

Esportistas são mais exigentes na hora de comprar

Isa Sousa



O esporte tem redefinido a maneira como 28% dos cariocas consomem. Ainda que pequena, a parcela de pessoas que busca atividades individuais e até mesmo radicais de exercícios físicos tem aumentado e deve se tornar uma tendência em longo prazo. A lógica é simples: ao superarem barreiras definidas por eles mesmos, os atletas amadores se especializam dentro de suas categorias, mudam hábitos sociais e alimentares e compram de forma cada vez mais rigorosa. Este grupo é chamado de Esportistas S.A (Sociedade Ativa).

O esporte tem influência direta no trabalho. Ao conciliar atividades ao ar livre com o dia a dia estressante dos escritórios, esse novo carioca melhora o desempenho nos dois ambientes. Para 96% deles, a rotina "mudou muito" depois da prática de esportes. Desses, 64% têm entre 25 e 35 anos, e 36% entre 36 e 45 anos. Os dados fazem parte do estudo Riologia, coordenado pela Agência Quê e pela Casa 7 Núcleo de Pesquisa.

Formados prioritariamente pela classe AB, a inclusão de atividades físicas na rotina deste grupo influencia diretamente na relação com as marcas e os desejos de consumo. A cada desafio ultrapassado, eles procuram ferramentas que auxiliem a quebrar a próxima barreira.

Assim, dedicam tempo e dinheiro a novos equipamentos, seja um tênis com tecnologia mais avançada ou uma luva que absorve melhor o impacto. Entre as principais atividades, o Riologia aponta a corrida em primeiro lugar, com 43%; seguido pelas lutas, com 23%; ciclismo, com 12%; natação, com 11%; e surf, com 7,5%.

Os hábitos alimentares e sociais também são redefinidos pelos Esportistas S.A, que se tornam mais criteriosos como consumidores e mais específicos em suas escolhas. "Sem dúvida nenhuma eles são bastante exigentes. A rotina se altera em vários sentidos, das marcas que adquirem, aos canais que assistem e revistas que leem. Quando começam a atingir uma performance melhor, acabam tendo hábitos mais diurnos e menos noturnos. Não estamos falando de atletas profissionais, mas é importante para eles que a rotina seja totalmente transformada", explica Tatiana Soter, Diretora de Planejamento e Atendimento da Agência Quê, em entrevista ao Mundo do Marketing.

Mudança afeta outras esferas da vida

A mudança no dia a dia do grupo também envolve outros personagens. Além de alterar sua vida, os Esportistas S.A. mexem com os hábitos da família e dos amigos, que em grande parte começam a priorizar as atividades físicas além de academias fechadas ou apenas uma caminhada diária. "A transformação afeta a maneira em que esse grupo consome e programa suas vidas e suas atividades. Assim, quem quer ter um espaço na rotina deles, tem que saber ser relevante e, com isso, as pessoas em volta começam a entrar e entender esse universo", completa a profissional.

De acordo com a pesquisa, 68% se consideram influenciadores da prática esportiva entre os familiares; 85% afirmam que o círculo de amigos inclui praticantes do seu esporte; 65% incluem o esporte no planejamento de viagem; e 67% afirmam que mudaram a alimentação em função do esporte.

A união de trabalho e esporte vai além do relaxamento mental. De acordo com o estudo, há melhora no humor e na autoestima e desenvolvimento de valores como garra, foco e persistência. "Há uma mudança de hábitos e também uma transferência, já que ambos, esporte e trabalho, envolvem desafio, superação, evolução e resultado. O esporte não é apenas uma válvula de escape, mas também um catalisador da rotina de trabalho, mudando a forma de encará-lo", avalia Tatiana Soter.

Ser visto é importante

Não basta praticar um esporte desafiador: é preciso mostrá-lo. Para os Esportistas S.A. é necessário compartilhar cada vitória. Para tanto, boa parte deles possuem redes sociais: 76% estão no Facebook; 28% no Twitter; 19% no Orkut; 14% no Instagram; 5% no LinkedIn; 2% no MSN e apenas 18% não estão em nenhuma.

Dentro de seus perfis, eles anunciam os quilômetros que percorrem, a nova atividade que começaram e ainda buscam pessoas com perfis semelhantes. "O esporte se torna uma forma de status, só pelo fato de conseguir tempo para praticá-lo já se tornam diferenciados. Cada conquista, cada superação pode e deve ser compartilhada com todos", afirma Tatiana.

Outro ponto determinante é a cidade: o Rio de Janeiro. O local, segundo os entrevistados, é ideal para que as práticas de diversas atividades físicas sejam colocadas em prática. "Mais do que academia, os esportes de alta performance que os Esportistas S.A. buscam podem ser feitos aqui com mais facilidade. O único e grande obstáculos que eles querem é vencer a si próprios", define Tatiana Soter.





Fonte: Mundo do Marketing. [Portal]. Disponível em:
<<http://www.mundodomarketing.com.br/blogs/mundo-do-marketing-esportivo/reportagens/25581/esportistas-sao-mais-exigentes-na-hora-de-comprar.html>>. Acesso em: 9 out. 2012.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.