou Glaveli et al. (2021).

A análise por atividade permitiu observar variações nos indicadores de qualidade do instrutor, de AG, mais valorizados pelos utilizadores. No BODYBALANCE™, pontualidade e dedicação destacam-se, refletindo a busca por um ambiente rigoroso, tranquilo, estruturado e tecnicamente bem conduzido (Franco et al., 2021; Melo & Campos, 2021). No Indoor Cycling, pontualidade, motivação e imagem demonstram a importância de uma liderança técnica emocional, talvez pelo elevado esforço físico exigido nesta tipologia de AG (Franco & Simões, 2021). Na Localizada, pontualidade, simpatia e dedicação foram os indicadores mais reconhecidos, confirmando a valorização de aspetos da consistência e rigor profissional, bem como da dimensão relacional (Campos et al., 2017, 2020). Na AG Zumba®, sobressaem comunicação e motivação, elementos compatíveis com o caráter marcadamente lúdico e social desta atividade (Karageorghis, 2017; Pajaujiene, 2015). Entre os indicadores de qualidade que mais se destacam, pelos valores de média de resposta dos praticantes, temos a pontualidade (DTP), nas quatro AG estudadas, e a imagem (BODYBALANCE™, Indoor Cycling e Localizada) e motivação (BODYBALANCE™, Indoor Cycling e Zumba®), ambas presentes em três das quatro AG em análise. Entendemos que a pontualidade pode ser encarada como um requisito obrigatório, conforme referido em Campos et al. (2020); para muitos praticantes, é impensável o instrutor não ser pontual ou assíduo, da mesma forma que não é tolerável os espaços físicos não estarem limpos e higienizados, algo encarado como adquirido e característico do serviço

adquirido (Santos et al., 2021). Quanto à imagem e motivação, os resultados reforçam o já plasmado na literatura da especialidade, sobre a importância da componente relacional para o exercício desta atividade (Barbosa et al., 2023; Braga-Pereira et al., 2024, Campos et al., 2020, 2023; Cardoso et al., 2023), algo que não deve ser relativizado pelos instrutores, na adequação da intervenção, nem pelos próprios diretores técnicos, em cargos de gestão/coordenação, por exemplo na formação contínua destes recursos.

A consistência das associações positivas entre a QI percebida pelos utilizadores e a sua IF corrobora estudos prévios que evidenciam que os utilizadores satisfeitos com o serviço e com o instrutor apresentam maior intenção de fidelização (Braga-Pereira et al., 2024, 2025, Campos et al., 2017, 2019; Glaveli et al., 2021, Yigit & Soyer, 2023). Este fenómeno pode ser explicado por mecanismos psicológicos ligados à satisfação das necessidades básicas, ao divertimento e questões motivacionais (Braga-Pereira et al., 2025), promovendo um maior vínculo e compromisso com a prática regular. O relacionamento interpessoal estabelecido com o instrutor, frequentemente referido como determinante para permanência ou abandono da prática (Campos et al., 2017, 2019), emerge como um elemento-chave para a satisfação e fidelização. Os resultados obtidos permitirão ao instrutor perceber, conforme a AG, quais são os indicadores de qualidade que mais se associam à intenção de fidelização dos praticantes: BODYBALANCE™ (simpatia, e imagem); Indoor Cycling (comunicação, boa disposição, simpatia, imagem, motivação, pontualidade, e conhecimento); Localizada (comunicação, boa disposição, imagem, motivação, instrução, planeamento, dedicação, pontualidade, conhecimento); Zumba® (boa disposição, simpatia, imagem, motivação, conhecimento, e dedicação). O único indicador comum nas quatro AG é a imagem (DR), o que reforça a sua importância, variável que tem sido objeto de pesquisa nos últimos anos (Ardelean et al., 2024; Campos et al., 2023; Cardoso et al., 2023). Também na DR, destacamos boa disposição (Indoor Cycling, Localizada, Zumba®), simpatia (BODYBALANCE™, Indoor Cycling, Zumba®), e motivação (Indoor Cycling, Localizada, Zumba®), indicadores com uma associação significativa com a IF, em três das quatro AG em estudo. Uma vez mais, reforçamos a importância da componente relacional das AG, conforme plasmado em Barbosa et al. (2023), Braga-Pereira et al. (2024), Campos et al. (2020, 2023) e Cardoso et al. (2023). Igualmente presente em três das quatro AG, temos o conhecimento, da DTP (Indoor Cycling, Localizada, Zumba®), cuja importância é corroborada em alguns trabalhos da especialidade (Campos et al., 2021; Damásio et al., 2016; Gomes et al., 2020; Santos et al., 2021). Todas estas evidências, sumariadas e compactadas na Figura 1, permitirão ao instrutor de AG, em função da atividade ministrada, adaptar e adequar a sua intervenção, em função dessa mesma especificidade, e sempre em prol da satisfação e fidelização dos utilizadores que frequentam as suas sessões (Figura 1).

