

ESTGOH

Escola Superior de Tecnologia e Gestão
de Oliveira do Hospital

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

Departamento de Gestão

Mestrado em Marketing e Comunicação

Prática desportiva e compra de material desportivo:
determinantes e inter-relações

Marco Alexandre Rodrigues Teixeira

Oliveira do Hospital, 2015

ESTGOH

Escola Superior de Tecnologia e Gestão
de Oliveira do Hospital

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO

 INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

Marco Alexandre Rodrigues Teixeira

Prática desportiva e compra de material desportivo: determinantes e inter-relações

Dissertação de Mestrado em Marketing e Comunicação, na especialidade de Gestão de Marketing, apresentada ao Departamento de Gestão da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital para obtenção do grau de Mestre

Constituição do júri

Presidente: Prof.^a Doutora Sílvia Margarida Dinis Mendes

Arguente: Prof. Doutor João Pedro Dias Fontes da Costa

Orientador: Prof. Doutor Nuno Miguel Fortes Fonseca Santos

Data da realização da Prova Pública: 22 de julho de 2015

Classificação: 16 valores

Agradecimentos

O êxito deste trabalho deve-se em grande parte à persistência do meu orientador. Ao Professor Doutor Nuno Fortes, pelo seu enorme profissionalismo e rigor que demonstrou ao longo deste período. Muito obrigado pela exigência, compreensão, motivação e disponibilidade.

Aos familiares e amigos, agradeço o entusiasmo que me transmitiram durante este novo desafio e pelo incentivo na procura de novos conhecimentos.

Prática desportiva e compra de material desportivo: determinantes e inter-relações

Resumo: Desporto é muito mais do que competição ou estilo de vida saudável. Desporto é também negócio. Atualmente o mercado do desporto e atividade física é considerado uma das atividades económicas com um maior crescimento nos mercados globais, valendo atualmente cerca de 230 mil milhões de euros e com a participação de grandes grupos económicos distribuídos por diversas áreas de negócios.

Partindo da literatura existente sobre o comportamento do praticante de atividade física, pretendíamos conhecer os determinantes e as relações entre a intenção de praticar atividade física e desporto e a intenção de comprar material desportivo.

De forma a validar o modelo de investigação foi conduzido um estudo empírico que incluiu a recolha de dados primários, do qual resultou uma amostra de 375 inquiridos. O tratamento estatístico dos dados foi sobretudo realizado com base em técnicas multivariadas, nomeadamente a análise fatorial e a análise de regressão linear.

Os resultados obtidos mostram uma forte relação entre a intenção de praticar atividade física ou desporto e a intenção de compra material desportivo que dê suporte a essa atividade. Verifica-se ainda que a intenção de praticar atividade física e desporto é explicada pela atitude, norma subjetiva e controlo comportamental. Por sua vez, a intenção de comprar material desportivo é explicada pela atitude, norma subjetiva, controlo comportamental e motivação extrínseca.

Por se tratar de uma área pouco investigada, os contributos do estudo tornam-se relevantes quer para a investigação académica, quer para as marcas e distribuidores de material e equipamentos desportivos.

Palavras-chave: Material Desportivo, Intenção de Prática de Atividade Física e Desporto, Intenção de Compra de Material Desportivo, Teoria do Comportamento Planeado, Teoria da Autodeterminação.

Sports practice and purchase of sports equipment: determinants and interrelationships

Abstract: Sport is more than competition or healthy lifestyle. Sport is also business. Currently the sport and physical activity market is considered one of the economic activities with higher growth in global markets, currently worth around 230 billion euros and with the participation of major economic groups in various areas of business.

Starting from the existing literature on physical activity practitioner behavior, we wanted to know the determinants and relationships between the intention to engage in physical activity and sport and the intention to buy sports equipment.

In order to validate the research model it was conducted an empirical study that included primary data collection, which resulted in a sample of 375 respondents. The statistical treatment was performed primarily based on multivariate techniques, including factor analysis and linear regression analysis.

The results show a strong relationship between the intention to practice physical activity and sport and the intention to purchase sporting goods used to sports activities. It is also confirmed that the intention to practice physical activity and sport is explained by attitude, subjective norm and behavioral control. In turn, intention to buy sports equipment is explained by attitude, subjective norm, behavioral control and extrinsic motivation.

Since this is an area poorly investigated, the study contributions become relevant both for academic research, both for brands and distributors of materials and sports equipment.

Keywords: Sporting Goods, Intention to Practice Physical Activity and Sport, Intention to Purchase Sporting Goods, Theory of Planned Behavior, Self-Determination Theory.

Índice

Índice de tabelas	VII
Índice de figuras	IX
Índice de gráficos.....	IX
Lista de abreviaturas	IX
CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Contextualização do tema	3
1.2. Relevância do estudo	4
1.3. Problema e objetivos de investigação.....	5
1.4. Estrutura da dissertação.....	6
CAPÍTULO 2. REVISÃO DA LITERATURA	7
2.1. Desporto e atividade física.....	9
2.2. Tendências de prática de atividade física.....	11
2.3. O mercado do material desportivo	14
2.4. Modelos explicativos do comportamento individual.....	17
2.4.1. Teoria do comportamento planeado	17
2.4.2. Teoria da autodeterminação	20
CAPÍTULO 3. MODELO DE INVESTIGAÇÃO.....	27
3.1. Enquadramento	29
3.2. Hipóteses	31
CAPÍTULO 4. METODOLOGIA	39
4.1. Enquadramento	41
4.2. População	41
4.3. Amostra	42
4.4. Instrumento de recolha de dados	43
4.4.1. Escalas.....	43
4.4.2. Organização do questionário	46
4.4.3. Pré-teste do questionário	46
4.5. Procedimentos de recolha de dados.....	46
4.6. Tratamento dos dados.....	47

CAPÍTULO 5. RESULTADOS	49
5.1. Enquadramento	51
5.2. Comportamento de prática de atividade física e desporto.....	51
5.3. Comportamento de compra de material desportivo.....	53
5.4. Análise descritiva das escalas	54
5.4.1. Atitude em relação à compra de material desportivo	54
5.4.2. Atitude em relação à prática de atividade física e desporto	55
5.4.3. Controlo comportamental sobre a compra de material desportivo.....	55
5.4.4. Controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto.....	56
5.4.5. Intenção de comprar material desportivo.....	57
5.4.6. Intenção de praticar atividade física e desporto	57
5.4.7. Motivação extrínseca para a compra de material desportivo.....	58
5.4.8. Motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto.....	59
5.4.9. Motivação intrínseca para a compra de material desportivo	59
5.4.10. Motivação intrínseca para a prática de atividade física e desporto	60
5.4.11. Norma subjetiva sobre a compra de material desportivo.....	61
5.4.12. Norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto	61
5.5. Análise da dimensionalidade e da fiabilidade das escalas	62
5.6. Análise de regressão linear.....	66
5.6.1. Fatores que influenciam a intenção de praticar atividade física e desporto	66
5.6.2. Fatores que influenciam a atitude sobre a prática de atividade física e desporto....	68
5.6.3. Fatores que influenciam a norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto.....	68
5.6.4. Fatores que influenciam o controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto	69
5.6.5. Fatores que influenciam a intenção sobre a compra de material desportivo.....	70
5.6.6. Fatores que influenciam a atitude sobre a compra de material desportivo	71
5.6.7. Fatores que influenciam a norma subjetiva sobre a compra de material desportivo	72
5.6.8. Fatores que influenciam o controlo comportamental sobre a compra de material desportivo	72
5.7. Correlação.....	73

5.8. Síntese das hipóteses do modelo.....	74
CAPÍTULO 6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONCLUSÃO	77
6.1. Discussão dos resultados.....	79
6.2. Contribuições do estudo.....	84
6.3. Limitações do estudo.....	84
6.4. Recomendações para investigações futuras.....	85
6.5. Notas finais	85
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
ANEXOS.....	97

