

## Desenho da avaliação

### Questionário pré-campanha

3 JUN 2019  
15 JUN 2019  
(N=927)

### Campanha

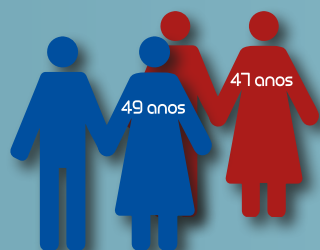
16 JUN 2019  
14 JUL 2019

### Questionário pós-campanha

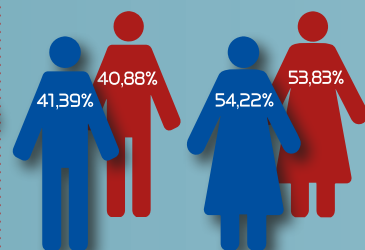
17 JUL 2019  
15 AGO 2019  
(N=1730)

### Caracterização Sociodemográfica

#### Média de idades



#### Género



Sem resposta: 5,29% pré campanha e 4,39% pós campanha

## Alcance da Campanha

No universo de pessoas que se recordam de ver uma campanha sobre actividade física

**22,20%**

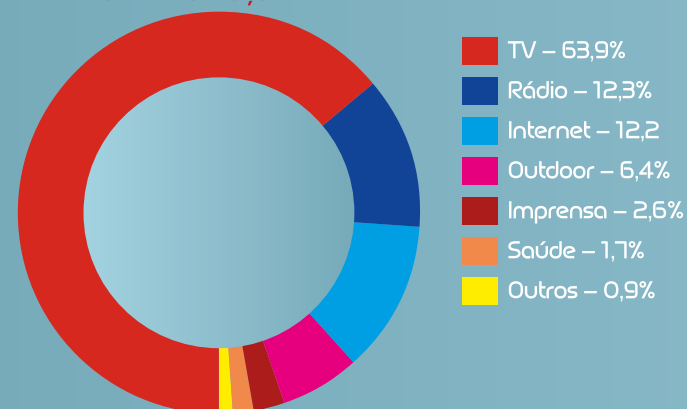
recorda-se da mensagem “**Siga o Assbio**”

destes,

**80%**

identificou a mensagem-chave da campanha  
“**Todos os dias há inúmeras oportunidades para ser ativo e é mais fácil do que julga**”

### Fontes de visualização



## Impacto da campanha

Todas as diferenças entre os valores pré e pós-campanha são significativos do ponto de vista estatístico ( $p < 0.01$ )

### ✓ Competência percebida/auto-eficácia

Estou confiante de que consigo manter-me fisicamente ativo/a de forma regular, mesmo que...

tenha pouco tempo.



não esteja na melhor forma física.



não tenha equipamento específico.



Atualmente é relativamente fácil e seguro deslocar-me a pé ou de bicicleta, pelo menos, uma parte dos meus percursos diários.



### ✓ Oportunidade percebida/facilidade de integração quotidiana

Consigo integrar a prática de atividade física no meu dia-a-dia.



Existem muitas oportunidades para ser fisicamente ativo/a na zona onde moro.



Pré-campanha  
Pós-Campanha

### ✓ Motivação

Fazer atividade física é tão importante como outras coisas que valorizo na minha vida.



Gosto de fazer atividade física.



Faço atividade física porque quero, não porque sinto que tenho de o fazer.



Encaro a prática de atividade física como algo...

Agradável



Interessante



### ✓ Comportamento

Nível de atividade física



## O Desafio

Falta de tempo e de motivação são as principais barreiras apresentadas pelos Portugueses para não praticar atividade física. Queremos mostrar que esta prática pode ser fácil, acessível e entusiasmante.

## O Processo

Sustentada no mais recente estado da arte da ciência motivacional, e construída sob os princípios do Marketing Social para a Promoção da Saúde, a campanha teve como objetivos:

- Aumentar a **Competência** (A atividade física pode ser fácil, simples, adaptável a qualquer nível de condição física)
- Aumentar a **Oportunidade** (A atividade física é acessível, eficiente em termos de tempo, passível de ser integrada nas rotinas quotidianas)
- Aumentar a **Motivação** (Atividade física enquanto algo positivo, entusiasmante, que acrescenta à vida, que nos aproxima dos outros e do meio envolvente)

Recorremos a grupos focais para explorar perceções e atitudes acerca da atividade física e como ela pode ser integrada em diferentes estilos de vida. Após o desenvolvimento do conceito criativo, todas as mensagens foram testadas para garantir a identificação por parte do público-alvo.

## Os Meios

Televisão, Rádio, Outdoor (mupis), Transportes Públicos (autocarros e metro), Redes Sociais (Facebook e Youtube) e Meios Regionais (Rádio, imprensa escrita e órgãos de comunicação online).

Saiba mais em [www.sigaoassobio.pt](http://www.sigaoassobio.pt)



Programa Nacional  
para a Promoção  
da Atividade Física



Apoio  
Associação Mutualista  
Montepio

A Campanha “Siga o Assobio”,  
da Direção-Geral da Saúde  
e do Instituto Português do Desporto  
e da Juventude, com o apoio  
da Federação Portuguesa de Futebol,  
acredita que todos os dias  
há momentos de glória  
que chamam por si  
Basta olhar à sua volta.

## Já ouviu o assobio?

# #SigaOAssobio

