

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

**LUÍS ERNESTO CALVI SAUER**

**O IMPACTO DA PRÁTICA DA CORRIDA NO COMPORTAMENTO DE CONSUMO  
DOS CORREDORES AMADORES**

**Porto Alegre  
2018**

LUIS ERNESTO CALVI SAUER

**O IMPACTO DA PRÁTICA DA CORRIDA NO COMPORTAMENTO DE  
CONSUMO DOS CORREDORES AMADORES**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, que será apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, pela Faculdade de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.  
Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Pizzutti

Porto Alegre  
2018

LUIS ERNESTO CALVI SAUER

**O IMPACTO DA PRÁTICA DA CORRIDA NO COMPORTAMENTO DE  
CONSUMO DOS CORREDORES AMADORES**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, que será apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, pela Faculdade de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

**Conceito final:**  
**Aprovado em** \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Cristiane Pizzutti (Orientadora)  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

---

Prof. Dr. Leonardo Nicolau  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

“A vida é assim, esquenta e esfria, aperta, sossega e depois desinquieta. O que ela quer da gente é coragem”.

Guimarães Rosa

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus e todas as pessoas que passaram pela minha vida. Algumas dessas foram mais importantes para que eu conseguisse atravessar a linha de chegada dessa grande corrida.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul e à Escola de Administração que me proporcionaram muitos aprendizados, pela alta qualidade da educação oferecida. Aos mestres e demais profissionais, que sempre incentivaram a busca de respostas e fizeram questão de compartilhar o conhecimento que possuem, em especial, minha professora orientadora **Cristiane Pizzutti** que dispôs de seu tempo e energia para me auxiliar, contribuindo para qualidade deste trabalho.

À minha família, que sempre esteve ao lado para me dar forças independentemente das circunstâncias. Aos meus pais, **Valdir Sauer e Neiva Luiza Calvi Sauer**, pelos ensinamentos, educação e valores passados ao longo dos meus 27 anos. Sem dúvida, são as duas pessoas mais importantes da minha vida, às quais eu tenho gratidão e amor. E aos meus irmãos, **Graziela, Jéfferson e Priscila**, com os quais eu pude compartilhar momentos de aprendizado, de companheirismo e de amor, sempre prontos para estender a mão nos momentos em que precisei.

Aos meus dindos **Iris Calvi e Luis Oliari**, pelos exemplos de coragem, de fé e superação.

À minha noiva **Tatiana Malta**, pelo carinho, amor e fidelidade dedicados a mim. Entrou no meio dessa corrida e simplesmente se colocou ao meu lado, me apoiando, evoluindo junto comigo, e mostrando o quanto sou capaz de ser a minha melhor versão. Sem as horas de trabalho que ela dedicou a esse projeto, não haveria pesquisa e nada para ser analisado.

Aos meus colegas e amigos, **João (Juca) Leão Marques, Fernando Marca, Gabriel Voguel, Rafael Brazil, Julia Barbosa, Jonathan Cardoso, Henrique Caetano, Sérgio Tenório, Fernando Piffer, Rafaela Pavi e Ana Luiza Rocha**. Pessoas com as quais compartilhei risadas, sorrisos, angústias e incertezas. Obrigado de coração, pois vocês fizeram parte de um período muito especial da minha vida e levo vocês para o restante da minha jornada.

E aos entrevistados e respondentes deste estudo, minha gratidão pelo tempo e disponibilidade para ajudar a construir este trabalho.

## RESUMO

As corridas de rua podem ser compreendidas como uma das formas mais simplificadas de se praticar o exercício físico. Estudos em marketing e comportamento do consumidor têm sido realizados em campos empíricos que permitam compreender fenômenos complexos relevantes da vida social, tal como a relação entre a prática da corrida e consumo de produtos e serviços. Tendo isso em vista, esta pesquisa, que contou com 427 respondentes no Brasil, teve como objetivo compreender como a prática da corrida impacta nos hábitos de vida e no consumo dos corredores amadores, bem como identificar os principais fatores motivacionais à prática da corrida. Além disso, foi verificado junto aos corredores os principais produtos consumidos e serviços utilizados relacionados a prática da corrida. Para tanto, o presente estudo utilizou metodologias qualitativas e quantitativas para atingir os objetivos traçados. Apesar de a corrida ser associada a “sofrimento” antes dos participantes começarem a correr, os resultados apontam que a corrida modificou significativamente o modo de viver das pessoas, bem como a forma como elas percebem a corrida atualmente. Dentre essas modificações foram apontados: maior felicidade, criação de novos relacionamentos, controle do estresse, diminuição de peso, alimentação mais saudável, sensação de liberdade, maior contato com a natureza, alívio das tensões diárias e mudanças no modo como são percebidos pelos outros após começar a correr. Alguns itens de consumo como o tênis de corrida, as provas de corrida, os grupos de corrida, peças de vestuário e os relógios, foram apontados pelos corredores como imprescindíveis para a prática da corrida. Concluímos que os corredores praticam a corrida de rua com o intuito de melhorar a saúde física e mental, praticando a atividade principalmente em ruas, parques e academias. Além disso, também foi indicado a possibilidade de que a prática da corrida apresentar significativo impacto no consumo dos corredores amadores.

**Palavras-chaves:** Corrida, consumo, corredores, atividade física, hábitos.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Esportes mais praticados no Brasil.....	18
Gráfico 2: Sedentarismo Brasileiro .....	21
Gráfico 3: Consciência sobre os riscos de levar uma vida sedentária .....	21
Gráfico 4: Crescimento da Obesidade no Brasil por faixa etária.....	22
Gráfico 5: Percentual de adultos com obesidade por capital .....	23
Gráfico 6: Frequência de atividade física no tempo livre.....	24
Gráfico 7: Evolução do número de inscritos em Maratonas Brasileiras. ....	29
Gráfico 8: Aumento da participação feminina em provas de corrida de rua .....	30
Gráfico 9: Hábitos de consumo dos corredores .....	41
Gráfico 10: Sexo .....	67
Gráfico 11: Idade.....	68
Gráfico 12: Renda .....	68
Gráfico 13: Região .....	69
Gráfico 14: Frequência dos treinos .....	70
Gráfico 15: Tempo de prática.....	71
Gráfico 16: Locais em que costuma correr.....	72
Gráfico 17: Distância média percorrida por treino .....	73
Gráfico 18: Participação em provas de corrida de rua .....	74
Gráfico 19: Participação em grupos/assessoria esportiva.....	75
Gráfico 20: Informações sobre treinos e conteúdos sobre corrida .....	76
Gráfico 21: Principais motivações para o início da prática de corrida .....	77
Gráfico 22: Principais motivações atuais para correr .....	78
Gráfico 23: Mudança de hábitos .....	79
Gráfico 24: Percepção sobre o impacto da prática da corrida no consumo .....	80
Gráfico 25: Gastos com corrida nos últimos 6 meses .....	81
Gráfico 26: Preferência por forma de compra .....	82

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Classificação de esportes.....	17
Quadro 2: Esportes mais praticados no Brasil por gênero .....	19
Quadro 3: Cartilha do Coração .....	20
Quadro 4: Fases históricas das corridas .....	26
Quadro 5: Benefícios da corrida.....	35
Quadro 6: Perfil de corredores .....	36
Quadro 7: Exemplos de Grandes Eventos de Corridas (fashion).....	40

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Ranking dos produtos mais consumidos.....	83
Tabela 2: Ranking dos serviços mais utilizados.....	85
Tabela 3: Frequência de consumo de produtos para correr.....	86
Tabela 4: Frequência de serviços relacionados à corrida .....	87
Tabela 5: Renda x gastos com corrida no último semestre.....	88
Tabela 6: Frequência de treinos semanais x Mudanças de hábitos .....	89
Tabela 7: Frequência de treinos semanais x Mudanças de hábitos.....	90
Tabela 8: Frequência de treinos semanais x Mudanças de hábitos.....	90
Tabela 9: Motivações x Média de treinos semanais.....	92
Tabela 10: Motivações x Tempo que pratica a corrida.....	93
Tabela 11: Tempo de prática x gastos com corrida .....	95
Tabela 12: Participação em corridas x Gastos com corrida no último semestre .....	96
Tabela 13: Participação em assessoria/grupo de corrida.....	96
Tabela 14: Idade x Gastos com corrida nos últimos 6 meses .....	97

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Km	Quilômetro
PIB	Produto Interno Bruto
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
VIGITEL	Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
1.1	OBJETIVOS.....	14
1.1.1	<b>Objetivo Geral</b> .....	14
1.1.2	<b>Objetivos Específicos</b> .....	14
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	15
2.1	ESPORTE .....	15
2.2	SAÚDE .....	19
2.3	CORRIDA DE RUA.....	25
2.3.1	<b>História da Corrida de Rua</b> .....	25
2.3.2	<b>Crescimento e Expansão da Corrida de Rua no Brasil e no Mundo</b> .....	28
2.4	FATORES MOTIVACIONAIS .....	31
2.4.1	<b>Por que praticar atividade física regularmente?</b> .....	31
2.4.2	<b>Perfil de corredor baseado nas motivações para correr</b> .....	34
2.5	HÁBITOS DE CONSUMO DE CORREDORES DE RUA .....	38
<b>3</b>	<b>MÉTODO</b> .....	43
3.1	FASE EXPLORATÓRIA QUALITATIVA .....	43
3.1.1	<b>Descrição dos Elementos da Pesquisa</b> .....	44
3.1.2	<b>Roteiro da entrevista</b> .....	44
3.1.3	<b>Coleta de Dados</b> .....	45
3.1.4	<b>Procedimento de análise dos dados</b> .....	46
3.2	FASE DESCRITIVA QUANTITATIVA.....	46
3.2.1	<b>População</b> .....	47
3.2.2	<b>Amostra</b> .....	47
3.2.3	<b>Coleta de dados</b> .....	48
3.2.3.1	Técnica de coleta.....	48
3.2.3.2	Instrumento de coleta.....	49
3.2.4	<b>Processamento dos dados</b> .....	49
3.2.5	<b>Análise e Interpretação dos Resultados</b> .....	50
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS</b> .....	51
4.1	FASE I – QUALITATIVA.....	51

4.2	APRESENTAÇÃO DOS INFORMANTES-CHAVE .....	51
4.2.1	<b>Apresentação dos entrevistados: Perfil dos corredores .....</b>	<b>51</b>
4.2.2	<b>Como a prática de corrida e os corredores de rua eram vistos antes de começar a correr .....</b>	<b>54</b>
4.2.3	<b>Motivações para correr .....</b>	<b>55</b>
4.2.4	<b>Mudança de hábitos .....</b>	<b>58</b>
4.2.5	<b>Me vejo como corredor? Os outros me veem como corredor?.....</b>	<b>59</b>
4.2.6	<b>Percepções sobre Corrida e consumo .....</b>	<b>61</b>
4.2.7	<b>Consumo de produtos e serviços .....</b>	<b>63</b>
4.3	FASE II – QUANTITATIVA .....	66
4.3.1	<b>Caracterização da Amostra.....</b>	<b>67</b>
4.3.2	<b>Prática de corrida .....</b>	<b>69</b>
4.3.3	<b>Motivações para a prática de corrida.....</b>	<b>76</b>
4.3.4	<b>Mudanças de hábitos em função da prática de corrida .....</b>	<b>78</b>
4.3.5	<b>Aspectos do consumo relacionado à prática de corrida .....</b>	<b>79</b>
4.3.6	<b>Cruzamentos .....</b>	<b>87</b>
5	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>98</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>100</b>
	<b>APÊNDICES .....</b>	<b>108</b>
	APÊNDICE A - INFORMAÇÕES E ORIENTAÇÕES BÁSICAS PARA REALIZAR A ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE .....	108
	APÊNDICE B – ROTEIRO DA ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE .....	109
	APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO DA FASE QUANTITATIVA DESCRITIVA .....	111

## 1 INTRODUÇÃO

Segundo os estudos estatísticos apresentados pela Federação Paulista de Atletismo, do ano de 2015 para o ano de 2016 o número de concluintes em corridas de rua no Estado de São Paulo cresceu de 724.130 para 906.930, um crescimento percentual de 25,24%, contra 10,87% no período de 2014 para 2015 e 15,35% de 2013 para 2014. O número de concluintes do sexo masculino cresceu de 450.060 para 529.340, 17,6%, contra 4,7% de 2014 para 2015. Já o feminino cresceu de 274.070 para 377.590 concluintes de 2015 para 2016, 37,8%, contra 22,5% de 2014 para 2015.

Acredita-se que este fenômeno decorre de peculiaridades, como ser acessível à toda população apta, trazer benefícios à saúde mental e física, demandar um custo relativamente baixo para o treinamento e participação dos praticantes. Este tipo de atividade vem a caracterizar uma atividade física, também relevante na perspectiva do lazer, já que uma grande parcela da população pode ter acesso, classificando-a como uma atividade física de massa (SALGADO et al., 2006).

Percebe-se, assim, que nos últimos anos, a prática da corrida tornou-se um dos esportes mais populares no Brasil e no mundo, sendo um fenômeno social relevante devido ao crescente número de adeptos. O número de praticantes de corrida de rua recreacionais tem crescido expressivamente tanto no Brasil quanto no mundo (PURIM et al., 2014).

A. B. Truccolo et al., (2008) atribui esse crescimento à profissionalização das corridas de rua e ao surgimento das assessorias esportivas. Assim, as corridas vêm atraindo, cada vez mais pessoas que não se interessam pela profissionalização, mas pela facilidade da prática (SALGADO et al., 2006; FERREIRA et al., 2012; PURIM et al., 2014).

Desse modo, pode-se olhar para esse fenômeno sob o ponto de vista cultural, verificando que mais do que um esporte, a corrida está se tornando um “estilo de vida” Por isso, os corredores podem ser considerados uma “subcultura”. Uma subcultura é um grupo distinto da sociedade que se autosseleciona com base em um valor compartilhado, seja uma marca, um produto ou uma atividade (SCHOUTEN; MC-ALEXANDER, 1995). Dentro desse contexto, o crescente mercado de produtos e serviços ligados ao estilo de vida dos corredores amadores

ressalta a necessidade de um entendimento mais profundo sobre essa subcultura e estilo de vida, de modo a fomentar e atender as necessidades dos corredores amadores. Para tanto, é necessário entender o impacto causado pela prática de corrida sobre o comportamento de consumo dos corredores amadores. Para que se possa buscar informações sobre os hábitos de compra de um determinado grupo de pessoas com uma característica ou estilo de vida em comum, é importante recorrer à literatura destinada ao comportamento de compra, buscando conteúdos que possam ser relevantes.

Para a realização desta pesquisa, foram analisados estudos qualitativos relacionados ao tema estilo de vida e consumo dos corredores. Também foram identificados alguns trabalhos quantitativos a respeito do consumo de determinados produtos, relacionados à prática de corrida. Contudo, poucos estudos quantitativos buscaram entender a relação entre a prática de corrida e os hábitos de consumo dos corredores. Desse modo, indica-se a relevância de estudar um mercado em franco crescimento e fatores que afetam o comportamento de consumo das pessoas envolvidas nesse mercado, tais como a frequência da prática de corrida e quais produtos são mais consumidos e desejados pelos corredores. Pesquisas nesta seara poderão trazer valiosas informações para as empresas e empreendedores que desejam criar ou ofertar produtos e serviços aos corredores amadores. Para tanto, a problematização dessa questão leva à seguinte pergunta: **como a prática da corrida impacta no comportamento de consumo de corredores amadores?**

Logo, o presente estudo entende que a prática de corrida modifica os hábitos de vida das pessoas e por isso visa entender como essa prática aliada a mudança de hábitos de vida influencia os hábitos de compra dessas pessoas. Portanto, o intuito desse estudo será identificar como a prática de corrida interfere na forma como os corredores amadores consomem, como essa prática influencia o seu comportamento de consumo através das mudanças de hábitos geradas pelo hábito de correr. Sendo assim, as informações também poderão ser aproveitadas por outras áreas do conhecimento que norteiam o esporte que será estudado: Educação Física, Psicologia e Antropologia. Para atingir esse objetivo, verifica-se então a necessidade da utilização de um método que possibilite explorar de forma objetiva a ligação entre o consumo e os hábitos adquiridos com a prática da corrida.

Ainda nessa seção, serão apresentados os objetivos geral e específicos, propostos para a realização deste trabalho. No capítulo de revisão teórica são

abordados temas que tangenciam à corrida de rua como esporte, o crescimento desse mercado, cultura e comportamento de consumo. Também serão tratados, a história da corrida, os motivos que levam as pessoas a correr e a as publicações sobre consumo e corrida.

No capítulo de método, foram detalhados os procedimentos adotados para o recrutamento, coleta e análise de dados. E, na sequência, serão apresentados os principais resultados e conclusões advindas da pesquisa. Para finalizar, serão de apresentadas considerações finais sobre o tema, bem como a limitações encontradas na realização deste estudo.

## 1.1 OBJETIVOS

Para responder à questão-problema deste estudo são propostos os seguintes objetivos:

### 1.1.1 Objetivo Geral

Entender como a prática da corrida impacta no comportamento de compra e consumo de produtos e serviços de corredores amadores.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Descrever o(s) perfil(is) dos corredores amadores
- b) Identificar motivações para a prática da corrida
- c) Caracterizar os hábitos de consumo adquiridos com o desenvolvimento da prática de corrida, identificando principais produtos e serviços consumidos
- d) Entender a relação entre fatores como frequência e tempo de prática de corrida, assim como características demográficas, estão relacionados com hábitos de consumo de bens e serviços e motivações para a corrida.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nessa seção serão revisados alguns dos conceitos envolvidos no desenvolvimento do tema da pesquisa. No início deste capítulo será apresentada uma revisão sobre a corrida de rua, incluindo um breve histórico, sua evolução no contexto social e aspectos importantes relacionados à sua prática. Esta abordagem será utilizada com o intuito de demonstrar a importância dessa atividade para um crescente número de pessoas nos dias atuais.

Em segundo momento, serão expostas considerações gerais sobre a motivação, sua relação com práticas desportivas, bem como fatores relacionados às mesmas bem como será apresentado alguns hábitos de consumo de praticantes da corrida já mapeados.

### 2.1 ESPORTE

Na Antiguidade, já existiam atividades físicas que tinham fins utilitários, higiênicas e educativas (TUBINO, 1993). O esporte como entendemos hoje se afasta do conceito de apenas esforço físico, como explica Martha Dallari (2009, p. 55):

Desport e a variação deport eram usadas na língua francesa do século XII para mencionar uma maneira de estar do corpo, prazer, distração. No século XIV foi incorporada ao vocabulário inglês, inicialmente como disport e depois sport, sinônimo de passatempo.

Nesse conceito, o esporte visa suprir a necessidade humana de entretenimento, uma vez que, em épocas passadas, as atividades corporais e os jogos eram uma espécie de ritual com caráter festivo (DALLARI, 2009). Como marco histórico do surgimento do esporte, têm-se os Jogos Gregos que ajudaram a desenvolver uma concepção inicial do que viria se tornar esporte (TUBINO, 1993). Um elemento chave desses jogos é a disputa materializada por meio de confrontos não violentos de habilidades corporais (ELIAS et al., 1992).

Ao longo dos séculos, o desenvolvimento da sociedade foi acompanhado pelo esporte que adquiriu importante papel conforme coloca Manoel Tubino (1993, p. 13), sendo um: “fenômeno profundamente humano, de visível relevância social na história da humanidade e intimamente ligado ao processo cultural de cada época.”.

Assim como outros aspectos da sociedade, passou por transformações ao longo do tempo. Se ligarmos o conceito de esporte com qualquer atividade física e ginástica, podemos dizer que ele sempre existiu; porém, quando o analisamos sob a ótica de suas funções e filosofia, ele existe há poucos anos (CAILLAT, 1996).

Com o desenvolvimento econômico e maior tempo alocado ao trabalho nas famílias, o esporte passou a ser uma forma de combate ao estresse:

Nas cidades, no início dos anos 1900, o trabalho determinava a prioridade no uso do tempo: os ciclos da natureza foram substituídos pela divisão entre o tempo destinado ao trabalho e o tempo de não-trabalho. Este último, denominado "livre", destina-se a uma série de ocupações. Entre as alocações do tempo livre estão a administração familiar, o repouso, as necessidades biológicas e a sociabilidade. E também o lazer, um fenômeno das sociedades, uma contramedida "em oposição às tensões do stress que elas próprias criam" (ELIAS, 1992, p.69).

Diante dessa perspectiva, a função principal do esporte passou a ser a geração de excitações agradáveis, permitindo a fuga da rotina (e do trabalho). Em segundo plano, o esporte permitiu às populações urbanas e industrializadas, que eram sedentárias, a prática de atividades físicas (DALLARI, 2009).

Além dos aspectos apontados, uma questão fundamental proporcionada pelo esporte é o sentimento de pertencer a um determinado grupo:

Há pelo menos três aspectos inter-relacionados que teriam contribuído para o aumento do significado social do esporte. O primeiro deles é o desenvolvimento do esporte como um dos principais meios de criação de excitação agradável. Em segundo lugar, está a transformação do esporte em um dos principais meios de identificação coletiva, ou seja, da formação da ideia de se pertencer a um grupo. Por fim, a emergência do esporte como uma fonte decisiva de sentido na vida de muitas pessoas (ELIAS, 1992, p.322).

As diferentes modalidades são capazes de atender os diferentes aos diferentes desejos de esportistas, e assim, proporcionar maior prazer ao realizar determinada atividade. Novas modalidades esportivas têm surgido em função da ampliação do conceito do esporte e a velocidade de acontecimentos no mundo (TUBINO, 1993). Diante do grande número de modalidades, o autor propõe uma maneira de classificação que segue na página a seguir.

Quadro 1: Classificação de esportes

Categories	Características	Exemplos
Esportes Olímpicos	Compõem a muito tempo a programação dos jogos olímpicos.	basquete, vôlei, atletismo, natação, e ginástica olímpica
Esportes de tradição não Olímpica	Não tem nas Olimpíadas as suas maiores disputas.	futebol, tênis, beisebol
Esportes de aventura ou desafio	A luta contra a possibilidade da morte tem sido um grande desafio. Muitas vezes não apresentam natureza esportiva, mas exigem técnicas e qualidades físicas num alto grau de aperfeiçoamento.	triatlo, rali, maratona
Artes Marciais	Desenvolvidas em épocas anteriores em templos e feudos, atravessaram os séculos e chegaram ao mundo contemporâneo.	judô, caratê, <i>kung-fu</i> , <i>taekwondo</i>
Esportes de relação com a natureza	Relação humana com questões ambientais, prática está sempre vinculada a um equipamento	voo livre, <i>surf</i> , <i>skate</i> , <i>montanhismo</i> , <i>jet-ski</i> , esqui, <i>bobsleig</i>
Esportes de identidade cultural	São aqueles que se originaram na própria cultura nacional e regional	sumô-Japão; críquete-Inglaterra; futevôlei e tamboréu-Brasil
Esportes intelectivos	Não eram considerados esportes até a Carta Internacional de Educação Física e Desportos de 1979, fizeram que o conceito de esporte adquirisse um conceito social bem mais relevante (terceira idade e portadores de deficiência)	xadrez, bilhar, aeromodelismo
Esportes de expressão corporal	A música, como fator constante e comum nessa corrente, leva os praticantes a exigências notáveis quanto ao ritmo e a harmonia.	dança, aeróbica, patinação artística

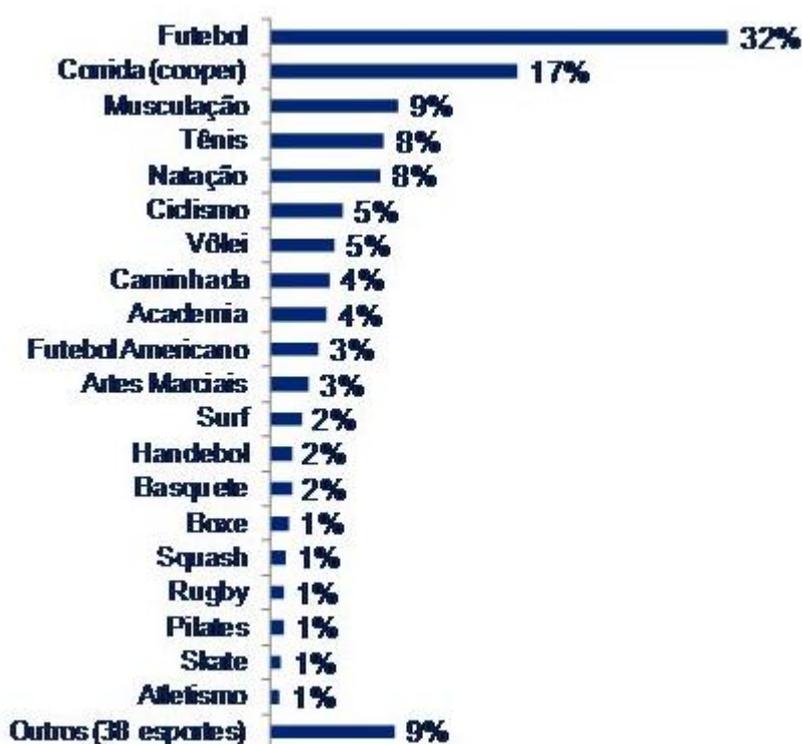
Fonte: Adaptado de Tubino (1993)

Os dois maiores eventos esportivos mundiais: a Copa do Mundo e as Olimpíadas representam as duas primeiras categorias da tabela apresentada. De acordo com uma das maiores empresas de auditoria e consultoria empresarial do mundo, eventos desse porte podem acelerar diversos aspectos de desenvolvimento

econômico, político e social. Ao sediar um desses espetáculos, questões que entrariam em debates e burocracias são mais rapidamente resolvidas em função do prazo estipulado (DELLOITE, 2010).

A Copa do Mundo teve sua vigésima edição em 2014, segunda vez realizada no Brasil. Esse evento ganhou ainda maior importância pela ligação do brasileiro com o futebol, já que é um dos componentes mais importantes de formação da nossa identidade (BITTENCOURT, 2009). A preferência nacional pelo futebol confirma-se por estudos realizados sobre esportes pela Deloitte. Os dados abaixo são de caráter exemplificativo e não devem ser generalizados, pois se trata de uma amostra por conveniência, dado que 40% dos respondentes da pesquisa são homens paulistas de até 40 anos.

Gráfico 1: Esportes mais praticados no Brasil



Fonte: Deloitte (2011).

A dominação do futebol se estende para praticamente todos os homens contemplados no estudo. O cooper (utilizado como sinônimo de corrida na pesquisa) ganha destaque, pois é o segundo esporte mais praticado pelos homens e o primeiro esporte para as mulheres.

Quadro 2: Esportes mais praticados no Brasil por gênero

		1° Esporte mais praticado	2° Esporte mais praticado	3° Esporte mais praticado
Estado	São Paulo	Futebol	Cooper	Natação
	Outros	Futebol	Cooper	Musculação
Escolaridade	Até ensino Superior Incompleto	Futebol	Cooper	Natação
	Acima do ensino superior	Futebol	Cooper	Musculação
Sexo	Masculino	Futebol	Cooper	Tênis
	Feminino	Cooper	Musculação	Futebol
Renda Familiar	Até R\$ 2.000	Futebol	Cooper	Vôlei
	Entre R\$ 2.001 à 10.000	Futebol	Cooper	Musculação
	Acima de 10.000	Futebol	Cooper	Tênis
Idade	Até 29 anos	Futebol	Cooper	Musculação
	Acima de 29 anos	Futebol	Cooper	Tênis
<b>Esporte mais praticado</b>		<b>Futebol</b>	<b>Cooper</b>	<b>Musculação</b>

Fonte: Delloite (2011).

Se, por um lado, o futebol é um elemento chave de formação da identidade nacional, a atenção excessiva ao futebol provoca lacunas nos outros esportes:

O futebol concentra praticamente toda a atenção da população brasileira. As outras modalidades esportivas recebem cobertura marginal da mídia e de comentaristas esportivos. Alguns esportes, amplamente praticados em outros países, são elitizados no Brasil. Há poucas ações para reversão desse quadro e desenvolvimento de outras modalidades esportivas. (SANTOS, 2005, p. 9)

Um dos principais entraves no Brasil para desenvolvimento de outras modalidades se refere aos recursos humanos da área, pois há carências, tanto quantitativas, quanto qualitativas de profissionais especializados: técnicos, médicos, fisiologistas, preparadores físicos, etc. (SANTOS, 2005).

Uma sociedade que pratica mais esporte tem uma melhoria na qualidade de vida, e, portanto, poderia desafogar alguns dos gastos na saúde pública. Será que atualmente a população brasileira possui a consciência da importância da prática de esportes para a saúde? Quais são os principais problemas de saúde do Brasil? Como o esporte pode ser um aliado para enfrentar esses problemas?

## 2.2 SAÚDE

Segundo a Organização Mundial de Saúde, o conceito de saúde pode ser definido como: “Estado de completo bem-estar físico, mental e social, e não apenas a ausência de doenças.”. Como foi visto na seção acima, o esporte não apenas melhora o bem-estar físico, mas também proporciona melhoras para o bem-estar

mental e social. Há consenso entre os especialistas que a prática de esportes está intrinsecamente conectada a um estilo de vida mais saudável. A Sociedade Brasileira de Cardiologia, através da publicação da “Cartilha do Coração”, divulga os dez mandamentos para manter uma vida saudável. São eles:

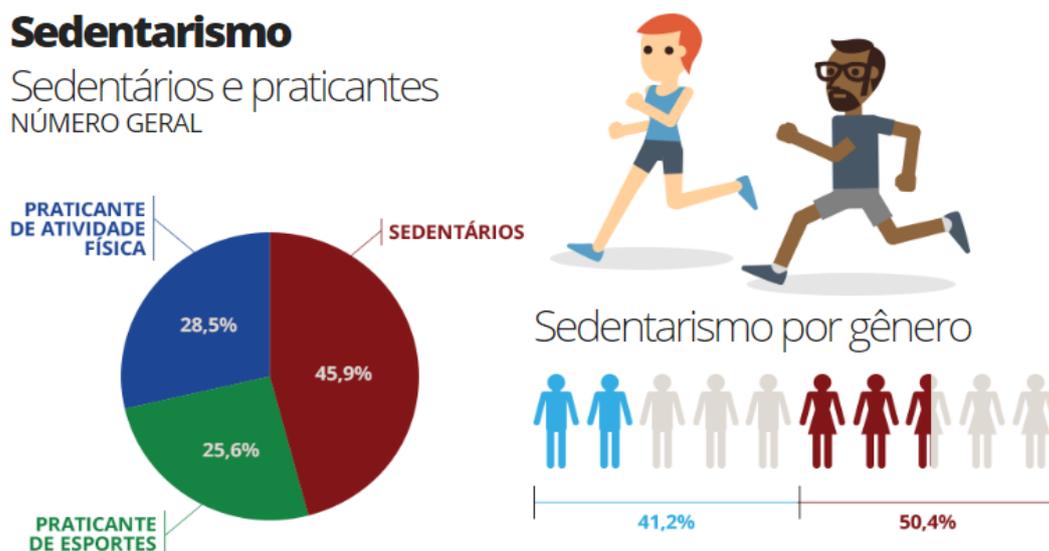
Quadro 3: Cartilha do Coração

1	Diga não à obesidade e controle o seu peso
2	Consulte o seu médico periodicamente
3	Meça a sua pressão arterial com frequência
4	Diga não ao fumo
5	Verifique a quantidade de sal nos rótulos dos alimentos
<b>6</b>	<b>Diga não ao sedentarismo. Pratique esportes</b>
7	Escolha bem os alimentos
8	Saiba se é diabético e se tem colesterol alto
9	Evite o estresse
10	Ame a vida e o seu coração

Fonte: Sociedade Brasileira de Cardiologia ([s.d.]).