Tabela 2. Associação da QI percebida pelos utilizadores de AG com a sua IF.

	BODYBALANCE™		Indoor Cycling		Localizada		Zumba®	
	p	p	p	p	p	p	p	p
Comunicação	0.182	0.27	.011*	0.289	.001*	0.722	0.55	0.175
Boa disposição	0.175	0.274	.019*	0.269	.001*	0.581	.005*	0.7
Simpatia	.041*	0.404	.029*	0.251	0.113	0.312	.001*	0.769
Imagem	.016*	0.469	.008*	0.302	.001*	0.699	.024*	0.598
Motivação	0.471	0.148	.005*	0.318	.001*	0.622	.022*	0.603
Instrução	0.443	0.157	0.513	0.076	.001*	0.701	0.07	0.499
Planeamento	0.301	0.211	0.205	0.147	.001*	0.601	0.713	0.108
Pontualidade	0.871	0.034	.011*	0.289	.036*	0.405	1	0
Conhecimento	0.679	0.085	.046*	0.229	.001*	0.616	.001*	0.875
Dedicação	0.214	0.252	0.124	0.178	.001*	0.596	.001*	0.873

* significativo para p<.05.

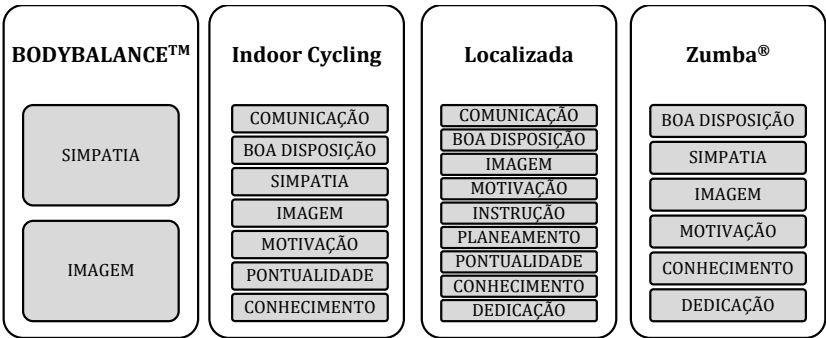


Figura 1. Indicadores de qualidade do instrutor de AG, por atividade, com associação significativa com a IF dos praticantes.

Os resultados confirmam a importância de elementos tangíveis e intangíveis do serviço, onde os instrutores representam simultaneamente as dimensões relacional e técnico-pedagógica, ou mesmo emocional (Jaques, 2025; Amaral, 2025). Como defendem Berry et al. (1988), e recentemente, Çevik e Sevilmiş (2024) e Natus et al. (2021), a satisfação e fidelização estão fortemente ancoradas na percepção de valor percebido, pela experiência vivenciada, o que implica uma atuação profissional, empática e personalizada. Em termos teóricos, este trabalho aprofunda o estudo da qualidade nos serviços de fitness, validando o pressuposto que a atuação do instrutor antecede e poderá afetar a fidelização, positiva ou negativamente, conforme sugerido por Zeithaml et al. (1996).

Conclusão

A presente pesquisa permitiu verificar que a qualidade percebida do comportamento do instrutor em AG se associa, em bastantes indicadores, de uma forma positiva e significativa à intenção de fidelização dos utilizadores, independentemente da AG analisada. Apesar de não se verificarem diferenças estatisticamente significativas entre BODYBALANCE™, Indoor Cycling, Ginástica Localizada, e Zumba®, os dados apontam para uma valorização geral dos comportamentos do instrutor, tanto relacionais como técnico-pedagógicos, por parte dos praticantes.

