ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE ADESÃO E MOTIVAÇÃO UTILIZADAS POR *PERSONAL TRAINERS* DA REGIÃO METROPOLITANA DE CUIABÁ PARA A GESTÃO DE CLIENTES

Rafael Coimbra Portela[1]
Prof. Me. Elson Aparecido de Oliveira[2]

[1] Alunos do curso de Educação Física do Centro Universitário de Várzea Grande – UNIVAG.
[2] Professor do curso de Educação Física do Centro Universitário de Várzea Grande – UNIVAG.

Introdução: Embora os estudos abordem a relevância do serviço de treino individualizado, estratégias eficazes de adesão e motivação permanecem pouco exploradas no contexto da atuação do *Personal Trainer*. Há investigações sobre motivos de adesão e permanência em programas de treino sob a perspectiva dos clientes, no entanto, há uma lacuna explorável no que se refere à compreensão das estratégias utilizadas pelos próprios personal trainers para enfrentar um problema comum no contexto brasileiro, o abandono dos clientes ainda no começo do programas de treinamento. **Objetivo:** O objetivo deste estudo foi identificar as estratégias de adesão e motivação utilizadas por *personal trainers* de Cuiabá e Várzea Grande para captação e gestão da permanência de clientes. **Método:** Trata-se de uma pesquisa transversal, quantitativa e descritiva, realizada com 8 profissionais de Educação Física (25–39 anos), atuantes em Cuiabá e/ou Várzea Grande com treinamento individualizado. Os dados foram coletados por meio de um questionário fechado, elaborado pelos autores, disponibilizado por meio do Google Forms aos participantes. O questionário foi estruturado em seis seções: (1) caracterização sociodemográfica e profissional; (2) percepção sobre a procura pelo serviço; (3) barreiras à adesão; (4) estratégias de adesão inicial; (5) estratégias de manutenção da adesão; e (6) estratégias de motivação e fidelização. As respostas foram registradas em escala Likert de cinco pontos (1 = menos frequente; 5 = mais frequente) e analisadas por estatística descritiva. **Resultados:** Na percepção dos profissionais, as principais razões para a procura pelo serviço foi a busca por orientação individualizada e recomendação de profissionais da saúde. Entre as estratégias de adesão, destacaram-se o acompanhamento atencioso durante os treinos, com feedback positivo (média=4,7); e o uso de aplicativos ou plataformas digitais para monitoramento e feedback (média=4,1). No que se refere às estratégias de motivação, observou-se maiores notas em estabelecimento de metas específicas, mensuráveis e com prazos definidos (média=3,8), o feedback contínuo e personalizado (média=3,7), o reforço positivo e recompensas. A formação de grupos e desafios internos vieram logo em seguida (média=3,5). **Conclusão:** A integração entre competências interpessoais (comunicação, suporte e feedback contínuo) e ferramentas digitais configura o núcleo das estratégias utilizadas por esses profissionais para engajamento e retenção, indo ao encontro do foco central dos clientes, a busca por atenção e treino personalizado. Assim, a partir da percepção real dos treinadores no contexto, suas estratégias se ajustam ao cenário, sendo eficaz para eles na aderência dos clientes aos programas de treinos oferecidos. No entanto, a amostra reduzida e o recorte geográfico deste estudo nos

ISBN: 978-65-88419-14-4

fazem alertar para a cautela na generalização dos resultados ao mesmo tempo que sugerimos novos estudos.

Palavras-chave: Personal Trainer. Motivação. Adesão ao Treino.

ISBN: 978-65-88419-14-4