Tendo em vista o tema deste trabalho, cabe-se dar um enfoque a questão da prática de esportes e verificar os níveis de sedentarismo no Brasil, para que se possa ter uma compreensão do cenário nacional no que compete ao item seis da cartilha do coração apresentada acima. Um exemplo recente desse fenômeno são os números do sedentarismo brasileiro da pesquisa realizada pelo Ministério do Esporte. A pesquisa coletou informações sobre práticas esportivas e atividades físicas relativas a 2013. Ao todo, foram realizadas 8.902 entrevistas. Os dados foram ponderados com base em uma projeção da população brasileira por região, gênero e grupos de idade, feita pelo IBGE para o ano de 2013, de aproximadamente 146.748.000 brasileiros, quantidade equivalente à população entre 14 e 75 anos.

Gráfico 2: Sedentarismo Brasileiro



Fonte: Ministério do Esporte (2016)

Através dos dados apresentados, fica evidente que grande parte da população brasileira apresenta sedentarismo, sendo que as mulheres representam a parcela mais crítica em relação a não prática de esportes ou atividades físicas. Além disso, a pesquisa também demonstra dados sobre a consciência das pessoas a respeito dos riscos da vida sedentária:

Gráfico 3: Consciência sobre os riscos de levar uma vida sedentária



Fonte: Ministério do Esporte (2016)

Os dados apresentados acima comprovam que, de certa forma, as pessoas dizem que têm consciência sobre os riscos à saúde pela falta da prática de atividade física. Porém, continuam sedentárias por algum motivo ou outro.

J. Salgado e M. Chacon-Mikahil (2006) afirmam que a falta de exercícios pode acarretar doenças como: cardiopatias, hipertensão arterial sistêmica, altos índices de gordura corporal, problemas articulares e lombálgicos. O homem tem se tornado cada vez mais sedentário, numa tendência inversa dos tempos antigos quando percorria de vinte a quarenta quilômetros por dia para garantir sua sobrevivência em busca de alimentos. Além da redução do gasto energético, há maior oferta de alimentos com mais calorias, principais fatos geradores da obesidade que é uma doença hipocinética (SALGADO; CHACON-MIKAHIL, 2006).

Gráfico 4: Crescimento da Obesidade no Brasil por faixa etária

<b>Faixas etárias</b>	<b>Prevalência em 2006, em %</b>	<b>Prevalência em 2016, em %</b>	<b>Varição de 2006 a 2016, em %</b>
18 a 24 anos	4,4	8,5	93,2
25 a 34 anos	9,8	17,1	74,5
35 a 44 anos	12,8	22,5	75,8
45 a 54 anos	16,1	22,8	41,6
55 a 64 anos	18,1	22,9	27,2
65 e mais	16,1	20,3	26,1

Fonte: VIGITEL (2016).

Gráfico 5: Percentual de adultos com obesidade por capital

**PERCENTUAL DE ADULTOS COM OBESIDADE, POR CAPITAL**

Rio Branco		<b>23,8</b>	Belém		<b>19,3</b>
Cuiabá		<b>21,9</b>	Curitiba		<b>18,9</b>
João Pessoa		<b>21,7</b>	Boa Vista		<b>18,7</b>
Porto Velho		<b>21,3</b>	São Paulo		<b>18,1</b>
Maceió		<b>21,1</b>	Macapá		<b>17,7</b>
Rio de Janeiro		<b>20,9</b>	Teresina		<b>17,2</b>
Manaus		<b>20,3</b>	Distrito Federal		<b>16,7</b>
Aracaju		<b>20,2</b>	Belo Horizonte		<b>16,6</b>
Fortaleza		<b>20,0</b>	Goiânia		<b>16,3</b>
Recife		<b>20,0</b>	São Luís		<b>15,6</b>
Campo Grande		<b>19,9</b>	Vitória		<b>15,2</b>
Porto Alegre		<b>19,9</b>	Palmas		<b>14,7</b>
Salvador		<b>19,9</b>	Florianópolis		<b>14,5</b>
Natal		<b>19,8</b>			

Fonte: Vigitel 2016

Fonte: VIGITEL (2016).

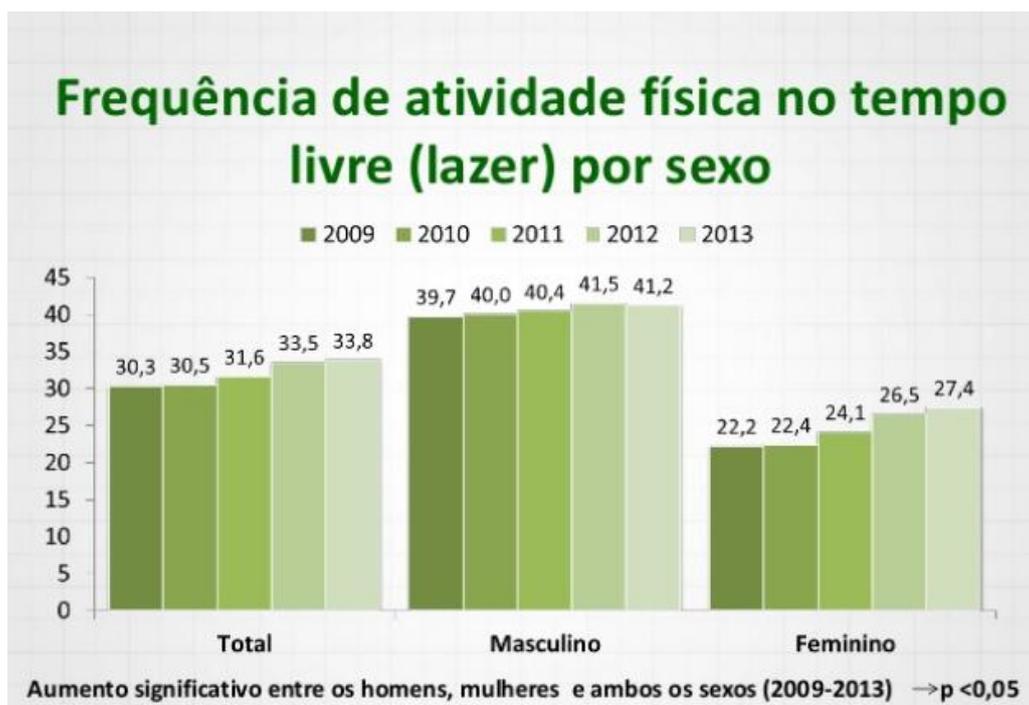
Os dados acima evidenciam que o Brasil, e especialmente Porto Alegre, tem muito a evoluir para melhorar a saúde de sua população. Dado que a falta de exercícios é um problema ocasionado também pela evolução das tecnologias, o médico Dráuzio Varela aponta as barreiras para prática de exercícios:

Eu corro porque estou convencido de que o exercício é contra a natureza humana. E precisamos combater essa inércia. Nenhum animal desperdiça energia, ele só gasta sua força para ir atrás de comida, sexo ou fugir de um predador. Por isso, é difícil para a maioria fazer exercício físico (RUNNER'S WORLD, 2012, p.94).

Os males da vida nas grandes cidades têm prejudicado a saúde de milhares de brasileiros. Como pôde ser percebido, a corrida é uma arma potente para combate a essa doença, conforme colocado pela “cartilha do Coração”, é a prática de exercícios físicos. Nesse sentido, as mídias sociais possuem um papel importante, através da divulgação dos benefícios proporcionados pelo esporte, para o incentivo de realização de atividades físicas.

Gradualmente, o brasileiro está se dando conta da importância de realizar exercícios físicos. A maior necessidade de cuidar da saúde, aliada com outras motivações (estéticas e sociais) estão fazendo com que mais pessoas pratiquem esporte frequentemente. Tais informações são confirmadas na pesquisa realizada pela VIGITEL:

Gráfico 6: Frequência de atividade física no tempo livre



Fonte: VIGITEL (2013).

Sem dúvida, o esporte é um dos pilares para uma vida saudável. Conforme será apresentado no tópico a seguir, dentre os vários esportes que podem contribuir para uma melhor qualidade de vida, atividades de caminhada e corrida de rua ganham relevância pela acessibilidade a toda população, principalmente pelo baixo custo para sua realização, treinamento e participação (WEINECK, 1991). Ela pode ser realizada ao ar livre, em contato com a natureza, e disponibiliza tanto momentos mais individuais, quanto momentos de integração com outros corredores (LIMA, 2007).

São poucas as pessoas impedidas de praticar a corrida, pois características como: renda, gênero, idade, aptidão técnica e tipo físico não excluem interessados na atividade (DALLARI, 2009). Trata-se, portanto, de um esporte de massa, que pode ser praticado por um grande número de brasileiros. No tópico a seguir será evidenciado que a prática da corrida, além da melhora na saúde física, também aumenta a saúde cognitiva e a saúde social.

A fim de entender como a corrida se tornou uma das principais opções para exercício físico e manter uma vida saudável, é necessário entender a origem e o desenvolvimento da corrida ao longo do tempo. Como as origens históricas da

corrida contribuíram para o fenômeno atual da corrida? Quais as outras motivações, além da saúde, que levam milhões de pessoas para as ruas correr?

## 2.3 CORRIDA DE RUA

Nesta seção são apresentados fatores históricos que contribuíram para a construção do fenômeno atual da corrida de rua. Não só isso, mas também algumas das características desse esporte da atualidade, destacando o porquê as pessoas correm e quais as investigações feitas, através da realização de pesquisas, em termos da relação entre consumo e prática de corrida.

### 2.3.1 História da Corrida de Rua

Correr é um ato natural, inerente ao ser humano, pois o homem foi feito para correr. Os traços do nosso corpo favorecem muito mais a corrida que a caminhada (SILVA, 2009). Desde os tempos mais antigos, pessoas já corriam. A prova mais antiga desse fato está na representação de dois corredores em um vaso da civilização micênica do século 16 a.C. (YALOURIS, 2004). Naquela época, correr significava a diferença entre a vida e a morte.

O homo sapiens corria para caçar ou fugir de seus predadores. Com o desenvolvimento da cultura e formação de povoados e civilizações o homem passou a utilizar animais como meio de transporte diminuindo o papel da corrida na vida diária. Com a invenção de outras formas de deslocamento o homem passou a correr cada vez menos (NIADA, 2011, p.18).

O ato de correr está instalado em uma grande teia de significados que pode ser observado na atualidade e nos diferentes momentos da existência humana conhecida (GEERTZ, 1989; FIXX, 1977). São encontrados registros desta ação nos mais antigos e variados materiais arqueológicos, sugerindo que a prática da corrida perdura desde as civilizações mais primitivas, seja por necessidade ou expressão.

Mesmo sendo uma prática muitas vezes considerada nobre, a maior parte das referências traz consigo a presença da dor, da superação, do risco ao fracasso e até da ocorrência da morte. Na famosa e legendária façanha que dá origem a maratona, a morte encerra a narrativa sobre um soldado que percorreu mais de 35 km entre as cidades de Maratona e Atenas com o intuito de avisar a vitória dos

gregos sobre os persas na guerra. Isso ocorreu por volta do ano 490 a. C. (OLIVEIRA, 2010).

Alguns elementos desta história parecem ter uma forte relação com a prática da corrida, inclusive na atualidade. São eles, por exemplo, a resistência ao sofrimento, a perseverança na busca de seu objetivo, a solidão e individualidade no caminho percorrido e, as relações sociais, que implicam em uma certa renúncia da própria vontade (abnegação) em favor de uma responsabilidade e dever social (OLIVEIRA, 2010).

Ainda hoje, a prova de quarenta e dois quilômetros é tida para muitos corredores como um grande desafio e superá-la é considerado um ato heroico. Para entender melhor como uma atividade tão antiga ainda resguarda significados de sua origem para a sociedade moderna é preciso analisar a trajetória da corrida de rua ao longo do tempo. A história desse esporte pode ser dividida em quatro diferentes fases, conforme quadro da página a seguir.

Quadro 4: Fases históricas das corridas

Fase	Evolução Humana	Jogos Olímpicos Antigos	Jogos Olímpicos Modernos	Boom running
Período	6 milhões de anos atrás	776 a.C. até 394 d.C	1896 até 1968	1970 até hoje
Papel da Corrida	Facilitador de deslocamento (Homo sapiens nômade e caçador).	Prática competitiva (festival religioso em honra de Zeus).	Prática competitiva (criação de maratona de 42km como homenagem a Feidípides).	Prática recreativa (Kenneth Cooper: corrida é popularizada antes restrita a atletas de alta performance).

Fonte: adaptado de Silva (2009)

Dentre essas fases históricas, à corrida de rua, como conhecemos atualmente, surgiu e se popularizou na Inglaterra no século XVIII. Ganhou maior destaque no resto do mundo após a primeira Maratona Olímpica (RUNNER'S

WORLD, 1999 apud SALGADO; CHACON-MIKAHIL, 2006). Por volta da década de 70, com um grande incentivo do médico Kenneth Cooper, criador de teorias relacionadas à corrida e do famoso “Teste de Cooper”, acontece o “jogging boom”. Nesta mesma época surgiram provas com participação da população em geral, juntamente com os corredores de elite (SALGADO; CHACON-MIKAHIL, 2006).

No Brasil, houve um acompanhamento das fases propostas por Silva. Na fase dos Jogos Olímpicos Modernos (1918) ocorreu a primeira prova de vinte e quatro quilômetros, marco histórico da corrida de rua no Brasil, em São Paulo, chamada de Estadinho, promovida pelo jornal O Estado de São Paulo. Três anos depois foi inaugurada a primeira pista de atletismo de São Paulo no Club Athletico Paulistano (SILVA, 2009). Entre 1970 e 1980 a corrida de rua era focada na prática militarista e em corredores de alto rendimento no atletismo de pista. Destaca-se nessa mesma época, a influência do movimento americano, promovido por Kenneth Cooper, também no cenário nacional.

A primeira prova a refletir essa nova cultura foi a Maratona Internacional do Rio de Janeiro, realizada em 1979, que influenciou o crescimento das provas de corrida em todo o Brasil (SILVA, 2009). Tais momentos históricos contribuíram significativamente para o aumento da procura pela prática do esporte, bem como outras atividades físicas. Dentre as atividades procuradas, as atividades ao ar livre, como a caminhada e a corrida, têm tido grande destaque (SALGADO; CHACON-MIKAHIL, 2006).

Segundo Oliveira (2010), pertencer ao contexto esportivo e se apresentar como “atleta” ou “corredor” passou a ter um valor simbólico de superioridade física, disciplina e outros valores que, em geral, dão ao indivíduo um lugar de respeito na comunidade. Esta relação do “correr” com a “superioridade física” pode ter sido reforçada por Cooper. Inclusive, na década de 70 o termo “cooper” passou a ser sinônimo da então chamada “corrida despreocupada” (FRAGA, 2005). O constante enfrentamento do corredor com suas limitações físicas e mentais, desperta um sentimento de vitória sobre suas limitações. Dedicção, sacrifício e determinação são seus únicos aliados. A corrida é o caminho para a independência, para o autoconhecimento e a promoção das próprias conquistas (NOAKES, 1991).

Quais foram os fatores que fizeram que o esporte se consolidasse na última década? O que poderia ter contribuído para que a corrida se tornasse cada vez mais *fashion*? Quanto cresceu a corrida no Brasil e no mundo? Desse modo, cabe

verificar informações sobre o crescimento e expansão da corrida de rua.

### **2.3.2 Crescimento e Expansão da Corrida de Rua no Brasil e no Mundo**

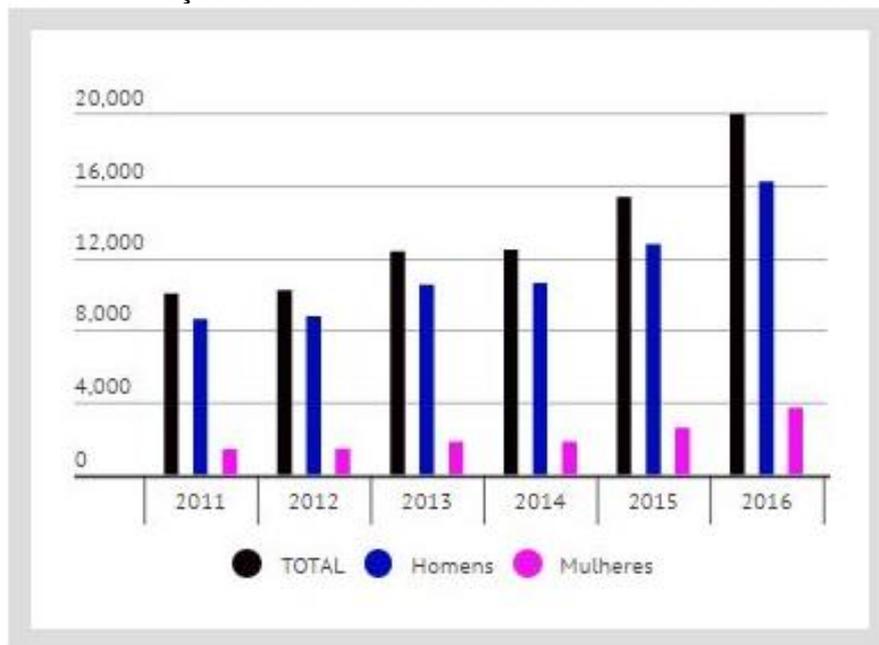
A princípio, a busca pela prática da corrida de rua ocorre por diversos interesses, que envolvem desde a promoção da saúde, a estética, a integração social, a fuga do estresse da vida, a busca de atividades prazerosas até atividades competitivas (SALGADO, CHACON-MIKAHIL,2006; BALBINOTTI et al., 2007). Referindo-se à última perspectiva, ser competitivamente bem classificado tornou-se um atrativo. Este fato está associado ao grande número de provas com premiações, dos mais variados valores, em dinheiro ou bens, patrocínios, prestígio social, ou ainda, o estar em evidência. No entanto, segundo a Associação Internacional de Corridas de Rua, vem crescendo mais como um comportamento participativo do que como esporte competitivo.

Talvez, por este motivo os dados estatísticos têm apresentado um aumento no número de participantes de maratonas seguido de um aumento no tempo médio de conclusão da prova (SALGADO; CHACON-MIKAHIL,2006).

Segundo McCardle et al. (1991), a corrida, juntamente com a caminhada, é a forma de exercício mais comum. Desde a década de 70, no mundo inteiro, e, principalmente, nos últimos anos, no Brasil, houve um grande aumento na procura por este tipo de atividade. Esta se tornou uma atividade física regular para um importante número de indivíduos das mais variadas idades e de ambos os sexos (apud ROLIM, 1998).

Dentro dessa perspectiva, a corrida de rua tem apresentado um crescimento surpreendente no número de adeptos (SARKIS, 2009). Tem obtido grande destaque no cenário esportivo nacional, chegando a ser o segundo esporte mais praticado, somente atrás do futebol, apresentando um crescimento de 50% no número de praticantes nos últimos cinco anos (G1, 2016).

Gráfico 7: Evolução do número de inscritos em Maratonas Brasileiras.



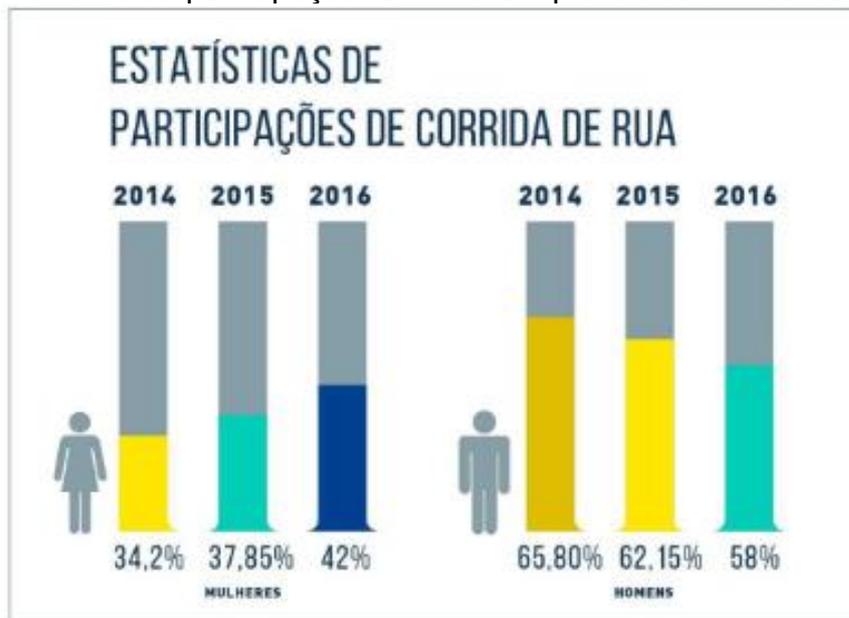
Fonte: Blog Recorrido (2017)

Acredita-se que este crescimento se deva a algumas peculiaridades do esporte supracitado, como: fácil acesso da população apta, baixo custo para organizadores, assim como para o treinamento e participação, caracterizando-se por ser uma atividade física popular ou de massa e, inclusive, por ser considerada uma atividade relevante na perspectiva do lazer.

Dados divulgados pela Federação Paulista de Atletismo (FPA) confirmam que a corrida de rua segue crescendo em solo paulista. De 2015 para 2016, o número de concluintes em provas disputadas no estado de São Paulo cresceu 25,24% em um ano, saltando de 724.130 em 2015 para 906.930 em 2016.

O crescimento das corridas de rua em SP pode ser associado à maior participação feminina em provas de corrida de rua em São Paulo. Em 2015, as mulheres representavam 37,85% do público geral das provas. No ano seguinte, foram 42%. Vale ressaltar que, em 2014, os homens tinham quase o dobro de participantes em relação às mulheres – 65,80% contra 34,2%.

Gráfico 8: Aumento da participação feminina em provas de corrida de rua



Fonte: Federação Paulista de Atletismo (2017).

Além disso, o aumento das taxas de inscrições, a criação dos grupos de corrida (que hoje compõem a maior fatia de inscritos nas provas), e a alta evidência das corridas de rua no Brasil, sugerem uma alteração no perfil econômico dos praticantes. Com isso, surgiu uma divisão nos eventos de corridas. As “corridas convencionais” e as “corridas *fashion*”. As corridas convencionais são voltadas aos valores mais tradicionais do esporte, com corredores de nível mais alto aos de classes sociais mais baixas. E as corridas *fashion*, com maior produção, inscrições com valores mais altos, “corredores de fim de semana” e “aqueles que podem” (OLIVEIRA, 2010).

Por esse motivo, a corrida se tornou atrativa aos meios comerciais. Surgiram revistas especializadas, como a famosa *Runner's World* e a brasileira *Contra-Relógio*, investimentos no setor calçadista, além de roupas e acessórios (OLIVEIRA, 2010). A Nike, importante fabricante de artigos esportivos, teve como seus fundadores Bill Bowman. Este foi treinador de atletismo da Universidade do Oregon e passou a desenvolver calçados adequados às necessidades de seus atletas (NIKE, 2009 apud OLIVEIRA, 2010). Hoje essa mesma empresa é uma das potências comerciais do ramo. Diante do crescimento da prática de corrida, que gerou surgimento de uma indústria do setor das corridas, é fundamental entender o que leva, de fato, as pessoas irem para as ruas correr.

## 2.4 FATORES MOTIVACIONAIS

### 2.4.1 Por que praticar atividade física regularmente?

Sabe-se que a prática da atividade física regular traz inúmeros benefícios ao praticante, sendo observada uma grande melhora na qualidade de vida destes adeptos, adicionando vida aos anos, e anos à vida (WANKEL, 1993; FERREIRA; NAJAR, 2005; MATSUDO; MATSUDO, 1992; VERAS; CALDAS, 2004; MELLO et al., 2005; CHEIK et al., 2003; PEREIRA et al., 2006; MAZO et al., 2005). Apesar disso, para muitos este não seria o principal motivo de adesão ao esporte. Na verdade, muitos dos possíveis motivos pelos quais uma pessoa adota a prática da atividade física parecem estar pouco relacionados a estes benefícios (GAYA; CARDOSO, 1998). Além dos benefícios relacionados à saúde, outros motivos de adesão à prática desportiva ganham destaque na literatura, como psicológicos, sociais, estéticos, entre outros (MOTA, 2004; WEINBERG; GOULD, 2001; GARCIA; LEMOS, 2003).

As dimensões motivacionais avaliadas nos diversos questionários e inventários aplicados variam muito, bem como sua nomenclatura (BARBOSA, 2006).

A cada pesquisa que busca analisar as diversas características da motivação, um novo modelo de avaliação é proposto. Enquanto alguns modelos avaliam uma gama enorme de dimensões (MARKLAND; INGLEDEW, 1997; TRUCCOLO; MADURO; FEIJÓ, 2008), outros se resumem a algumas poucas, de forma mais abrangente (FERNÁNDEZ; SOLÁ, 2001; FRANCO, 2010).

A seguir, serão abordadas algumas características relativas a cada uma das dimensões utilizadas por A. Balbinotti (2004). São estas:

- a) Controle do Estresse;
- b) Saúde;
- c) Sociabilidade;
- d) Competitividade;
- e) Estética;
- f) Prazer.

*Controle do Estresse* é a dimensão na qual avalia em que nível pessoas utilizam da atividade física regular como forma de controlar a ansiedade e, o estresse da vida cotidiana (BALBINOTTI, 2007 apud MCDONALD; HODGOON, 1991). Segundo Mota (2004), os benefícios psicológicos são tão importantes quanto os benefícios físicos na atividade física. Dentre estes benefícios psicológicos está a melhoria do estado de humor, a diminuição da ansiedade, o combate a depressão e o controle de estresse.

Segundo L. Capdevilla et al. (2004), as interações sociais, a sensação de competência e a melhoria da condição física proporcionadas pelo esporte, aumentam as sensações de bem-estar. No entanto, outros autores destacam que a prática da atividade física, especialmente aquela voltada para a obtenção de resultado, pode ser geradora de estresse, a ponto de causar o abandono do esporte (GOULD et al., 1996; FONSECA, 2004).

*Saúde* é a dimensão que avalia em que nível o praticante se utiliza da prática regular da atividade física como forma de manutenção da saúde geral e de prevenção de doenças associadas ao sedentarismo (BALBINOTTI et al., 2007). Lembrando que, segundo a Organização Mundial da Saúde, a saúde não é mais apenas a ausência de doença, mas aquele estado em que a pessoa se sente bem tanto fisicamente, quanto psicologicamente e socialmente (REINBOTH; DUDA, 2005). Portanto, a saúde passou a ser considerada um bem a ser conquistado, e a prática regular da atividade física é uma das formas de se obter benefícios neste sentido, ou seja, é um padrão de comportamento que afeta positivamente a saúde (MOTA, 2004).

Pesquisas associam a prática da atividade física com benefícios para a saúde do sistema cardiovascular, com o aumento da força e da resistência, com o controle de peso, com a prevenção da osteoporose e a manutenção da saúde mental (MORGAN; GOLDSTON, 1987; WANKELE, 1993; OCARINO; SERAKIDES, 2006; SANTOS; BORGES, 2010). Estas evidências têm se mostrado de grande importância para o incentivo à prática da atividade física visando a manutenção da saúde atual e a prevenção de doenças associadas ao sedentarismo (CAPDEVILLA et al., 2004).

*Sociabilidade* é a dimensão que avalia em que nível o indivíduo utiliza a atividade física regular como forma de fazer parte de um grupo, clube ou relacionar-se com outras pessoas (BALBINOTTI et al., 2007). Weinberg e Gould (2001)

consideram a Sociabilidade um dos fatores motivacionais mais importantes para a prática da atividade física regular em crianças e jovens. Muito se deve ao fato de poder estar com os amigos ou fazer novas amizades, estando muito relacionadas às questões de aceitação, à autoestima e à motivação da mesma. Um bom relacionamento com os parceiros de atividade e a aceitação dos mesmos, faz com que estes apresentem um índice alto de motivação e participação em práticas desportivas (SMITH, 1999), além de apresentarem um maior prazer e uma melhor percepção de competência na atividade praticada, possuindo maiores índices de autodeterminação e menores índices de estresse (ULLRICH-FRENCH; SMITH, 2005). Segundo Allen (2003), a sociabilidade é o fator motivacional que melhor explica a participação de jovens em atividades físicas. Segundo a TAD, ser aceito e fazer parte de um grupo é uma necessidade psicológica básica e a satisfação desta necessidade está associada a MI do indivíduo (RYAN; DECI, 2000b).

*Competitividade* é a dimensão que avalia em que nível o indivíduo utiliza a atividade física como forma de manifestação de aspectos relacionados ao vencer, sugerindo uma sensação de superioridade e/ou de destaque em uma determinada atividade física ou desporto (BALBINOTTI et al., 2007). A competitividade pode ser orientada à vitória ou ao objetivo. Quando orientadas à vitória, o foco é a comparação interpessoal e à vitória na competição. Quando orientadas ao objetivo, o foco é nos padrões de desempenho pessoal (WEINBERG; GOULD, 2001; JUCHEM, 2006).