Os resultados reforçam a importância do instrutor, não apenas como Técnico de Exercício Físico, mas como agente de retenção nos serviços de fitness, com impacto direto na experiência positiva e continuidade das práticas. Do ponto de vista empírico, sugere-se a necessidade de uma sensibilização para estas evidências (e.g., importância da componente/dimensão relacional) e uma aposta na formação contínua dos instrutores, para o desenvolvimento de competências comunicacionais e/ou motivacionais, por exemplo, como complemento à DTP. Por outro lado, a avaliação sistemática e científica da qualidade dos instrutores, com base em instrumentos válidos, pode constituir uma ferramenta com grande utilidade para a adequação do serviço prestado e, como consequência, a melhoria dos índices de satisfação e intenção de fidelização, como resultado da maior qualidade percebida pelos praticantes. A adaptação da intervenção ao tipo de atividade e público-alvo, a empatia/simpatia no trato, uma comunicação eficaz e o reforço motivacional devem ser prioridade. A valorização de aspetos, muitas vezes relativizados, como imagem, planeamento e pontualidade são igualmente fundamentais. A gestão dos recursos humanos (e.g., Diretor Técnico) deve reconhecer o instrutor de AG como elemento vital e estratégico na satisfação e fidelização dos utilizadores, adotando sistemas regulares de feedback, estabilidade pessoal e organizacional, e reconhecimento profissional.

Entre as limitações do estudo, destaca-se a utilização de uma amostra não probabilística, concentrada numa única cadeia de ginásios, o que restringe a generalização dos resultados. Além disso, o desequilíbrio no número de participantes por AG e a natureza do questionário (autorresposta) poderão introduzir enviesamentos na percepção reportada. Futuras investigações deverão amplificar a diversidade geográfica e organizacional da amostra, incluir dados longitudinais que permitam avaliar a fidelização ao longo do tempo, cruzar diferentes fontes de dados, como observação direta, entrevista qualitativa ou avaliação por pares, para permitir uma compreensão mais abrangente da qualidade do comportamento/intervenção do instrutor de AG em diferentes contextos e populações-alvo.

Agradecimentos

Este trabalho foi apoiado por fundos nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/50008/2023 (Instituto de Telecomunicações), UIDB/05198/2023 (Centro de Investigação e Inovação em Educação, finED), UID/06185/2023 (SPRINT -Sport Physical Activity And Health Research And Innovation Center)."

