



HEALTH & FITNESS
ASSOCIATION

WELLNESS WATCH

Mercado Fitness na América Latina:

Tendências e Oportunidades para 2025

Dezembro 2024



Sobre a pesquisa

Datas da pesquisa online em campo

**18 a 24 de setembro
de 2024**

Amostra total

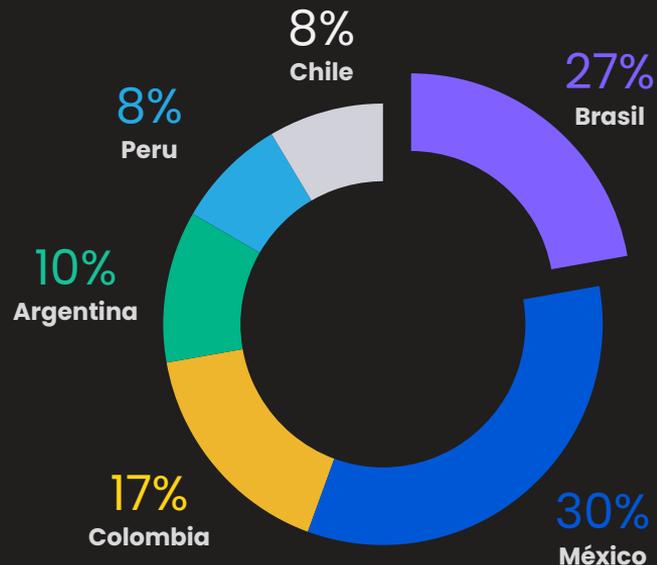
3,699

Amostra total da pesquisa de **consumidores ativos** (que já indicaram se exercitar) com 18 anos ou mais em algumas das maiores áreas metropolitanas da América Latina, distribuídas na Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru.

Amostra Principal

2,984

Amostra principal de **consumidores fisicamente ativos** que se exercitam pelo menos algumas vezes por mês.



Resumo

Resultados entre **consumidores fisicamente ativos** em algumas das maiores áreas metropolitanas da América Latina.

Entusiastas do Exercício

As grandes áreas metropolitanas da América Latina representam um mercado fitness robusto com potencial de crescimento contínuo e oportunidades para empresas, investidores e profissionais de fitness.

Abordagem Holística

Os **consumidores ativos** enfatizam o bem-estar físico e mental como objetivos principais para se exercitar, com muitos citando a melhoria geral da saúde e o bem-estar mental aprimorado como motivadores principais para manter um estilo de vida ativo.