Índice de tabelas

Tabela 2.1. Principais marcas de retalho de material desportivo em Portugal	16
Tabela 3.1. Construtos do modelo de investigação.....	30
Tabela 4.1. Caraterização dos atletas federados em Portugal (2013	41
Tabela 4.2. Caraterização da amostra.....	42
Tabela 4.3. Escalas utilizadas no questionário.....	44
Tabela 5.1. Prática de atividade física e desporto	51
Tabela 5.2. Taxa de participação por modalidade.....	52
Tabela 5.3. Compra de material desportivo.....	53
Tabela 5.4. Comportamento de compra de material desportivo	53
Tabela 5.5. Frequências e medidas de estatística descritiva – atitude em relação à compra de material desportivo	54
Tabela 5.6. Frequências e medidas de estatística descritiva – atitude na prática de atividade física e desporto	55
Tabela 5.7. Frequências e medidas de estatística descritiva – controlo comportamental sobre a compra de material desportivo.....	56
Tabela 5.8. Frequências e medidas de estatística descritiva – controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto	56
Tabela 5.9. Frequências e medidas de estatística descritiva – intenção de comprar material desportivo.....	57
Tabela 5.10. Frequências e medidas de estatística descritiva – intenção de comprar material desportivo.....	58
Tabela 5.11. Frequências e medidas de estatística descritiva – motivação extrínseca para a compra de material desportivo.....	58
Tabela 5.12. Frequências e medidas de estatística descritiva – motivação extrínseca para a prática de atividade física	59
Tabela 5.13. Frequências e medidas de estatística descritiva – motivação intrínseca para a compra de material desportivo.....	60
Tabela 5.14. Frequências e medidas de estatística descritiva – norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto	60
Tabela 5.15. Frequências e medidas de estatística descritiva – norma subjetiva sobre a compra de material desportivo.....	61

Tabela 5.16. Frequências e medidas de estatística descritiva – norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto	62
Tabela 5.17. Análise fatorial	63
Tabela 5.18. Análise dos itens e alfa de Cronbach	65
Tabela 5.19. Determinantes da intenção de praticar atividade física e desporto	67
Tabela 5.20. Determinantes da atitude em relação à prática de atividade física e desporto...	68
Tabela 5.21. Determinantes da norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto.....	69
Tabela 5.22. Determinantes do controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto.....	69
Tabela 5.23. Determinantes da intenção de compra de material desportivo	71
Tabela 5.24. Determinantes da atitude em relação à compra de material desportivo	71
Tabela 5.25. Determinantes da norma subjetiva sobre a compra de material desportivo	72
Tabela 5.26. Determinantes do controlo comportamental sobre a compra de material desportivo.....	73
Tabela 5.27. Teste de Kolmogov-Smirnov – INT_COMP e INT_PRAT.....	74
Tabela 5.28. Correlação entre a intenção de comprar material desportivo e a intenção de praticar atividade física e desporto	74
Tabela 5.29. Conclusões sobre a validação das hipóteses.....	74

Índice de figuras

Figura 1. Teoria do comportamento planeado	17
Figura 2. Teoria da autodeterminação.....	22
Figura 3. Modelo de investigação proposto.....	37

Índice de gráficos

Figura 1. Mercado Mundial de Material Desportivo.....	15
Figura 2. Mercado Europeu de Material Desportivo	15

Lista de abreviaturas

TPB – Theory of planned behavior

SDT – Self-determination theory

CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização do tema

O desporto é conhecido como um fenómeno de massas, assumindo diferentes contornos sociais, políticos e económicos, conforme os diferentes contextos onde se encontra inserido (Mota, 2001).

Novos valores surgiram na sociedade associados a uma diversificação cada vez maior de modalidades praticadas, transformando o desporto num espaço que permite a libertação dos estados emocionais, através de uma busca de excitação e prazer, ganhando uma ampla importância social (Elias, 1992).

O culto do corpo, a procura de lazer ativo e a desinformalização dos espaços de prática e dos tempos que lhe são dedicados, trouxeram uma dinâmica própria bem como novos valores às práticas de atividade física e desportivas (Mota, 2001).

Para esta crescente adesão contribuíram também as alterações no mercado de trabalho, visíveis em aspetos como a redução dos horários, a obrigatoriedade de descanso semanal, entre outras políticas, que aumentando o tempo livre, criaram condições favoráveis a uma maior procura deste tipo de atividades por parte de uma população cada vez menos ativa e mais afastada da natureza (Mota, 2001).

Toda esta evolução resultou na consagração do desporto como um direito de todos os cidadãos que deve ser salvaguardado pelo Estado (cf. artigo 79.º da Constituição da República Portuguesa). Isto significa que investir em infraestruturas desportivas e criar as condições necessárias para o acesso à prática desportiva generalizada é proporcionar uma melhoria no bem-estar e saúde à sua população.

O tempo livre e tempo de lazer da sociedade é uma das consequências mais visíveis na sociedade contemporânea, deixando de ser um privilégio de uma minoria e passando a ser assumido pela sociedade em geral (Mota, 2001).

Associado a este fator, a consciencialização das pessoas para a necessidade de um estilo de vida mais saudável e ativo, deram um enorme impulso na prática de atividade física e desportiva. Ainda segundo Mota (2001), as atividades físicas surgem nesta perspetiva, como o maior beneficiário do aumento das circunstâncias

materiais e do aumento do conhecimento público sobre os benefícios de um estilo de vida ativo.

O desporto atinge também um carácter conciliatório social, atendendo a que todas as pessoas gostam de desporto independentemente da sua idade, sexo, ou classe social, assumindo-se atualmente como um produto que faz parte de uma indústria desportiva, cujo objetivo é oferecer às pessoas produtos e serviços desportivos de acordo com as suas necessidades e preferências (Sousa, 2012).

1.2. Relevância do estudo

Ao longo das últimas décadas, paralelamente ao desenvolvimento do fenómeno desportivo, surge também o crescimento da sociedade de massa, do consumismo e do desenvolvimento tecnológico.

Às necessidades da sociedade, a indústria responde com oferta de produtos variados e incentiva à sua compra através de estratégias de promoções e vendas.

É neste sentido que nasce a relação entre praticante desportivo e comprador/consumidor de material desportivo. No entanto, o consumo desportivo não se resume à aquisição de produtos e material técnico, embora essa seja a vertente tangível deste mercado, de acordo com Casper e Stellino (2007). Segundo estes autores, o consumidor desportivo pode ser classificado como ativo ou passivo, isto é, a envolvência do próprio com a atividade definirá o tipo de consumidor. Deste modo, o praticante de uma modalidade será o consumidor ativo e, por sua vez, o adepto ou espetador que assiste a um evento, ao vivo ou pela TV, será o consumidor passivo. Em todo o caso, o nosso estudo centra-se apenas na compra de vestuário e calçado desportivo, equipamento, material e apetrechos técnicos específicos à prática de atividade física ou desporto.

Ao iniciarmos o presente estudo, encontramos um importante conjunto de fatores que justificam a sua relevância. Vejamos:

- a) O mercado associado ao desporto tem assumido um peso cada vez maior na economia global. Segundo estudos realizados por consultoras especializadas, o mercado do desporto valerá 216 mil milhões de euros em 2017 (Silva, Barbosa, Domingos, & Neves, 2014).
- b) A crescente mediatização de atletas e eventos desportivos. Os Jogos Olímpicos são emitidos para mais de 220 países e estão dentro dos 20 programas televisivos mais vistos no Mundo.
- c) A influência da tecnologia. Ao mesmo tempo que as novas aplicações informáticas servem de apoio ao controlo e avaliação da atividade do praticante, as redes sociais difundem eventos desportivos e servem de meio para troca de partilhas de experiências desportivas.
- d) A tendência para associar a prática de atividade física ao lazer e a atividade informais.

1.3. Problema e objetivos de investigação

Para Mota (2001), parece plausível entender que as orientações das tendências no âmbito das atividades físicas e de recreação salientam as orientações do indivíduo enquanto consumidor.

Efetivamente, a realidade contemporânea exige um conjunto de estratégias que abranjam as múltiplas facetas da realidade desportiva.

Num mercado tão diversificado e com tanto potencial como é o do desporto e da atividade física, é fundamental aplicar a pesquisa de marketing e conhecer o comportamento, as motivações e os interesses que caracterizam os consumidores. Só assim se conseguem desenvolver produtos e serviços que se ajustem às características e perfis do consumidor cada vez mais informado e exigente.

Face ao exposto, formulamos o seguinte problema de investigação: quais são os determinantes e as relações entre a intenção de prática de atividade física e desporto e a intenção de compra de material desportivo?