Segundo M. Reinboth e L. Duda (2005), pressões e motivações extrínsecas, exercidas por pais e treinadores sobre resultados competitivos, podem resultar em consequências negativas na participação esportiva. Este tipo de situação ocorre quando há uma diferença entre o objetivo do praticante e o objetivo de quem está de fora.

Da mesma forma que alguns autores condenam a prática desportiva visando somente o resultado, A. Marques e J. Oliveira (2001) afirmam que não há desporto sem competição. Para os autores, comparar o desempenho consigo mesmo e com os outros pode levar pessoas a manter-se em atividade.

*Estética* é a dimensão motivacional que avalia o nível no qual o indivíduo se utiliza da prática regular da atividade física como forma de se obter ou manter um corpo que seja considerado atraente e aprovado pela sociedade em que o mesmo está inserido (BALBINOTTI, et al., 2007). Nos dias atuais, a estética aparece como

um valor de extrema importância à nossa sociedade. E a atividade física, neste contexto, assume um papel bastante importante na construção e manutenção desta imagem (GARCIA; LEMOS, 2003).

O processo de crescimento e maturação pode afetar a autoimagem, a motivação e os interesses de jovens atletas (CUMMING et al., 2005). Fatores como a imagem corporal e massa corporal influenciam fortemente a MI para o exercício na adolescência (INGLEDEW; SULLIVAN, 2002). Confirmando esta tendência, Alexander Tahara, Gisele Schwartz e Karina Silva (2003) demonstram que a estética seria o principal fator de aderência à prática de exercício físico nas academias.

A escolha da atividade é originada por diferentes motivações. Frederick e Ryan (1995) relatam que praticantes de esportes possuem a motivação direcionada ao prazer pela prática e pela competência. Já os praticantes de atividade físicas apresentam a motivação direcionada para o condicionamento físico e à aparência.

*Prazer* é a dimensão relacionada à sensação de bem-estar, de diversão e a satisfação que a prática regular da atividade física proporciona (BALBINOTTI, 2007).

Com a evolução tecnológica, aumento da escolaridade e a diminuição do tempo gasto com o trabalho, as pessoas têm destinado grande parte do tempo livre ao lazer. Neste espaço, as pessoas estão buscando cada vez mais atividades que atendam às suas necessidades físicas, sociais e de valores (MOTA, 2001).

Esta dimensão reflete muito bem a MI dos indivíduos. Segundo a TAD, as atividades que proporcionam prazer são os protótipos dos comportamentos autodeterminados (RYAN; DECI, 2000b). Por este motivo, esta dimensão pode ser apontada como a mais comumente responsável pela manutenção da prática da atividade física, viabilizando a obtenção dos benefícios físicos e psicológicos da prática (WANDEL, 1993). Da mesma forma, a falta de prazer na atividade, seja causada por treinamento muito intenso, pela valorização excessiva do resultado, seja por outros fatores, pode fazer com que o indivíduo abandone a prática do esporte (WEINBERG et al., 2000).

#### **2.4.2 Perfil de corredor baseado nas motivações para correr**

Apesar das contribuições que a corrida traz aos seus praticantes, seja para a

melhoria da condição física e/ou para a saúde geral dos indivíduos estas podem não ser as únicas nem os mais importantes aspectos que integram as dimensões motivacionais que levam este grande número de pessoas a aderir aos programas de atividades físicas regulares e sistemáticas, por vezes, elevada intensidade e duração (GAYA; CARDOSO, 1998).

Conforme já exposto no tópico anterior, a realização de atividades físicas é um dos pilares para uma vida saudável. Junto com a caminhada, a corrida é a atividade esportiva mais acessível, pois pode ser praticada individualmente, em praticamente qualquer lugar e tem baixo investimento (COSTA, 2010). Além disso, não exige alto nível técnico do corredor. Ao praticar a corrida, há melhoras para a saúde física, para a saúde emocional e para a saúde social, conforme colocadas abaixo.

Quadro 5: Benefícios da corrida

Melhoria da saúde física	Melhoria da saúde emocional e cognitiva	Melhora da saúde social
<p>Controle da pressão arterial; melhor capacidade de respiração; melhor capacidade de ejeção do coração; controla nível do colesterol bom (HDL) e diminui o ruim (LDL); controle do peso corporal; controle da osteoporose; fortalecimento da musculatura.</p>	<p>Redução do estresse, da depressão; melhoria da ansiedade e do humor; liberação de endorfina; estímulo de novos neurônios; melhora oxigenação do cérebro.</p>	<p>Sentimento de pertencimento a um grupo; criação de laços de amizade; incentivo de valores como humildade e educação.</p>

Fonte: adaptação de Silva (2009)

A facilidade de praticar a corrida se dá também porque pode ser considerado como esporte individual, já que o corredor não necessita de outra pessoa para prática, além dela mesma. Em cada corrida, a velocidade, a distância a percorrer e o trajeto são definidos pelo próprio corredor. Ele também define seus objetivos com relação à corrida. Os objetivos mais comuns entre os corredores podem ser classificados em cinco perfis, conforme o próximo quadro

Quadro 6: Perfil de corredores

Corredor desafiador	Procura na corrida uma maneira de superar e testar seus limites. O que conta é o tempo de conclusão de uma prova e a distância percorrida. O que vale é vencer o desafio;
Corredor amador	É aquele que ama a corrida, seu maior prazer é correr, não importando a colocação ou o ritmo. A corrida é quase uma terapia e quando não correm chegam a ter alteração no seu humor;
Corredor social	É aquele que busca nos treinos e provas um momento para reunir e encontrar amigos. O que vale é curtir a corrida com quem gosta;
Corredor pensador	Vê a corrida como uma atividade que ajuda a refletir e achar soluções para a sua vida. Normalmente é mais solitário ou usa a corrida como descarga da rotina diária;
Corredor gastador	O que vale é gastar calorias, procura correr o suficiente para que o gasto calórico seja alto.

Fonte: adaptado de Silva (2019)

Esse quadro é importante porque extrapola motivações puramente vinculadas à saúde física. Os objetivos do corredor pensador, amador e desafiador são relacionados, principalmente, com o bem-estar emocional. Nesse contexto, a corrida surge como uma solução para escape das pressões da rotina urbana que afetam emocionalmente milhares de pessoas. Essas pressões como estresse e ansiedade podem ter um grande impacto para a saúde da população. Através da corrida, é possível manter um bom condicionamento físico, manter um peso adequado, envelhecer de forma ativa e passar um momento sem pensar em nada ou um momento para pensar, refletir e resolver problemas (LIMA, 2007).

Na perspectiva do lazer, incluindo no contexto a Socialização (FRANCO, 2010) e o Prazer (BALBINOTTI et al., 2007), estudos encontram resultados bastante interessantes. A. Trucollo, P. Maduro e E. Feijó (2008) e Balbinotti et al. (2007) dão um destaque grande à Saúde como um dos principais fatores motivacionais entre homens e mulheres. Nestes mesmos estudos a corrida é considerada por muitos homens como uma forma de reduzir o estresse e, a ansiedade. A questão estética é bastante valorizada principalmente por mulheres. No entanto, questões como “autoestima” podem ser relacionadas nos casos do sexo masculino (TRUCOLLO;

MADURO; FEIJÓ, 2008). A dimensão associada à superação de limites e resultados em provas não aparece nestes estudos como um fator motivacional muito importante, apesar de ser um esporte que exige de seus praticantes uma grande resistência física e emocional, exigindo poder de superação (ROLIM, 1998; OLIVEIRA, 2010).

Estudos analisam possíveis fatores de adesão à prática da corrida para diferentes grupos. Franco (2010) analisa as diferenças motivacionais entre corredores que integram grupos de corrida e corredores individuais. Trucollo, Maduro e Feijó (2008) verificam os motivos de adesão a grupos de corrida. Balbinotti et al. (2007) avalia, a partir do sexo, as mesmas seis dimensões motivacionais do presente estudo em corredores de longa distância. F. Massarella e P. Winterstein (2009) analisam a motivação intrínseca em corredores de rua. Estes são alguns exemplos que demonstram um grande interesse de especialistas pelo assunto. Afinal, o aumento da popularidade deste esporte justifica querer-se explorar as dimensões que melhor caracterizam os praticantes desta atividade (BALBINOTTI et al., 2007).

Mesmo sendo um esporte individual, não há impeditivos para que seja praticado em grupo. O corredor social alia o prazer da corrida com o momento de encontrar amigos. Duas formas que facilitam a prática coletiva são os grupos de corrida e as competições. Além do prazer de companhia de outras pessoas, esses encontros servem também para aprimorar a identificação do corredor com o esporte, principalmente através de camisetas personalizadas. Corredores se alimentam do prazer do reconhecimento e da sensação de superação. Eles querem ser percebidos além de saudáveis e ativos, como pessoas disciplinadas, focadas e que vão atrás de seus objetivos (LIMA, 2007). Há certo prestígio ao se apresentar para outras pessoas como um “corredor” ou um “atleta”, pois passa valores como disciplina e superioridade física que faz com que o indivíduo tenha um lugar de respeito na comunidade (OLIVEIRA, 2010).

O crescente espaço na mídia dado a esse esporte também pode ser um dos motivos do aumento de interesse da população na prática da corrida de rua e que tenha influenciado para esse prestígio atribuído a corredores. A televisão percebeu que o espetáculo das corridas atrai mais pessoas a cada ano. Propagandas se multiplicam, há mais camisetas comemorativas de provas, de empresas, de grupos de amigos. Não se corre apenas para estar em forma, mas também para participar

dessa manifestação da modernidade urbana (SEGALEN, 1994). Não só a televisão se deu conta desse fato, mas diversos meios comerciais começaram a se envolver mais com os amantes da corrida: revistas especializadas como a *Runner's World*, alimentos e dietas específicas para a corrida e assim por diante (OLIVEIRA, 2010).

É visível o aumento da oferta de produtos focada nesse público. No entanto, se para a prática de corrida o essencial é apenas uma camiseta, um short, e um par de tênis, qual a percepção de valor dos consumidores sobre esses produtos? Como eles estão percebendo essa maior competitividade de produtos? Como produtos ajudam (ou atrapalham) os corredores a se identificarem como tais? Diante desses questionamentos, no tópico a seguir será apresentado brevemente relações entre consumo e corredores.

## 2.5 HÁBITOS DE CONSUMO DE CORREDORES DE RUA

Antigamente, a corrida era praticada com equipamentos menos sofisticados e em menor quantidade do que nos dias hoje. Os corredores corriam descalços, com uma espécie de túnica (YALOURIS, 2004). Diferentemente de outros esportes, a corrida de rua não exige muitos equipamentos para sua prática.

Ao longo do tempo, o traje permaneceu o mesmo: um short, uma camiseta e um par de tênis (DALLARI, 2009). Baixo custo para a prática do esporte é um dos fatores que permitiu o crescimento do número de corredores tão rapidamente.

Diante disso, poderia se entender que há poucas possibilidades para explorar produtos em torno dessa atividade. Entretanto, esse crescimento de apaixonados pelo esporte começou a atrair diversos segmentos da economia movimentando altos valores (NIADA, 2011). As empresas desse mercado souberam como despertar desejos nos consumidores. Esse seria o papel do marketing: influenciar os desejos que são formados culturalmente (KOTLER, 2006).

Pode se tomar como exemplo o produto principal para a prática da corrida, o tênis de corrida, que está diretamente vinculado à saúde do corredor. Esse tipo de tênis possui um valor mais alto em comparação com outros tipos de tênis. Nos últimos anos várias marcas lançaram modelos específicos para esse público interessadas na lucratividade, aumentando a concorrência do setor (NIADA, 2011).

São tantos modelos disponíveis que meios de comunicação especializados (como sites e revistas) publicam guias de escolha de tênis para ajudar o consumidor

encontrar o modelo mais adequado para sua necessidade.

Essas mudanças no contexto da corrida de rua também impactam os consumidores. De acordo com um entrevistado no estudo realizado por Oliveira (2010), há impactos negativos do crescimento da competitividade de ofertas: “Isso tudo acontece por um tênis custar 400 reais e as empresas descobriram que é fácil vender brinquedo para homens. É fácil vender um hobby do mesmo jeito que vender aquelas coisas de mulher.”. Nessa concepção, ao invés da maior concorrência beneficiar o consumidor (baixando os preços dos produtos) as marcas atuam aumentando a percepção de valor em torno dos produtos, o que faz com que esses mantenham valor elevado, apesar da diversidade de marcas e modelos.

Atualmente, há certa discussão em relação ao uso de acessórios que vão sendo comunicados como imprescindíveis à prática de corrida. Por um lado, à medida que o hábito de correr se torna mais frequente, pede-se uma postura mais séria do corredor para seu próprio bem. Isso envolve escolher o modelo certo de tênis, adquirir um relógio, o frequencímetro, softwares de treinamento para turbinar a performance e ter uma orientação nutricional adequada (RUNNER’S WORLD, 2012). Por outro lado, os diversos acessórios ajudaram a quantificar o esforço envolvido nos treinos, mas eliminá-los pode trazer de volta a alegria para a corrida e a sensação de esvaziar a mente (RUNNER’S WORLD, 2012).

Sendo também um espaço de publicidade para produtos voltados para corrida, as provas de corrida têm aumentado e ganhado ampla diversidade de temas. É importante destacar que há dois tipos de provas. Há as corridas convencionais: vinculadas à valores mais tradicionais da corrida, populares com participantes de baixa renda e de nível técnico mais alto, e também existem as corridas *fashion*: elitizadas, inscrições de valores mais altos, produção mais elaborada, ocorre maior divulgação de marcas e há o convite para a participação de corredores de alto nível (OLIVEIRA, 2010)

Não corridas convencionais têm ganhado mais popularidade, mas também as corridas *fashion*. O quadro seguinte mostra o ano de criação de provas repetidas anualmente em diferentes cidades do Brasil. Assim como marcas de isotônicos, outras marcas de material esportivo utilizam esses eventos para se aproximar com o público corredor.

Quadro 7: Exemplos de Grandes Eventos de Corridas (*fashion*)

Evento	Patrocinadora	Ano de Início
Circuito de Corridas da Caixa	Caixa Econômica Federal	2004
Circuito das Estações	Adidas	2006
Circuito Run Series	Track & Field	2004
Nike 600k	Nike	2009

Fonte: Niada (2011)

O aumento do número de provas comprova-se também pela atratividade financeira, pois os valores financeiros que giram em cada prova são altos segundo Aurea Niada (2011): “cada prova movimenta entre R\$1,44 milhão e R\$6 milhões, dependendo do total de participantes. Esse valor corresponde à hospedagem, alimentação, lazer, transporte e as compras”.

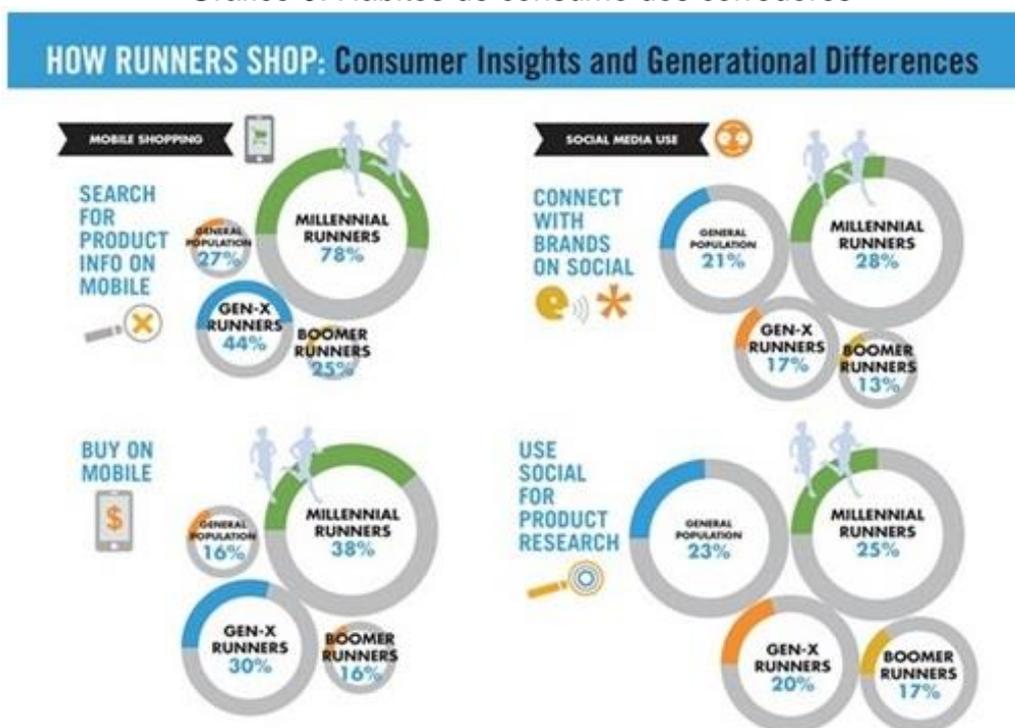
Dentro desse contexto, o mercado identificou a necessidade dos corredores de contar com profissionais para orientação sobre treinos e formas de aumentar a performance nas provas. Assim, ocorre o surgimento dos grupos de corrida e/ou assessorias esportivas que são grupos que oferecem aos seus alunos a prática da corrida em parques, ruas, pistas públicas da cidade e instalações próprias.

Percebe-se que um dos métodos de identificação das assessorias de corrida de rua é, principalmente, a utilização do uniforme que tem a marca, o nome da assessoria, e na maioria das vezes usam cores chamativas e alegres, o uniforme é utilizado como estratégia para divulgação da marca da assessoria (LOPES, 2011).

Dentro desse contexto, percebe-se que as assessorias de corrida de rua estão cada vez mais presentes nas corridas e a cada dia vem ganhando mais espaço com os adeptos desta modalidade. Os profissionais formados em Educação Física que estão se especializando na orientação de pessoas que praticam esta modalidade ganharam espaço trabalhando em alguma assessoria ou sendo os próprios donos delas. Segundo Mayara Silva e Manuela Sousa (2013) ao longo do tempo as assessorias de corrida de rua vêm contribuindo com o processo de amadurecimento e profissionalização desse mercado. Muitas assessorias além de planejar e orientar tem o diferencial de oferecerem acompanhamento de nutricionistas e outros profissionais e também parcerias com academias, lojas e laboratórios ligados à produção científica em biomecânica, ciências do esporte e fisiologia do exercício.

As assessorias ajudam a fomentar a prática da corrida de rua no Brasil e no mundo. Constatou-se que os praticantes se sentem mais seguros treinando em assessorias ao invés de treinar por conta própria (SILVA; SOUSA, 2013). O estudo infográfico de Hanson Dodge, “Como os Corredores Compram: Insights de Consumo e Diferenças entre as gerações”, que utilizou dados de um painel com cerca de 25.000 corredores, revelou os hábitos de compras e fatores que influenciam o caminho para a compra de corredores, incluindo psicografia, diferenças geracionais, preferências de compras online e uso móvel e social. Abaixo os cinco principais pontos encontrados junto aos entrevistados.

Gráfico 9: Hábitos de consumo dos corredores



Fonte: ACTIVE INSIGHTS (2015).

*51% dos corredores são da geração Millenium*

Os millennials, também conhecidos como jovens da geração Y, são o público-alvo para as corridas e mais de um em cada quatro corredores da geração Y se conecta e pesquisa sobre provas, marcas e assessorias. E três em cada quatro corredores millennials pesquisa sobre corridas em dispositivos móveis – e mais de um terço deles fazem de fato fazendo a compra pelo celular. A geração Y forma a maior parte da audiência das corridas nas redes sociais e nos smartphones.

### *Corredores preferem experiências personalizadas*

54% dos corredores da geração Y dizem que preferem a personalização em suas compras. Enquanto Boomers (nascidos entre os anos de 1946 e 1977), são mais fáceis de agradar, 43% está favorecendo a personalização, mais da metade dos corredores da geração X também estão à procura de personalização em suas compras.

### *O smartphone é importante*

Além dos 78% dos corredores da geração Y que pesquisam sobre suas compras no celular (38% deles fazem a compra no smartphone), as gerações mais velhas também são ativas no celular. Entre 25% e 44% dos corredores mais velhos também pesquisam produtos ou informações sobre corridas no smartphone, e entre 16% e 30% deles fazem compras através do celular.

### *Rede social é fundamental*

Dependendo da idade, de 13% a 28% dos corredores se conectam com marcas via mídias sociais. 17% a 25% deles usam as redes para pesquisar sobre um produto ou corrida antes de fazer a compra.

### *Os corredores costumam ignorar anúncios*

Mais de 60% dos corredores dizem que não são influenciados por publicidade. A boa notícia é que 57% deles afirmam que estão dispostos a pagar mais por produtos que respeitem o meio ambiente. Isso significa que os corredores se envolvem com marcas que atendem aos seus valores, em vez de usar métodos de publicidade que atiram para todos os lados.

Diante de todas essas perspectivas, a própria atividade de correr, na sociedade ocidental, foi transformada num produto de consumo (OLIVEIRA, 2010). A corrida passou por transformações ao longo do tempo, acompanhando a evolução da sociedade. Por que foi possível transformar a corrida, um esporte de baixo custo, numa experiência de consumo? Como a corrida praticada atualmente transmite valores da corrida originada ainda nos tempos antigos? A fim de obter maior profundidade sobre essas questões torna-se fundamental explorar alguns conceitos teóricos de comportamento de consumidor e consumo sob uma ótica cultural.

### 3 MÉTODO

Este capítulo apresenta detalhamento sobre o tipo de pesquisa realizada, bem como os procedimentos e os instrumentos adotados para o alcance dos objetivos propostos. Segundo Pedro Demo (2007, p.62), “é preciso repisar que metodologia é instrumental para a pesquisa, e não a pesquisa em si”, ou seja, a metodologia escolhida deverá ser o meio para alcançar os objetivos definidos, e não o seu ponto de chegada. Dado que a proposição desta pesquisa é identificar o impacto da prática de corrida no consumo, e que busca identificar motivações para a prática e como a mesma interfere no consumo de produtos e serviços, torna-se fundamental dividir a pesquisa em duas fases.

A primeira fase, que é qualitativa, tem como objetivo subsidiar a segunda etapa, quantitativa. Para tanto, buscou-se identificar o perfil do corredor, quais as motivações para a prática do esporte bem como identificar se o mesmo percebe a modificação nos seus hábitos de vida e consumo. Além disso, a etapa visou fazer um levantamento dos principais produtos e serviços relacionados a prática da corrida. O instrumento utilizado para este levantamento foi um roteiro com questões abertas e a técnica utilizada foi entrevista em profundidade. E a segunda, quantitativa, possibilitou verificar sobre como determinadas diferenças no perfil dos corredores, podem trazer informações relevantes sobre os produtos e serviços consumidos.

#### 3.1 FASE EXPLORATÓRIA QUALITATIVA

Na fase exploratória qualitativa, buscou-se conhecer os hábitos relacionados à corrida, as principais motivações, e principalmente a percepção sobre a relação entre a prática do esporte e o consumo. Desse modo, a fase exploratória qualitativa foi determinante para a realização desse trabalho, pois gerou indícios sobre essa percepção da relação entre corrida e consumo junto aos entrevistados, bem como a identificação dos principais produtos e serviços utilizados pelos corredores amadores.

Tendo isso em vista os objetivos da fase exploratória qualitativa, foi utilizado uma das técnicas de estudo qualitativo: entrevistas em profundidade. Tal técnica foi selecionada para extrair informações de qualidade a respeito dos corredores, e

extrair possíveis informações que não foram consideradas no roteiro, de modo a imergir no universo dos corredores de forma curiosa e atenta.

O foco da fase exploratória qualitativa é obter qualidade nas informações adquiridas, uma vez que, as entrevistas são feitas em torno de um roteiro semiestruturado onde o entrevistador levará, por meio de tópicos, o entrevistado a preencher todas as lacunas identificadas. Segundo J.P. Deslauriers (1991) essa metodologia é imprevisível e o conhecimento adquirido é parcial e limitado. No entanto, o objetivo do pesquisador, ao estudar os elementos da pesquisa, é adquirir informações aprofundadas e ilustrativas, preocupando-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, pois se baseiam na dinâmica das relações sociais.

Dessa forma, utilizando a coleta de dados qualitativa, através da entrevista em profundidade, foram contemplados aspectos pertinentes ao universo dos corredores amadores. As entrevistas presenciais, por sua vez, foram direcionadas através de tópicos de interesse.

### **3.1.1 Descrição dos Elementos da Pesquisa**

Provenientes de indicações de amigos e conhecidos, os componentes da pesquisa em questão são corredores amadores residentes em Porto Alegre, no Estado do Rio Grande do Sul. Dentre os elementos, foram entrevistados, homens e mulheres com variadas idades, atividades profissionais, classe social e tempo de prática da corrida.

A idade dos entrevistados ficou entre 22 e 68 anos de idade. Desse modo, buscou-se entrevistados com faixas etárias distintas, de modo a contemplar percepções de variadas gerações. Além disso, também se tomou cuidado para equilibrar o número de homens e mulheres, para coletar informações, verificando diferenças entre o universo masculino e o universo feminino.

### **3.1.2 Roteiro da entrevista**

Conforme é possível identificar no roteiro semiestruturado no apêndice A desta pesquisa, as entrevistas foram separadas, dentro do roteiro, em quatro principais blocos:

- a) Perfil do(a) atleta corredor(a) – voltado a traçar um breve panorama de informações básicas sobre o entrevistado em relação a corrida, com questões práticas sobre quanto tempo pratica o esporte, frequência da prática, quantidade de prática;
- b) Motivações e Hábitos – voltado a compreender as motivações para a prática de corrida e qual a possível relação da mesma com demais hábitos de vida bem como as influências à prática;
- c) Relação corrida x consumo – voltado ao objetivo principal dessa fase, de verificar a percepção dos entrevistados sobre a relação entre a prática de corrida e consumo;
- d) Identificação de quais produtos e serviços diretamente e indiretamente relacionados ao esporte praticado.

### **3.1.3 Coleta de Dados**

A pesquisa qualitativa neste projeto foi feita através de entrevistas em profundidade semiestruturadas. O número de entrevistados não foi definido previamente, sendo estabelecido que o número final de entrevistas realizadas ficou dependendo do nível de saturação das respostas obtidas, sobretudo a parte da entrevista que compete ao objetivo principal dessa fase, estabelecido anteriormente.

Dessa forma, foram necessários sete entrevistados, que se prontificaram para conceder entrevista gravada e filmada. A mesma foi armazenada e compartilhada com os entrevistados que demonstraram interesse e/ou curiosidade em ver a gravação. Cabe aqui o registro de que em todas as entrevistas o pesquisador se deslocou até o local de maior comodidade a fim de proporcionar maior segurança e tranquilidade para os entrevistados no momento da conversa.

Conforme descrito no item de coleta de dados, as entrevistas em profundidade, em Porto Alegre/RS foram feitas presencialmente. Nestas entrevistas, que duraram em média de 45 minutos, a coleta de dados foi feita através da gravação e filmagem das entrevistas, que foram transmitidas e armazenadas no dispositivo de transmissão ao vivo da rede social Facebook, através do menu de grupos privados. Além disso, durante a entrevista, o entrevistador não lançou mão de anotações, para não perder o contato visual com o entrevistado, o que permitiu

total atenção nas falas e gestos durante as respostas. Ademais, foram realizadas transcrições imediatamente após as entrevistas, a fim de não perder detalhes importantes da linha de raciocínio desenvolvida.

Após a compilação de todos os dados coletados, iniciou-se o processo de transcrição dos dados através das gravações e filmagens coletadas. O roteiro semiestruturado usado para realizar as entrevistas em profundidade, pode ser consultado no apêndice A desta pesquisa.

### **3.1.4 Procedimento de análise dos dados**

A análise dos dados é considerada o núcleo central da pesquisa qualitativa (FLICK, 2009). Sendo que a análise textual é o elemento principal na análise de dados qualitativos, foi solicitado aos participantes, no início das conversas, a permissão para gravação em áudio e em vídeo das entrevistas. Todas as entrevistas foram gravadas e, posteriormente, transcritas. Diante do grande volume de informações que a coleta de dados qualitativos gera, é necessário adotar métodos que lidem com essas informações de forma prática e organizada (FLICK, 2009).

Utilizou-se a análise qualitativa de conteúdo para sistematizar o que foi coletado durante o estudo. Segundo L. Bardin (2007. p.24) a análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. A técnica lida com o material advindo das transcrições das entrevistas, categorizando os elementos do texto em itens advindos da literatura ou do próprio campo pesquisado. Foi necessário ver diversas vezes as entrevistas gravadas para realização de transcrições completas. Também foi necessário ler diversas vezes as transcrições das entrevistas para determinar quais categorias fizeram parte dos resultados da pesquisa. Essas categorias facilitaram a visualização dos dados e a análise de pontos de vista subjetivos.

## **3.2 FASE DESCRITIVA QUANTITATIVA**

Tendo em vista o objetivo geral e objetivos específicos aliados ao tema de pesquisa deste trabalho, escolheu-se a fase quantitativa para atingimento desses objetivos. Desse modo, visando entender a relação entre os hábitos adquiridos com

a prática de corridas e como essa mudança de hábitos interfere no comportamento de consumo dessas pessoas, entendeu-se que a pesquisa quantitativa poderá estabelecer parâmetros, comparativos e amostra relativamente confiáveis para que se chegue a conclusões confiáveis.

Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. (FONSECA, 2002).

Portanto, será realizada uma pesquisa conclusiva de abordagem quantitativa que, segundo Naresh Malhotra e David Birks (2006), nesse tipo de pesquisa, as informações necessárias são previamente definidas, de forma clara, e os resultados podem contribuir para outras pesquisas exploratórias.

### **3.2.1 População**

Uma população, segundo Malhotra e Birks (2006) é o agregado de todos os elementos que compartilham um conjunto de características e que representam o universo de acordo com o propósito de uma pesquisa. A definição exata da população, como Joseph Hair et al. (2010) frisam, é essencial para a pesquisa, visto que ela possui as informações relevantes para o pesquisador. A população alvo deste estudo foram corredores amadores praticantes do esporte, bem como participantes de corridas de rua pagas e atletas amadores de grupos de corrida. Devido à falta de dados referentes ao tamanho da população de corredores amadores no Brasil e o constante aumento do número de praticantes, a população foi determinada como universo infinito.