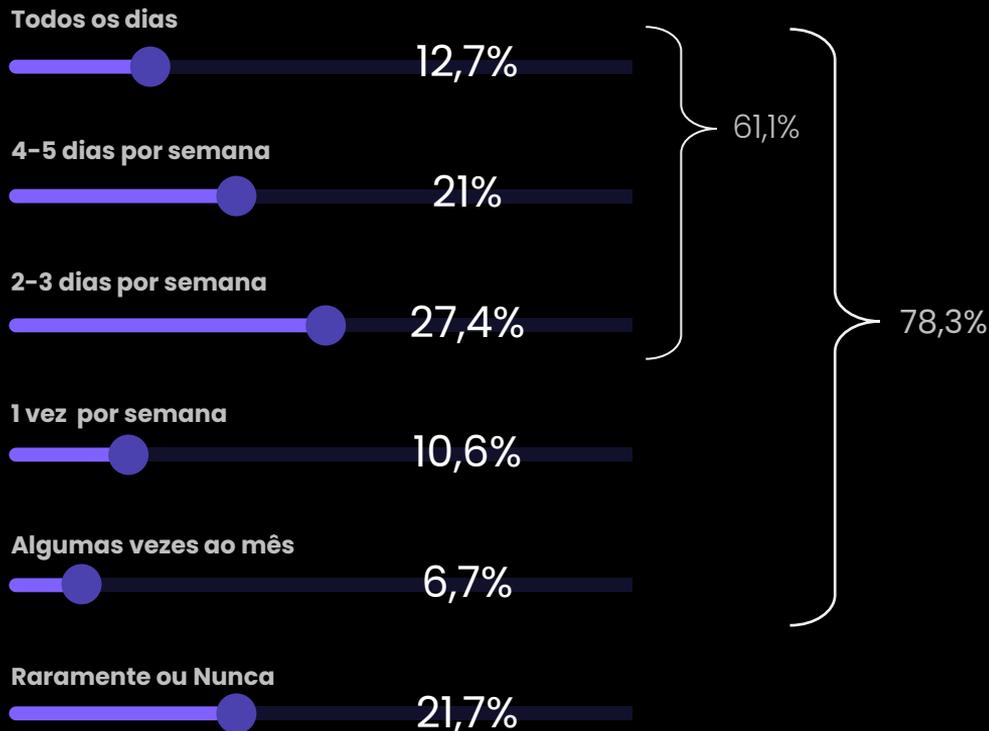
Fitness em primeiro lugar

Academias e outros centros de fitness (como estúdios, clubes e outras instituições similares) são cada vez mais importantes para quem se exercita nas grandes cidades da América Latina. Com o aumento da procura por treinos estruturados, a maioria das pessoas que ainda não frequentam esses espaços provavelmente se matriculará em algum tipo de academia no próximo ano.

A maioria dos latino-americanos nas principais áreas metropolitanas se exercita várias vezes por semana, 78% pelo menos várias vezes por mês.

Base: Entre os consumidores das principais áreas metropolitanas da América Latina (n=3.699)
Perguntas (combinadas): Qual das opções a seguir melhor descreve a frequência com que você se exercita em uma academia, centro de fitness, aula em estúdio ou com um personal trainer? Qual das opções a seguir melhor descreve a frequência com que você se exercita em casa ou ao ar livre?

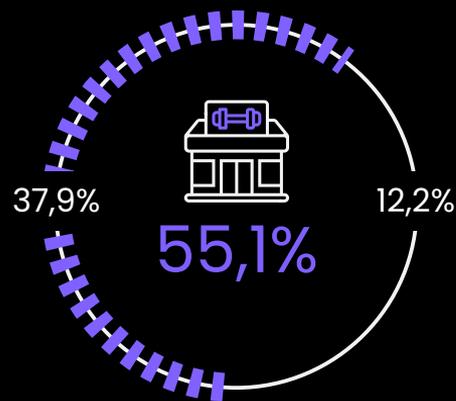
Frequência Geral de Exercícios



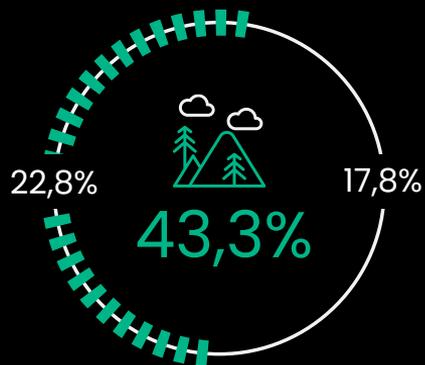
A maioria (55,1%) usa academias como local principal para se exercitar.

■ Maior parte do tempo ■ Sempre

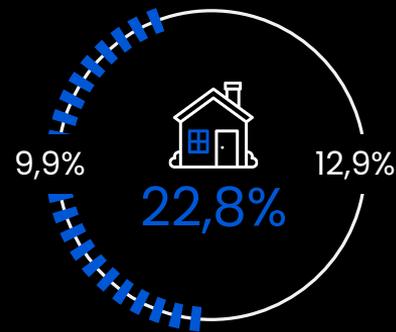
Exercício por local entre **latino-americanos fisicamente ativos** nas principais áreas metropolitanas



Academia ou outro estabelecimento



Ao ar livre



Em casa

Base: Entre os consumidores fisicamente ativos nas principais áreas metropolitanas da América Latina (n=2.984)
Pergunta: Com que frequência você se exercita em uma academia ou outro estabelecimento de saúde/fitness, em vez de se exercitar ao ar livre ou em casa?

68,7% dos consumidores ativos fisicamente são clientes de alguma organização ou academia de ginástica.