Em termos mais específicos, procuraremos dar resposta aos seguintes objetivos de investigação:

- Analisar o impacto da motivação (extrínseca e intrínseca) sobre a intenção de praticar atividade física e desporto;
- Analisar o impacto da motivação (extrínseca e intrínseca) sobre a intenção de comprar material desportivo;
- Verificar a influência da atitude, norma subjetiva e controlo comportamental sobre a intenção em praticar atividade física e desporto;
- Verificar a influência da atitude, norma subjetiva e controlo comportamental sobre a intenção de comprar material desportivo;
- Retirar dos resultados, conclusões que sirvam de aplicação prática para o mercado da atividade física e desporto.

1.4. Estrutura da dissertação

Após o presente capítulo dedicado à introdução, o seguinte centra-se na revisão da literatura, a qual dará suporte ao modelo de investigação descrito no capítulo 3. O capítulo 4 descreve a metodologia utilizada no estudo empírico e, de seguida, o capítulo 5 procede à apresentação dos seus resultados. A finalizar, o capítulo 6 contém a discussão dos resultados e as principais conclusões do estudo.

CAPÍTULO 2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Desporto e atividade física

A atividade física é consensualmente definida como todo e qualquer movimento corporal produzido pela contração músculo-esquelético, resultando num gasto energético (Haskell, 2007).

Relativamente ao conceito de exercício físico, definido por Caspersen e Col (1985), é, mais especificamente, uma atividade repetida e estruturada que visa a obtenção de um objetivo concreto, tendo em vista a manutenção ou melhoria da aptidão física.

Já o conceito de desporto é considerado como um estágio superior ao exercício físico. A Carta Europeia do Desporto de 1992 define desporto como todas as formas de atividades físicas que, através de uma participação organizada ou não, têm por objetivo a expressão ou o melhoramento da condição física e psíquica, o desenvolvimento das relações sociais ou a obtenção de resultados na competição a todos os níveis.

Embora não seja importante para o objetivo do presente estudo, importa esclarecer que a distinção entre atividade física e desporto é o caráter competitivo, ou não, dessa mesma atividade.

O tempo livre e o tempo de lazer da sociedade são uma das consequências mais visíveis na sociedade contemporânea, deixando de ser um privilégio de uma minoria e passando a ser assumido pela sociedade em geral (Mota, 2001).

No final dos anos 60, começa a surgir na Europa um movimento de incentivo à prática de atividade física e desportiva, que acabou por ser seguido um pouco por todo o Mundo.

A campanha denominada de “Desporto para todos”, lançada pelo Conselho da Europa em 1966, numa época de grande prosperidade económica e de um aumento do tempo livre, inserida num conceito lato de democratização da cultura, e mais tarde a Carta Europeia do Desporto terão contribuído para a divulgação desses novos valores e para incentivar os Estados membros a definirem políticas de promoção desportiva junto das populações, permitindo ao desporto percorrer a via da

democratização, e fazendo com que este passasse a ser consagrado como um direito do cidadão.

Associado a este movimento, a consciencialização das pessoas para a necessidade de um estilo de vida mais saudável e ativo, deram um enorme impulso na prática de atividade física e desportiva. Ainda segundo Mota (2001), as atividades físicas surgem nesta perspetiva como o maior beneficiário do aumento das circunstâncias materiais e do aumento do conhecimento público sobre os benefícios de um estilo de vida ativo.

Resultados do Eurobarómetro sobre desporto e atividade física (TNS Opinion & Social, 2014) indicam que 41% dos cidadãos europeus praticam desporto pelo menos uma vez por semana e 59% raramente ou nunca o fazem.

Apesar dos resultados animadores na Europa, o mesmo estudo revela que apenas 8% dos portugueses praticam desporto pelo menos uma vez por semana, 20% fazem-no raramente e 64% nunca pratica exercício físico.

Sobre a tipologia de praticantes desportivos, devemos considerar duas principais categorias: federados e amadores.

Relativamente aos praticantes federados, são identificados como atletas com um vínculo a uma federação desportiva e que mantêm objetivos competitivos integrados nessa mesma federação. Quanto aos atletas amadores, são igualmente praticantes de uma modalidade, mas não estão formalmente representados numa federação e o seu âmbito de prática é meramente participativo.

Relativamente aos atletas federados, segundo dados do INE em conjunto com o IPDJ (2014), o número de atletas por cada mil habitantes em 2002 era apenas de 35,4 e em 2012 já era de 49,9, sendo que tem-se verificado um abrandamento do crescimento nos últimos anos (2010 – 49,1; 2011 – 49,6; 2012 – 49,9). Ainda sobre estes dados, é visível uma fronteira entre o ano de 2004 e 2005 (2004 – 38,3; 2005 – 43,3), justificada pela organização do Campeonato Europeu de Futebol em Portugal (Euro 2004), que veio aumentar e melhorar as instalações, equipamentos e património

desportivo, permitindo uma maior e melhor capacidade de resposta às necessidades federativas.

No segundo grande grupo de praticantes de atividade física, as taxas de penetração não são conhecidas, no entanto existem fortes sinais exteriores de um fenómeno de grande crescimento neste segmento. O número de participantes em eventos desportivos *outdoor* tem crescido exponencialmente e a prática em grupos informais é também cada vez mais visível.

Como Mota (2001) anteviu, as atividades de recreação têm-se tornado em atividades gradativamente mais informais e individuais, ou em propostas envolvendo apenas amigos e familiares, por oposição aos compromissos dos jogos e atividades formais.

Ainda para Mota (2001), parece plausível entender que as orientações das tendências no âmbito das atividades físicas e de recreação salientam as orientações do indivíduo enquanto consumidor.

Efetivamente, a realidade contemporânea exige um conjunto de estratégias que abranjam as múltiplas facetas da realidade desportiva presente, as quais, naturalmente, permitirão a produção e o desenvolvimento de serviços, quer quantitativa quer qualitativamente adaptados às múltiplas exigências, motivações e interesses que caracterizam os consumidores.

2.2. Tendências de prática de atividade física

Apesar dos números revelados para Portugal no Eurobarómetro sobre desporto e atividade física (TNS Opinion & Social, 2014) ficarem aquém das médias europeias, a realidade mostra-nos uma preocupação crescente com a prática de atividade física e pela manutenção de um estilo de vida saudável.

Segundo dados do Observatório Nacional da Atividade Física¹, os portugueses praticam cada vez mais exercício ao ar livre, principalmente corrida e desportos de aventura. Aliás, nos últimos anos temos assistido a um crescimento muito acelerado desta tendência.

Para alguns especialistas em gestão desportiva, este movimento é justificado pela crise económica que se instalou e pela necessidade de procurar alternativas mais económicas, mas apesar desta tendência, a crescente preferência dos portugueses pelas atividades físicas na rua não vieram prejudicar o desempenho dos Ginásios e Academias. Segundo dados disponibilizados pela Associação de Ginásios de Portugal², estes estabelecimentos ultrapassaram bem a crise, com uma subida de quase 20% do número total de clientes, para mais de 280 mil em 2014, tendo quase metade das unidades aumentado a faturação.

São cada vez mais as pessoas que, individualmente ou em grupo, correm por desporto ou simplesmente por diversão em busca da superação pessoal. Relativamente à modalidade de corrida, segundo o TGI/Marktest, existiam cerca de 1.450.000 praticantes em 2012, sendo que apenas 460.000 são praticantes regulares.

Uma das novidades mais recentes é o surgimento do *trail running*. A recém fundada Associação de Trail Running de Portugal (ATRP) tem verificado um crescimento exponencial de atletas filiados³. Segundo esta, o número de praticantes em Portugal que se iniciam no *trail running* aumenta de dia para dia, havendo várias razões para um crescimento tão grande. O desafio, a ligação à natureza, o experimentar de novas sensações, ou simplesmente a questão de saúde, são algumas das razões que levam cada vez mais pessoas a começar a correr fora de estrada.

¹ Disponíveis em <http://observatorio.idesporto.pt/>.

² Disponíveis em <http://www.agap.pt/>.

³ Informação disponível em <http://associacaotrailrunningportugal.pt/>.