### **3.2.2 Amostra**

Para alcançar o objetivo do presente trabalho foram entrevistados, através de envio de questionário de pesquisa, corredores amadores participantes de

corridas de rua das cinco regiões do país, que praticam o esporte com frequência de no mínimo duas vezes semanais.

Tendo em vista a população dada como universo infinito, a fim de garantir o parâmetro de confiança de 95,5%, foi estabelecida amostra de 384 respondentes válidos. Para que o estudo pudesse trazer resultados a nível de Brasil, buscou-se elementos de faixas etárias e gêneros em todas regiões do país. Dessa forma, a pesquisa contou com um total de 438 respondentes, sendo 427 respostas válidas e o tempo de arrecadação das respostas, foi de aproximadamente 4 dias.

### **3.2.3 Coleta de dados**

#### **3.2.3.1 Técnica de coleta**

A estratégia de coleta foi a aplicação de um questionário para toda a amostra pesquisada. O tipo de coleta realizada na pesquisa foi o envio do link do questionário através das redes sociais, as quais representaram fonte de contatos com grupos e fóruns de corredores de diversos lugares do país. Inicialmente foram realizadas 10 respostas testes de questionário com os objetivos de verificar o correto funcionamento e fazer ajustes que foram surgindo ao longo dos testes.

Dessa forma, a técnica consistiu na elaboração de um convite aos corredores conectados nas redes sociais a serem respondentes da pesquisa. No convite, juntamente com o link para o formulário eletrônico, foram explicados resumidamente os propósitos da pesquisa, a qual visou identificar aspectos relacionados ao perfil do consumidor, bem como informou tratar-se de um trabalho de conclusão de curso, dando a opção de descadastramento da plataforma, por parte do usuário. Para incentivar as pessoas a responderem corretamente o questionário, bem como garantir agilidade no atingimento do número de respostas, foi estabelecido, de maneira não obrigatória, e informado que os respondentes válidos, que responderam dentro de um prazo de 4 dias, concorreram a um vale compras para produtos de corrida. O questionário intitulado como, “Pesquisa sobre corredores”, pode ser consultado no apêndice B desta pesquisa. Já a captura de participantes feita junto às instituições organizadoras de corrida de rua bem como fóruns, redes sociais e academias que trabalham com o serviço grupo de corrida,

além de indicações e contatos previamente realizados nas práticas de corrida do pesquisador.

### 3.2.3.2 Instrumento de coleta

Quanto ao instrumento de coleta utilizada, a opção para esse trabalho foi a *survey*, que é um dos métodos que podem ser utilizados para realizar uma pesquisa conclusiva. A pesquisa *survey*, como explicam Alain Pinsonneault e Kenneth Kraemer (1993), possui três características básicas. A primeira é que nela se coletam dados quantitativos de algum aspecto da população estudada; a segunda característica é os dados são coletados diretamente com o público-alvo através de questões, a terceira e última é que a coleta é feita junto a uma amostra que é uma parte da população de interesse. De acordo com A. Bryman, e D. Cramer 1999, a *survey* consiste na coleta de dados através de um número de variáveis em um único questionário, a fim de obter dados quantificáveis para identificar, posteriormente, padrões de associação.

A ferramenta escolhida para construção do questionário foi a *Suviu*, especializada no ramo de coleta e análise de dados. Através dela, foi possível trazer privacidade e autonomia ao respondente por meio da elaboração do link eletrônico, que pode ser acessado também pelo celular. O instrumento de coleta foi medido através de variáveis categóricas e intervalares e por meio do questionário online, estruturado a partir de tópicos retirados dos dados coletados através da entrevista em profundidade. Tal instrumento é geralmente utilizado em pesquisas explicativas e consiste na busca de dados através de questionário estruturado e direcionado para um grupo de interesse específico e geralmente grande.

### 3.2.4 Processamento dos dados

Os dados coletados através do formulário online ficam armazenados automaticamente dentro da ferramenta e foram constantemente atualizando conforme novas respostas foram compondo a base dos dados. Após o final da arrecadação das respostas, a ferramenta *Suviu* cria gráficos individuais com as porcentagens relacionadas às alternativas. Individualmente, nessa pré-análise, fornecida automaticamente pela ferramenta, foi possível identificar em gráficos

estatísticos o conglomerado de todas as respostas, organizadas por questão. Posteriormente, os dados coletados através do formulário online foram importados para uma planilha em Excel e recodificados para serem processados no software estatístico SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

### **3.2.5 Análise e Interpretação dos Resultados**

Nesta etapa, a técnica de análise será a estatística descritiva, utilizada para descrever e resumir os dados. A estatística descritiva fornece resumos simples sobre a amostra e sobre as observações que foram feitas. Tal resumo pode ser quantitativo ou visual. Esses resumos tanto podem formar a base da descrição inicial dos dados, como parte de uma análise estatística mais extensa, ou eles podem ser suficientes por si mesmos.

A fim de atingir os objetivos específicos desta pesquisa, a análise e interpretação dos dados foram feitas análises univariadas e cruzamentos (bivariadas) considerados interessantes para este estudo, usando-se o teste ANOVA, especialmente, para comparação de médias. Além disso, para a realização dos cruzamentos de dados, algumas alternativas das questões da pesquisa, foram unificadas, a fim de caracterizar grupos dentro da análise de cada cruzamento. A fim de realizar uma análise organizada e coerente, os cruzamentos foram divididos em tópicos de acordo com os objetivos do presente trabalho. Desse modo, a pesquisa foi dividida em cinco grupos de questões, referentes a:

- a) Prática da corrida
- b) Motivações para a prática
- c) Mudança de hábitos
- d) Consumo
- e) Demográficas

Esse formato, foi fundamental para a realização dos cruzamentos, promovendo organização e agilidade na exposição das análises.

## **4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS**

Nesta seção, são apresentados os resultados obtidos na pesquisa. Primeiramente serão explicitadas as análises da fase qualitativa, com a apresentação dos entrevistados e posterior análise textual advinda das transcrições realizadas. Posteriormente, serão demonstrados os resultados da fase quantitativa, iniciando com a caracterização da amostra e logo em seguida a realização dos cruzamentos de dados e análises realizadas.

### **4.1 FASE I – QUALITATIVA**

Durante o processo de coleta de dados qualitativos, todos os participantes demonstraram muito interesse em participar do estudo, demonstrou alegria ao comentar sobre suas experiências com a corrida e ficou curioso para ver a entrevista gravada e conhecer os resultados. Uma possível explicação para esse envolvimento é a importância que a corrida possui na vida de cada um dos informantes. A análise das entrevistas foi sistematizada em blocos, os quais foram os aspectos que mais chamaram atenção na fala dos entrevistados. Abaixo a apresentação dos blocos e dos aspectos qualitativos importantes sobre os corredores.

### **4.2 APRESENTAÇÃO DOS INFORMANTES-CHAVE**

#### **4.2.1 Apresentação dos entrevistados: Perfil dos corredores**

##### *Entrevistada 1*

É dentista e tem 68 anos. Começou a correr em 2011 com 61 anos de idade, corre em média 4x por semana, entre 6 e 8 km. O primeiro prêmio ganho em competição, foi em 2013. Inicialmente começou correndo na esteira, mas atualmente não admite mais correr na esteira. Costuma correr na rua, pois prefere a sensação de liberdade. Se queixa um pouco das calçadas da cidade que não são muito boas para correr. Se considera uma atleta amadora e atualmente gosta de correr acompanhada pois ocorre uma questão motivacional, onde uma pessoa puxa a outra evitando que alguém desista, que na visão dela, correndo sozinho, a uma

chance maior de desistir do objetivo. Então correr com alguém representa força para encarar o objetivo traçado.

#### *Entrevistada 2*

É formada em Comércio Exterior e tem 29 anos. Começou a correr em 2014, mas não levava a corrida muito a sério. Foi em 2016 que ganhou sua primeira medalha que começou a ter o hábito que correr de forma regular, e nesse mesmo período abandonou o cigarro. No início corria todos os dias e não corre mais todos os dias para não exagerar e acabar se machucando, então treina em média 3x por semana em torno de 8 a 10 km. Normalmente corre na academia em função da segurança e da praticidade. Mas gosta mais de correr na rua, em local seguro, com uma paisagem legal e na companhia do namorado.

#### *Entrevistada 3*

É formada em Educação Física e tem 56 anos. Corre regularmente desde os 31 anos. Já foi uma atleta de competição, com treinamentos intensos. Atualmente está correndo entre 6 e 8 Km de 4 a 5 vezes por semana, tendo a preocupação de se manter saudável e manter o preparo físico. Se considera uma corredora amadora, mas por grande parte da sua trajetória com a corrida, se considerava uma atleta de competição, pois por muitos anos sempre ficou no pódio nas corridas que se inscrevia. Por apresentar um perfil de corredora motivada pela competitividade, atualmente ela não participa mais de provas de corrida de rua, pois não consegue mais atingir os tempos indicados para pódios. Durante muito tempo correu com um orientador/treinador, pois gostava de ter essa assessoria para se motivar e atingir os objetivos.

#### *Entrevistada 4*

É estudante de Administração e tem 31 anos. Corre desde de 2013, portanto, há 5 anos. Corre de 3 a 4 vezes por semana, somando em média 30 km. Segue uma planilha de treinos indicados por assessoria esportiva. Normalmente gosta de correr na orla do lago Guaíba ou na pista de corrida da redenção quando treinos são de tiros. Se considera uma boa competidora, pois sempre consegue ficar nos pódios. Prefere correr sozinha pois não gosta de conversar (nem de ouvir e nem de falar). A única pessoa com quem ela gosta de correr, é a irmã, pois na sua

opinião ela traz um tom de competitividade para o treino, e com isso o treino acaba ficando mais proveitoso e produtivo.

#### *Entrevistado 5*

É atendente na peixaria Japesca do Mercado Público e tem 59 anos. Começou a correr com 16 anos. Corre diariamente em média 28 km, e só não corre aos sábados para descansar o corpo para competições aos domingos. Também busca treinar todos os dias pois sente que está envelhecendo, mas quer manter o corpo jovem, e com condicionamento físico. Corre na rua ou em pista. Para se preparar para provas longas, busca locais que tenham lombas e para treinar velocidade utiliza pistas de corrida. O entrevistado se considera um atleta de competição, por sempre disputar posições no pódio. Normalmente gosta de correr sozinho para poder se concentrar melhor. Conta com as orientações e treinos de um ex-atleta que não cobra pelas orientações.

#### *Entrevistado 6*

É Analista de Negócios e tem 22 anos. É iniciante na prática de corrida (30 dias), costuma correr pelas ruas de Porto Alegre em média 3x por semana para se deslocar até a aula de loga. Gosta muito de correr em locais com brisa e com diferenciação na paisagem. O entrevistado se considera amador pois não conhece técnicas de corrida e não tem acompanhamento de algum profissional.

#### *Entrevistado 7*

É *personal trainer* de grupo de corrida e tem 39 anos. Corre desde 2009 com participação em provas de corrida de curta distância. Tem academia, mas não contava com o produto de assessoria de grupo de corrida. Ao iniciar as provas de curta distância, viu nesse momento uma oportunidade de negócio para a sua academia e depois de então nunca mais parou de correr. Prefere correr na rua, e o lugar ideal é a orla do Guaíba, é o seu lugar preferido pela beleza da paisagem. Corre todos os dias praticamente, e em alguns dias corre mais de uma vez por dia em função das aulas com os alunos, e a distância varia com o treino dos alunos. Mas corre em média entre 10 e 15 Km por dia. Se considera um atleta amador pois não consegue ter uma preparação específica em função das aulas. Normalmente corre acompanhado, e somente corre sozinho nas terças e quintas enquanto se

desloca para uma aula de *personal trainer* que tem que ir dar. Então ele adora esse momento, pois é um momento individual dele de pensar na vida enquanto corre.

#### **4.2.2 Como a prática de corrida e os corredores de rua eram vistos antes de começar a correr**

Ao verificar a visão pré-prática, sobre a corrida e a respeito dos corredores, foram identificados aspectos que possibilitaram separar os entrevistados em dois grupos distintos de percepções. Essas percepções permitiram a denominação dos grupos a seguir:

*Grupo 1: “Será que um dia serei um corredor?”.*

No primeiro grupo, de maneira geral, as pessoas apresentavam afeição prévia pela corrida, já haviam tido contato com outros esportes, feito tentativas iniciais com a corrida e viam a corrida como positiva para a vida das pessoas. Além disso, viam os corredores nas ruas com certa admiração, entretanto, não imaginavam correr distâncias consideráveis ou pensavam que nem sequer seria possível conseguir correr um dia. Ou seja, já apresentavam o desejo ou a curiosidade pela corrida, mas não se sentiam aptos fisicamente para encarar o desafio da corrida.

A Entrevistada 2 via os corredores com admiração: “eu olhava alguém correndo e pensava que nunca iria correr 10 Km, me chamava atenção as roupas e o estilo do corredor pela simplicidade.” Já a Entrevistada 4 sempre teve afinidade pelo esporte, via a corrida e o atletismo como uma oportunidade de se encaixar no colégio, devido à baixa estatura. Além disso, a corrida sempre chamou atenção dela pela simplicidade do esporte, pois na visão dela, “para correr basta apenas colocar uma roupa leve e um tênis”.

O Entrevistado 5 levantou a questão de que na época que começou a correr (há 40 anos atrás) era difícil ver algum corredor, mas que ver alguém correndo dava a sensação de hábitos de vida saudável: “pensar em corrida remetia a ser saudável”. E o Entrevistado 6 sempre via outros amigos correndo e sentia vontade de tentar, via na corrida uma oportunidade de ter uma rotina de exercício físico, mas não conseguia introduzir a corrida de maneira regular.

*Grupo 2: “Esses corredores são loucos!”.*

No segundo grupo, avesso às percepções do grupo 1, os entrevistados admitem que olhavam até com um certo preconceito em relação aos corredores ou tinham uma visão totalmente distorcida a respeito da prática do esporte. Alguns entrevistados comentaram que prática de corrida era associada a sofrimento, dores e desgastes desnecessários. Tais percepções sobre a corrida e os corredores, causavam aversão à prática do esporte, e impediam o contato com a prática. Isso fez com que esse grupo de entrevistados tivesse uma iniciação um pouco tardia na corrida em relação aos demais.

O Entrevistado 7 admite que via as pessoas correndo e tinha um certo preconceito: “via alguém correndo na rua à noite, saindo do cinema com a minha esposa, e pensava, que cara louco. Eu via essas pessoas como extraterrestres. Pensava: Bem capaz que eu iria estar correndo nesse sol”.

A Entrevistada 1, logo quando solicitado que falasse sobre o antes de correr, falou: “achava um absurdo, que bobagem fazer isso, só me imaginava caminhando”. Ela comentou que caminhava há muitos anos, mas que correr parecia perca de tempo e energia, de modo que a corrida gerava um desgaste desnecessário.

Já a Entrevista 3 apresentava um quadro grave de asma, e foi desaconselhada a praticar corrida por todos os médicos os quais teve contato na infância e juventude. Por tais motivos tinha receio de correr e acabar comprometendo a saúde. Além disso, ela pensava em correr e a primeira palavra que vinha associada no pensamento era “sofrimento”: “não gostava de correr e tinha a imagem de corredores sofrendo para conseguirem completar as provas”.

Apesar de existir de um lado certa apreciação e de outro certo preconceito com a corrida, as sensações de curiosidade e de estranhamento, relatadas acima, mostram a dificuldade de compreensão das experiências proporcionadas pela prática de corrida. Como será visto a seguir, é necessário “sentir” a corrida para entendê-la.

#### **4.2.3 Motivações para correr**

Tendo em vista as informações advindas das entrevistas, pode-se estabelecer relações claras entre a teoria e as vivências dos informantes. Desse modo, no momento da transcrição das entrevistas, já foi possível identificar que os

motivos para iniciar a prática da corrida dos entrevistados, apresentavam pontos de convergência em relação a teoria. Além disso, foi percebido que em alguns casos, existiam motivações prévias para o início da prática, mas com o decorrer do contato com a corrida, houve acréscimo nos estímulos para praticarem a atividade da corrida. Desse modo, ocorreram mudanças ou acréscimos de motivações para correr, conforme explicitado a seguir.

A Entrevistada 2 afirma que a busca por saúde e estética, foram os fatores iniciais que motivaram ela correr. A preocupação com a saúde levou a busca por deixar o cigarro, e a preocupação com a estética (medo de engordar após parar de fumar), fez com que ela iniciasse uma séria relação com a corrida. Disse:

Nos primeiros meses, eu corria todos os dias para evitar o ganho de peso. Começou assim, mas depois a corrida ganhou outro sentido, me sentia mais motivada para enfrentar a vontade de fumar e logo o hábito de correr ganhou espaço que o cigarro foi perdendo.

A Entrevistada 3 apresenta um perfil de corredor desafiador, orientado para competição. Ela comenta que a corrida entrou na vida dela por acaso, pois foi uma orientação médica para recuperação de uma lesão no ombro causada por prática de outro esporte. Entretanto, quando iniciou a prática da corrida viu uma oportunidade de competir e vencer (primeiro esporte em que ficou no pódio na vida), nunca mais parou de correr. Posteriormente aumentou o ritmo e o investimento nos treinos e se tornou uma atleta de competição.

Contudo, a corrida teve um papel fundamental na vida da Entrevistada número 3 em relação à saúde. Ela é asmática e após um período regular de contato com a corrida, percebeu uma drástica diminuição no número de ataques. Tendo isso em vista, a motivação para correr também se tornou a melhora em sua saúde.

Saúde também foi o principal aspecto motivador para o início da prática do Entrevistado 7. Ao sofrer uma lesão no joelho jogando futebol, teve uma recuperação bem complicada, e viu na corrida uma oportunidade de manter o condicionamento físico: “eu nunca mais quis jogar futebol de maneira competitiva, então comecei a correr para manter o condicionamento físico.”

Atualmente, em suas corridas, um elemento bastante presente é o controle de estresse, pois, nas corridas individuais ele aproveita para refletir sobre resolução

de problemas ou decisões que precisa tomar nos negócios: “muitas vezes eu viajo longe, tomo decisões da academia enquanto corro e então eu já chego ao local e nem percebi o trajeto”. Tais elementos remetem ao perfil de corredor pensador, pois vê na corrida uma oportunidade para refletir e tomar decisões.

Os Entrevistados 1, 4 e 5 podem ser identificados como corredores sociais, pois todos eles tiveram uma prática influenciada por amigos ou familiares e atualmente afirmam que o principal legado que levam da corrida são as relações com os demais corredores nos treinos e provas de corrida. O Entrevistado 5 comenta que tem amigos maratonistas espalhados pelo Brasil e que sempre é acolhido na casa de alguém quando sai para competir fora do estado. Ele conta com orgulho que também cede sua casa para os amigos corredores e que nada é mais recompensador que essas trocas. Já a Entrevistada 4, leva a corrida como algo especial entre ela e a irmã, pois iniciaram a prática praticamente juntas e até hoje adoram treinar e competir juntas. Ela também destacou que a relação com as pessoas nos dias de prova: “quando fui às primeiras corridas, senti que aquela galera tinha uma *vibe* boa, era uma galera muito animada. E eu sentia que queria fazer parte disso”.

O Entrevistado 6 diz que buscava prazer na prática de corrida, mas que demorou bastante tempo para conseguir encontrar: “eu sabia que correr tem benefícios para a saúde e que seria um bom hábito de se ter, mas não conseguia emplacar uma rotina de corridas, pois não sentia prazer, não via sentido em simplesmente correr”.

Após iniciar aulas de ioga, em busca de equilíbrio emocional, ele começou a se deslocar até as aulas correndo. Depois desse momento a corrida ganhou sentido e conseguiu sentir prazer na prática. Atualmente a corrida até a ioga é praticamente uma terapia, onde ele encontra resiliência e prazer ao completar o trajeto todo correndo. Nesse sentido o Entrevistado 6 foi categorizado como corredor amador, pois ele não está preocupado com o tempo ou a distância percorrida, somente deseja sentir o prazer da corrida e seus efeitos. Ao ser perguntado sobre a distância percorrida ele respondeu: “cara, eu nunca parei para calcular a distância que percorro, só sei que eu corro até lá.”

#### 4.2.4 Mudança de hábitos

Durante as entrevistas foi perguntado aos informantes da pesquisa, a respeito das mudanças em suas vidas que eles relacionavam ao início da prática de corrida. Em primeiro momento, alguns tiveram dificuldade em relacionar alguma mudança em suas vidas em função da corrida. Os demais tiveram mais facilidade e rapidamente conseguiram listar e comentar sobre as mudanças de hábitos que ocorreram após a iniciação na prática regular da corrida.

A Entrevistada 4 expressa sua gratidão a corrida, por ter mudado de vida, conhecido novas pessoas e melhorado seus hábitos alimentares: “minha vida mudou do avesso completamente, eu era uma pessoa sedentária. Mudou o ciclo de pessoas com as quais eu me relacionava, e atualmente não tomo mais refrigerante, minha alimentação mudou bastante”

A Entrevistada 1, consegue perceber os efeitos positivos da corrida em sua vida com bastante clareza. Ela ressalta o fato de estar entrando na velhice e o quanto a corrida tem um papel importante nesse momento da vida dela. O hábito de correr de manhã bem cedo com mais pessoas é algo que a marca bastante e é motivo de muito orgulho. A entrevistada também afirma que deixou hábitos de alimentação antigos e que atualmente trocou por outros hábitos indicados por uma profissional da nutrição. E atrela o hábito de correr ao fato de ser uma pessoa mais tranquila e equilibrada, além de ter um corpo mais resistente também, que proporciona fazer atividades com mais vigor e escolher ir caminhando em locais que anteriormente iria de carro.

O Entrevistado 7 gosta muito de tomar refrigerante, bebida que é percebida por ele, como um produto que faz muito mal à saúde. Atualmente ele coloca objetivos com a corrida, e quando atingi os objetivos, comemora bebendo refrigerante de forma moderada. Desse modo, ele utiliza a corrida como meio para diminuir o consumo de uma bebida extremamente prejudicial à saúde. Esse “truque” utilizado com o refrigerante é replicado constantemente, e ele adquiriu o hábito de estabelecer recompensas para conquistar objetivos de vida, nos negócios e na corrida. Usar a corrida como transporte, também é um hábito comentado com bastante alegria pois economiza dinheiro e ganha em saúde:

há dois anos, todas as terças e quintas, eu faço esse trajeto correndo, isso

me motiva e também motiva os meus alunos da corrida. Esse trajeto que faço, é o meu tempo sozinho, individual para refletir, as vezes eu nem sei como cheguei até o local. Só sei que economizo dinheiro e ganho em saúde correndo. Só não faço isso nos dias de chuva.

E também adquiriu o hábito de colocar “armadilhas” para correr todos os dias, assim não deixa a preguiça atrapalhar.

Como eu trabalho com isso, as pessoas me perguntam: Ricardo, *tu tem* vontade de correr todos os dias? E eu respondo: às vezes eu tenho preguiça pela manhã, mas eu coloco armadilhas contra a preguiça. O despertador fica longe da cama e as roupas de corrida ao lado da porta para quando acordar já estar com tudo pronto.

A Entrevistada 2, consegue perceber com clareza as mudanças de vida que ocorreram com a corrida. Ela comenta que não sabe mais viver sem a corrida e percebe que a corrida gerou mudanças na alimentação, nas atividades físicas, cuidados com o corpo e também conseguiu estabelecer uma rotina de sono:

Sim, mudou muito, comecei a buscar me alimentar melhor, busquei um profissional para me ajudar a reforçar os músculos, busquei uma nutricionista para me ajudar na alimentação. Comecei a ter mais cuidado com o álcool, maior preocupação com o sono. Eu tinha um paladar mais infantil e através da corrida busco modificar os meus hábitos alimentares. E posteriormente veio a questão mais estética, de cuidado com o corpo e tudo mais.”

#### **4.2.5 Eu me vejo como corredor? Os outros me veem como corredor?**

Também foi abordado junto aos entrevistados o modo como veem a si próprios em relação a corrida e se após o começo da prática, as outras pessoas modificaram a forma de percebê-los, olhando-os como corredores. Nesse sentido, apenas um dos entrevistados não se percebe como corredor de fato. Os demais, todos se identificam como corredores e com alto nível de certeza no olhar durante a resposta.

O Entrevistado 6 não se considera um corredor por ser ainda iniciante e não levar a corrida tão a sério. Mas ele já sente os efeitos da corrida em sua vida e afirma que sabe que em algum momento ele vai querer correr mais, e depois mais um pouco, e depois querer competir em uma prova de corrida de rua até chegar o momento que vai se sentir um corredor.

Aliás, em relação ao momento que os informantes passaram a olhar no espelho e enxergar um corredor, foi encontrado um padrão bem marcado nas falas

analisadas. Todos os entrevistados tiveram o contato com provas de corrida de rua bem no início de suas trajetórias como corredores amadores. E em sua grande maioria, eles identificam a primeira vez que participaram de uma prova de corrida de rua, como um momento de passagem para se tornar de fato um corredor. Esse padrão encontrado fica evidenciado nas falas a seguir:

O Entrevistado 7, que atua como *personal trainer* em uma academia especializada em corrida de Porto Alegre, comenta que o dia da primeira prova dos iniciantes na prática, é uma espécie de “batizado” e que tudo precisa ocorrer bem para que, após conseguir completar a prova, o iniciante sinta a sensação de que é capaz de conseguir alcançar seus objetivos e pode começar a almejar outras distâncias, sentindo-se então um novo corredor. Em relação à forma como são vistos pelos outros, os entrevistados afirmam que após começar a correr, começaram a ser vistos de outra forma por pessoas próximas.

A Entrevistada 2 se identifica como corredora e percebe que as demais pessoas a reconhecem como uma corredora. Ela gosta muito de ser reconhecida, de ser referência para os outros amigos. Também há uma questão motivacional envolvida, onde ela percebe que as outras pessoas podem olhar para ela e se sentirem também capazes de vencer os seus obstáculos. Como ela coloca. “meus amigos me procuram e dizem “É impossível eu conseguir correr uma distância tão grande.” E eu digo, se eu consegui, *tu também pode* conseguir.” A Entrevistada 1 afirma que acham incrível que ela consiga correr e outras não acreditam: “as pessoas ainda não acreditam que eu corro 21 km com 68 anos de idade”.

O comprometimento da corrida por parte dos entrevistados, muitas vezes, não é compreendido. A Entrevistada 4 coloca que sua rotina causa estranhamento (até para ela mesma):

*Pra uns eu sou atleta, pra outros eu sou a louca, e no trabalho eu sou a corredora, meu apelido é “Corredora” no trabalho. Às vezes até é chato pois as pessoas só vêm falar comigo sobre corrida (risos)”.*

Há certa valorização de quem consegue seguir uma rotina frequente de corridas. O Entrevistado 5 acredita que as pessoas o vêem como alguém mais regrado com o sono e a alimentação, além de demonstrarem admiração pela sua história com a corrida, pela força de vontade e disciplina alcançadas por ele. Como ele coloca. “muitas pessoas chegam para me falar: eu gostaria de fazer o que *tu*

*faz, queria ter essa força de vontade!”.*

Também existe uma percepção geral a respeito dos corredores, que na visão do Entrevistado 7, está se modificando ao longo dos anos. Ele comenta que o modo como as pessoas em geral veem os corredores, está mudando para melhor, pois já deu tempo de muita gente perceber o quanto a corrida transforma para melhor a vida das pessoas. Ele diz que “o conceito de ser corredor está mudando no consciente coletivo, antigamente, *tu passava* nas ruas correndo e as pessoas buzonavam, zoando, zombando de quem corria.”

#### **4.2.6 Percepções sobre Corrida e consumo**

Além das motivações, hábitos e modo como se percebem e/ou são percebidos pelos outros, os entrevistados também foram estimulados a comentar sobre a percepção deles sobre a relação entre a prática da corrida e o consumo de produtos e serviços, ponto central desta pesquisa. A fim de garantir a lisura da pesquisa, essa parte da entrevista, a qual foi investigado sobre a percepção dos entrevistados sobre o impacto da corrida no consumo, foi realizada anteriormente a parte onde os informantes tiveram de listar os produtos e serviços consumidos em função da corrida. Isso possibilitou que a pergunta sobre a percepção fosse feita de forma fria, simplesmente para averiguar a percepção que eles têm sobre corrida x consumo antes de listar esses produtos e serviços na prática.

Assim como anteriormente, ao verificar os relatos, também foi possível separar os entrevistados em dois grupos distintos de percepções. De um lado o grupo de entrevistados, com 4 integrantes, que sabe que paga por produtos e serviços relacionados a corrida, mas esse consumo não é tão evidente ou explícito. De outro lado, com 3 integrantes, os entrevistados que imediatamente após ouvirem a pergunta, responderam que percebem uma forte relação entre a prática de corrida e consumo, ou seja, veem de maneira mais clara o impacto da corrida no seu consumo de produtos e serviços. Essas distinções entre as percepções permitiram a denominação dos grupos a seguir:

*Grupo 1: “Corrida e consumo? Não tenho essa percepção”.*

Conforme explicitado, alguns entrevistados demonstraram não perceber o impacto da corrida no seu consumo de produtos e serviços. Esses entrevistados

deixaram claro que compram diversos produtos e serviços relacionados a corrida, mas que não conseguem perceber esse consumo de maneira igual às compras de outros produtos e serviços necessários no seu dia-a-dia.

A Entrevistada 3, uma das entrevistadas que apresentou maior vínculo com a corrida, iniciou a entrevista contando sobre os médicos, fisioterapeutas, traumatologistas e nutricionistas com os quais, contou por mais de 20 anos como apoio à prática de corrida, mas ao ser perguntada se a corrida impactava no consumo, ela respondeu da seguinte forma: “eu não via o que eu gastava, sempre fui muito competitiva, apenas via como algo necessário para eu conseguir ir em frente, principalmente a questão da dieta para atingir os meus objetivos. Não encarava isso como faço as compras no supermercado”

O Entrevistado 5, o que apresentou maior vínculo com a corrida, também não conseguiu relacionar a corrida e o consumo em sua vida. Ele afirma que qualquer compra relacionada a corrida não é vista da mesma forma como as demais compras. Ele comenta que quando vai às compras relacionadas à corrida, percebe de forma mais leve, mais “como presentes”. Ele complementa explicando que ir a uma loja comprar um tênis ou roupa para correr nunca foi visto da mesma forma que quando precisava comprar roupas de uso diário ou sapatos por exemplo.