Base: Entre consumidores fisicamente ativos em grandes áreas metropolitanas da América Latina (n=2.984)

Pergunta: Você é atualmente cliente de uma organização ou instalação de saúde ou fitness que oferece oportunidade para se exercitar? Isso inclui academias, clubes de saúde, estúdios de fitness, centros comunitários, instalações religiosas, academias no trabalho, centros de fitness hospitalares ou organizações similares.

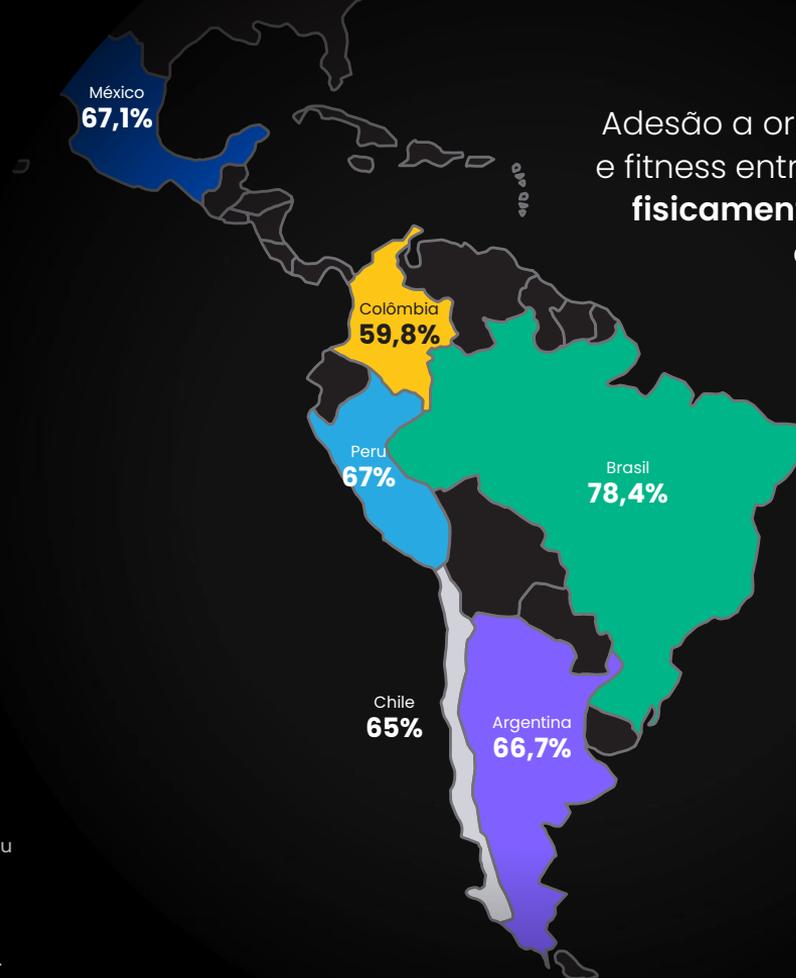
Adesão a estabelecimentos de saúde e fitness entre **latino-americanos fisicamente ativos** em grandes áreas metropolitanas