Para Nuno Castro, gestor de produto de *trail running* da Berg Outdoor, marca portuguesa do grupo Sonae, o mercado de ar livre está a crescer todos os anos cerca de 2 pontos percentuais a nível europeu e um dos responsáveis por este crescimento é o *trail running*⁴. Estamos a falar, segundo dados do European Outdoor Group, de um volume de negócios de 10 mil milhões de euros/ano no retalho europeu gerado por desportos ao ar livre e com previsão de crescimento acentuada durante os próximos anos.

Segundo o relatório anual da Federação Portuguesa de Atletismo⁵, em 2014 a participação em provas de corrida voltou a bater recordes de inscrições e, segundo alguns dos maiores organizadores de eventos em Portugal, este número continuará a crescer, sobretudo devido ao aumento da participação feminina.

Em 2015, a Meia Maratona de Lisboa contou com um recorde máximo de 35.000 participantes, consagrando-se como o maior evento desportivo português em número de participações. Em declarações à Lusa, Carlos Moia, presidente do Maratona Clube de Portugal e organizador deste grandioso evento, refere que o número de participantes femininas está perto de igualar o número de participantes masculinos e com previsões de crescimento nos próximos anos⁶.

Acreditamos também que a tecnologia tem sido um fator impulsionador da prática de atividade desportiva. As funcionalidades dos *smartphones* e as aplicações disponíveis fornecem aos praticantes informações do tipo de percurso, distância, tempo e outro conjunto de informações que originam a auto motivação das pessoas para se superarem e obterem os melhores resultados. Paralelamente, a utilização das redes sociais, como é o caso do Facebook, oferece agora a capacidade dos corredores

⁴ Informação disponível na Revista Montepio Verão 2013 (https://www.montepio.pt/iwov-resources/SitePublico/documentos/pt_PT/institucional/revistas/revista-montepio/revista-montepio-verao-2013.pdf).

⁵ Disponível em <http://www.fpatletismo.pt/pt/relatorios-e-contas>.

⁶ Informação disponível em <http://www.meiamaratonadelisboa.com/pt/noticias/>.

registarem os seus percursos e rapidamente partilharem com o seu grupo de amigos os seus resultados e atividades.

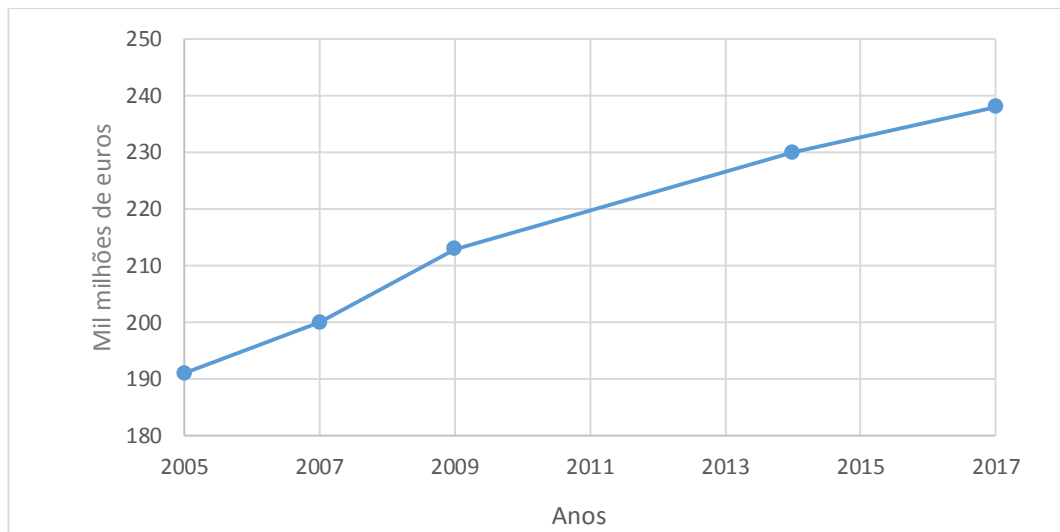
2.3. O mercado do material desportivo

Ao longo do presente trabalho, percebemos que a informação sobre o mercado do material desportivo é muito restrita e disponibilizada apenas por grandes empresas de consultoria. Ainda assim, através de pesquisa *online*, conseguimos acesso a informação de relevado interesse, que é confirmada em outros estudos com objetivos idênticos.

O mercado do material desportivo pode ser segmentado em vários grupos. Para a Lucintel, uma das consultoras com trabalhos realizados nesta área, citada num estudo realizado por Silva *et al.* (2014) sobre o mercado português de artigos de desporto, a segmentação é feita em três grupos: vestuário desportivo (*sportswear*), calçado desportivo (*footwear*) e material técnico e apetrechos (*sports goods*). Segundo pesquisas de mercado realizadas pela referida consultora, o mercado mundial de material desportivo valerá atualmente cerca de 230 mil milhões de euros e com previsão de crescimento até aos 238 mil milhões em 2017, o que representa um crescimento médio na ordem dos 4% ao ano.

Também a Just-Style, outra consultora com trabalho realizado sobre setor de atividade, citada por Silva *et al.* (2014), refere que o mercado do material desportivo valia cerca 191 mil milhões de euros em 2005 e 200 mil milhões em 2007.

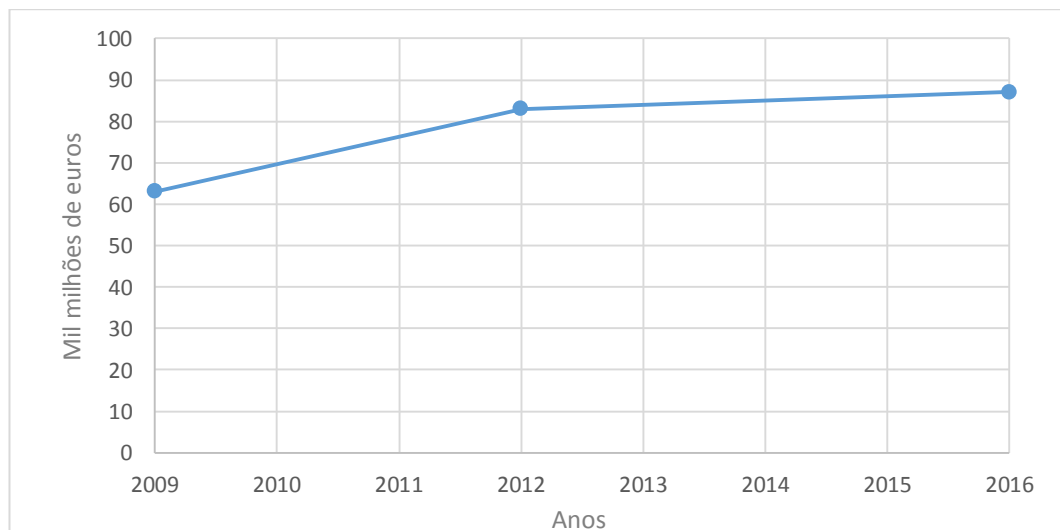
Gráfico 1. Evolução do mercado mundial de material desportivo



Fonte: Adaptado de Silva *et al.* (2014).

Também segundo as mesmas fontes, foi possível verificar que o mercado europeu apresentará um volume de negócios de cerca de 87 mil milhões de euros em 2016, o que, a confirmar-se, representará um elevado crescimento, quando comparado com os 63 mil milhões de euros registados em 2009.

Gráfico 2. Evolução do mercado europeu de material desportivo



Fonte: Adaptado de Silva *et al.* (2014).

Segundo um estudo publicado em 2013 pela Trefis Team⁷, no segmento de mercado de vestuário e calçado desportivo concorrem quatro das marcas de vestuário desportivo mais mediáticas em todo o mundo: Nike, Adidas, Reebok e Puma. A gigante Americana Nike tinha uma quota de mercado de 4,9% em 2012, com perspectiva de alcançar os 6,5% em 2019. Ainda assim, a marca Alemã Adidas consegue superar a marca americana, com uma quota de mercado de 5,1% em 2012. A concorrência feroz entre estas duas marcas mantêm-se há largos anos e deverá manter-se no futuro, pois ambas disputam os principais mercados e competem de forma agressiva para o patrocínio de grandes eventos desportivos, como os Jogos Olímpicos ou Campeonatos do Mundo.

