

Desenho da avaliação

Questionário pré-campanha

3 JUN 2019
15 JUN 2019
(N=927)

Campanha

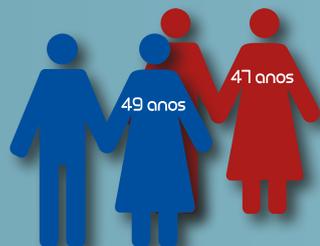
16 JUN 2019
14 JUL 2019

Questionário pós-campanha

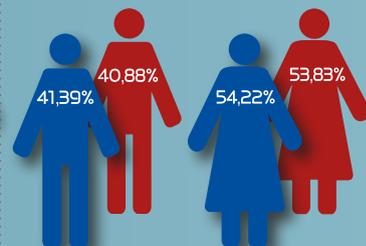
17 JUL 2019
15 AGO 2019
(N=1730)

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 atividade física

22,20%

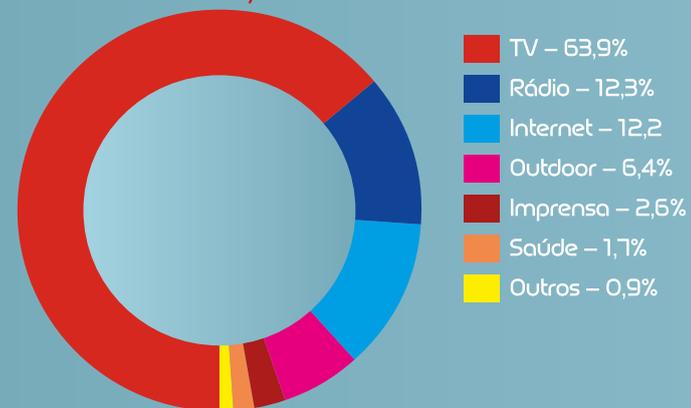
recorda-se da mensagem "Siga o Assbio"

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.

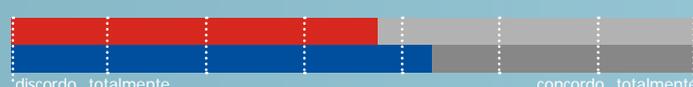


Atualmente é relativamente fácil e seguro deslocar-me a pé ou de bicicleta, pelo menos, uma parte dos meus percursos diários.



✓ 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



Pré-Campanha 24,32%
Pós-Campanha 17,35%

Pré-Campanha 75,68%
Pós-Campanha 82,65%

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

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.

#SigaOAssobio

Já ouviu o assobio?



40

SNS
SERVIÇO NACIONAL
DE SAÚDE

120

DGS
Direção-Geral da Saúde



Programa Nacional
para a Promoção
da Atividade Física



FEDERAÇÃO
PORTUGUESA
DE FUTEBOL

Apoio
Associação Mutualista
Montepio