68,7%
Clientes



31,3%
Não clientes

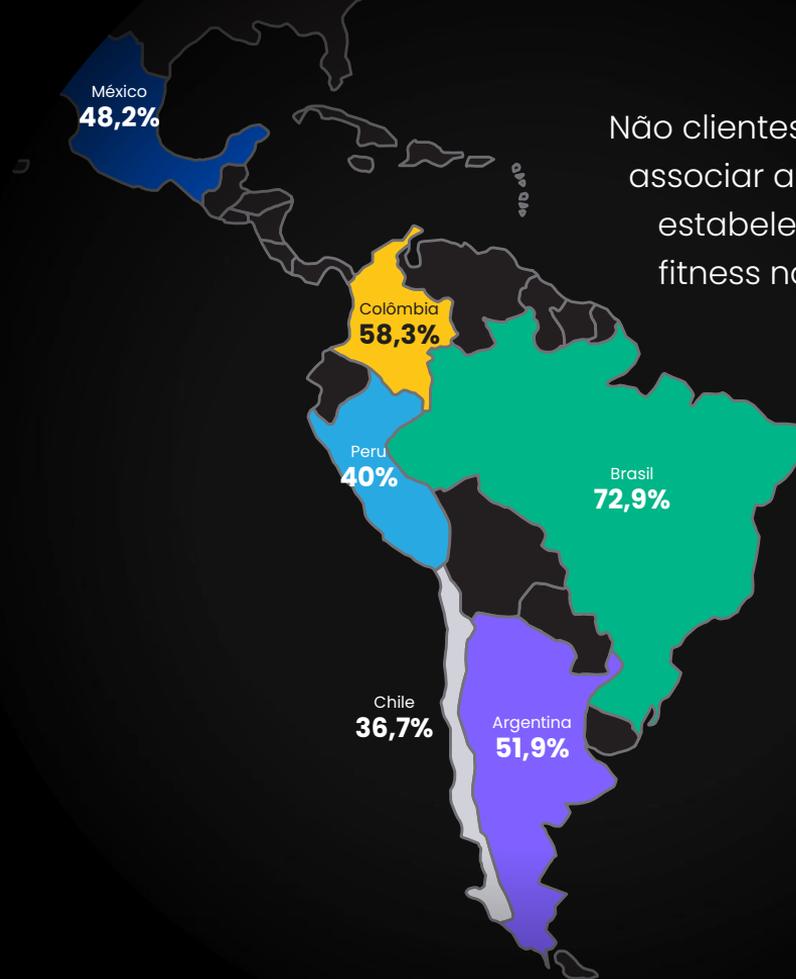
**Quase 8 em cada 10
brasileiros urbanos
fisicamente ativos são
clientes de alguma
organização fitness.**



Adesão a organizações de saúde e fitness entre **latino-americanos fisicamente ativos** em grandes áreas metropolitanas

Base: Entre consumidores fisicamente ativos nas principais áreas metropolitanas da América Latina (n=2.984)
Pergunta: Você é atualmente membro de uma organização ou estabelecimento de saúde ou fitness que oferece a oportunidade de exercitar-se? Isso inclui academias, clubes de saúde, estúdios de fitness, centros comunitários, instalações religiosas, academias no ambiente de trabalho, centros de fitness em hospitais ou organizações semelhantes.

Brasileiros que não são clientes de uma organização fitness são especialmente propensos a se juntar a uma no próximo ano.



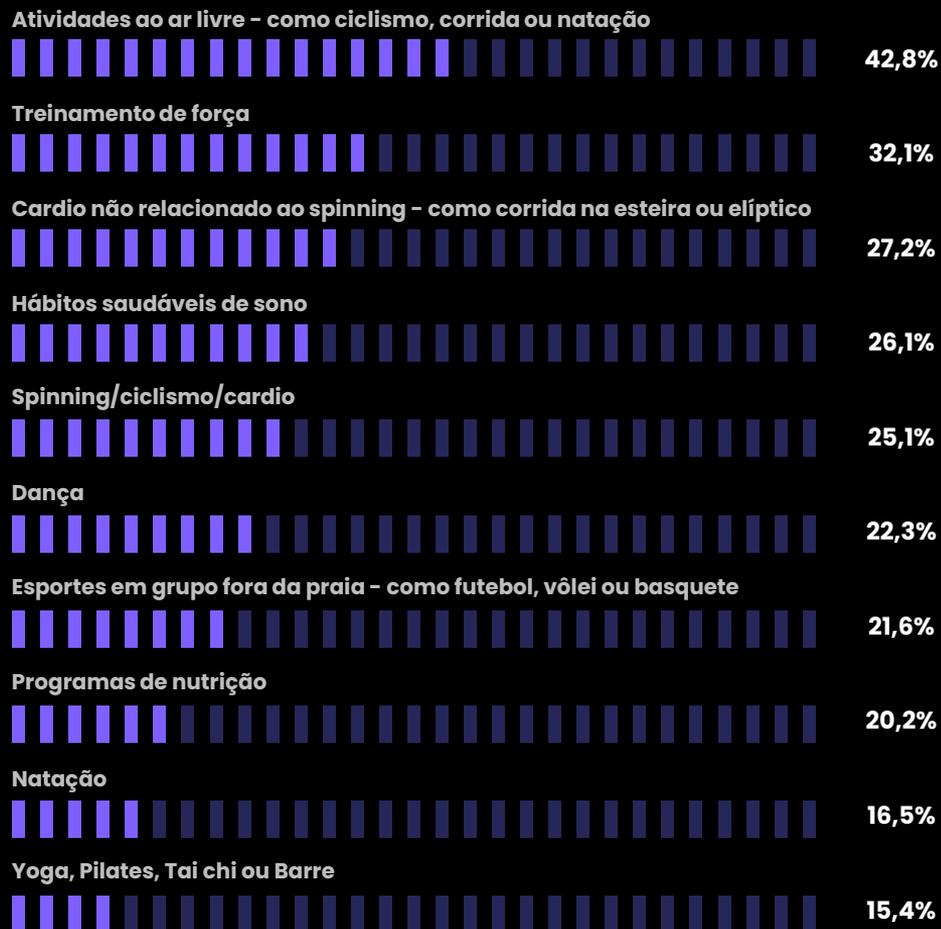
Não clientes: Probabilidade de se associar a uma organização ou estabelecimento de saúde ou fitness nos próximos 12 meses.

