

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo determinar los factores que influyen en la decisión de compra de suplementos deportivos en los usuarios de gimnasios del cantón Quito. Se empleó un enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo y un diseño no experimental, transversal. Mediante una encuesta y el análisis de datos en el software SPSS, se recopiló información sobre diversos factores como incentivos de compra y preferencias de los consumidores.

Los resultados revelaron una variedad de factores que influyen en la decisión de compra de suplementos deportivos en los usuarios de gimnasios del cantón Quito. Estos factores están relacionados con los objetivos y necesidades individuales de los consumidores. Se encontró que la influencia de los grupos de referencia varía según la edad de los consumidores. Los deportistas reconocidos son más influyentes para los consumidores jóvenes, mientras que los entrenadores y la familia tienen mayor influencia en los consumidores de mayor edad. La marca, el lugar de compra y el empaque del suplemento deportivo no son factores prioritarios en la decisión de compra.

En conclusión, este estudio contribuye a comprender mejor el comportamiento del consumidor de suplementos deportivos y proporciona información relevante para las empresas del sector. Estos hallazgos pueden ayudar a desarrollar estrategias de marketing más efectivas y satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores, lo que a su vez podría aumentar la rentabilidad de las empresas dedicadas a la venta de suplementos deportivos en el cantón Quito.

Palabras clave: suplementos deportivos, decisión de compra, usuarios de gimnasios, factores de influencia.

Abstract

This study aimed to determine the factors influencing the purchasing decision of sports supplements among gym users in the Quito canton. A quantitative approach with a descriptive and non-experimental, cross-sectional design was employed. Through a survey and data analysis using SPSS software, information was gathered on various factors such as purchase incentives and consumer preferences.

The results revealed a variety of factors influencing the purchasing decision of sports supplements among gym users in the Quito canton. These factors are related to the individual objectives and needs of consumers. It was found that the influence of reference groups varies according to consumers' age. Recognized athletes have a greater influence on younger consumers, while trainers and family have a higher influence on older consumers. Brand, place of purchase, and packaging of the sports supplement are not prioritized factors in the purchasing decision.

In conclusion, this study contributes to a better understanding of consumer behavior regarding sports supplements and provides relevant information for businesses in the sector. These findings can help develop more effective marketing strategies and meet the needs and preferences of consumers, ultimately increasing profitability for companies involved in the sale of sports supplements in the Quito canton.

Keywords: sports supplements, purchase decision, users of gyms, influencing factors.