

PERFIL E COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS FITNESS QUE FREQUENTAM ACADEMIA

BIANCA REGINA PORAZZI MOSAK, DANIEL PEREIRA TAVARES,
WANESSA PAZINI, TEREZA CRISTINA PINHEIRO DE LIMA
biaporazzi@gmail.com

Objetivo: Buscar compreensão sobre o perfil de compra dos consumidores de produtos fitness, o comportamento de compra desse público que consome produtos para uso em academia (roupas, tênis, acessórios), traçar seu perfil, identificar o que leva em conta na escolha dos produtos, marcas, modelos, porque vai às compras e o que leva em conta no momento de escolha. **Método:** A pesquisa foi dividida em duas etapas, a primeira de cunho exploratório através de análise de dados secundários publicados em fontes governamentais, dados do Censo e outras publicações na internet sobre o crescimento do segmento. A segunda etapa foi quantitativa de caráter exploratório e descritivo através de questionário estruturado, e aplicado através da ferramenta online GoogleForms. Foi aplicado o pré-teste por meio de entrevista pessoal com 03 (três) pessoas. A população do estudo foi de 562 alunos matriculados na Academia Team Nogueira de Goiânia. Número foi obtido através do sistema de gestão da academia em 11/04/2016. Foram aplicados 81 questionários entre os dias 15/04/2016 a 30/05/2016, selecionados através de amostra não-probabilística e por conveniência, tendo-se o nível de confiança de 95% e margem de erro de 10%. **Resultados:** A pesquisa mostrou que 48% dos entrevistados tem idade entre 31 e 40 anos e 30% entre 23 e 30 anos. 67,9% mulheres e 32,1% homens. 43,6% são da Classe C, 28,2% Classe B. 40% dos entrevistados sempre praticaram atividades físicas, 24% iniciaram há mais de dois anos e 29,3% a menos de um ano. Sobre as atividades que as pessoas praticam na academia, 46% praticam musculação, 36% lutas e 48% praticam mais de uma atividade. 51,3% além da academia pratica outras atividades, como corrida, bike. Sobre a frequência de compra, 54,7% compram produtos fitness várias vezes ao ano, e 52% estão dispostos a investir entre R\$ 150,00 e R\$ 300,00. Levam em conta na hora de fazer as compras, o conforto com 84%. Compram em Shoppings 50%, 41% em multimarcas e 25,6% na internet. 69,3% a roupa que veste está ligada a motivação e 59% considera peças fitness moda. **Conclusão:** O perfil do público pesquisado é constituído de pessoas jovens, mulheres da Classe C, sendo que a maioria sempre fez atividades físicas. A procura por produtos fitness é muito mais pela necessidade do que por impulso. O resultado leva a acreditar que o crescimento do mercado fitness está ligado a um perfil de consumidor, jovem, que além da preocupação com a saúde e bem-estar, busca investir na aparência e no prazer da prática da atividade física. O estudo em questão foi válido, porém, sugere-se a continuidade com ampliação da amostra.

Palavras-chave: COMPORTAMENTO DE COMPRA. CONSUMIDOR.
MERCADO FITNESS.