Referências

- Amaral, A. (2025). A fotografia menos bonita dos clubes de fitness e saúde em Portugal. In Portugal Activo (Ed.), Sete contributos para partilhar inter pares (pp. 11–24). Portugal Activo.
- Ardelean, V., Geantă, V., Dulceanu, C., Bulzan, C., Brito-Costa, S., Furtado, G., Gomes, R., Martins, F., & Campos, F. (2024). The image of group fitness instructors: An intra- and inter-country comparison between Portugal and Romania. *Behavioral Sciences*, 14, 1199. <https://doi.org/10.3390/bs14121199>
- Barbosa, J., Ferreira-Barbosa, H., Bento, P., Loureiro, N., & Loureiro, V. (2023). The impact of fitness instructor quality on customer satisfaction in fitness centres. In F. Moreno, A. Vilaplana, & D. Camacho (Eds.), XIII Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte. Los eventos deportivos: Impacto, turismo y tecnología (pp. 183–186). Universitat de València.
- Berry, L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. (1988). The service-quality puzzle. *Business Horizons*, 31(5), 35–43.
- Braga-Pereira, R., Furtado, G., Campos, F., Sampaio, A., & Teques, P. (2024). Impact of fitness coach behavior on exercise motivation, commitment, and enjoyment: A longitudinal study. *PLOS ONE*, 19(12), e0310931. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0310931>
- Braga-Pereira, R., Furtado, G., Campos, F., Sampaio, A., & Teques, P. (2025). Enhancing exercisers' experience: A comprehensive review of insights from fitness instructors' behaviour and psychological impact. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/1612197X.2024.2437480>
- Campos, F., Damásio, A., Martins, F., Simões, V., & Franco, S. (2021). Importância atribuída no fitness: Percepção dos praticantes de acordo com o género. In A. Figueiredo, J. Rodrigues, L. Murta, P. Bezerra, A. Damásio, T. Figueiredo, & T. Fonseca (Eds.), *Desporto e Qualidade de Vida - Ensino, Investigação e Intervenção* (pp. 48–54). REDESP/PPV-ESEV.
- Campos, F., Franco, S., & Simões, V. (2019). A percepção dos praticantes de hidroginástica em relação à qualidade do instrutor. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 14(1), 28–33.
- Campos, F., Gomes, R., & Martins, F. (2023). A imagem do instrutor de atividades de grupo de fitness. *Retos*, 49, 525–531. <https://doi.org/10.47197/retos.v49.98954>
- Campos, F., Simões, V., & Franco, S. (2016). A qualidade em atividades de grupo de fitness: Construção e validação do questionário "Qualidade do Instrutor de Fitness - Atividades de Grupo (QIF-AG)". *Revista Psicologia*, 30(1), 37–48. <https://doi.org/10.17575/rpsicol.v30i1.1069>
- Campos, F., Simões, V., & Franco, S. (2017). Qualidade do comportamento do instrutor em atividades de grupo de fitness. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 12(2), 249–259.
- Campos, F., Simões, V., & Franco, S. (2020). A qualidade do instrutor em atividades de grupo de fitness. In S. Franco & V. Simões (Eds.), *Pedagogia do fitness. Contributos para a intervenção dos profissionais* (pp. 7–29). Omniserviços.
- Cardoso, A., Fernandes, B., & Campos, F. (2024). Importância atribuída à imagem do instrutor de atividades de grupo de fitness. In R. Gomes, F. Martins, G. Dias, & R. Mendes (Eds.), *Estudos em desporto e atividade física I* (pp. 42–50). UNICID/ESEC-IPC.
- Cardoso, P. (2022). Metodologia do treino personalizado. In C. Olim, H. Zebre, & R. Gonçalves (Eds.), *Manual do técnico especialista em exercício físico* (pp. 297–323). Omniserviços.
- Çevik, H., & Sevilmiş, A. (2024). The effects of sense of community on perceived value, consumer satisfaction and future intention in the low-cost fitness clubs. *Managing Sport and Leisure*, 29(5), 830–850. <https://doi.org/10.1080/23750472.2022.2115393>
- Damásio, A., Campos, F., & Gomes, R. (2016). Importance given to the reasons for sport participation and to the characteristics of a fitness service. *ARENA Journal of Physical Activities*, 5, 46–56.
- EuropeActive and Deloitte (2024). *European Health & Fitness Market. Report 2024*. EuropeActive.
- European Commission. (2022). *Special Eurobarometer 525. Sport and Physical Activity. Report*. European Union.
- Ferreira-Barbosa, H., Barbosa, J., Sabino, B., & Loureiro, V. (2020). Determinants of service quality influencing customer satisfaction in fitness centers: A systematic review. *European Journal of Human Movement*, 49, 29–54. <https://doi.org/10.21134/eurjhm.2022.49.3>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage.
- Franco, S., & Simões, V. (2021). Pedagogia no fitness. In F. Campos, R. Melo & R. Mendes (Coords.), *Fitness e atividades de ginásio. Guia para profissionais* (pp. 96–111). LIDEL.
- Franco, S., Simões, V., Ângelo, E., & Campos, F. (2021). Corpo e mente. In F. Campos, R. Melo & R. Mendes (Coords.), *Fitness e atividades de ginásio. Guia para profissionais* (pp. 112–120). LIDEL.
- Franco, S., Simões, V., Santos-Rocha, R., Vieira, I., Ramalho, F., & Ramos, L. (2024). Tendências do fitness em Portugal para 2024. *Retos*, 57, 88–100. <https://doi.org/10.47197/retos.v57.105198>
- Gaspar, C. (2021). Metodologia das atividades de grupo. In D. Teixeira, P. Marques, & C. Gaspar (Eds.), *Manual do técnico de exercício físico* (pp. 253–292). MANZ.