Relativamente a Portugal, segundo um estudo de Silva *et al.* (2014), o volume total de faturação de artigos desportivos rondou os 590 milhões de euros em 2012, sendo 41 milhões de euros referentes somente a artigos *running*. Ainda segundo o mesmo estudo, os principais canais de distribuição são dominados pelas cadeias de distribuição multimarca, mas com relevo para o desempenho de empresas como a SportsDirect e a FootLocker. Destacam-se ainda os números evidenciados pelas principais marcas com retalho direto, como a Adidas e a Nike.

Tabela 2.1. Principais marcas de retalho de material desportivo em Portugal.

Nome	2012 (M€)	Quota Mercado	Valor Running (M€)	Calçado (% - M€)	Vestuário (% - M€)	Equip. (% - M€)
Sportzone	198	33,7%	13,9	7,9	4,4	1,5
Decathlon	139	23,6%	8,3	4,8	2,7	0,9
Adidas	52	8,8%	3,6	2,1	1,2	0,4
Sportsdirect	17	2,9%	1,2	0,7	0,4	0,1
Nike	14	2,4%	1,0	0,6	0,3	0,1
FootLocker	14	2,4%	1,0	0,6	0,3	0,1
Reebok	13	2,2%	0,9	0,5	0,3	0,1
Athletes Foot	11	1,9%	0,8	0,4	0,2	0,1
Puma	9	1,5%	0,6	0,4	0,2	0,1
Asics	6	1,0%	0,4	0,2	0,1	0,0
Pequenos Distribuidores	30	5,1%	2,1	1,2	0,7	0,2
Internet	60	10,2%	4,2	2,4	1,3	0,5
Departamento	25	4,3%	1,8	1,0	0,6	0,2
TOTAL	588	100,0%	39,8	22,7	12,7	4,4

Fonte: Silva *et al.* (2014).

⁷ Informação disponível em <http://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2013/05/13/why-nikes-growth-will-outpace-the-sports-apparel-markets/>.

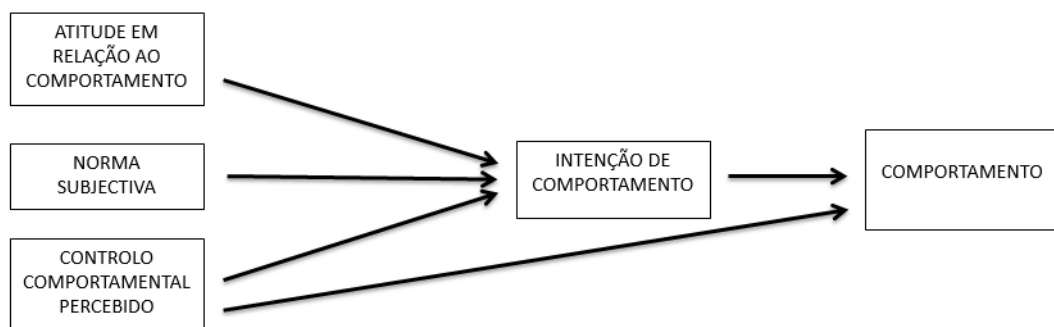
2.4. Modelos explicativos do comportamento individual

2.4.1. Teoria do comportamento planeado

A teoria do comportamento planeado (TPB) é uma extensão da teoria da ação refletida (TRA) e visa responder às limitações deste modelo em lidar com comportamentos sobre os quais o indivíduo tem um controlo incompleto sobre a sua vontade (Ajzen, 1991). Tal como a TRA, o objetivo principal da TPB é prever e explicar o comportamento individual.

De acordo com esta teoria, o comportamento é determinado pela intenção de comportamento. A intenção é influenciada pela atitude, pela norma subjetiva e pelo controlo comportamental percebido, que também influencia diretamente o comportamento.

Figura 1. Teoria do comportamento planeado



Fonte. Ajzen (1991)

De acordo com Ajzen (1991), a intenção de comportamento é o grau de motivação do indivíduo para vir a manifestar o comportamento. Já a atitude em relação ao comportamento é definida como uma avaliação, favorável ou desfavorável, relativamente a um comportamento. Por sua vez, a norma subjetiva, é a percepção relacionada com opiniões da sociedade relativamente ao indivíduo manifestar ou não determinado comportamento. O controlo comportamental percebido está relacionado com a percepção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade em manifestar um

comportamento e indica a perceção do indivíduo sobre as habilidades necessárias, recursos e oportunidades para manifestar o comportamento.

Segundo Ajzen (1991), quanto mais favorável for a atitude e a norma subjetiva e quanto maior for o controlo percebido, maior será a intenção de um indivíduo manifestar o comportamento. Por sua vez, quanto maior a intenção comportamental e a perceção de controlo, mais forte será a manifestação do comportamento.

A TPB é largamente utilizada e em contextos muito variados, como testemunha o grande número de citações relatados por Ajzen (2011): em 1985 existiam 22 referências à TPB, tendo estas crescido para 4550 em 2010. No entanto, a teoria não é apenas suportada por extensa evidência empírica, mas também por meta-análises relevantes.

Na verdade, várias meta-análises e revisões sistemáticas têm apoiado consistentemente a sua boa utilidade preditiva e aplicabilidade em vários comportamentos de saúde, incluindo, por exemplo, tabagismo, comportamento sexual, exercício, escolha de alimentos e comportamentos alimentares (Armitage & Conner, 2001; Downs & Hausenblas, 2005; Godin, 1993; Godin & Kok, 1996; Hausenblas, Carron, & Mack, 1997; McEachan, Conner, Taylor, & Lawton, 2011).

No que diz respeito comportamento de atividade física, uma meta-análise realizada por Godin e Kok (1996) revelou que a TPB explicou em média 41% da variação da intenção e 34% em comportamentos relacionados com a saúde, sendo que o controlo comportamental percebido explicou ainda 13% da variação na intenção e 12% do comportamento.

Vários autores têm testado o efeito da TPB na previsão do comportamento do praticante. Numa revisão da literatura da TPB e da TRA feita por McAuley e Courneya (1993), com o propósito de analisar a aplicabilidade destas teorias na adesão ao exercício, foi apurado que a variância do comportamento explicada pela intenção comportamental variou entre 10% e 67%, e o restante modelo (atitude, norma subjetiva e controlo) explicou entre 24% a 66% da variação da intenção.

Também Hagger, Chatzisarantis e Biddle (2002b) realizaram uma meta-análise de estudos utilizando a TPB no domínio atividade física. Estes autores verificaram que as variáveis independentes da TPB foram responsáveis por 44,5% da variação da intenção e que o controlo comportamental percebido sozinho respondeu por 15% das variações do comportamento. Em geral, a TPB explicou 22,4% da variação do comportamento.

Apesar de a TPB ser considerada uma das bases fundamentais da explicação de muitos comportamentos, verificámos também que inúmeras vezes é conjugada com outras teorias igualmente importantes. Um exemplo disso é a meta-análise realizada por Hagger e Chatzisarantis (2009), onde foram identificados 36 estudos que integram a TPB e a Teoria da Autodeterminação (SDT). O estudo destes autores tem como objetivo fornecer suporte empírico para uma sequência motivacional em que a autodeterminação é preditor da intenção e do comportamento na TPB.

A TPB é sem dúvida um modelo de largo espectro na explicação de variadíssimos comportamentos. Também na explicação do comportamento de compra, verificámos um largo conjunto de referências a este modelo.

Num estudo de Taylor e Todd (1994), em que o objetivo era verificar a validade da TRA e da TPB sobre a explicação da intenção de compra de novos produtos, verificou-se que as variáveis atitude, norma subjetiva e controlo comportamental, quando conjugadas, conseguiam explicar até 66% dessa mesma intenção de compra. Quando isoladas, a atitude explicava 76%, a norma subjetiva 74% e o controlo comportamental 67% da intenção.

Mais recentemente, num estudo em que se pretendia avaliar o comportamento do consumidor de artigos desportivos contrafeitos, Chiu (2014) corroborou a validade da TPB para explicar este contexto.

2.4.2. Teoria da autodeterminação

A teoria da autodeterminação (SDT) é uma teoria consistente e reconhecidas, que propõe um amplo quadro para o estudo da motivação e personalidade humana (Deci & Ryan, 2000).