E a Entrevistada 1, em sua fala, parece perceber que existem gastos, entende que alguns hábitos de consumo foram modificados após a corrida entrar na sua vida, mas quando se trata de inscrições para provas e produtos para corridas, não consegue ver claramente como um consumo em si, mas como algo que faz parte da vida dela.

### *Grupo 2: Corrida e consumo? Totalmente!”.*

O segundo grupo, foi o de pessoas que percebem, de forma clara, o impacto da corrida nos hábitos de consumo. Essas pessoas conseguiram de maneira imediata estabelecer relações diretas entre corrida e consumo, demonstrando que a sua percepção sobre corrida e consumo, em comparação ao primeiro grupo, é mais evidente. Ou seja, o primeiro grupo percebe como “as coisas de que necessito para correr”. Já o segundo grupo vê a corrida e o consumo relacionados, mas consegue separar esses dois elementos, e percebe “como corrida é a prática física e o consumo são as coisas que eu preciso comprar para correr ou me preparar melhor para correr”.

Nesse sentido, a Entrevistada 4 entende que a prática de corrida impacta muito no seu consumo e que atualmente muito dos seus gastos são em função da prática de corrida. Ela disse. “percebo direto! Antes de começar a correr, eu não tinha nenhuma peça para prática de exercícios, atualmente 80% do meu consumo de vestuário é com peças para prática de esporte”.

Já o Entrevistado 7 consegue perceber a corrida totalmente relacionada com os consumos dele. Primeiramente, a questão dos acessórios básicos necessários para correr como roupas adequadas e tênis. E também comentou a sobre a bermuda que foi desenvolvida para levar chave e celular junto, e o celular a prova da água, pois já estragou o celular em função do suor. E por esses motivos ele consegue estabelecer uma relação clara entre a corrida e o consumo. Portanto, coloca que “sim, com certeza, atualmente os meus hábitos de consumo estão totalmente voltados para a corrida, eu penso em produtos para corrida todos os dias”.

#### **4.2.7 Consumo de produtos e serviços**

Adentrando a parte crucial da pesquisa, os entrevistados foram estimulados a comentar sobre todos os produtos e serviços que já utilizaram em função da prática de corrida e, posteriormente, listarem os mais importantes. Desse modo, foram identificados, os produtos e serviços mais consumidos, bem como os itens mais desejados também. Em relação à forma de compra, a maioria dos 7 entrevistados responderam que preferem comprar seus itens para correr em lojas físicas. Somente 2 preferem comprar pela internet, pois segundo eles, conseguem encontrar melhores preços, mas mesmo assim, dependendo do produto, costumam experimentar na loja para depois comprar pela internet.

Um dos fatores mais importantes para a escolha da loja é o nível de especialização dos vendedores em relação aos produtos de corrida. Para a escolha de serviços também segue o mesmo padrão, se o profissional tiver maior conhecimento a respeito de corrida ou sobre os corredores, mais chances de os entrevistados optarem por aquele profissional ou empresa. Após a listagem de produtos e serviços realizados, os entrevistados do grupo conseguiram perceber de forma mais clara o impacto da corrida sobre o consumo em suas vidas. Isso ficou evidenciado de forma mais concreta na fala da Entrevistada 1: “nossa, olhando

agora, como a corrida está presente né! Eu nunca havia parado para pensar no quanto já comprei em função da corrida. Mas é um bom vício, me faz muito bem”.

### *Tênis*

O tênis é apontado como o principal item e também o principal investimento que deve ser feito para a corrida. Existe o consenso, por parte dos entrevistados, que quem é corredor não pode correr com qualquer tênis, pois há o risco de se lesionar. Além disso, também há preocupação com o período de utilização do tênis e o tipo de tênis adequado para determinados tipos de treinos e/ou locais de provas. Nesse sentido, os entrevistados comentam que é fundamental contar com uma orientação especializada na escolha do tênis.

### *Vestimentas*

As vestimentas são o segundo item mais importante e mais citado entre os entrevistados, pois contar com roupas leves e funcionais foi tema recorrente entre os relatos. Também foi comentado sobre a importância de se ter mais peças de roupas para as atividades, pois o suor e o uso contínuo, vão desgastando as roupas rapidamente, além do fato de poder diferenciar o look de acordo com o treino que será realizado. Ademais, o aumento no consumo de roupas e treinos, gera mais roupas sujas, e nesse ponto os entrevistados alegam um significativo aumento no consumo de produtos para lavar as roupas de corrida. O Entrevistado 6 comenta ainda complementa as opiniões dos demais entrevistados: “se tivesse um amaciante especial que conversasse com os corredores, do tipo que deixa as roupas de corrida mais cheirosas para a prática, eu seria um cliente com certeza.”

Desse modo, as vestimentas para corrida, assim como o tênis, passam a ter um espaço considerável dentro do bolso dos entrevistados, sendo que na totalidade dos relatos, se identificou a importância de se ter roupas adequadas, leves para a prática. Tais elementos ficam evidenciados nos relatos da Entrevistada 4: “antes de começar a correr, eu não tinha nenhuma peça para prática de exercícios, atualmente 80% do meu consumo de vestuário é com peças para prática de esporte”.

### *Inscrições em provas de corrida e viagens para correr*

Conforme pontuado anteriormente neste trabalho, as provas de rua têm um papel fundamental na autopercepção dos corredores sobre si. Desse modo, dos itens destacados pelos entrevistados, inscrições para as provas de corrida são um dos mais recorrentes. Segundo os relatos, as provas são o momento de colocar os treinos em prática, testar os limites, competir ou simplesmente colocar um desafio e sentir o prazer de conseguir conquistar. As provas aparecem como um elemento crucial para os corredores, pois a maioria dos entrevistados informou que se inscreve em provas como forma de se desafiar, estabelecendo metas, e se motivando para atingi-las. Sempre com um período de tempo prévio para se preparar, treinar. Outras provas de mais curta distância, muitas vezes são colocadas como formas de verificação e teste para o atingimento do objetivo maior.

A Entrevistada 2, relata que atualmente, seu objetivo é conseguir completar os 21 Km e que está se preparando para atingir esse objetivo de forma saudável, sem prejudicar o corpo:

Eu estou nos 10 Km a algum tempo, agora estou me sentindo segura e com vontade de me desafiar novamente, primeiro vou tentar baixar o meu tempo nos 10km, depois vou colocar uma prova de 16km em janeiro, para ver como meu corpo e pulmão irão reagir, e depois quero enfim, lá em março completar os meus primeiros 21 km.

Esse padrão é seguido por 5 dos 7 entrevistados. Todos utilizam das provas como forma de se motivarem a continuar correndo, testando limites e buscando um melhor desempenho.

As provas de corrida também geram um segundo consumo, que segundo o Entrevistado 7, *personal trainer* em um grupo de corrida, são as viagens também chamadas de “maraturismo”, dando origem ao termo “maraturistas”. Ele comenta que esse tipo de consumo, tem crescido bastante nos últimos anos e que cada vez mais as assessorias e grupo de corrida tem investido nessa modalidade junto aos corredores. Acrescenta ainda:

Cada ano, a gente costuma marcar uma ou duas viagens maiores e anunciar com antecedência para que todos os corredores possam se organizar e participar, é muito legal pois, além de correr, o pessoal acaba conhecendo novos lugares e fazendo amizades. E aqui no estado, em função das caras inscrições em Porto Alegre, a gente inscreve o pessoal em outros locais do estado, com o dinheiro que seria pago uma inscrição

em POA, eles conseguem pagar o custo da viagem para outro local e pagar a inscrição.

As viagens não são itens desejados e consumidos por corredores de grupos de corrida. A Entrevistada 4, afirma que viaja uma vez por semestre para correr em um estado diferente, como forma de celebrar o esforços e disciplina nos treinos.

Entretanto, um dos pontos bastante comentados pelos entrevistados, foi a reclamação do custo das inscrições, eles veem isso como um ponto negativo do meio das corridas, o qual percebem que as empresas “cresceram um pouco o olho”, cobrando valores um tanto quanto exagerados. A Entrevistada 3 lamenta esse aspecto: “eu acho isso um absurdo, estão esquecendo daquele corredor que corre por amor, que não tem tantas condições. Esse corredor está sendo excluído de participar de algumas corridas. Muitas vezes alguém que poderia competir por pódio!”.

Dentro desse contexto, também foi identificado que os corredores percebem que o valor das inscrições é um dos itens mais caros, contudo, esse fator não altera a quantidade de vezes que se inscrevem em corridas. Ou seja, há reclamação, porém não a ponto de deixarem de consumir, levando em consideração a experiência que é oferecida. O Entrevistado 5 relata sobre essa questão: “as inscrições das provas já foram baratas, hoje em dia, estão cada vez mais caras. Mas não tem melhor coisa que a sensação de completar uma prova num tempo legal e sentir aquele prazer, aquela sensação de vitória, de objetivo alcançado.

#### 4.3 FASE II – QUANTITATIVA

Na presente seção são apresentados os resultados obtidos na pesquisa. A análise das respostas desse estudo foi dividida em três seções: perfil de corredor, motivações para a prática e aspectos de consumo. Os dados estão apresentados de forma a construir tabelas e gráficos para a conclusão dos atributos mais importantes para se entender como a prática de corrida interfere no consumo dos corredores.

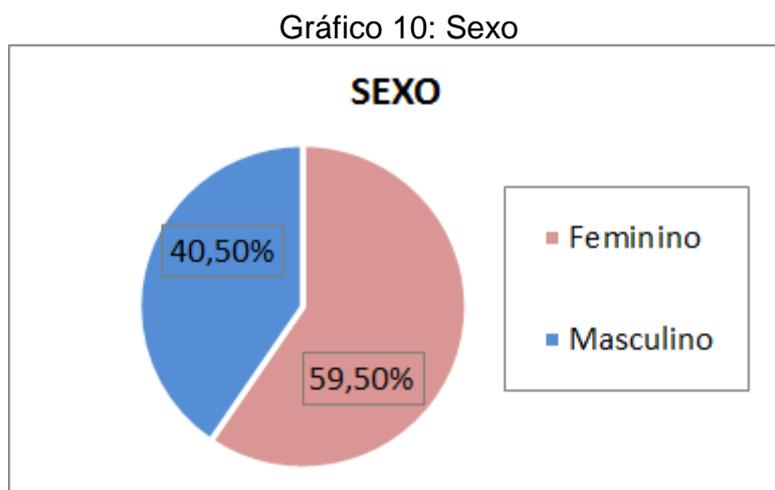
A amostra do presente trabalho não teve controles demográficos, contando com 438 elementos, sendo validados 427 respondentes. Considera-se uma amostra probabilística com universo infinito, margem de erro de 4,5 num intervalo de confiança de 95%.

### 4.3.1 Caracterização da Amostra

Para caracterização da amostra, utilizou-se os dados demográficos de renda, gênero, idade e região.

#### Sexo

Como se pode observar no gráfico 10, logo abaixo, a maioria dos 427 entrevistados são do sexo feminino (59,50%) e os 40,50% restantes são do sexo masculino.

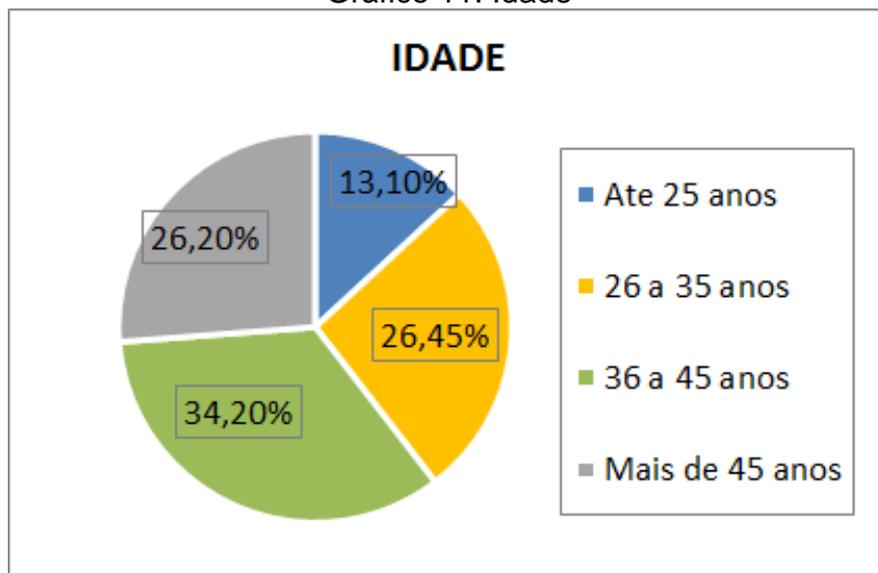


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

#### Idade

Em relação à faixa etária, pode-se identificar que a maior parte da amostra se concentrou nas idades médias. Desse modo, os respondentes entre 36 e 45 anos, representaram a maior parte da amostra, com 34,20%, seguidos pela segunda parcela mais numerosa, a faixa entre 26 e 35 anos, com 26,45%. As faixas abaixo dos 25 anos e acima de 45 tiveram menor participação nesta pesquisa.

Gráfico 11: Idade

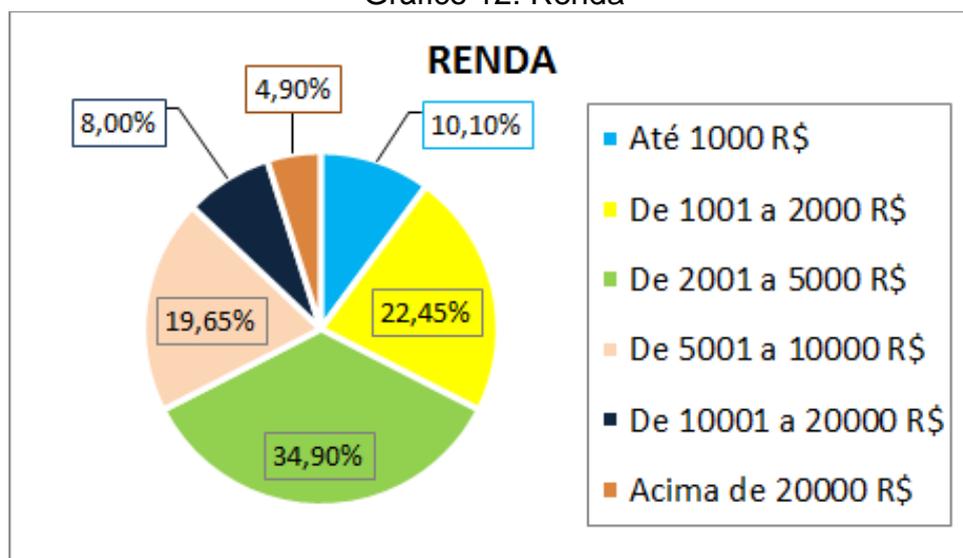


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

### Renda

Em relação à renda, a maior faixa declarada, com 34,90%, foi entre R\$ 2.001,00 e R\$ 5.000,00. A segunda maior faixa de renda, com 22,44%, foi a de R\$ 1.000,1 até R\$ 2.000,00. Já os respondentes que declararam renda maior de R\$ 5.000,00 tiveram uma representação de 25,55% da amostra.

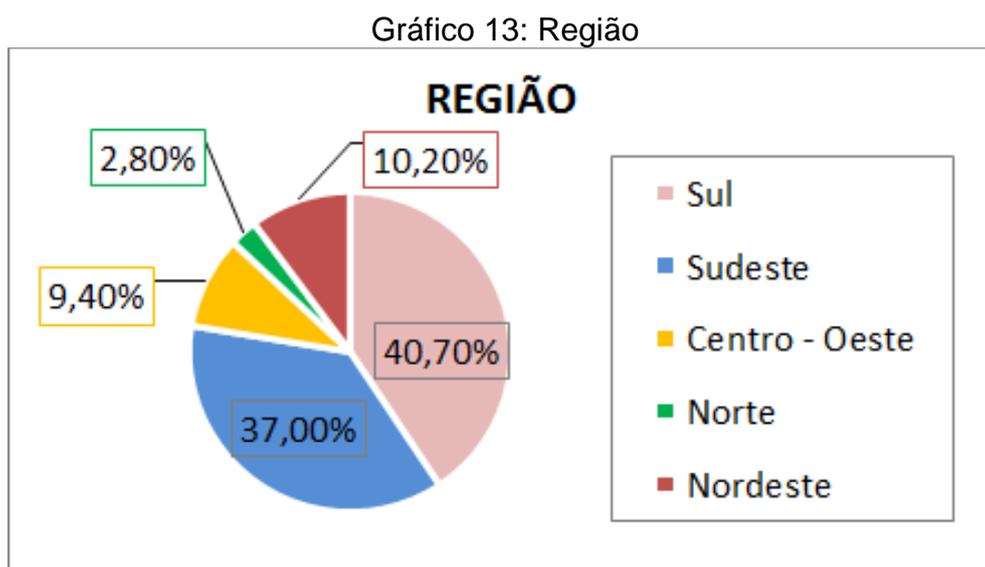
Gráfico 12: Renda



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

### Região

Referente à localidade dos entrevistados da pesquisa, verificou-se predominância de respondentes nas regiões sul e sudeste. Com 40,70% da região Sul e 37% da região Sudeste. As demais regiões do país apresentaram menor participação, sendo 10,20% do Nordeste, 9,40% do Centro-Oeste e por último, 2,80% da região Norte. O fato de não haver um número tão expressivo das outras regiões pode ter ocorrido porque não houve controle demográfico na aplicação da pesquisa.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

### 4.3.2 Prática de corrida

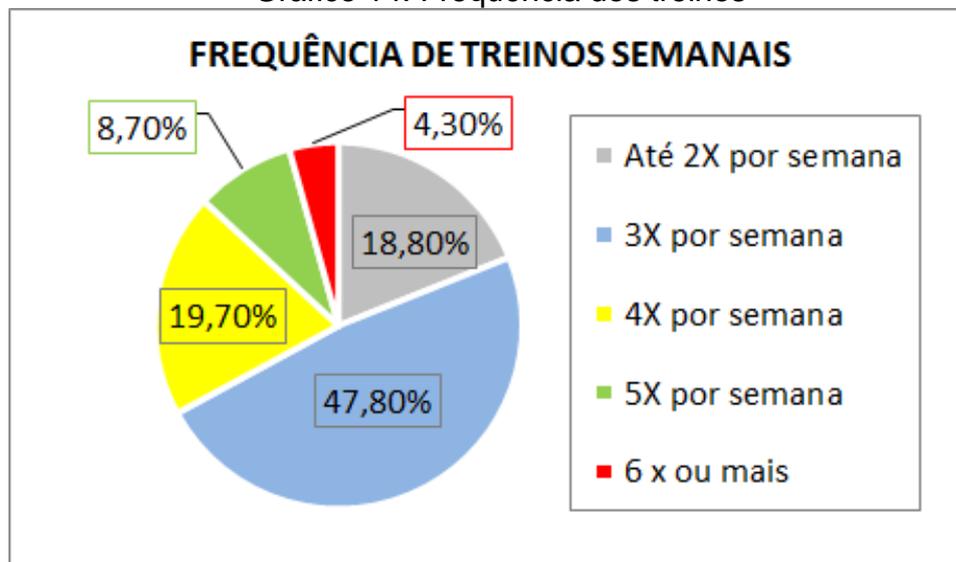
A segunda seção de perguntas, teve como objetivo identificar os principais hábitos de prática da corrida, segundo os indicadores constantes nas questões 1 a 7.

#### *Frequência semanal de treino*

No gráfico 14 abaixo é possível verificar que a média de treinos mais recorrentes entre os entrevistados é de três vezes semanais (47,80%), 19,70% treinam quatro vezes e 18,80%, até duas vezes por semana. Em relação aos entrevistados que apresentam uma rotina semanal de treinos mais intensa (cinco vezes ou mais), verificou-se a menor parcela (13%). Esse dado pode ser associado às informações coletadas na fase qualitativa deste trabalho, visto que, nas

entrevistas em profundidade, foi relatado pelos informantes a preocupação com lesões em função da frequência de treinos (x vezes por semana) muito intensa.

Gráfico 14: Frequência dos treinos

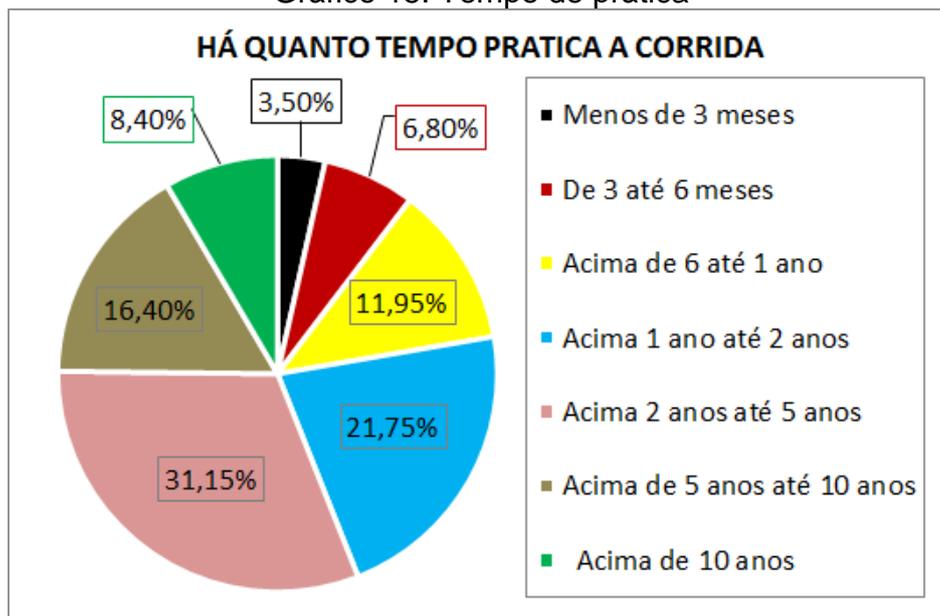


Fonte: Elaboração do autor (2018).

#### *Tempo de prática da corrida*

Em relação ao tempo de prática da corrida, o grupo com maior predominância dentro da amostra foi dos que correm acima 2 anos até 5 anos (31,15%). Salvo esse primeiro destaque, foi identificado equilíbrio entre os três demais grupos de respondentes: os entrevistados que iniciaram a prática da corrida no último ano representam 22,25% da amostra; 21,75% dos corredores, praticam a corrida entre 1 ano e 2 anos; e os entrevistados que possuem uma relação com a corrida a mais tempo (acima de 5 anos), representaram 24,80% da amostra.

Gráfico 15: Tempo de prática

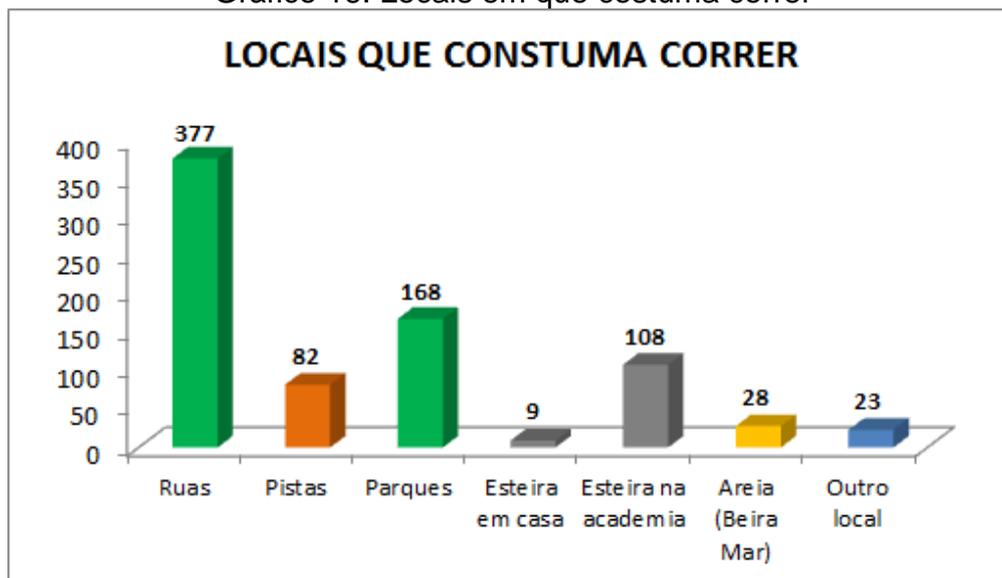


Fonte: Elaboração do autor (2018).

### *Locais em que costuma correr*

Em relação aos locais de prática da corrida, os entrevistados puderam optar por até 2 locais que costumam correr normalmente. Tendo em vista os dados do gráfico 16 abaixo, é possível identificar que os locais com os maiores índices de frequência são as opções ao ar livre (ruas e parques), seguido da preferência por correr em esteira na academia. Além das opções destacadas no gráfico, os entrevistados também tiveram a oportunidade para indicar outros locais de prática de suas preferências. E nessas indicações também se observou a preferência por locais abertos como praças, trilhas, matas e estradas de chão.

Gráfico 16: Locais em que costuma correr



Fonte: Elaboração do autor (2018).

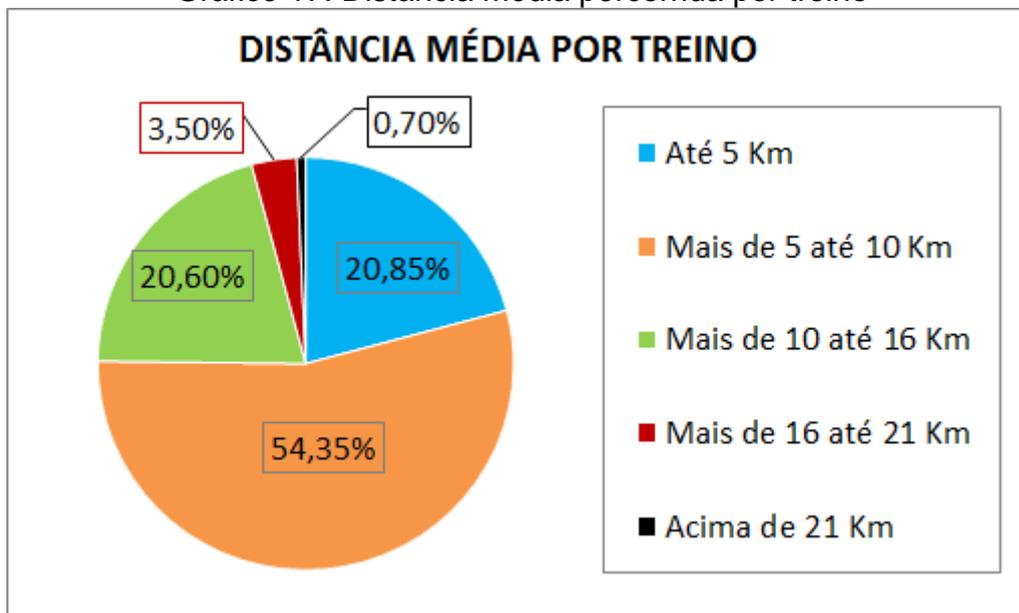
Essa preferência por locais abertos para a prática da corrida também foi constatada na fase qualitativa do presente trabalho, apresentando semelhanças aos dados obtidos na fase quantitativa. Desse modo, constata-se a possibilidade, através dos relatos dos entrevistados, de que os corredores apresentem preferência pela prática em locais ao ar livre, pois sentem-se mais livres e desafiados a superar os seus limites. Por outro lado, também foi relatado, principalmente pelas entrevistadas mulheres, que em função da falta de segurança, do assédio sofrido nas ruas e os desníveis nas calçadas, interferem negativamente à prática ao ar livre. Desse modo, possivelmente, tais razões explicam o fato de uma parcela significativa das pessoas, optarem por correr em ambientes internos e esteiras.

#### *Distância média percorrida por treino*

Em relação à distância média percorrida por treino, a maioria dos entrevistados (54,35%) percorre, em média, mais de 5 km até 10 km. Essa expressiva porcentagem pode ter relação com a fase qualitativa deste trabalho, na qual os entrevistados relataram correr em média de 5 a 10 Km, principalmente em função do tempo diário disponível para a prática e em função da preocupação com lesões. Segundo os informantes, correr acima de 10 Km demanda mais de uma hora de treino, além de do fato de existir uma preocupação de, ao ir além do recomendado na distância percorrida, acabar se lesionando.

Apenas 4,20% dos entrevistados costumam percorrer distâncias maiores (mais de 16 km até 21km, e acima de 21km). E, por fim, com porcentagens semelhantes, 20,85% correm até 5 km e 20,60% correm mais de 10km até 16 km por treino.

Gráfico 17: Distância média percorrida por treino

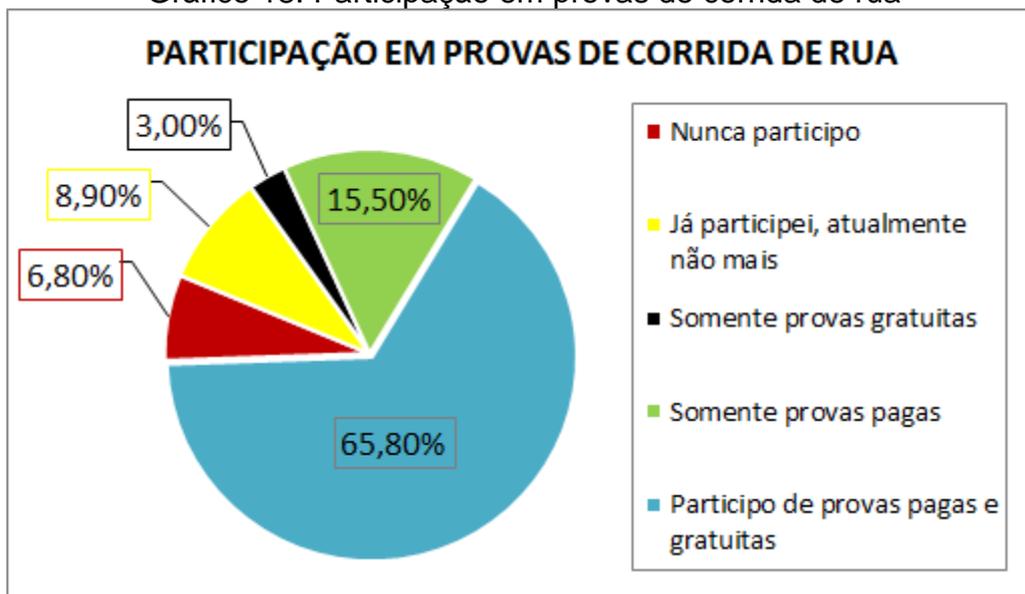


Fonte: Elaboração do autor (2018).