25. Glaveli, N., Papadimitriou, D., Karagiorgos, T., & Alexandris, T. (2021). Exploring the role of fitness instructors' interaction quality skills in building customer trust in the service provider and customer satisfaction. *European Sport Management Quarterly*, 23(2), 1–22. <https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1928256>
26. Gomes, R., Franco, D., Dias, M., Martins, F., Damásio, A., & Campos, F. (2020). Relação entre frequência de prática e importância atribuída. *Journal of Sport Pedagogy and Research*, 6(1), 20–25.
27. Gonçalves, C., & Diniz, A. (2015). Analysis of member retention in fitness through satisfaction, attributes perception, expectations and well-being. *Revista Portuguesa de Marketing*, 34, 65–76.
28. Hopkins, W. (2002). A scale of magnitudes for effect statistics: A new view of statistics. Retrieved from www.sportsci.org/resource/stats/effectmag.html.
29. Jaques, B. (2025). Marketing estratégico. In Portugal Activo (Ed.), *Sete contributos para partilhar inter pares* (pp. 27–42). Portugal Activo.
30. Karageorghis, C. (2017). Applying music in exercise and sport. *Human Kinetics*.
31. Marôco, J. (2021). Análise estatística com o SPSS statistics. Report Number.
32. Melo, R., & Campos, F. (2021). Os operadores de fitness: As diversas tipologias caracterizadas pela sua oferta e procura. In F. Campos, R. Melo & R. Mendes (Coords.), *Fitness e atividades de ginásio. Guia para profissionais* (pp. 278–297). LIDEL.
33. Natus, S., Curth, M., Kerber, L., & Gonçalves, M. (2021). The influence of perceived value on the construct “word of mouth” in fitness center. *PODIUM Sport Leisure and Tourism Review*, 10(2), 139–159. <https://doi.org/10.5585/podium.v10i2.17190>
34. Newsome, A., Batrakoulis, A., Camhi, S., McAvoy, C., Sansone, J., & Reed, R. (2024). 2025 ACSM worldwide fitness trends: Future directions of the health and fitness industry. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 28(6), 11–25. <https://doi.org/10.1249/FIT.0000000000001017>
35. Pajaujiene, S. (2015). Delivering a group fitness class. In R. Santos-Rocha, T. Rieger, & A. Jiménez (Eds.), *Europeactive's essentials for fitness instructors* (pp. 85–104). Human Kinetics.
36. Pallant, J. (2020). *SPSS survival manual: A step-by-step guide to data analysis using IBM SPSS*. Open University Press.
37. Pedragosa, V., & Ferreira, A. (2025). Barómetro do fitness 2024. Results overview. *Fitness em Portugal. PORTUGAL ACTIVO*.
38. Pestana, M., & Gageiro, J. (2014). Análise de dados para ciências sociais: A complementaridade do SPSS. Sílabo.
39. Rahmati, T., & Honari, H. (2013). Analysis of relationship among service quality, members' satisfaction and loyalty in Aerobic clubs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(3), 27–32.
40. Silva, A., Brás, D., Almeida, H., & Máximo, O. (2022). Metodologia das atividades de grupo. In C. Olim, H. Zebre, & R. Gonçalves (Eds.), *Manual do técnico especialista em exercício físico* (pp. 351–367). Omniserviços.
41. Santos, R., Sousa, S., Simões, V., Franco, S., Martins, F., Damásio, A., & Campos, F. (2021). Importância atribuída aos motivos de prática, qualidade dos serviços e qualidade dos instrutores. In F. Campos, R. Melo, & R. Mendes (Eds.), *Fitness e atividades de ginásio. Guia para profissionais* (pp. 323–330). LIDEL.
42. Tabachnick, B., & Fidell, L. (2021). *Using multivariate statistics*. Pearson.
43. Yiğit, O., & Soyer, A. (2023). The effect of perceived service quality on customer loyalty in sports-fitness facilities. *Eurasian Journal of Sport Sciences and Education*, 5(2), 328–340. <https://doi.org/10.47778/ejsse.1346249>
44. Zeithaml, V., Berry, L. & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31–46.