A teoria original (Deci & Ryan, 1985) tinha como fundamento a distinção entre diferentes tipos de motivação, com base nas diferentes razões e objetivos que dão origem a uma ação. Inicialmente, a teoria assentava apenas em dois construtos fundamentais: a motivação intrínseca e a motivação extrínseca.

A motivação intrínseca define-se como o impulso para o desenvolvimento de uma atividade para satisfação pessoal do indivíduo (Deci & Ryan, 2000). Quando motivado intrinsecamente, um indivíduo é motivado a agir por diversão ou pelo desafio implícito e não por causa de fatores externos, pressões ou recompensas.

A motivação extrínseca define-se como o impulso para uma ação que alcança algum resultado distinguível (Deci & Ryan, 2000). A motivação extrínseca contrasta, assim, com a motivação intrínseca, que se refere a fazer uma atividade simplesmente pelo prazer da atividade em si, ao invés do seu valor instrumental. A motivação extrínseca refere-se a uma grande variedade de comportamentos em que os objetivos da ação vão além daqueles inerentes à própria atividade (Ryan, 1987).

Ao longo dos tempos, a SDT foi desenvolvida, passando a ter foco na distinção entre a motivação autónoma e a motivação controlada. É considerada uma metateoria, uma vez que compreende cinco mini teorias que procuram explicar a motivação e o comportamento humano, com base nas diferenças individuais, em orientações motivacionais e influências contextuais sobre a motivação e perceções interpessoais (Hagger & Chatzisarantis, 2008).

A primeira teoria em que se baseia a SDT é a teoria da avaliação cognitiva, que refere que quando um indivíduo realiza um comportamento para obter recompensas externas, como dinheiro ou fama, a sua motivação persistirá desde que a recompensa externa se mantenha (Hagger & Chatzisarantis, 2008). No entanto, a retirada da

recompensa provavelmente resulta em desistência. Isto é conhecido como o "efeito minado", e ocorre porque a administração da recompensa reduz significativamente os níveis de motivação intrínseca. Deci e Ryan (1987) sugerem que o mecanismo responsável por esta reação é que, ao ser introduzida uma recompensa externa, os indivíduos experimentam uma mudança na sua percepção e anulam as razões intrínsecas para a execução da tarefa. Apesar disso, foi encontrada uma forma para moderar o efeito de enfraquecimento da recompensa. Deste modo, a recompensa pode ser apresentada como forma meramente informativa em vez de dependente do comportamento. O "efeito minado" e a função informativa da recompensa na teoria da avaliação cognitiva têm um efeito robusto em psicologia social em toda uma série de comportamentos e existem várias aplicações na área do desporto (Frederick-Recascino & Schuster-Smith, 2003; Frederick & Ryan, 1995; Ryan *et al.*, 1984; Valler & Reid, 1984).

A teoria da integração orgânica é a segunda mini teoria que integra a SDT e aprofunda a distinção entre motivação intrínseca e extrínseca (Hagger & Chatzisarantis, 2008). Esta teoria procura oferecer uma explicação para os processos pelos quais as pessoas assimilam comportamentos que são regulados externamente e os incorporam no seu próprio repertório de comportamentos autodeterminados e integrados no seu sistema pessoal. Ao contrário da distinção bipolar defendida pela teoria da avaliação cognitiva, o foco desta teoria é caracterizado por duas formas relativamente autónomas de motivação – motivação intrínseca e regulação identificada – e duas formas relativamente controladoras de motivação – regulação externa e regulação introjetada (Ryan & Connell, 1989).

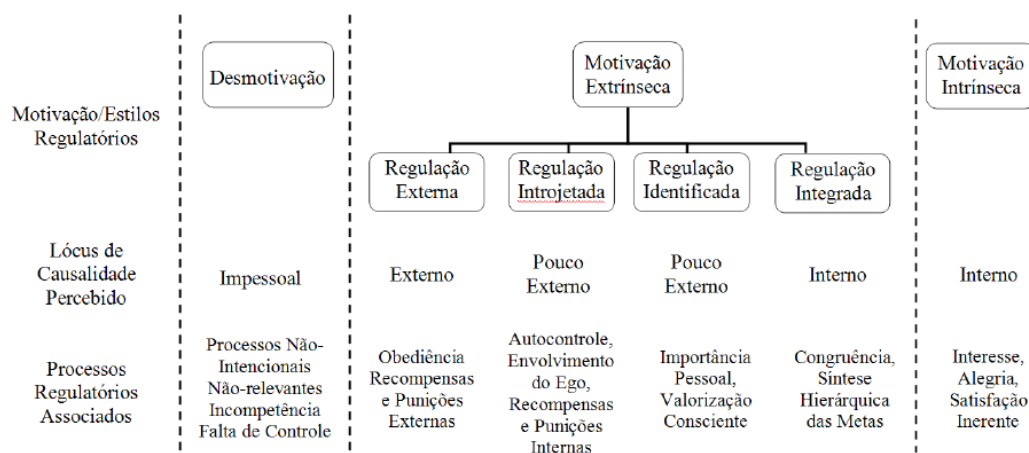
A terceira mini teoria é teoria das orientações de casualidade, que descreve as diferenças individuais das pessoas nas tendências do comportamento (Hagger & Chatzisarantis, 2008). Esta teoria descreve e analisa três tipos de orientações de causalidade: a orientação autónoma, em que as pessoas agem por interesse e valorização do que está a acontecer; a orientação controlada, em que o foco está nas recompensas, ganhos e aprovação; e a orientação impessoal ou desmotivação.

Em quarto lugar, a teoria das necessidades psicológicas básicas elabora o conceito de necessidades psicológicas evoluídas, bem como as suas relações com a saúde psicológica e o bem-estar (Hagger & Chatzisarantis, 2008). Esta teoria argumenta que o bem-estar psicológico e funcionamento ideal é baseado em três necessidades: a autonomia, a competência e o parentesco. A teoria afirma ainda que as três necessidades são essenciais e que se houver falha de alguma, então haverá custos funcionais distintos para cada uma das necessidades.

A quinta mini teoria, a teoria dos conteúdos do objetivo, nasce a partir das distinções entre os objetivos intrínsecos e extrínsecos e do seu impacto na motivação e bem-estar (Hagger & Chatzisarantis, 2008). Os objetivos são vistos como proporcionadores de satisfação básica e são portanto associados ao bem-estar.

O foco central da SDT é a distinção entre autodeterminação, formas autónomas de motivação relativa e desmotivação.

Figura 2. Teoria da autodeterminação



Fonte: Clement, Custódio, Rufini, & Alves Filho (2014), com base em Ryan e Deci (2000)

Sabemos que a motivação extrínseca faz mover as pessoas por condições a ela externas, seja à procura de benefícios ou para evitar punições, mas que a ação por si só não as satisfaz. Ao contrário, a motivação intrínseca refere-se a razões internas que fazem mover a pessoa para a ação, baseadas em necessidades intrínsecas e na

gratificação pessoal, sem que sejam necessários benefícios externos como impulsionadores (Assor, Vansteenkiste & Kaplan, 2009).

Apesar da distinção, conforme mostra a figura anterior, a motivação intrínseca e extrínseca formam uma linha contínua, que vai da desmotivação, passando por vários níveis de motivação externa, até chegar à motivação intrínseca (Deci & Ryan, 1985).

Ao processo de diferenciação das modalidades de motivação dá-se o nome de internalização, por meio da introjeção e da integração dos regulamentos externos (Deci & Ryan, 1985). Deste modo, o processo de internalização pode ser entendido como a reconstrução interna de uma operação externa, onde uma série de transformações se processam.

Quando um regulamento externo não é internalizado, ele não forma um valor interno que motiva a pessoa à ação (Deci & Ryan, 2002). Assim, a pessoa não sente motivação para ter os comportamentos relativos a esse regulamento, pois este não tem sentido nem significado para ela. Esse estado de falta de intenção para agir é denominado de desmotivação.

Entretanto, quando os regulamentos externos são internalizados por introjeção, tornando-se valores pessoais acreditados ou relativamente acreditados, existirão diferentes modalidades de motivação extrínseca. A primeira delas denomina-se regulação introjetada e ocorre quando a ação é realizada sem que esteja em consonância com os valores da pessoa, mas para agradar a alguém ou mesmo para evitar maiores aborrecimentos ou punições (Deci & Ryan, 2002).