#### *Participação em provas de corrida de rua*

Referente à participação em provas de corrida de rua, a grande maioria (65,80%) dos entrevistados responderam que participam, sejam de provas pagas ou gratuitas. Tal aspecto, também pode ser reflexo dos meios os quais a pesquisa foi divulgada, grupos de redes sociais com corredores que apresentam alto engajamento com o esporte e assessorias esportivas. Da amostra coletada, somente 15,70% não participa de provas de corrida atual ou nunca participou.

Gráfico 18: Participação em provas de corrida de rua

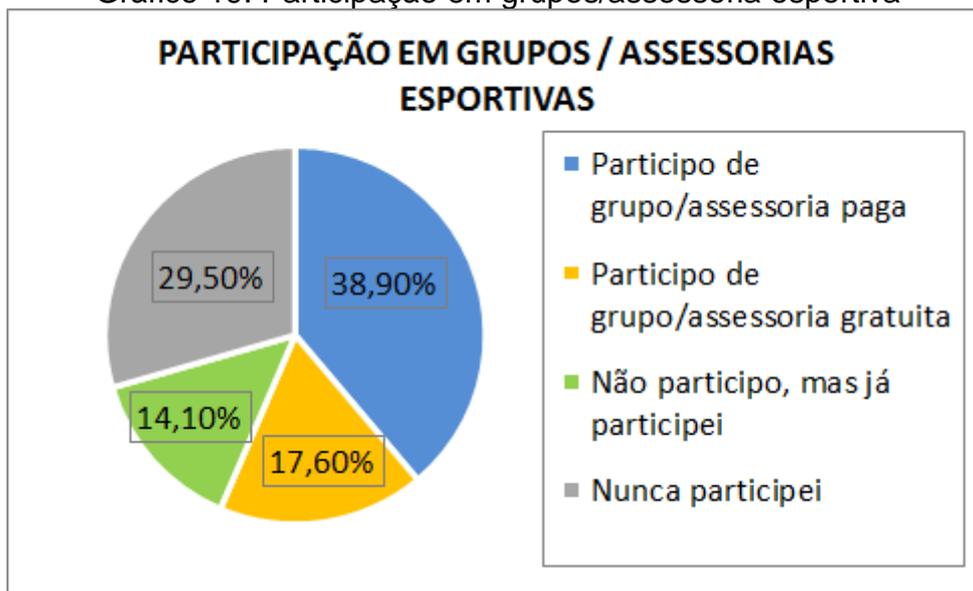


Fonte: Elaboração do autor (2018).

#### *Participação em grupos/assessoria esportiva*

Conforme os dados do gráfico 18, 38,90% dos respondentes participam de grupos de corrida ou possuem assessoria esportiva paga, 25,50% participam de grupo de corrida e contam com assessoria gratuita. O elevado percentual da amostra participante de grupos de corrida pode ser resultante devido ao fato de a pesquisa ter sido divulgada junto a dez assessorias esportivas, duas em cada região do país. Em relação aos respondentes que não contam com orientação de profissionais especializados, 14,10% já não participam, mas em algum momento participou. E 17,60% nunca participou de grupos de corrida ou contou com assessoria esportiva.

Gráfico 19: Participação em grupos/assessoria esportiva

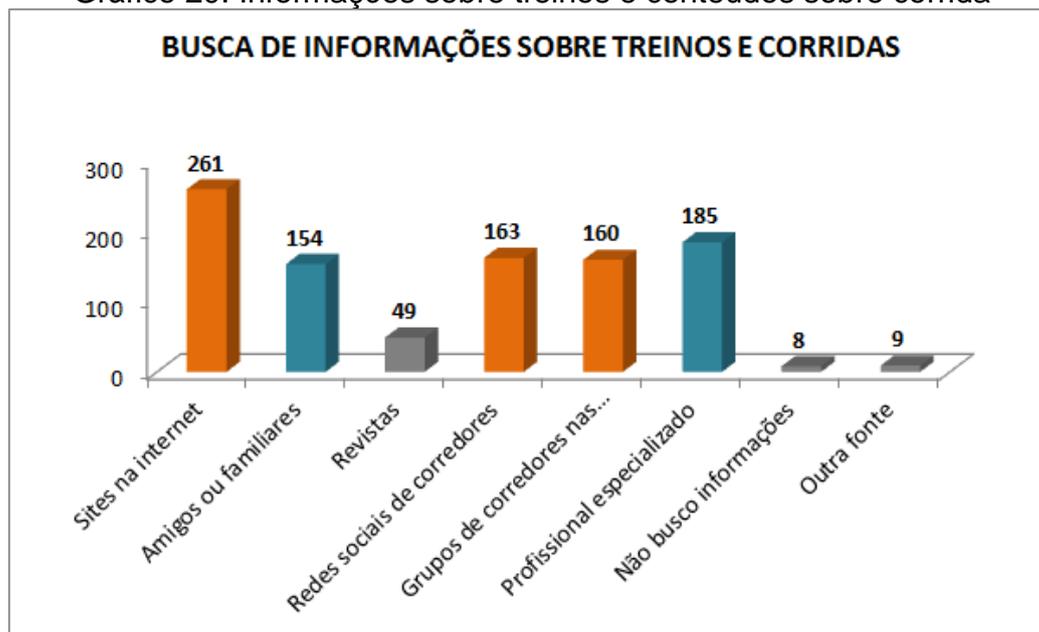


Fonte: Elaboração do autor (2018).

#### *Informação sobre treinos e conteúdos sobre corrida*

Em relação à busca de informações sobre treinos e corridas, os respondentes puderam escolher até três fontes de preferência. No gráfico 19, é possível perceber que os entrevistados buscam informações principalmente na internet, seja em sites de busca ou em redes sociais. Destaque também para a busca de informações junto a profissionais especializados, com uma frequência de 185 marcações entre 427 respondentes.

Gráfico 20: Informações sobre treinos e conteúdos sobre corrida



Fonte: Elaboração do autor (2018).

### 4.3.3 Motivações para a prática de corrida

Na segunda seção, que tinha como objetivo identificar as principais motivações dos corredores para a prática de corrida, foram respondidas 2 questões. Tais questões serviram para entender, qual a relação dos entrevistados com a corrida e quais fatores fazem a diferença para que as pessoas corram de forma regular.

#### *Principais motivações para o início da prática de corrida*

Na questão sobre as motivações que levaram ao início da prática de corrida, os entrevistados marcaram o nível de importância (1 a 5) que cada fator motivacional teve para começar a correr. Desse modo, para apresentação dos resultados, foi calculada a média dentre todas as respostas para cada fator motivacional.

De acordo com o gráfico 21, é possível verificar que condicionamento físico e preocupação com a saúde foram os itens com maior importância, seguido por emagrecimento e influência de outras pessoas. Os demais fatores, ficaram com média abaixo de 3, não apresentando tanta importância para o início da prática.

Gráfico 21: Principais motivações para o início da prática de corrida

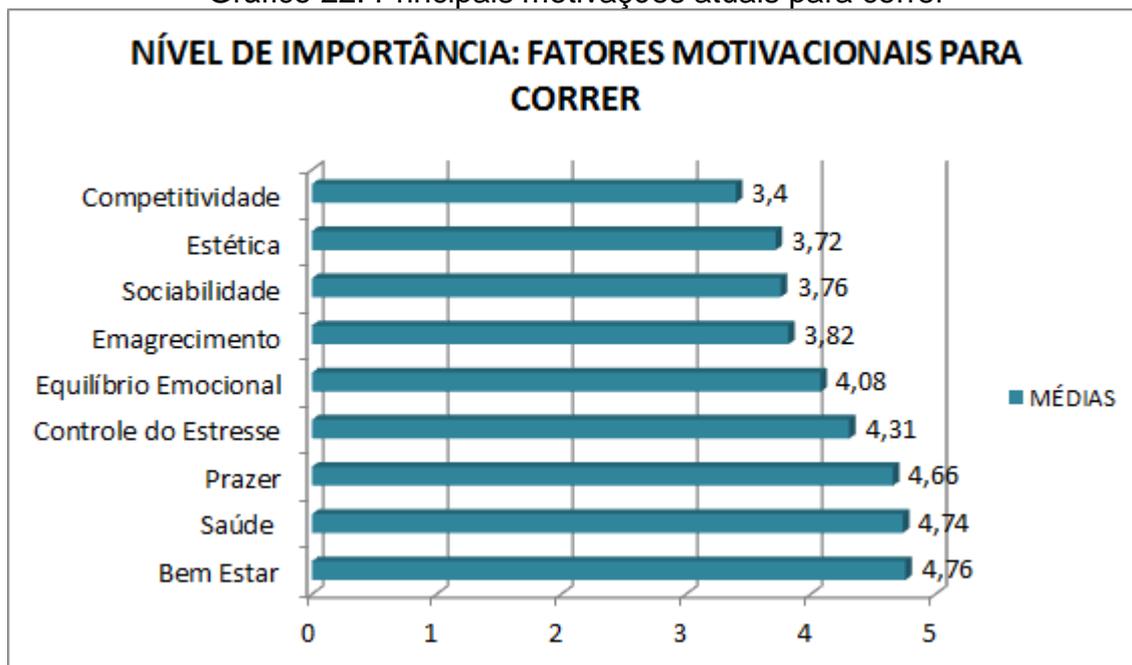


Fonte: Elaboração do autor (2018).

#### *Principais motivações atuais para correr*

Em relação ao gráfico 22, referente aos fatores motivacionais que levam os entrevistados a manterem a corrida em suas rotinas, foi verificado que bem-estar, saúde, prazer, controle do estresse e equilíbrio emocional são fatores de maior importância à prática de corrida. Além disso, foi verificado que a amostra coletada apresenta coerência com as teorias apresentadas no referencial deste trabalho, visto que a competitividade aparece como fator de menor importância para motivar os corredores amadores.

Gráfico 22: Principais motivações atuais para correr

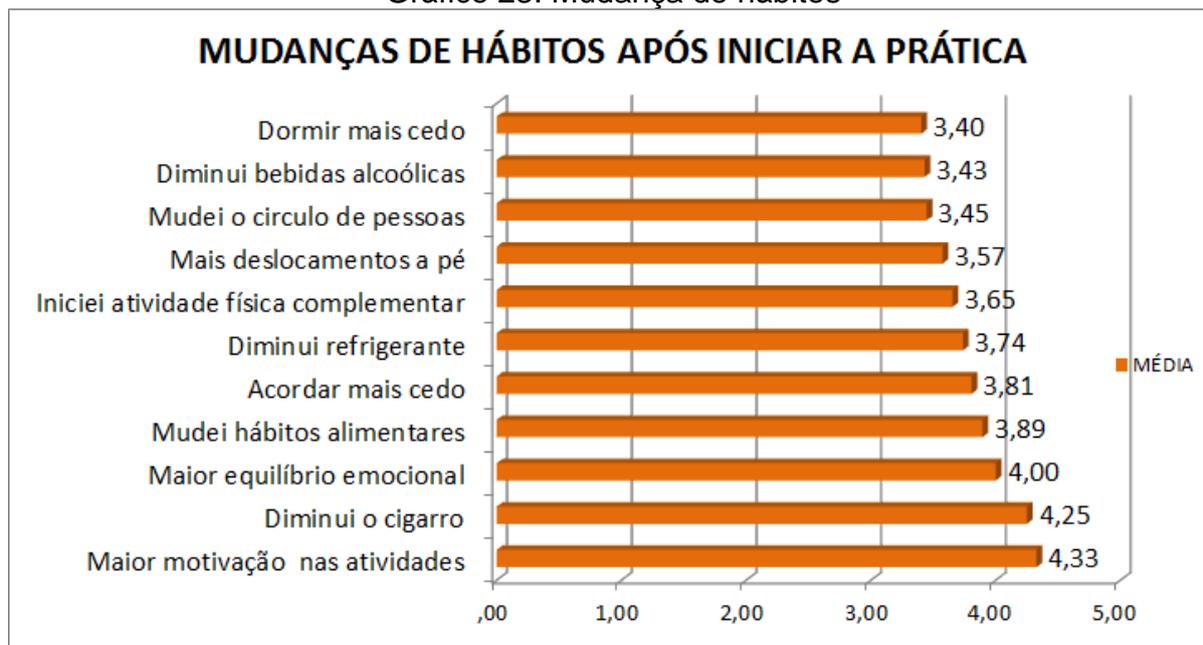


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

#### 4.3.4 Mudanças de hábitos em função da prática de corrida

No gráfico 23, percebe-se que, depois que os entrevistados começaram a correr, houve mudanças no estilo de vida e hábitos foram acrescentados ou retirados da rotina dos respondentes. Pontos como motivação em outras atividades, diminuição do cigarro e maior equilíbrio emocional, foram os itens que se destacaram. Desse modo, a amostra apresentou uma grande influência da prática da corrida nas mudanças de hábitos dos corredores amadores. Também é válido ressaltar, que o item diminuição do cigarro refere-se estritamente aos fumantes, não representando a totalidade dos respondentes, pois 355 respondentes declararam não serem fumantes.

Gráfico 23: Mudança de hábitos



Fonte: Elaboração do autor (2018).

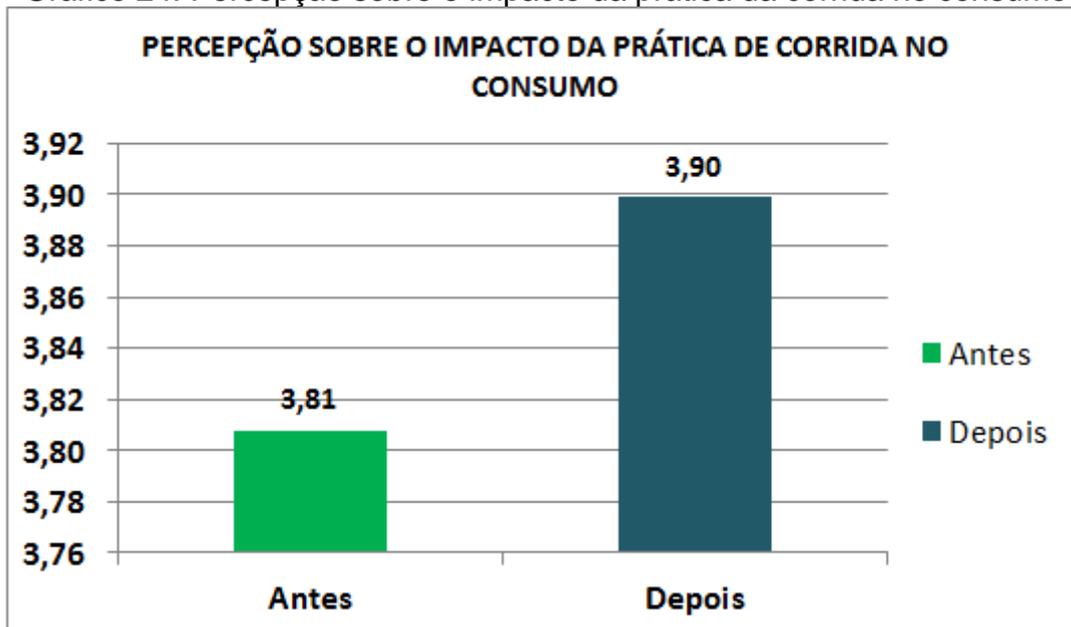
#### 4.3.5 Aspectos do consumo relacionado à prática de corrida

Na quarta seção, o objetivo foi de verificar a percepção dos respondentes sobre o consumo proveniente da corrida, identificar quais os produtos e serviços mais consumidos, compreender a preferência por lojas físicas ou compra online e descobrir qual foi gasto com produtos e serviços de corrida nos últimos seis (6) meses.

##### *Percepções sobre o impacto da prática da corrida no consumo*

Nessa parte da pesquisa, foram medidas as médias das percepções dos respondentes sobre o impacto da prática da corrida no consumo. Essa verificação foi realizada em dois momentos distintos do questionário de pesquisa. No primeiro momento, a percepção foi medida na parte inicial do questionário. Posteriormente, os participantes passaram por uma bateria de questões referentes ao consumo de produtos e serviços relacionados à corrida. E, na parte final, foi realizada uma segunda verificação sobre a percepção, para identificar se ocorreu mudança de percepção entre os dois momentos.

Gráfico 24: Percepção sobre o impacto da prática da corrida no consumo



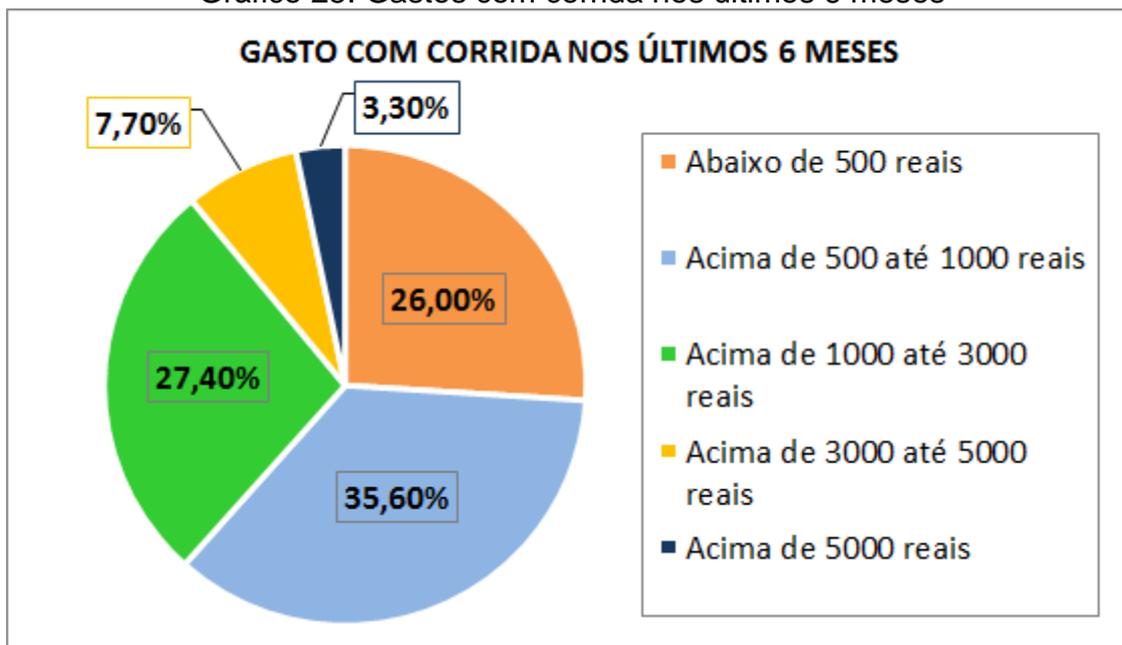
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

De acordo com o gráfico 24, comparativo entre as médias referentes ao nível de concordância do impacto sobre a prática da corrida no consumo, foi verificado que houve alteração numérica (de 3,81 no primeiro momento para 3,90 no segundo momento), indicando mudança de percepção.

#### *Gastos com produtos e serviços relacionados a corrida nos últimos seis meses*

De acordo com gráfico 24, a maioria dos respondentes (35,60%) gastou acima de R\$ 500,00 até R\$ 1.000,00 nos últimos 6 meses. É possível verificar também, que 27,40% gastaram acima de R\$ 1000,00 até R\$ 3.000,00 e com uma porcentagem semelhante, 26,00% gastaram abaixo de R\$ 500,00. A menor parcela da amostra (11,00%) gastou acima de R\$ 3.000,00 no último semestre.

Gráfico 25: Gastos com corrida nos últimos 6 meses

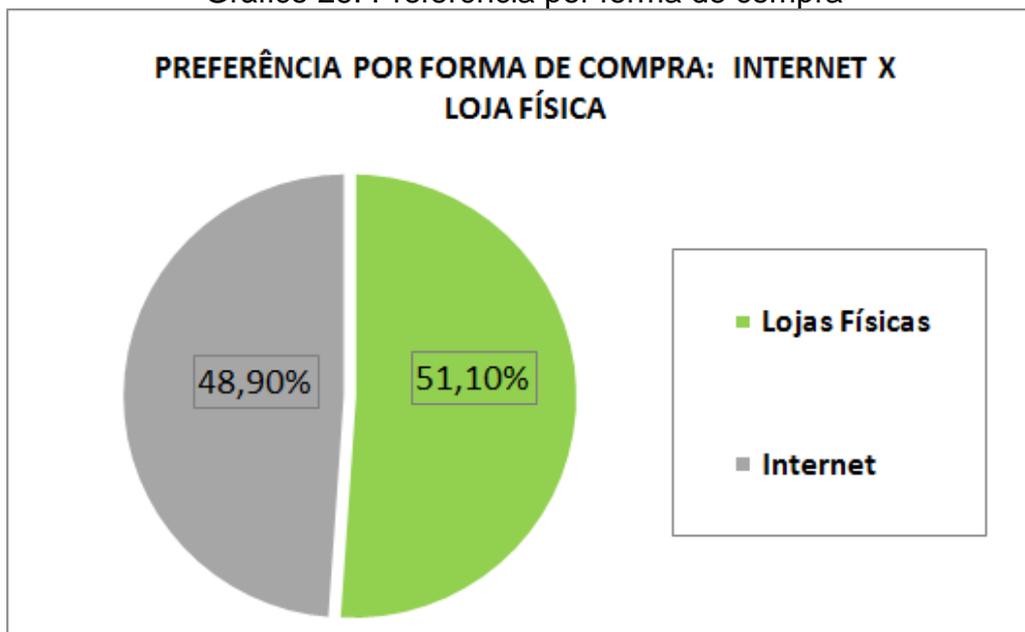


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

#### *Preferência pela internet ou loja física nas compras de produtos de corrida*

Dos 427 respondentes válidos, 51,10% preferem realizar a compra de itens de corridas, através de lojas físicas e 48,90% optam por realizar suas compras por meio da internet. As compras *online* tiveram uma grande representação junto aos respondentes, contudo se tratando de corredores, comprar pela internet pode não ser indício de diminuição do deslocamento até as lojas físicas. De acordo com as informações coletadas na fase qualitativa, os corredores usualmente experimentam os produtos (principalmente itens de vestuário e calçados) em lojas físicas antes de comprar pela internet. Esse comportamento foi explicado pelos entrevistados por dois principais motivos: poder experimentar os produtos, garantindo o conforto e o tamanho adequado; e a busca por melhores preços, comprando posteriormente pela internet.

Gráfico 26: Preferência por forma de compra



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

*Produtos de corrida mais consumidos e serviços relacionados a corrida mais utilizados*

Nessa parte da pesquisa, foi solicitado aos respondentes, que marcassem todos os produtos e serviços relacionados a corrida, os quais já consumiram em suas trajetórias como corredores amadores. De acordo os relatos das entrevistas em profundidade, foram listados 21 produtos e 19 serviços, a fim de identificar o *ranking* dos produtos mais consumidos e dos serviços mais utilizados em relação a corrida.

Na seção de produtos, destaque para os três mais consumidos entre os respondentes: tênis, vestimentas e relógio. Assim como na fase qualitativa, os dados coletados na fase quantitativa, evidenciam que esses produtos são indispensáveis para os corredores amadores da amostra. Conforme a tabela abaixo:

Tabela 1: Ranking dos produtos mais consumidos

RANKING DOS PRODUTOS MAIS CONSUMIDOS			
	Produtos para correr	Fr	%
1º	Tênis	425	99,5%
2º	Vestimentas	400	93,7%
3º	Relógio	262	61,4%
4º	Protetor solar	257	60,2%
5º	Boné de corrida	237	55,5%
6º	Fone de Ouvido	224	52,5%
7º	Suplementos alimentares	195	45,7%
8º	Meia compressora e/ou polaina	179	41,9%
9º	Braçadeira para o celular	157	36,8%
10º	Pochete	157	36,8%
11º	Remédios para dor muscular	155	36,3%
12º	Porta medalhas	140	32,8%
13º	Bolsa térmica para gelo	124	29,0%
14º	Pomada para massagem	107	25,1%
15º	Óculos especializados	96	22,5%
16º	Frequencímetro	82	19,2%
17º	Revista especializada	49	11,5%
18º	Lanterna noturna	44	10,3%
19º	Celular a prova d'água	42	9,8%
20º	Mangas para os braços	41	9,6%
21º	Meia especializada (Para prática sem o tênis)	24	5,6%
	Outros	14	3,3%

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Além dos produtos *rankeados* na tabela 1, os entrevistados também destacaram que consomem os seguintes itens:

- a) Bebidas energéticas;
- b) Bússola;
- c) Mochila hidratante;
- d) Bandana;

- e) Palmilha especial;
- f) Vaselina para evitar assaduras;
- g) Aplicativos especializados;
- h) Suporte para câmera;
- i) “Presença de Deus”.

Na seção dos serviços, destaque para os quatro mais utilizados, os quais todos atingiram mais de 50% dos respondentes: inscrições para provas de corrida (89,9%), academia (69,60%), deslocamento para as provas em outras cidades (55%) e assessorias esportivas (52,9%). Destaque também para o fato de a maioria dos respondentes utilizarem serviços de atividades físicas complementares à corrida, representadas principalmente pela opção das academias, para reforço muscular, conforme também coletado nas entrevistas em profundidade. E por fim, um destaque para as estadias em hotéis, em outras cidades ou estados, que apareceu em sétimo lugar no *ranking* dos serviços. Tal fato corrobora com os relatos do Entrevistado 7 da fase qualitativa sobre o aumento da procura por corridas em outras cidades ou países como forma de aliar a corrida ao turismo.

Tabela 2: Ranking dos serviços mais utilizados

RANKING DOS SERVIÇOS MAIS UTILIZADOS			
	Serviços relacionados à corrida	Fr	%
1º	Inscrições de corridas de rua pagas	384	89,9%
2º	Academia	297	69,6%
3º	Deslocamento para provas em outras cidades (Ônibus, carro, metrô...)	235	55,0%
4º	Assessoria esportiva / Grupo de corrida	226	52,9%
5º	Aplicativo de deslocamento para chegar aos locais de treinos	199	46,6%
6º	Nutricionista	177	41,5%
7º	Estadia em hotel para provas em outras cidades, estados ou países	166	38,9%
8º	Cardiologista	156	36,5%
9º	Orientador especializado	140	32,8%
10º	Funcional	137	32,1%
11º	Ortopedista	133	31,1%
12º	Fisioterapia	122	28,6%
13º	Passagens aéreas para provas em outros estados ou países	115	26,9%
14º	Massagem	105	24,6%
15º	Médico endócrino	59	13,8%
16º	Pilates	56	13,1%
17º	Natação	46	10,8%
18º	Acupuntura	32	7,5%
19º	Traumatologista	27	6,3%

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

### *Frequência de compra de produtos e de utilização de serviços*

Posteriormente à parte em que os entrevistados marcaram os produtos e serviços, foi solicitado que se indicasse a frequência de consumo desses produtos e de utilização desses serviços. Para que se possa obter uma melhor interpretação dos dados, as tabelas de frequência, foram organizadas de acordo com o *ranking* realizado na seção anterior. Além disso, foram destacadas as maiores frequências em cada produto e/ou serviço, conforme as tabelas abaixo:

Tabela 3: Frequência de consumo de produtos para correr

Ranking Prod.	Nunca compro esse item	Semanal	Mensal	Trimestral	Semestral	Anual	Acima de um ano	
1º	Tênis	0,9 %	0,20%	2,1 %	14,5 %	32,6 %	37,9 %	11,7 %
2º	Vestimentas	0,9 %	1,4 %	10,5 %	27,2 %	33,3 %	17,6 %	9,1 %
3º	Relógio	33,0 %	0	0	0	0,5 %	8,9 %	57,6 %
4º	Protetor solar	21,8 %	2,3 %	23,4 %	24,1 %	16,2 %	9,1 %	3,0 %
5º	Boné de corrida	52,0 %	0,2 %	0,5 %	4,7 %	8,0 %	17,6 %	17,1 %
6º	Fone de Ouvido	42,9 %	0	40,9 %	6,3 %	7,3 %	19,0 %	23,7 %
7º	Suplementos alimentares	41,2 %	2,8 %	23,9 %	18,7 %	9,1 %	2,8 %	1,4 %
8º	Meia compressora / polaina	53,4 %	0	0,9 %	4,9 %	6,8 %	14,3 %	19,7 %
9º	Braçadeira p/ celular	57,4 %	0	0,7 %	1,6 %	3,3 %	11,9 %	25,1 %
10º	Pochete	54,3 %	0	0,2 %	1,2 %	4,4 %	12,6 %	27,2 %
11º	Remédios para dor muscular	40,0 %	5,2 %	23,2 %	12,6 %	11,0 %	3,5 %	4,4 %
12º	Porta medalhas	62,3 %	0	0	0,7 %	0,7 %	6,8 %	29,5 %
13º	Bolsa térmica para gelo	60,7 %	0,9 %	1,4 %	1,4 %	2,1 %	8,4 %	25,1 %
14º	Pomada p/ massagem	56,7 %	1,6 %	9,6 %	11,7 %	11,5 %	6,3 %	2,6 %
15º	Óculos especializados	70,3 %	0	0	0,9 %	1,6 %	6,6 %	20,6 %
16º	Frequencímetro	75,6 %	0	0	0	0,2 %	2,1 %	22,0 %
17º	Revista especializada	83,1 %	0,7 %	4,9 %	3,0 %	1,4 %	3,0 %	3,7 %
18º	Lanterna noturna	88,1 %	0	0	0	0,2 %	1,9 %	9,8 %
19º	Celular a prova d'água	82,7 %	0	0	0	0,2 %	2,6 %	14,5 %
20º	Mangas para os braços	88,1 %	0	0	0,5 %	0,7 %	4,7 %	6,1 %
21º	Meia especializada (Para prática sem o tênis)	85,0 %	0	0,7 %	2,3 %	3,0 %	5,2 %	3,7 %

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Tabela 4: Frequência de serviços relacionados à corrida

Ranking dos serviços relacionados à corrida		Nunca utilizo	Semanal	Mensal	Trimestral	Semestral	Anual	Acima de um ano	Já utilizei mas não utilizo mais
1º	Inscrições de corridas de rua pagas	8,9 %	8,2 %	46,8 %	19,0 %	8,7 %	2,6 %	0,2 %	5,6 %
2º	Academia	22,5 %	52,0 %	11,9 %	0,7 %	0,9 %	1,2 %	0,9 %	9,8 %
3º	Deslocamento para provas em outras cidades	29,3 %	9,4 %	21,5 %	12,6 %	11,2 %	7,7 %	1,9 %	6,3 %
4º	Grupo de corrida	41,2 %	30,9 %	16,2 %	0,9 %	1,4 %	1,4 %	0,7 %	7,3 %
5º	Aplicativo de deslocamento	46,1 %	22,5 %	13,1 %	5,9 %	2,6 %	2,1 %	1,4 %	6,3 %
6º	Nutricionista	45,9 %	1,9 %	15,7 %	11,7 %	7,3 %	4,0 %	2,1 %	11,5 %
7º	Estadia em hotel para provas	54,3 %	0,2 %	3,0 %	9,4 %	11,7 %	11,7 %	2,8 %	6,8 %
8º	Cardiologista	48,0 %	0,2 %	0,2 %	1,4 %	9,8 %	28,8 %	6,6 %	4,9 %
9º	Orientador especializado	46,8 %	28,3 %	12,4 %	1,2 %	1,9 %	0,7 %	0,7 %	8,0 %
10º	Funcional	53,9 %	27,9 %	4,9 %	0,7 %	0,2 %	0,7 %	0,2 %	11,5 %
11º	Ortopedista	59,3 %	0,2 %	1,2 %	5,2 %	7,5 %	9,6 %	4,0 %	13,1 %
12º	Fisioterapia	62,5 %	4,9 %	4,4 %	4,0 %	3,7 %	4,9 %	2,6 %	12,9 %
13º	Passagens aéreas para provas	68,9 %	0	0,9 %	4,2 %	8,7 %	10,5 %	3,3 %	3,5 %
14º	Massagem	64,4 %	7,5 %	9,6 %	5,2 %	3,7 %	2,3 %	1,2 %	6,1 %
15º	Médico endócrino	77,5 %	0,2 %	1,6 %	4,4 %	4,4 %	5,9 %	0,9 %	4,9 %
16º	Pilates	81,7 %	10,1 %	1,4 %	0	0	0	0,5 %	6,3 %
17º	Natação	82,7 %	6,6 %	2,1 %	0,5 %	0	0,5 %	0,2 %	7,5 %
18º	Acupuntura	86,4 %	1,2 %	1,6 %	1,6 %	0,7 %	1,4 %	1,2 %	5,9 %
19º	Traumatologista	87,1 %	0	0	0,5 %	2,8 %	1,6 %	2,1 %	5,9 %

#### 4.3.6 Cruzamentos

Para a realização dos cruzamentos de dados, algumas alternativas das questões da pesquisa, foram unificadas, a fim de caracterizar grupos dentro da análise de cada cruzamento. A fim de realizar uma análise organizada e coerente, os cruzamentos foram divididos em tópicos de acordo com os objetivos do presente trabalho. Desse modo, a pesquisa foi dividida em cinco grupos de questões, referentes a:

- a) Prática da corrida;
- b) Motivações para a prática;
- c) Mudança de hábitos;
- d) Consumo;
- e) Demográficas

Tais grupos foram cruzados, o que possibilitou a realização de interpretações e análises que auxiliaram a compreender como a prática da corrida impacta no consumo dos corredores amadores.