Base: Entre consumidores fisicamente ativos nas principais áreas metropolitanas da América Latina que não são membros de uma organização ou estabelecimento de saúde ou fitness (n=933)
Pergunta: Qual a probabilidade de você se associar a uma organização ou estabelecimento de saúde ou fitness, como uma academia, estúdio ou outra instalação de exercícios similar, nos próximos doze meses?

Participação no último mês

As atividades físicas mais populares no último mês foram: cardio ao ar livre (42,8%), treinamento de força (32,1%) e cardio (27,2%).

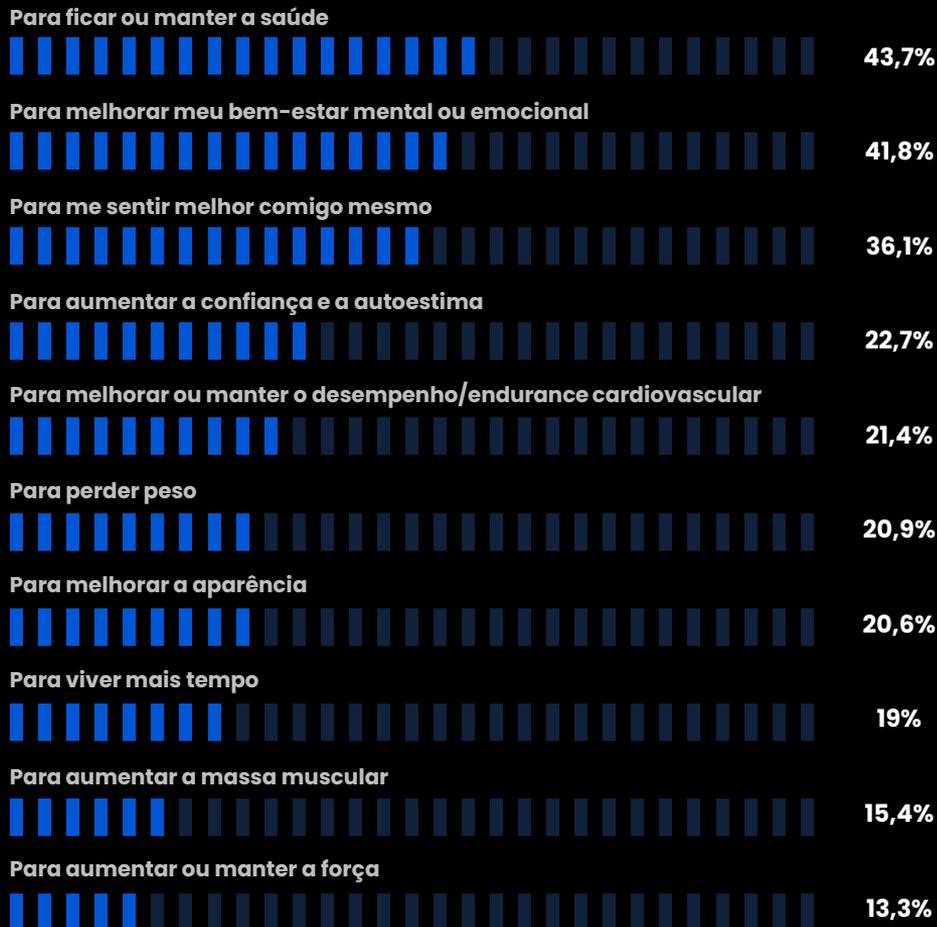
Base: Entre consumidores fisicamente ativos nas principais áreas metropolitanas da América Latina (n=2.984)
Pergunta: Quais tipos de exercícios ou rotinas de bem-estar você praticou no último mês?