A motivação com regulação identificada é a segunda modalidade de motivação extrínseca e ocorre quando há uma avaliação prévia por parte da pessoa das condições do contexto, decidindo no imediato se uma determinada ação é conveniente ou adequada (Deci & Ryan, 2002).

Como terceira modalidade, temos a motivação extrínseca por regulação integrada. Nesta, a ação é habitualmente tomada pela pessoa e interpretada consoante os seus

valores (Deci & Ryan, 2002). Ainda é considerada extrínseca, porque a ação em si não tem significado para a pessoa, mas sim pelo que esta alcançará com a ação.

No final da sequência, temos a motivação intrínseca, que é gerada quando a pessoa age em consonância com motivos internos baseados nas necessidades intrínsecas (autonomia, competência e vínculo social) (Deci & Ryan, 2002). Essa modalidade de motivação ocorre por via de objetivos estipulados como significativos para a pessoa, sendo que a ação em si é percebida como recompensadora, tendendo a gerar satisfação e bem-estar.

A teoria da autodeterminação é proeminente entre aquelas que tentam explicar as motivações para o exercício físico, centrando-se em torno de três questões: a) Qual a qualidade da motivação no comportamento de exercício?; b) Qual a importância básica psicológica nos contextos de exercício?; c) Podem as variáveis do contexto ser manipuladas para criarem ambientes adaptáveis para o exercício? (Ryan & Deci, 2007).

Uma pesquisa recente no domínio do exercício físico forneceu algumas inovações importantes no âmbito das teorias que compreendem a abordagem autodeterminada e ao mesmo tempo identificou recomendações úteis para intervenção prática na área do exercício e prática desportiva (Chatzisarantis & Hagger, 2009).

Vallerand & Reid (1984) concluíram sobre a validade da SDT no estudo do comportamento do praticante de exercício físico. Entre outros, Edmunds *et al.* (2007) testaram a SDT na mudança de atitude perante a prática de atividade física. De acordo com este estudo, tal como refere a teoria, o indivíduo que se vê confrontado com a hipótese de praticar atividade física, percorre um caminho contínuo que vai desde a desmotivação, passando pela motivação extrínseca até alcançar a motivação extrínseca, por via da introjeção.

Relativamente à utilidade da SDT sobre a predição da intenção comportamental, Guay *et al.* (2000) concluem que as quatro variáveis que compõem a motivação (motivação intrínseca, identificação regulada, regulação externa e desmotivação), quando conjugadas, conseguem explicar até 66% da intenção comportamental. Por

seu turno, foi verificado que a regulação externa e a desmotivação têm uma influência negativa sobre a intenção.

Ainda no mesmo estudo, Guay *et al.* (2000) referem que a relação entre motivação intrínseca e motivação extrínseca é inversamente proporcional. Considerando esta relação inversa entre as tipologias de motivação, alguns autores, como por exemplo Harter (1981), defendem que estes construtos devem ser avaliados de forma independente.

CAPÍTULO 3. MODELO DE INVESTIGAÇÃO

3.1. Enquadramento

Conforme já verificámos, os hábitos e comportamentos dos portugueses perante a atividade física têm vindo a sofrer alterações. Mais do que as preocupações em manter um estilo de vida saudável e com a aparência física, o papel do desporto como gerador de grupos de convívio tem vindo a impulsionar a prática desportiva, nomeadamente nas práticas informais.

O interesse no estudo da adesão e manutenção na atividade física conheceu um grande impulso nos finais da década de 1980, especialmente quando o governo norte-americano decidiu investir fundos no estudo da conduta sedentária (Caspersen, Merrit, & Stephens, 1994). Deste então, vários autores têm-se dedicado ao estudo desta temática, desenvolvendo essencialmente, de acordo com Biddle e Nigg (2000), três linhas de estudo: uma referente aos modelos teóricos de adesão e outras duas referentes a abordagens de cariz descritivo sobre os principais motivos e barreiras dessa mesma prática.

As teorias motivacionais tentam explicar a razão pela qual determinado comportamento é desencadeado, podendo por isso ser utilizadas para explicar porque as pessoas se motivam ou desmotivam para aderir e/ou manter a prática da atividade física.

Como consequência desta tendência, a procura de material desportivo específico para a prática desportiva tem aumentado. Em resposta a estas necessidades dos praticantes, os *players* de mercado têm oferecido uma larga gama de produtos, cada vez mais evoluídos do ponto de vista tecnológico e que proporcionam a melhor performance ao praticante.

Com o presente trabalho, pretendemos integrar duas teorias num único modelo teórico, fornecendo uma explicação robusta da intenção de praticar desporto e da intenção de comprar material desportivo e relacionando estas duas intenções comportamentais.

O referido modelo é fundamentado na revisão de literatura já apresentada e inspirado na meta-análise realizada por Hagger (2009), que integra a teoria do comportamento

planeado (TPB) com a teoria da autodeterminação (SDT), e pressupõe a utilização dos seguintes construtos:

Tabela 3.1. Construtos do modelo de investigação

	Construto	Definição	Referências
Praticar atividade física e desporto	Intenção	Motivação do indivíduo para vir a praticar desporto.	Ajzen (1991)
	Atitude	Avaliação positiva ou negativa do indivíduo sobre a prática desportiva.	
	Norma subjetiva	Perceção do indivíduo sobre a pressão social que é exercida sobre ele para praticar ou não desporto.	
	Controlo do comportamento percebido	Perceção do indivíduo sobre a facilidade em praticar desporto.	
	Motivação intrínseca	Motivação para a prática desportiva baseada em necessidades e motivos do indivíduo, sendo a gratificação deste gerada pela prática desportiva em si mesma, sem que sejam necessários benefícios externos como impulsionadores.	Deci & Ryan (2000); Assor, Vansteenkiste, & Kaplan (2009)
	Motivação extrínseca	Motivação para a prática desportiva em que o indivíduo é movido por condições que lhe são externas, como sejam benefícios ou punições que a prática desportiva por si só não proporciona.	Deci & Ryan (2000); Assor, Vansteenkiste, & Kaplan (2009)
Comprar material desportivo	Intenção	Motivação do indivíduo para comprar material desportivo.	Ajzen (1991)
	Atitude	Avaliação positiva ou negativa do indivíduo sobre a compra de material desportivo.	
	Norma subjetiva	Perceção do indivíduo sobre a pressão social que é exercida sobre ele para comprar material desportivo.	
	Controlo do comportamento percebido	Perceção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade em comprar material desportivo.	
	Motivação intrínseca	Motivação para a compra de material desportivo baseada em necessidades e motivos do indivíduo, sendo a gratificação deste gerada pela compra de material desportivo em si mesma, sem que sejam necessários benefícios externos como impulsionadores.	Deci & Ryan (2000); Assor, Vansteenkiste, & Kaplan (2009)
	Motivação extrínseca	Motivação para a compra de material desportivo em que o indivíduo é movido por condições que lhe são externas, como sejam benefícios ou punições que a compra de material desportivo por si só não proporciona.	Deci & Ryan (2000); Assor, Vansteenkiste, & Kaplan (2009)

3.2. Hipóteses

A TPB (Ajzen, 1991) tem sido largamente utilizada para explicar uma ampla gama de comportamentos, nomeadamente relacionados com a saúde e a atividade física (Armitage & Conner, 2001; Godin & Kok, 1996; Hausenblas, Carron, & Mack, 1997). Para a TPB, o preditor fundamental do comportamento é a intenção comportamental, sendo esta, por sua vez, influenciada pela atitude (a medida em que a atividade física é percebida como favorável ou desfavorável), pelo controlo comportamental percebido (a facilidade ou dificuldade na realização da atividade física) e pela norma subjetiva (a pressão social para a prática de atividade física). Desta forma, a intenção de adotar a prática de atividade física é maior, se a pessoa está disposta a isso (atitude), se o ambiente social induz a isso (norma subjetiva) e se ela acredita que pode ser bem-sucedida na sua escolha (controlo comportamental percebido).