#### *Prática da corrida e hábitos*

Primeiramente, foi verificada a relação entre a prática da corrida e a mudança de hábitos dos corredores amadores que fizeram parte da amostra.

Tabela 5: Gênero x Local de prática

GÊNERO / LOCAL	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
RUAS	214	163	377
	84,3%	94,2%	
PISTAS	41	41	82
	16,1%	23,7%	
PARQUES	112	56	168
	44,1%	32,4%	
ESTEIRA EM CASA	6	3	9
	2,4%	1,7%	
ESTEIRA DA ACADEMIA	68	40	108
	26,8%	23,1%	
AREIA NA PRAIA	19	9	28
	7,5%	5,2%	
OUTRO LOCAL	11	12	23
	4,3%	6,9%	
TOTAL	254	173	427

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Conforme a tabela 5, foi verificado que existe uma possível relação entre o gênero e o local de prática da corrida. Pois, mulheres apresentaram uma maior frequência em esteiras de academia, local fechado. E os homens apresentaram predominância em locais abertos. Desse modo, indicou-se que o gênero apresenta uma relação com o habitual local de prática. Possivelmente, esses dados são

reflexos de uma maior preocupação das mulheres com a segurança. E de modo geral, de acordo com a amostra, verificou-se a preferência dos corredores por locais abertos para praticar a corrida.

Tabela 6: Frequência de treinos semanais x Mudanças de hábitos

HÁBITO	FREQUÊNCIA DE TREINOS SEMANAIS	FR	MÉDIA
<b>MUDEI MEUS HÁBITOS ALIMENTÁRES</b>	ATÉ 2 VEZES	76	3,64
	3 VEZES	196	3,93
	4 VEZES	81	3,99
	5 VEZES OU MAIS	51	4,00
	CORRO EVENTUALMENTE	3	3,33
<b>INICIEI A PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA COMPLEMENTAR A CORRIDA</b>	ATÉ 2 VEZES	67	3,88
	3 VEZES	168	3,73
	4 VEZES	73	3,55
	5 VEZES OU MAIS	44	3,20
	CORRO EVENTUALMENTE	2	3,00

Fonte: Elaboração do autor (2018).

Já, ao averiguar a relação entre a quantidade de treinos semanais e a mudança de hábitos, foi verificado que de modo geral, o número de vezes que os corredores treinam, não apresenta correlação com as mudanças de hábitos. Entretanto, foi visto que as médias de concordância dos entrevistados, apresentam alguns destaques pontuais. Esse é o caso da mudança de hábitos alimentares, visto que quanto maior o número de vezes semanais correndo, maior foi a média de concordância. Possivelmente, esse dado está relacionado a exigência de uma rotina de alimentação mais regrada, à medida que os corredores aumentam o número de treinos semanais.

Também se destacou o dado em relação aos respondentes que indicaram ter iniciado uma atividade física complementar à corrida, pois a faixa com maior média declarada, foi a das pessoas que correm até 2 vezes semanais. O contrário também é verdadeiro: quanto maior o número de treinos semanais, menor a concordância sobre o início de prática complementar à corrida. Desse modo, foi indicado a possibilidade de que quanto menor o número de vezes de prática, mais tempo e disposição são investidos em outras atividades físicas complementares

como academia, pilates ou funcional, visando mais saúde e equilíbrio junto à prática regular de atividade física.

Tabela 7: Frequência de treinos semanais x Mudanças de hábitos

HÁBITOS	TEMPO QUE PRÁTICA À CORRIDA	FR	MÉDIA
COMECEI A SENTIR MAIOR EQUILÍBRIO EMOCIONAL	ATÉ 1 ANO	84	3,90
	ACIMA DE 1 ANO ATÉ 2 ANOS	89	3,94
	ACIMA DE 2 ANOS ATÉ 5 ANOS	127	4,08
	ACIMA DE 5 ANOS	100	4,03
ME SENTI MAIS MOTIVADO EM MINHA ATIVIDADES DIÁRIAS	ATÉ 1 ANO	94	4,23
	ACIMA DE 1 ANO ATÉ 2 ANOS	93	4,29
	ACIMA DE 2 ANOS ATÉ 5 ANOS	132	4,36
	ACIMA DE 5 ANOS	105	4,40

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Em relação ao tempo de prática da corrida, observou-se uma possível relação com mudanças sentidas pelos respondentes. Ao analisar as médias, à medida que o tempo de prática aumenta, foi verificado que as opções de maior equilíbrio emocional e motivação nas atividades diárias, apresentam maiores níveis de concordância. Tendo isso em vista, possivelmente a amostra coletada representa tais mudanças de percepções na vida dos corredores amadores.

Tabela 8: Frequência de treinos semanais x Mudanças de hábitos

HÁBITO	DISTÂNCIA	FR	MÉDIA	SIG
MUDEI MEUS HÁBITOS ALIMENTARES	Ate 5 Km	82	3,61	,014
	Mais de 5 ate 10 Km	226	3,90	
	Mais de 10 Km	99	4,11	
COMECEI A ACORDAR MAIS CEDO	Ate 5 Km	61	3,67	,384
	Mais de 5 ate 10 Km	175	3,77	
	Mais de 10 Km	83	3,98	
MUDEI O CÍRCULO DE PESSOAS QUE ME RELACIONO	Ate 5 Km	66	2,88	,000
	Mais de 5 ate 10 Km	180	3,49	
	Mais de 10 Km	95	3,75	

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

E por fim, foi realizado o cruzamento entre a distância média percorrida e as mudanças de hábitos dos respondentes. Foi destacado que, dentre todos os

elementos que compõe o grupo que representa a prática da corrida, a distância média por treino foi o aspecto de maior interferência nas mudanças de hábitos. Assim, foi comprovado que a distância apresenta correlação com o círculo de pessoas e com os hábitos alimentares. Quanto maior a distância média percorrida, maior a média de concordância em relação à mudança de hábitos alimentares, horário de acordar e círculo de relacionamentos.

#### *Motivações para correr e a prática da corrida*

Conforme já visto, a prática da corrida, possivelmente interfere na mudança de hábitos dos corredores da amostra. Assim sendo, é válido que se possa buscar dados sobre quais fatores possivelmente interferem nessa prática (tempo de prática, locais, distâncias, médias de treinos semanais). Desse modo, o grupo de questões relacionadas às motivações para a prática da corrida, foi cruzado com as questões referentes à prática. Os resultados desses cruzamentos, revelaram que é possível que houve significativa relação entre a motivação para correr e a prática da corrida, conforme as tabelas apresentadas:

Tabela 9: Motivações x Média de treinos semanais

FATORES MOTIVADORES	MÉDIA DE TREINOS SEMANAIS	FR	MÉDIA	SIG.
COMPETITIVIDADE	ATÉ DUAS VEZES	80	2,80	,000
	3 VEZES	204	2,85	
	4 VEZES	84	3,50	
	5 VEZES OU MAIS	55	3,42	
	EVENTUALMENTE	4	2,50	
	TOTAL	427	3,04	
ESTÉTICA	ATÉ DUAS VEZES	80	3,65	,011
	3 VEZES	204	3,79	
	4 VEZES	84	3,90	
	5 VEZES OU MAIS	55	3,22	
	EVENTUALMENTE	4	4,25	
	TOTAL	427	3,72	
EMAGRECIMENTO	ATÉ DUAS VEZES	80	3,95	,045
	3 VEZES	204	3,94	
	4 VEZES	84	3,73	
	5 VEZES OU MAIS	55	3,33	
	EVENTUALMENTE	4	3,75	
	TOTAL	427	3,82	
CONTROLE DO ESTRESSE	ATÉ DUAS VEZES	80	4,25	,697
	3 VEZES	204	4,38	
	4 VEZES	84	4,27	
	5 VEZES OU MAIS	55	4,22	
	EVENTUALMENTE	4	4,00	
	TOTAL	427	4,31	

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A tabela 9 comprova a correlação entre os elementos cruzados, sendo que as motivações para correr apresentam significância junto a média de treinos semanais da amostra. As motivações que apresentaram correlação foram competitividade, estética e emagrecimento.

O primeiro destaque feito foi em relação à competitividade que, apesar de ter sido marcada com baixo nível de importância como motivador para correr, apresentou forte correlação com a frequência de treinos semanais. Desse modo, assim como também na estética a amostra indicou que quanto maior o nível de importância da competitividade para correr, maior o número de treinos semanais. Esse comportamento da amostra, pode ser um indício de que os corredores amadores com um perfil mais competitivo, buscam superar seus limites em busca de melhores resultados. Tais indícios, foram também verificados na fase qualitativa deste trabalho, a qual dois dos sete entrevistados apresentaram um perfil de

corredor mais motivado por competitividade. Tanto o entrevistado 5 quanto a entrevistada 2, conforme exposto anteriormente, indicaram preocupação com a posição, o tempo, o desempenho e a garantia de um lugar no pódio. Ambos treinam mais de 5 vezes por semana.

Em segundo lugar, foi destacado emagrecimento, que também foi fator motivacional que apresentou correlação com a média de treinos semanais. Entretanto nesse caso, quanto maior a média de importância indicada para o emagrecimento, menor o número de saídas para correr durante a semana. Assim, possivelmente essa relação encontrada na amostra, representa a situação dos iniciantes na prática, que buscam emagrecer através da prática de corrida, e por serem iniciantes, ainda não praticam atividade com maior frequência semanal.

E por fim, o destaque em relação ao controle do estresse, o qual não apresentou correlação com a média de treinos semanais, porém aparece, dentre os fatores motivacionais, com média bastante elevada, indicada entre os participantes que de todas as faixas de frequência de treino semanal.

Tabela 10: Motivações x Tempo que pratica a corrida

FATORES MOTIVADORES	TEMPO QUE PRATICA A CORRIDA	FR	MÉDIA	SIG.
EMAGRECIMENTO	ATÉ 1 ANO	95	3,99	,048
	ACIMA DE 1 ATÉ 2 ANOS	93	3,90	
	ACIMA DE 2 ATÉ 5 ANOS	133	3,89	
	ACIMA DE 5 ANOS	106	3,50	
	Total	427	3,82	
SOCIABILIDADE	ATÉ 1 ANO	95	3,44	,024
	ACIMA DE 1 ATÉ 2 ANOS	93	3,88	
	ACIMA DE 2 ATÉ 5 ANOS	133	3,87	
	ACIMA DE 5 ANOS	106	3,78	
	Total	427	3,76	
COMPETITIVIDADE	ATÉ 1 ANO	95	2,53	,000
	ACIMA DE 1 ATÉ 2 ANOS	93	2,99	
	ACIMA DE 2 ATÉ 5 ANOS	133	3,31	
	ACIMA DE 5 ANOS	106	3,20	
	Total	427	3,04	

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Conforme relatado na análise do gráfico anterior sobre a relação da prática em função do emagrecimento, o cruzamento entre tempo de prática da corrida e importância dos fatores motivacionais, corrobora com a possibilidade de que a maior parte dos corredores motivados pelo emagrecimento, estejam em fase inicial de contato com a corrida. Tal possibilidade foi verificada analisando esse último cruzamento de dados, pois o emagrecimento apresentou correlação com o tempo de prática da corrida, no qual foi identificado que, quanto maior a média para o emagrecimento, menor o tempo de prática de corrida, conforme a tabela 10.

Já os fatores motivacionais, sociabilidade e competitividade, apresentam correlação com o tempo de prática, além de possíveis semelhanças no comportamento das médias, visto que, com o passar do tempo, a amostra coletada apresenta aumento no nível de importância até os cinco anos de prática. Em ambos cruzamentos, a média apresentou uma diminuição para os respondentes que praticam a corrida a mais de cinco anos. Assim, foi identificado o indício de que esses dois aspectos motivacionais (sociabilidade e competitividade), se mantêm ao longo dos anos de prática, e o elemento que causa a diminuição da média após os cinco anos de prática, é a percepção dos corredores sobre esses fatores. Assim indica-se a possibilidade, de que sociabilidade e competitividade, são aspectos motivacionais mais latentes na percepção dos corredores que praticam a corrida a mais de um ano até cinco anos. Diferenciando-se de aspectos motivacionais como saúde, bem-estar, controle do estresse e equilíbrio emocional, que apresentaram médias mais semelhantes entre as faixas de tempo de prática da corrida. Ou seja, e acordo com a amostra apresentada, indicou-se a possibilidade de que esses últimos aspectos não sofram significativas alterações na percepção dos corredores, de acordo com o tempo de prática do esporte.

Por fim, nesta seção, foi investigado a correlação dos fatores motivacionais com a participação em grupos de corrida. E foi identificado, de acordo com a amostra, que a motivação apresenta correlação com a participação em grupos de corrida sob dois aspectos, sociabilidade e competitividade, nos quais, os respondentes que atribuíram maior importância são participantes de grupos de corrida ou assessorias esportivas. Tal identificação junto aos respondentes, pode ser um indicativo de que os corredores mais motivados através de sociabilidade e competitividade, encontram nesses serviços meios de se relacionarem e de se desafiarem. Pois de fato, conforme visto na revisão da teoria, as assessorias

esportivas buscam fomentar momentos de interação e integração junto aos alunos e também os incentivam a superar seus próprios limites.

### *Consumo e prática da corrida*

Assim como os demais cruzamentos que foram apresentados, a prática da corrida e o consumo atendem a um dos objetivos específicos deste trabalho. Nesse caso, o de verificar como a prática da corrida interfere no comportamento de consumo dos corredores amadores, tema principal abordado nesta pesquisa. Portanto, foram realizados cruzamentos objetivos confrontando consumo e prática, bem como consumo e características demográficas.

*Tabela 11: Tempo de prática x gastos com corrida*

TEMPO	GASTOS COM CORRIDA NOS ÚLTIMOS 6 MESES			
	ABAIXO DE 500 R\$	ACIMA DE 500 ATÉ 1000 R\$	ACIMA DE 1000 ATÉ 3000 R\$	ACIMA DE 3000 R\$
ATÉ 1 ANO	27	38	22	8
	24,3%	25,0%	18,8%	17,0%
ACIMA DE 1 ATÉ 2 ANOS	26	38	23	6
	23,4%	25,0%	19,7%	12,8%
ACIMA DE 2 ATÉ 5 ANOS	31	43	44	15
	27,9%	28,3%	37,6%	31,9%
ACIMA DE 5 ANOS	27	33	28	18
	24,3%	21,7%	23,9%	38,3%

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Tendo em vista os dados de tempo de prática e gastos com corrida nos últimos seis meses, verificou-se que o tempo de prática de corrida pode ser um fator relevante para o consumo, dado que 38% (maior representação da faixa) dos respondentes que apresentaram gasto acima de 3000,00 R\$ com produtos e serviços de corrida nos último semestre, já correm a mais de 5 anos. Em relação aos iniciantes (até 1 ano), estes apresentaram frequência maior entre nas faixas de gastos mais baixas, seguidos pelos corredores intermediários (acima de 1 ano até 5 anos de prática), os quais, indicaram gastos na faixa acima de 500,00R\$ até 3000,00 R\$.

Tabela 12: Participação em corridas x gastos com corrida no último semestre

PROVAS DE CORRIDA DE RUA	ABAIXO DE 500 R\$	ACIMA DE 500 ATÉ 1000 R\$	ACIMA DE 1000 ATÉ 300 R\$	ACIMA DE 3000 R\$
PARTICIPO	77	133	109	41
	69,4%	87,5%	93,2%	87,2%
NÃO PARTICIPO	34	19	8	6
	30,6%	12,5%	6,8%	12,8%

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

De acordo com os dados referentes ao cruzamento entre a participação em corridas e os gastos com corrida, foi identificado que os respondentes que participam de corridas de rua, gastaram mais que os que não participam de corridas, nos últimos semestres. Esse dado sobre a prática de corrida em confronto com o consumo, também foi identificado junto aos respondentes participantes de grupos de corrida.

Tabela 13: Participação em assessoria/grupo de corrida

PARTICIPAÇÃO ASSESSORIA \ GRUPO DE CORRIDA	ABAIXO DE 500 R\$	ACIMA DE 500 ATÉ 1000 R\$	ACIMA DE 1000 ATÉ 300 R\$	ACIMA DE 3000 R\$
PARTICIPO	47	80	80	34
	42,3%	52,6%	68,4%	72,3%
NÃO PARTICIPO	64	72	37	13
	57,7%	47,4%	31,6%	27,7%

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Desse modo, conforme a tabela apresentada, os respondentes que não participam de grupos ou assessorias especializadas apresentam maior destaque nos gastos abaixo de 500,00 R\$ nos últimos seis meses. Esses resultados coletados podem ser indicadores de que os corredores que participam de provas de corrida e/ou de grupos de corrida, estão mais abertos ao consumo de produtos e serviços bem como também estão mais expostos à informações, propagandas, marcas e eventos. Portanto, com base na amostra deste estudo, verificou-se a possibilidade de essas duas modalidades de prática da corrida, impactarem de forma significativa o comportamento de consumo dos corredores amadores.

Tabela 14: Idade x Gastos com corrida nos últimos 6 meses

GASTOS COM CORRIDA	IDADE				TOTAL
	ATÉ 25 ANOS	26 a 35 ANOS	36 a 45 ANOS	MAIS DE 45 ANOS	
ABAIXO DE 500 R\$	22	31	32	26	111
	39,3%	27,4%	21,9%	23,2%	26,0%
ACIMA DE 500 ATÉ 1000 R\$	17	40	51	44	152
	30,4%	35,4%	34,9%	39,3%	35,6%
ACIMA DE 1000 ATÉ 3000 R\$	14	30	40	33	117
	25,0%	26,5%	27,4%	29,5%	27,4%
ACIMA DE 3000 R\$	3	12	23	9	47
	5,4%	10,6%	15,8%	8,0%	11,0%
TOTAL	56	113	146	112	427
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

E por fim, foi verificado a relação entre a idade dos entrevistados e os gastos com corrida nos últimos seis meses. A idade com maior frequência foi a de 36 a 45 anos e essa faixa teve maior participação na faixa de gastos de 500,00 R\$ até 1000,00 R\$.

## 5 CONCLUSÃO

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise sobre o impacto da prática da corrida no consumo dos corredores amadores. Além disso, também permitiu abordar o tema por meio de enfoque qualitativo e posteriormente quantitativo. Ao aplicar as duas fases do estudo, foram verificados diversos pontos de convergência entre os relatos qualitativos e dados da amostra, na fase quantitativa, os quais geraram análises e proposições a respeito do universo dos corredores de rua. A fase qualitativa, na qual foi utilizada a metodologia entrevistas em profundidade, foi fundamental para conhecer o universo dos corredores, entender seus principais hábitos relacionados a corrida bem como compreender o impacto e mudanças que a corrida gerou na vida de cada um dos entrevistados. De tal forma que a fase qualitativa gerou insumos ricos para que se iniciasse segunda fase (quantitativa) com consideráveis conhecimentos sobre os corredores.

A fase quantitativa foi extremamente importante para que fosse possível oportunizar a verificação de informações coletada na primeira fase, junto a um grande número de respondentes (427). Portanto, pôde-se, por meio de um questionário, coletar informações sobre a prática de corrida, consumo de produtos e serviços, as principais motivações para correr e também houve a coleta de dados demográficos.

Assim, foi realizado o presente trabalho, que conseguiu, ao final, fazer análises valiosas a respeito do comportamento de consumo dos corredores amadores, bem como entender as relações entre os principais aspectos da vida dos corredores e de que maneira esses aspectos estão direta ou indiretamente ligados ao consumo de produtos e serviços.

Por fim, foi concluído que a prática de corrida impacta no comportamento de consumo dos corredores e que fatores como o sexo, a frequência de prática da corrida e as motivações para correr, apresentam correlação com o comportamento de consumo. Desse modo, o presente trabalho pôde gerar contribuições para o conhecimento mais aprofundados, sobre os corredores amadores e mercado de bens e serviços proveniente do crescimento da prática da corrida nos últimos anos. Destaca-se também, as limitações deste trabalho, o qual se pode coletar grande quantidade de dados, porém, para a realização muito do que foi coletado não pôde ser aproveitado para que o estudo não se tornasse extenso demais. Portanto,

indica-se que a base de dados desse trabalho de conclusão de curso, seja aproveitada para outros aprofundamentos e verificações sobre os corredores. Além disso, as informações contidas nessa base de dados, podem ser de grande valia para empreendedores ou pessoas que desejam se aprofundar mais sobre o tema abordado.

Ainda sobre a construção deste trabalho, vale ressaltar alguns aprendizados que foram obtidos ao longo do processo: fazer pesquisa é muito interessante, mas pode se tornar um trabalho complexo quando não se sabe exatamente quais os objetivos do estudo; para se fazer uma pesquisa de qualidade e com coerência, é necessário desenvolver sabedoria para distinguir o que não serve para a pesquisa, a fim de garantir foco em poucos aspectos, mas os aspectos corretos e esse aprendizado pode ser levado para a vida; e por fim, para se realizar qualquer tarefa ou projeto, é preciso estabelecer organização e não ter medo de agir, pois o medo é o que nos trava e a ação é a cura para o medo. Então é preciso colocar a “mão na massa”; é preciso se colocar em movimento diante de qualquer objetivo ou dificuldade; pode parecer cansativo, exaustivo em alguns momentos, mas assim e somente assim, se terá êxito e motivos para sorrir ao final, pois, independentemente do resultado, o processo desenvolvido gera aprendizados, desenvolvimento e cura.

## REFERÊNCIAS

AIMS. **Associação Internacional de Maratona e Corridas de Rua**. Disponível em: <http://www.aims-association.org>; Acesso em: 18 mai. 2018.

ALLEN, J. B. Social Motivation in Youth Sport. **Journal of Sport & Exercise Psychology**, n. 25, p. 551-567, 2003

BALBINOTTI, M. A. A. **Inventário de motivação à Prática Regular de Atividade Física (IMPRAFE-132)**. Laboratório de Psicologia do Esporte – Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2009.

BALBINOTTI, A. A. M. **Inventário de Motivação à Prática Regular de Atividade Física (IMPRAF-126)**. Laboratório de Psicologia do Esporte – Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2004.

BARDIN. L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BARBOSA, M. L. L. **Propriedade métricas do inventário de motivação à prática regular de atividade física (IMPRAF-126)**. 151f. Projeto de Dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Movimento Humano da Escola Superior de Educação Física da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006.

BELK, Russel W. **Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing**. Cheltenham: Edward Elgar, 2006.

BITTENCOURT, Fernando Gonçalves. Esboço sobre algumas implicações do futebol e da copa do mundo para o Brasil: identidade e ritos de autoridade. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 30, n.3, p. 173 – 189, maio.2009

BLACKWELL, Roger D.; ENGEL, James F.; MINIARD, Paul W. **Comportamento do Consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2000.

BLOG RECORRIDO. **Evolução no número de inscritos em maratonas**. <https://blogrecorrido.com/>. Acesso em: 30 jun. 2018.

BRYMAN, A.; CRAMER, D. **Quantitative data analysis with SPSS release 8 for Windows: a guide for social scientists**. New York: Routledge, 1999.

CAILLAT, M. **Sport et civilization: historie et critique d'un phénomène social de masse**. Paris: L' Harmattan, 1996. 120 p.

CAPDEVILLA, L.; NIÑEROLA, J.; PINTANEL, M. Motivación y actividad Física: **El Auto informe de Motivos para la Práctica de Ejercicio Físico (AMPEF)**. **Revista de psicología del deporte**, vol.13, n.1, p.55-74, 2004.

COOPER, Ronal R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CORPORATE BRASIL. **Corridas atraem cada vez mais participantes**. Disponível em: [http://www.corpore.org.br/cws\\_exibeconteudogeral\\_4908.asp](http://www.corpore.org.br/cws_exibeconteudogeral_4908.asp). Acesso em: 30 mar. 2018.

COSTA, Filipe C.; SCALETSKY, Celso Carnos; FISCHER, Gustavo Daudt. **Design de experiência e corrida de rua**: um estudo sobre a construção de experiências de consumo. In: 9o Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: Blücher e Universidade Anhembi Morumbi, 2010. Disponível em: <http://blogs.anhembi.br/congressodesign/anais/artigos/69348.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2018.

CUMMING, S. P.; EISENMANN, J. C.; SMOLL, F. L.; SMITH, R. D.; MALINA, R. M. **Body size perception of coaching behaviors by adolescent female athletes**. *Psychology of Sport and Exercise*, p. 1-13, 2005.

DALLARI, Martha Maria. **Corrida de rua**: Um fenômeno sociocultural contemporâneo. 130f. Tese – (Mestrado em Educação) Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-02092009-145957/pt-br.php>. Acesso em: 19 mai. 2018.

D'ANGELO, André. **Cultura e consumo**: apanhado teórico e reflexões para o ensino e a pesquisa de marketing e administração. In: Encontro Anual da ANPAD, 27. Atibaia, 2003. EnANPAD 2003. Atibaia: ANPAD, 2003. 1 CD-ROM.

DELLOITE. **Legados dos Jogos Olímpicos**. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/conteudos/ibri/IBRI-2010.pdf>. Acesso em: 20 set. 2018.

DELLOITE. **Muito além do futebol**: Visões e práticas do brasileiro sobre esportes. Disponível em: [https://fbf.org.br/ckfinder/userfiles/pdf/Pesquisa\\_Esportes\\_Deloitte\\_2011\\_-\\_Apresentacao\\_completa.pdf](https://fbf.org.br/ckfinder/userfiles/pdf/Pesquisa_Esportes_Deloitte_2011_-_Apresentacao_completa.pdf). Acesso em: 20 set. 2018.

DESLAURIERS, JP. **A pesquisa qualitativa**: Enfoques epistemológicos e metodológicos. Disponível em:

[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1895937/mod\\_resource/content/1/04\\_OB-JACCOUD\\_MAYER.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1895937/mod_resource/content/1/04_OB-JACCOUD_MAYER.pdf). Acesso em 06 out. 2018, 14:45

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 2007.

DIAS, Reinaldo. Sociologia & Administração. Campinas: Alínea, 2004.

ELIAS, N.; DUNNING, E. **A busca da excitação**. Lisboa: Difel, 1992. 421 p.

EVENTBRITE BLOG. 5 coisas que organizadores de corridas precisam saber sobre o hábito de compra dos corredores. Disponível em: <https://www.eventbrite.com.br/blog/planejamento/5-coisas-que-organizadores-de-corridas-precisam-saber-sobre-os-habitos-de-compra-dos-corredores-ds00/>. Acesso em: 15 nov. 2018

FERNÁNDEZ, I. C.; SOLÁ, I. B. Dimensiones de los motivos de práctica deportiva de los adolescentes valencianos escolarizados. **Apunts**, v.63 [s.n.], p.22-29, 2001.

FLICK, Uwe (coord.). **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRAGA, A. B. **Exercício da informação: governo dos corpos no Mercado da vida ativa**. 175f. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/4997>. Acesso em: 19 mai. 2018.