Principais razões para a prática de atividade física

Saúde geral e bem-estar, juntamente com a autoestima, são as principais motivações para se manter ativo

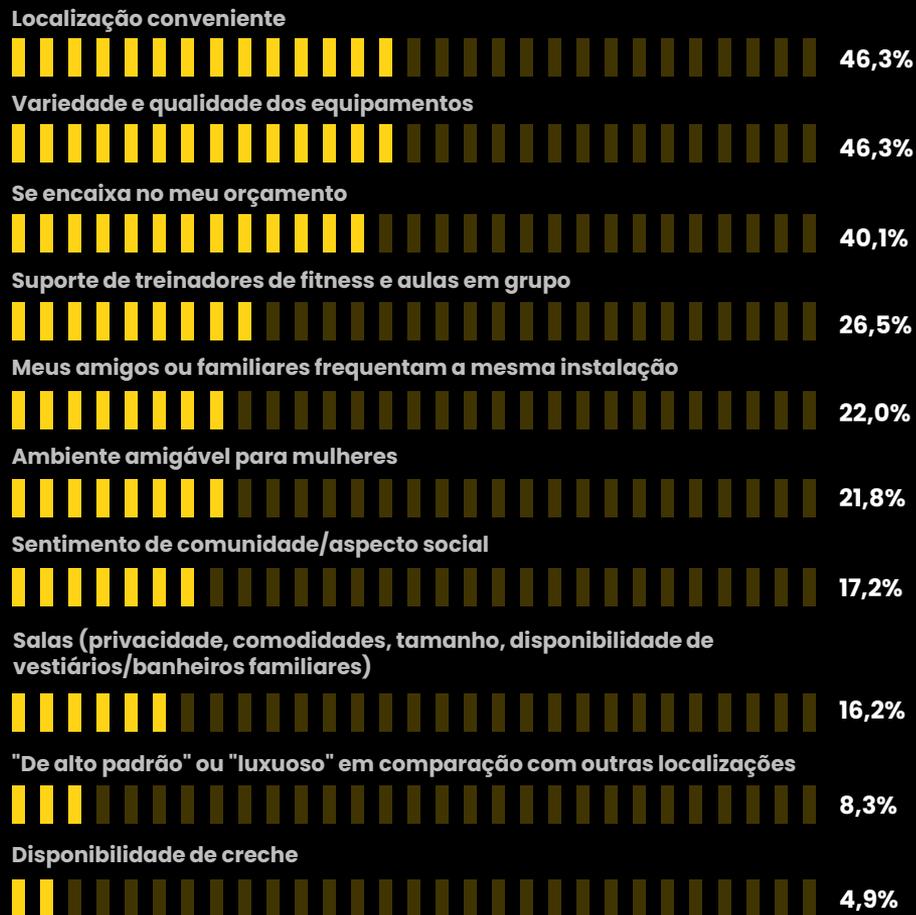
Base: Entre consumidores fisicamente ativos nas principais áreas metropolitanas da América Latina (n=2.984)
Pergunta: Qual das opções a seguir melhor descreve seus objetivos pessoais que o motivam a praticar atividades físicas? Escolha até três.