FRANCO, K. N. **Comparação de fatores motivacionais entre corredores de rua de equipes e individuais**. 31f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Educação Física), Escola Superior de Educação Física da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/27705>. Acesso em: 19 mai. 2018.

FREDERICK, C. M.; RYAN, R. M. Self-Determination in Sport: A Review using Cognitive Evaluation Theory. **International Journal Sport Psychology**, n. 26, p. 5-23, 1995.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

G1. **Número de corredores de rua cresce 50% em 5 anos e movimentado mercado**. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2016/12/numero-de-corredores-de-rua-cresce-50-em-5-anos-e-movimentado-mercado.html>. Acesso em: 30 jun. 2018.

GARCIA, R. P.; LEMOS, K. M. A Estética como um valor na Educação Física. **Revista Paulista de Educação Física**, São Paulo, v. 17, n. 1, p. 32-40, 2003.

GAYA, A.; CARDOSO, M. Os fatores motivacionais para a prática desportiva e suas relações com o sexo, idade e níveis de desempenho desportivo. **Revista Perfil**, v. 2, n. 2 p. 40-51, 1998.

GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GONÇALVES, Gabriel Henrique Treter. **Corrida de rua**: um estudo sobre os motivos de adesão e permanência de corredores amadores de Porto Alegre. Disponível em: [www.lume.ufrgs.br/handle/10183/32290](http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/32290). Acesso em: 19 mai. 2018.

GOULD, D. et al. Coping strategies used by more versus less successful Olympic wrestlers. **Research Quarterly for Exercise and Sport**, v. 64, [s.n.], p. 83-93, 1992.

GRAVES, Philip. **Por dentro da mente do consumidor**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

HAIR, Joseph; BLACK, William; BABIN, Barry; ANDERSON, Rolph. **Multivariate Data Analysis**. 7. ed. New Jersey: Prentice Hall, 2010.

HOYER, Wayne D.; MACINNIS, Deborah J.; PIETERS, Rik. **Consumer Behavior**. 6. ed. Boston: Cengage Learning, 2012.

INGLEDEW, D. K.; SULLIVAN, G. Effect of body mass and body image on exercise motives in adolescence. **Psychology of Sport and Exercise**, n. 3, p. 323- 338, 2002.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LIMA, Renata Pereira. **A fantasia de atleta no imaginário de corredores amadores**: Análise do papel das marcas esportivas na construção da imagem de participantes de grupos de corrida. 2007. 114 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/3802>. Acesso em: 19 mai. 2018.

MALHOTRA, Naresh; BIRKS, David. **Marketing Research: an applied approach**. Harlow: Prentice Hall, 2006.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Perfil de corredor de rua brasileiro**. Disponível em: [http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/pesquisa-revela-perfil-de-corredor-de-rua-brasileiro\\_11551.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/pesquisa-revela-perfil-de-corredor-de-rua-brasileiro_11551.html). Acesso em: 02 abr. 2018.

MARQUES, A.; OLIVEIRA, J. M. O treino dos jovens desportistas. Actualização de alguns temas que fazem a agenda do debate sobre a preparação dos mais jovens. **Revista Portuguesa de Ciências do Desporto**, Porto, v. 1, n. 1, p. 130-137, 2001.

MASSARELLA, F. L.; WINTERSTEIN, P. J. A Motivação e o Estado mental Flow em Corredores de Rua. **Movimento**, v. 15, n. 2, p. 45-68, 2009.

MCCRACKEN, G. **Culture and consumption: new approaches to the symbolic character of goods and activities**. Bloomington: Indiana Press University, 1988.

MINISTÉRIO DO ESPORTE. **A Prática de Esporte no Brasil**. 2016. <http://www.esporte.gov.br/diesporte/7.php>. Acesso em: 02 out. 2018.

MOTA, J. Actividade Física e Lazer – contextos actuais e ideias futuras. **Revista Portuguesa de Ciências do Desporto**. Porto, v. 1, n. 1, p. 124-129, jan. 2001.

MOTA, J. Desporto como Projecto de Saúde. In: Gaya, A.; Marques, A.; Tani, G. (Org.). **Desporto para crianças e jovens: razões e finalidades**. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

NIADA, Aurea Cristina Magalhães. **Hierarquia de metas do consumidor de tênis de corrida para diferentes níveis de autoconexão com a marca**. 2011. 183 f

NOAKES, T. **Lore of running**. 3. ed. Champaign: Leisure Press, 1991. 804 p.

OLIVEIRA, S. N. **Lazer Sério e Envelhecimento: Loucos por corrida**. 102f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2010.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. **Definição de saúde**. Disponível em: <http://www.who.int/about/definition/en/print.html>. Acesso em: 28 de setembro de 2018.

PAZIN, J.; DUARTE, M. F. S.; POETA, L. S.; GOMES, M. A. **Corredores de Rua: características demográficas, treinamento e prevenção de lesões**. Rev. Bras. Cine. e Des. Hum. v. 10, n. 3, 2008.

PINSONNEAULT, Alain; KRAEMER, Kenneth. Survey Research Methodology in Management Information Systems: as assessment. **Journal of Management Information Systems**, v. 10, n. 2, p. 75-105, 1993.

REINBOTH, M.; DUDA, J. L. Perceived motivational climate, need satisfaction and indices of well-being in team Sports: A longitudinal perspective. **Psychology of Sport and Exercise**, p. 1-8, 2005.

ROLIM, R. **Contributo para o estudo do treino de meio-fundo/fundo de atletas jovens em Portugal**. 445f. Dissertação (Doutorado em Ciências do Desporto) - Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física da Universidade do Porto, 1998. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/9928>. Acesso em: 19 mai. 2018.

ROSSI, Carlos Alberto Vargas; HOR-MEYLL, Luis Fernando. **Explorando novas trilhas na pesquisa do consumidor**. In: Encontro anual da ANPAD, 25., Campinas 2001. EnANPAD 2001. Campinas: ANPAD, 2001. CD-ROM

RUNNER'S WORLD. **Dê uma pausa**. São Paulo: Abril, n.44, jun. 2012. 33 p.

RUNNER'S WORLD. **Eu corro**. São Paulo: Abril, n.42, abr. 2012. 94 p.

RUNNER'S WORLD. **Me dê motivos**. São Paulo: Abril, n.48, out. 2012. 68 p.

RUNNER'S WORLD. **O corredor hi-tech**. São Paulo: Abril, n.45, jul. 2012. 49 p.

RUNNER'S WORLD. **Pé no chão**. São Paulo: Abril, n.44, jun. 2012. 67 p.

RUNNER'S WORLD. **Vem correr**. São Paulo: Abril, n.41, mar. 2012. 42 p.

RYAN, R. M.; DECI, E. L. Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. **Contemporary Educational Psychology**, v.25 n.1 p.54-67, 2000b.

RYAN, R. M.; FREDERICK, C. M.; LEPES, D.; RUBIO, N.; SHELDON, K. M. Intrinsic Motivation and Exercise Adherence. **International Journal of Sport Psychology**, Roma, v. 28 p. 335-354, 1997.

RYAN, R.; DECI, E. Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. **American Psychologist**, v. 55 n.1 p.68-78, 2000a.

SALGADO, J.V.V.; CHACON-MIKAHIL, M.P.T. Corrida de rua: análise do crescimento do número de provas e de praticantes. **Revista Conexões**, Campinas, v.4, n.1, p. 100-109, 2006.

SANTOS, Ângela Maria Medeiros Martins et al. **Esportes no Brasil: situação atual e propostas para desenvolvimento**. Banco Nacional de Desenvolvimento. 2005.

SARKIS, M. **A construção do Corredor: dos primeiros passos à alta performance**. Gente: São Paulo, 2009.

SCHOUTEN, John W.; MCALEXANDER, James H. **Subcultures of consumption:**

an ethnography of the new bikers. Disponível em: <http://classes.bus.oregonstate.edu/winter-07/ba492/Subcultures%20of%20Consumption.pdf>. Acesso em: 25 ago. de 2018

SEGALEN, M. **Les Enfants d'Achille et de Nike** – Une ethnologie de la course à pied ordinaire. Tradução livre. Paris: Éditions Métailié, 1994.

SILVA, C. R.; GOBBI, B. C.; SIMÃO, A. A. **O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa**: Descrição e aplicação do método. Organizações Rurais Agroindustriais, 2005.

SILVA, Mario Sergio Andrade. Corra: **Guia completo de corrida, treino e qualidade de vida**. São Paulo: Editora Academia de Inteligência, 2009.

SILVA, Mayara dos Santos; SOUSA, Manuela da Silva. O papel das assessorias esportivas no crescimento das corridas de rua no Brasil. **FIEP Bulletin**, V. 83, ed. especial, artigo I, 2013.

SMITH, A. L. Perceptions of peer relationships and physical activity participation in early adolescence. **Journal of Sport and Exercise Psychology**, [s.v.], n. 21, p. 329-353, 1999.

STAPASSOLI, Marco Bampi. **"A corrida mudou minha vida!"**: emoções, motivações e hábitos de consumo de corredores amadores. 128f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Administração) – Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/72545>. Acesso em: 03 mar. 2018, 14:30:00.

TAHARA, Alexander; SCHWARTZ, Gisele; SILVA, Karina. Aderência e manutenção da prática de exercícios em academias. **R. Bras. Ci. e Mov./ Brazilian Journal of Science and Movement**, v. 11, n. 4, p. 7-12, 2003.

TRUCCOLO, A. B; MADURO, P. A.; FEIJÓ, E. A.. Fatores motivacionais de adesão a grupos de corrida. **Motriz**: Revista de Educação Física, v. 14 n. 2 p.108-114, 2008.

TUBINO, Manoel. **O que é esporte**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

ULLRICH-FRENCH, S.; SMITH, A. L. Perceptions of relationships with parents and peers in youth sport: Independent and combined prediction of motivational outcomes. **Psychology of Sport and Exercise**, v. 7, n. 2, p. 193-214, 2006.

WANKEL, L. M. The Importance of Enjoyment to Adherence and Psychological Benefits from Physical Activity. **International Journal of Sport Psychology**, v. 24, p. 151-169, 1993.

WANKEL, L. M. The Importance of Enjoyment to Adherence and Psychological Benefits from Physical Activity. **International Journal of Sport Psychology**, v. 24, [s.n.], p. 151-169, 1993.

WEINBERG, R. S.; GOULD, D. **Fundamentos da Psicologia do Esporte e do Exercício**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2001, 560p.

WEINBERG, R.; TENENBAUM, G.; MCKENZIE, A.; JACKSON, S.; ANSHEL, M.; GROVE, R.; FOGARTY, G. Motivation for Youth Participation in Sports and Physical activity: Relationships to Culture, Self-Reported Activity Levels, and Gender. **International Journal of Sport Psychology**, v. 31, [s.n.], p. 321-346, 2000

WEINECK, J. **Biologia do Esporte**. São Paulo: Manole, 1991.

WEINECK, J. **Atividade física e esporte para quê?** São Paulo: Manole, 2003.

YALOURIS, N. **Os Jogos Olímpicos na Grécia Antiga: Olímpia antiga e os Jogos Olímpicos** (Superv.). Tradução Luiz Alberto Machado Cabral. 1. ed. São Paulo: Odysseus Editora, 2004. 334 p.

VIGITEL, B. **Caso de Alerta Entre os Jovens Brasileiros: a obesidade**. Disponível em: <https://www.editorasanar.com.br/blog/caso-de-alerta-entre-os-jovens-brasileiros-a-obesidade>. Acesso em: 05 nov. 2018.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - INFORMAÇÕES E ORIENTAÇÕES BÁSICAS PARA REALIZAR A ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

Entrevistador: Luís Ernesto Calvi Sauer

Orientadora: Cristiane Pizzutti

Orientações para aplicação das entrevistas: Pontos importantes para uma boa entrevista em profundidade

1. Estude o entrevistado. Que perfil de usuário ele representa, qual sua classe social, no caso de entrevistas em um contexto corporativo, qual é o cargo dessa pessoa. Chegar com um entendimento de quem ele é e o que ele faz, para não perguntar coisas muito básicas que o farão desanimar já no início.
2. Preparar um roteiro prévio para utilizar como balizador da entrevista, mas caso seja necessário, explorar mais sobre o assunto. Entrevistas devem ser dinâmicas e fluidas, e as próximas perguntas devem ter relação com as respostas anteriores.
3. No início das entrevistas, fazer perguntas que demonstrem conhecimento um prévio sobre o assunto que está sendo tratado, para que se possa gerar confiança do entrevistado junto ao entrevistador.
4. Adequar sua linguagem e tipo de comunicação ao nível cultural do entrevistado.
5. Cuidado para não induzir respostas. Não criar uma frase e fazer o entrevistado concordar com o entrevistador não é o mesmo que ouvir a opinião dele.
6. Entrevistas em profundidade são sempre individuais. Com mais de uma pessoa, perde-se a profundidade.

## APÊNDICE B – ROTEIRO DA ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

### **1) Identificar o perfil de corrida do(a) entrevistado(a)**

- Perguntas direcionadoras:

- a. Há quanto tempo você corre? (Vale para qualquer tipo de corrida, rua, esteira, ...)
- b. Quantas vezes corre por semana? Por que você corre essa média por semana?
- c. Normalmente onde e quando você costuma correr?
- d. E onde você mais gosta de correr? Por que?
- e. Qual a distância que você corre em média?
- f. Você se considera um atleta amador, de competição ou profissional?
- g. Você costuma correr/treinar sozinho ou acompanhado? Por que?
- h. Com quem você costuma correr?

### **2) Entender as motivações e hábitos do(a) entrevistado(a) relacionados a corrida**

- Perguntas direcionadoras:

- a. Como que você começou a correr? Conte-me um pouco da sua história com a corrida.
- b. O que ou quem te motivou a correr? Você teve alguma influência?
- c. Antes de começar a correr, como via a prática de corrida e os corredores de rua (amigos, conhecidos, pessoas na rua)?
- d. Depois que iniciou a prática regular, teve alguma mudança de hábito na sua vida? Me conte um pouco sobre a relação da corrida com os seus hábitos de vida? Algo que não fazia antes que faz agora ou que parou de fazer após a corrida entrar na sua vida.
- e. Atualmente, tem algum objetivo relacionado a corrida? Quais?
- f. Você se vê como corredor(a)? Se sim, gosta que as outras pessoas te identifiquem como corredor(a)? Por que?
- g. Em relação ao esporte corrida de rua (de maneira geral), comente um pouco sobre os pontos positivos, e o que *tu acha* que não está tão ok assim.

### **3) Verificar as percepções do(a) entrevistado(a) sobre a relação corrida x consumo**

- Perguntas direcionadoras

- a. Como você vê a questão da corrida e o consumo na sua vida? Percebe que a corrida impactou no seu consumo de produtos, serviços experiências, viagens?
- b. Você participa de corridas de rua pagas? Participa de grupos de corrida? (Verificar se utiliza algum outro serviço complementar a corrida).
- c. Em relação aos produtos que você utiliza para correr, quais são imprescindíveis? Me conte sobre os produtos que você não sai para correr sem eles.
- d. E produtos complementares? Alimentos, suplementos, revistas, revistas online, relógio, aplicativos? Quais aplicativos utiliza? Por que?
- e. Existe algum produto relacionado a corrida que você gostaria de comprar? Está de olho? Qual produto e por que?
- f. Normalmente você compra pela internet ou prefere em loja física? Por que a preferência? Quais produtos pela internet e quais em loja física?
- g. Você se sente influenciado a consumir produtos relacionados a corrida? Se sim, quais principais influências?

#### **4) Informações demográficas**

Nome completo:

Idade:

Classe social (Renda):

Bairro onde mora:

Sexo:

Grau de formação:

Profissão:

#### **5) Perguntas de fechamento e agradecimentos ao entrevistado**

- a. Tem alguma questão sobre o tema que você teria perguntado que eu não perguntei? (Qualquer questão que queira comentar pode ser relevante para a pesquisa).

## APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO DA FASE QUANTITATIVA DESCRITIVA

### Pesquisa sobre corredores de rua

#### LEIA COM ATENÇÃO ANTES DE INICIAR A PESQUISA:

Essa pesquisa está sendo realizada por um aluno da Escola de Administração da UFRGS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, para realização de projeto de conclusão de curso.

A conclusão do questionário tem um tempo médio de 12 min de duração.

Importante: Ao final da pesquisa você pode se cadastrar para concorrer a um vale compras (produtos de corrida) na loja Centauro no valor de 100 reais.

Observação: Pedimos que você não tente marcar quaisquer alternativas apenas visando concorrer ao prêmio, pois o sistema identifica, desconsiderando a sua resposta.

Não existe resposta certa ou errada e as respostas serão tratadas de forma anônima e serão usadas apenas para fins de pesquisa acadêmica. Caso você tenha alguma dúvida ou curiosidade sobre a pesquisa, entre em contato:

[luis.ernesto.sauer@gmail.com](mailto:luis.ernesto.sauer@gmail.com)

Vamos iniciar?!

Muito obrigado pela disponibilidade e contribuição para a pesquisa :)

1. Atualmente, com qual frequência aproximada que você pratica/treina a corrida?

Instruções da pergunta: Selecione uma resposta, pensando da seguinte forma:

"Normalmente, eu corro em média x vezes por semana".

Corro em média até 2 vezes por semana

Corro em média 3 vezes por semana

Corro em média 4 vezes por semana

Corro em média 5 vezes por semana

Corro em média 6 ou mais vezes por semana

Nunca pratiquei a corrida de forma regular, corro eventualmente

2. Há quanto tempo APROXIMADAMENTE você iniciou a prática de corrida regularmente?

Instruções da pergunta: Selecione uma das opções de resposta

Menos de 3 meses

De 3 até 6 meses

Acima de 6 meses até 12 meses

Acima de 12 meses (1 ano) até 24 meses (2 anos)

Acima de 24 meses (2 anos) até 60 meses (5 anos)

Acima de 60 meses (5 anos) até 120 meses (10 anos)

Acima de 120 meses (Acima de 10 anos)

3. Dentre as opções abaixo, selecione até dois tipos de locais que você costuma correr normalmente?

Instruções da pergunta: ATENÇÃO: Selecione UMA OU DUAS opções de local, CASO VOCÊ MARCAR TRÊS OU MAIS OPÇÕES DE LOCAL, SUA RESPOSTA SERÁ INVÁLIDA. O objetivo da pergunta é que você indique 1 ou 2 locais que mais você frequenta para praticar a corrida. Se você normalmente frequenta apenas UM tipo de local, você pode marcar somente uma das ações sem problemas.

Ruas

Pistas

Parques

Esteira em casa

Esteira da academia

Areia na praia (Beira mar)

Outro local

4. Qual a distância que você corre normalmente em seus treinos?

Instruções da pergunta: Selecione somente uma das opções

Até 5 Km por treino

Mais de 5 até 10 Km por treino

Mais de 10 até 16 Km por treino

Mais de 16 até 21 Km por treino

Acima de 21 Km por treino

5. Em relação a provas de corrida de rua, selecione a opção que mais você se enquadra.

Instruções da pergunta: Selecione uma resposta

NUNCA participei de provas de corrida rua.

No passado participei de provas com certa frequência, mas atualmente não participo mais.

Somente participo das provas de rua com inscrição GRATUITA.

Somente participo de provas de rua com inscrição PAGA.

Participo de provas de rua com inscrição PAGA e GRATUITA.

6. Em relação à utilização de auxílio de assessoria esportiva ou participação de grupos de corrida?

Instruções da pergunta: Selecione somente uma das opções

Atualmente participo de um grupo de corrida ou conto com assessoria esportiva PAGA

Atualmente participo de um grupo de corrida ou conto com assessoria esportiva GRATUITA

Não conto com grupo de corrida ou assessoria esportiva no momento, MAS JÁ UTILIZEI desse serviço em outro momento

NUNCA participei de grupo de corrida ou contei com assessoria esportiva

7. Em relação a busca de informações sobre treinos e conteúdos sobre corrida. Qual/quais fonte(s) que você MAIS utiliza? (SELECIONE NO MÍNIMO UMA E NO MÁXIMO TRÊS OPÇÕES DE RESPOSTA)

Sites na internet

Amigos ou familiares corredores

Revistas online e/ou impressas

Redes sociais de corredores

Grupos de corredores nas redes sociais

Assessoria esportiva / Profissional especializado

Não busco informações

Outra fonte

8. Qual o seu nível de concordância com a seguinte afirmação: "A prática de corrida impacta o meu consumo de produtos e serviços."

Instruções da pergunta: Sendo 1= Discordo totalmente, 2,3 e 4 = Níveis intermediários de concordância e 5 = Concordo totalmente

CLIQUE NA SETA VERDE AO LADO PARA CONTINUAR RESPONDENDO

9. Qual a importância desses fatores abaixo quando você iniciou a prática de corrida regularmente?

Instruções da pergunta: Sendo 1= Nenhuma importância e 5= Total importância e os níveis 2, 3 e 4 são níveis intermediários de importância

1      2      3      4      5

Influência de amigos ou familiares

Desejo de competir

Emagrecimento

Condicionamento Físico

Preocupação com a saúde

Indicação Médica

Indicação de Nutricionista

Complementar a outra atividade que já praticava

10. Qual o seu nível de concordância em relação as seguintes orações, complementares à frase: "Depois que comecei a correr..."

Instruções da pergunta: Sendo 1= Discordo totalmente, 2, 3 e 4 = Níveis intermediários de concordância e 5= Concordo totalmente. Caso alguma das alternativas não se enquadre com o seu histórico, marque a opção "Não se aplica".

Não se aplica      1      2      3      4      5

Mudei meus hábitos alimentares  
Diminui consumo de bebidas alcoólicas  
Diminui consumo de refrigerantes  
Diminui o consumo de cigarro  
Comecei a acordar mais cedo  
Comecei a dormir mais cedo  
Mudei o círculo de pessoas com as quais eu me relacionava  
Iniciei prática de atividade física complementar a corrida  
Comecei a me deslocar mais vezes a pé  
Comecei a sentir maior equilíbrio emocional  
Me senti mais motivado em minhas atividades diárias

Atualmente, quais fatores motivam a manutenção da corrida em sua vida?  
Selecione o nível de importância dos fatores na sua motivação para correr, listados abaixo, em cada uma das seguintes questões (da questão 11 a 19), sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

#### 11. Saúde

Instruções da pergunta: Sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

#### 12. Bem-estar

Instruções da pergunta: Sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

#### 13. Prazer

Instruções da pergunta: Sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

#### 14. Sociabilidade

Instruções da pergunta: Sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

## 15. Equilíbrio emocional

Instruções da pergunta: Sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

## 16. Controle do estresse

Instruções da pergunta: Sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

## 17. Competitividade

Instruções da pergunta: Sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

## 18. Estética

Instruções da pergunta: Sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

## 19. Emagrecimento

Instruções da pergunta: Sendo 1 estrela = Sem importância, 2, 3 e 4 estrelas= Níveis intermediários de importância e 5 estrelas= Muita importância.

CLIQUE NA SETA VERDE AO LADO PARA CONTINUAR RESPONDENDO

## 20. Quais dos itens abaixo você possui e/ou utiliza (ou já utilizou) PARA A PRÁTICA DE CORRIDA?

Instruções da pergunta: Selecione uma ou mais opções. ATENÇÃO: Nessa questão o número de opções a serem marcadas é LIVRE.

Tênis de corrida

Vestimentas (Short, Camiseta, Top, Meia...)

Boné de corrida

Meia compressor e/ou polaina

Meia especializada (Para prática sem o tênis)

Mangas para os braços  
Óculos especializados  
Fone de Ouvido  
Relógio (Para informações sobre a corrida)  
Frequencímetro  
Braçadeira para celular  
Celular à prova d'água  
Pochete  
Suplementos alimentares  
Bebidas energéticas  
Protetor Solar  
Pomada para massagem  
Remédios para dor muscular  
Bolsa térmica para gelo  
Lanterna para segurança noturna  
Porta medalhas  
Revista especializada (Online e/ou impressa)  
Outro(s)

21. Ainda sobre os produtos listados na questão anterior (questão 20), marque a FREQUÊNCIA aproximada com que você COMPRA os itens listados abaixo.

Instruções da pergunta: Selecione uma resposta em cada linha. Se você não consome algum dos produtos listados abaixo, marque a opção "Nunca compro esse item".

Nunca compro esse item

Semanalmente

Mensalmente

Trimestralmente

Semestralmente

Anualmente

Acima de um ano

Tênis de corrida

Vestimentas (Short, Camiseta, Top, meia...)

Boné de corrida  
Meia compressora e/ou polaina  
Meia especializada (Para prática sem o tênis)  
Mangas para os braços  
Óculos especializados  
Fones de ouvido  
Relógio (Para informações sobre a corrida)  
Frequencímetro  
Braçadeira para celular  
Celular à prova d'água  
Pochete  
Suplementos alimentares  
Protetor Solar  
Pomada/Gel massageador  
Remédio para dor muscular  
Bolsa térmica para gelo  
Lanterna de segurança para corrida noturna  
Porta medalhas  
Revistas especializadas (Online e/ou Impressa)

22. Quais dos serviços listados abaixo você utiliza (ou já utilizou) de forma RELACIONADA À PRÁTICA DE CORRIDA?

Instruções da pergunta: Selecione uma ou mais opções. Atenção: Nessa questão o número de opções a serem marcadas é LIVRE.

Inscrições para corridas de rua pagas  
Aplicativo de deslocamento para chegar aos locais de treinos  
Deslocamento para provas em outras cidades (Ônibus, Viagens de carro, Metrô...)  
Passagens aéreas para provas em outros estados ou países  
Estadia em hotel ou pousada para provas em outras cidades, estados ou países  
Assessoria esportiva / Grupo de corrida

Profissional orientador especializado

Academia

Funcional

Pilates

Natação

Fisioterapia

Acupuntura

Massagem

Nutricionista

Médico Endócrino

Ortopedista

Traumatologista

Cardiologista

23. Ainda sobre os serviços listados na questão anterior (questão 22), marque a FREQUÊNCIA aproximada com que você UTILIZA os serviços listados abaixo EM FUNÇÃO DA PRÁTICA DE CORRIDA.

Instruções da pergunta: Selecione uma resposta em cada linha. Se você não utiliza algum dos produtos listados abaixo, marque a opção "Nunca utilizo esse serviço".

Nunca utilizo esse serviço

Semanalmente

Mensalmente

Trimestralmente

Semestralmente

Anualmente

Acima de um ano

Já utilizei, mas não utilizo mais atualmente

Inscrições para corridas de rua pagas

Aplicativo de deslocamento para chegar aos locais de treinos

Deslocamento para provas em outras cidades (Ônibus, Carro, Metrô...)

Passagens aéreas para provas em outros estados ou países

Estadia em hotel ou pousada para provas em outras cidades, estados ou países

Assessoria esportiva / Grupo de corrida

Profissional orientador especializado

Academia de musculação

Academia de funcional

Pilates

Natação

Fisioterapia

Acupuntura

Massagem

Nutricionista

Médico Endócrino

Ortopedista

Traumatologista

Cardiologista

24. Agora vamos precisar que você se esforce para fazer um cálculo rápido. Relembrando de suas compras de produtos e serviços RELACIONADOS À PRÁTICA DE CORRIDA nos ÚLTIMOS 6 MESES (de maio para cá), quanto você gastou nesse período?

Instruções da pergunta: Procure lembrar de todos os itens (Tênis, vestimentas, suplementação, acessórios,...) e serviços (Inscrição para corridas, viagens, deslocamentos, atividades físicas complementares a prática de corrida, médicos, mensalidades de assessoria esportiva ou grupo de corrida,...). Faça um breve cálculo na calculadora e escolha uma das opções abaixo.

Abaixo de 500 reais

Acima de 500 até 1000 reais

Acima de 1000 até 3000 reais

Acima de 3000 até 5000 reais

Acima de 5000 reais

25. De maneira geral, qual forma de compra você mais utiliza para adquirir os produtos que necessita para a prática de corrida?

Instruções da pergunta: Selecione uma das opções:

Lojas físicas

Lojas online

CLIQUE NA SETA VERDE AO LADO PARA CONTINUAR RESPONDENDO

Agora de forma rápida e objetiva. Qual o seu nível de concordância com as seguintes sentenças:

26. "A prática de corrida impacta o meu consumo de produtos e serviços."

Instruções da pergunta: Sendo 1= Discordo totalmente, 2,3 e 4 = Níveis intermediários de concordância e 5 = Concordo totalmente

1      2      3      4      5

Discordo totalmente

Concordo totalmente

27. "A corrida é um esporte barato e democrático, qualquer pessoa pode praticar."

Instruções da pergunta: Sendo 1= Discordo totalmente, 2,3 e 4 = Níveis intermediários de concordância e 5 = Concordo totalmente

1      2      3      4      5

Discordo totalmente

Concordo totalmente

28. "A corrida mudou a minha vida."

Instruções da pergunta: Sendo 1= Discordo totalmente, 2,3 e 4 = Níveis intermediários de concordância e 5 = Concordo totalmente

1      2      3      4      5

Discordo totalmente

Concordo totalmente

CLIQUE NA SETA VERDE AO LADO PARA CONTINUAR RESPONDENDO

Você chegou a parte final do questionário, parabéns por chegar até aqui e obrigado pela sua disposição. Agora só faltam algumas informações importantes para concluirmos a pesquisa.

29. Qual é a sua idade?

Instruções da pergunta: ESCREVA EM FORMATO NUMERAL. Ex: Tenho 50 anos, então só digitar o número 50.

30. Qual é a sua renda individual mensal?

Até 1000 reais

De 1001 a 2000 reais

De 2001 a 5000 reais

De 5001 a 10000 reais

De 10001 a 20000 reais

Acima de 20000 reais

31. Em qual região do país você reside?

Sul

Sudeste

Centro Oeste

Norte

Nordeste

32. Com qual gênero você se identifica?

Feminino

Masculino

CLIQUE NA SETA VERDE AO LADO PARA CONTINUAR RESPONDENDO

Parabéns e obrigado por responder a pesquisa!

Se você foi um respondente válido, você pode concorrer a um vale compras no valor de 100 reais da loja Centauro, basta deixar seu nome e e-mail.

Grande abraço e boa sorte!

Caso você não queira participar ou deixar os seus dados aqui, apenas aperte em ENVIAR PESQUISA.

33. Nome

34. E-mail

35. Espaço para você deixar algum comentário, dúvida sobre a pesquisa ou apontar erros que você percebeu.