Localização e Equipamento

Localização e qualidade do equipamento é o que os usuários mais valorizam

Pergunta: Quais dos seguintes aspectos você mais gosta em sua instalação de fitness/saúde? Escolha até três.



Eficácia, conveniência, equipamento e acesso a profissionais são as principais razões para se preferir instalações de fitness

Estes são os grandes atrativos que fazem com que pessoas se exercitem mais em academias, que em casa ou na rua.

Quais das seguintes razões descrevem melhor o motivo pelo qual você se exercita em uma academia ou outra instalação? Escolha até três.

*Se a resposta for "sempre/quase sempre em uma academia ou outra instalação"



Gastos Mensais com Saúde e Fitness

Dois terços gastam o equivalente a \$10–\$50 por mês em saúde e fitness.



* Os respondentes visualizaram as opções de resposta em suas moedas locais.

Base: Entre consumidores fisicamente ativos nas principais áreas metropolitanas da América Latina (n=2.984)

Pergunta: Qual das opções a seguir melhor descreve quanto você gasta todo mês com suas rotinas de saúde e bem-estar, incluindo equipamentos, treinamentos, mensalidades de academias e outros custos?



Implicações para o Mercado de Fitness Latino-Americano

A Pesquisa de Consumidores de Fitness da América Latina de 2024 ressalta a importância da saúde e atividades físicas em toda a região, onde os consumidores priorizam as instalações de negócios fitness.

Para ter sucesso neste mercado dinâmico, as empresas de fitness devem desenvolver um profundo conhecimento dos comportamentos e preferências dos consumidores locais.

As principais estratégias incluem oferecer programas de treinamento que enfatizam o bem-estar mental e físico, atendendo às necessidades holísticas dos consumidores.

As empresas também devem considerar investir em equipamentos e espaços para atividades ao ar livre, refletindo a afinidade da região por diversas experiências de fitness.

Sobre a Pesquisa

A pesquisa Wellness Watch Mercado Fitness na América Latina foi conduzida pela J. Wallin Opinion Research em nome da Health & Fitness Association (HFA) com patrocínio da ABC Fitness.

Este relatório fornece uma análise detalhada de como os latino-americanos fisicamente ativos em algumas grandes áreas metropolitanas selecionadas integram o fitness em suas rotinas diárias, destacando as principais tendências no uso de instalações de fitness, preferências de associação e os fatores que impulsionam o engajamento com ambientes de exercícios estruturados.

O relatório completo fornece insights valiosos sobre os comportamentos em evolução deste mercado altamente engajado, ajudando empresas e profissionais a navegar no cenário atual do fitness na América Latina. E pode ser adquirido diretamente no site da HFA, [aqui](#).

Metodologia da Pesquisa

A pesquisa online foi realizada com 3.699 consumidores em algumas das maiores áreas metropolitanas da América Latina.

- o Metro Brazil (n=814)
- o Metro Mexico (n=900)
- o Buenos Aires, Argentina (n=300)
- o Bogota & Medellin, Colombia (n=500)
- o Lima, Peru (n=230)
- o Santiago, Chile (n=240)

Os entrevistados foram selecionados aleatoriamente de um painel online de consumidores que indicaram se exercitar pelo menos algumas vezes por mês.

A coleta de dados ocorreu entre 18 e 24 de setembro de 2024.

A J. Wallin Opinion Research projetou e gerenciou a pesquisa online.

A margem de erro amostral para este estudo é de +/- 1,69% com um nível de confiança de 95%

Quer aprender mais?

Entre em contato com a HFA para acessar os resultados completos da Pesquisa de Consumidores de Fitness da América Latina 2024, incluindo informações sobre:

- Hábitos e preferências de exercício
- Motivações
- Assinaturas de academias
- Não-assinantes
- Uso de aplicativos móveis e dispositivos
- Divisão demográfica por mercado, gênero, faixa etária, nível de educação, nível de renda e mais

HEALTH & FITNESS
ASSOCIATION

Anton Severin

Vice President, Research
Health & Fitness Association

aseverin@healthandfitness.org