Teoricamente, a atitude, o controlo comportamental percebido e a norma subjetiva devem prever a intenção de aumentar a atividade física, o que, por sua vez, deve prever as mudanças no comportamento de prática de atividade física ao longo tempo. Esta abordagem tem sido apoiada em várias investigações. Por exemplo, num estudo transversal sobre a prática de exercício em adultos, Courneya (1995) concluiu que intenção, atitude, norma subjetiva e controlo comportamental percebido relacionam-se positivamente com o estágio de prontidão para a prática de atividade física regular. Outro estudo realizado com estudantes por Jones, Sinclair, Rhodes e Courneya (2004) mostrou, mais uma vez, a validade dos construtos da TPB para prever a intenção de praticar desporto. Assim, propomos a formalização das seguintes hipóteses:

H1: A atitude em relação à prática de atividade física e desporto influencia positivamente a intenção de praticar atividade física e desporto;

H2: A norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto influencia positivamente a intenção de praticar atividade física e desporto;

H3: O controlo percebido da prática de atividade física e desporto influencia positivamente a intenção de praticar atividade física e desporto.

Deci e Ryan (1985) e Vallerand (1997) afirmam que as teorias motivacionais podem oferecer explicações para as origens de crenças cognitivas sociais e expectativas descritas em modelos de intenção, como é o caso da TPB.

Para a SDT, a motivação é a força que mobiliza a pessoa a interagir no ambiente. Portanto, as necessidades básicas impulsionam a pessoa, pela motivação, para a ação no contexto em que vive (Ryan & Deci, 2000).

O modelo original da SDT de Deci e Ryan (1985) distingue a motivação como autónoma e controlada. No entanto, a teoria da avaliação cognitiva, sendo uma das cinco mini teorias que compõem a SDT, utiliza os termos de motivação extrínseca (motivação autónoma) e motivação intrínseca (motivação controlada), passando a ser estes os termos que vamos utilizar para o desenvolvimento do nosso modelo (Hagger & Chatzisarantis, 2008).

Apesar da distinção entre motivação extrínseca e intrínseca, a SDT diz-nos que ambas formam um contínuo, que vai desde a falta de motivação, passando por vários níveis da motivação extrínseca, até chegar à motivação intrínseca. A diferenciação das modalidades de motivação dá-se pelo processo de internalização, por meio da introjeção e da integração dos regulamentos externos.

A integração da TPB com a SDT tem sido muito utilizada para explicar a intenção de prática desportiva. Verificámos que, ao longo das últimas duas décadas, algumas dezenas de estudos revelam correlações significativas entre construtos destas teorias. Segundo a meta-análise de Hagger (2009), existiam 36 estudos que integravam estas duas teorias, sendo uma das principais conclusões a correlação estatisticamente significativa entre a motivação e os construtos proximais da TPB.

A motivação extrínseca é definida em situações em que a pessoa é movida por condições que lhe são externas, sejam benefícios ou punições, que a ação por si só não proporciona.

Alguns estudos realizados, em que o objetivo era avaliar a influência relativa da motivação na intenção de praticar desporto, confirmaram uma forte influência da motivação autónoma (agora designada por extrínseca) sobre a atitude, a norma subjetiva e o controlo comportamental (Courneya *et al.*, 2000, 2001; Ntoumanis, 2001; Sarrazin *et al.*, 2002; Standage *et al.*, 2003). Assim, propomos:

H4: A motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto influencia positivamente a atitude em relação à prática de atividade física e desporto;

H5: A motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto influencia positivamente a norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto;

H6: A motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto influencia positivamente o controlo comportamental percebido da prática de atividade física e desporto.

O estudo realizado por Forties (2009) revelou uma forte influência da motivação autónoma (extrínseca) na intenção em praticar desporto. No seu estudo, o autor indica que a motivação autónoma explica 33% da variância da intenção de praticar desporto. Já anteriormente, outros autores concluíram sobre a forte influência da motivação extrínseca no contexto de prática desportiva (Ntoumanis, 2001; Standage, Duda, & Ntoumanis, 2003; Wilson & Rodgers, 2004). Assim, propomos:

H10: A motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto influencia positivamente a intenção de praticar atividade física e desporto.

A motivação intrínseca significa que a pessoa se move para a ação através de motivos internos, baseados em necessidades intrínsecas e na gratificação da pessoa pela sua ação, sem que sejam necessários benefícios externos como impulsionadores (Assor, Vansteenkiste, & Kaplan, 2009). Relativamente à motivação controlada (intrínseca), os estudos realizados por Chatzisarantis *et al.* (2002), Fortier *et al.* (2009) e Wallhead, Hagger e Smith (2008) revelam uma influência significativa na atitude, norma subjetiva, controlo e intenção comportamental. Propomos então:

H7: A motivação intrínseca para a prática de atividade física e desporto influencia positivamente a atitude em relação à prática de atividade física e desporto;

H8: A motivação intrínseca para a prática de atividade física e desporto influencia positivamente a norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto.

H9: A motivação intrínseca para a prática de atividade física e desporto influencia positivamente o controlo percebido da prática de atividade física e desporto.

H11: A motivação intrínseca para a prática de atividade física e desporto influencia positivamente a intenção de praticar atividade física e desporto.

A TPB tem sido largamente utilizada e em domínios bastante distintos. Verificámos que a literatura utiliza com frequência a TPB para explicar a intenção de compra de vários produtos (por exemplo: Alfadl, Ibrahim, & Hassali, 2012; Jirotmontree, 2013; Yoon, 2011). Recentemente, Chiu (2014) utilizou também a TPB para explicar o comportamento de compra de material desportivo contrafeito, confirmando que a atitude, a norma subjetiva e o controlo comportamental percebido têm uma influência positiva na intenção de compra. Com base nos estudo referidos, propomos o seguinte:

H12: A atitude em relação à compra de material desportivo influencia positivamente a intenção de compra de material desportivo;

H13: A norma subjetiva sobre a compra de material desportivo influencia positivamente a intenção de compra de material desportivo;

H14: O controlo percebido da compra de material desportivo influencia positivamente a intenção de compra de material desportivo.

Alguns autores entendem que a motivação atua como um mediador parcial da relação entre a satisfação e o bem-estar e que estes se relacionam de forma proporcionalmente direta (Reis, 2000).

Ao longo das suas vidas, as pessoas realizam várias ações e perseguem diversos objetivos, aplicando empenho em múltiplos domínios. No entanto, nem todos esses domínios são experienciados da mesma forma. Sobre o comportamento em avaliação, ou seja a compra, sabemos tratar-se de um domínio altamente influenciado por fatores externos ao indivíduo, como por exemplo: custo, utilidade, ou oferta.

A SDT foi validada em vários contextos e comportamentos, um dos quais o comportamento de compra do consumidor. Um estudo realizado por Milyavskaya e Koestner (2010) refere a validação da SDT em mais de 800 domínios diferentes e deu suporte à sua universalidade para vários contextos. À semelhança da relação entre SDT e TPB na explicação da intenção de prática desportiva, acreditamos que a integração das mesmas teorias mantém a sua validade na explicação da intenção de compra de material desportivo. Assim, entendemos formalizar as seguintes hipóteses:

H15: A motivação extrínseca para a compra de material desportivo influencia positivamente a atitude em relação à compra de material desportivo;

H16: A motivação extrínseca para a compra de material desportivo influencia positivamente a norma subjetiva sobre a compra de material desportivo;

H17: A motivação extrínseca para a compra de material desportivo influencia positivamente o controlo percebido da compra de material desportivo;

H18: A motivação intrínseca para a compra de material desportivo influencia positivamente a atitude em relação à compra de material desportivo;

H19: A motivação intrínseca para a compra de material desportivo influencia positivamente a norma subjetiva sobre a compra de material desportivo;

H20: A motivação intrínseca para a compra de material desportivo influencia positivamente o controlo percebido da compra de material desportivo;

H21: A motivação extrínseca para a compra de material desportivo influencia positivamente a intenção de compra de material desportivo;

H22: A motivação intrínseca para a compra de material desportivo influencia positivamente a intenção de compra de material desportivo.

Parece óbvio que a prática de desporto se relaciona com a intenção de comprar material desportivo. Dependendo do tipo de atividade realizada, o desporto é uma atividade que exige que o praticante esteja devidamente apetrechado com um conjunto de equipamentos, materiais, utensílios e objetos específicos, que lhe permitam alcançar o objetivo da atividade com sucesso. Ou seja, todo o praticante que manifeste intenção em praticar desporto irá consecutivamente manifestar intenção na compra de material que lhe permita desempenhar essa atividade.

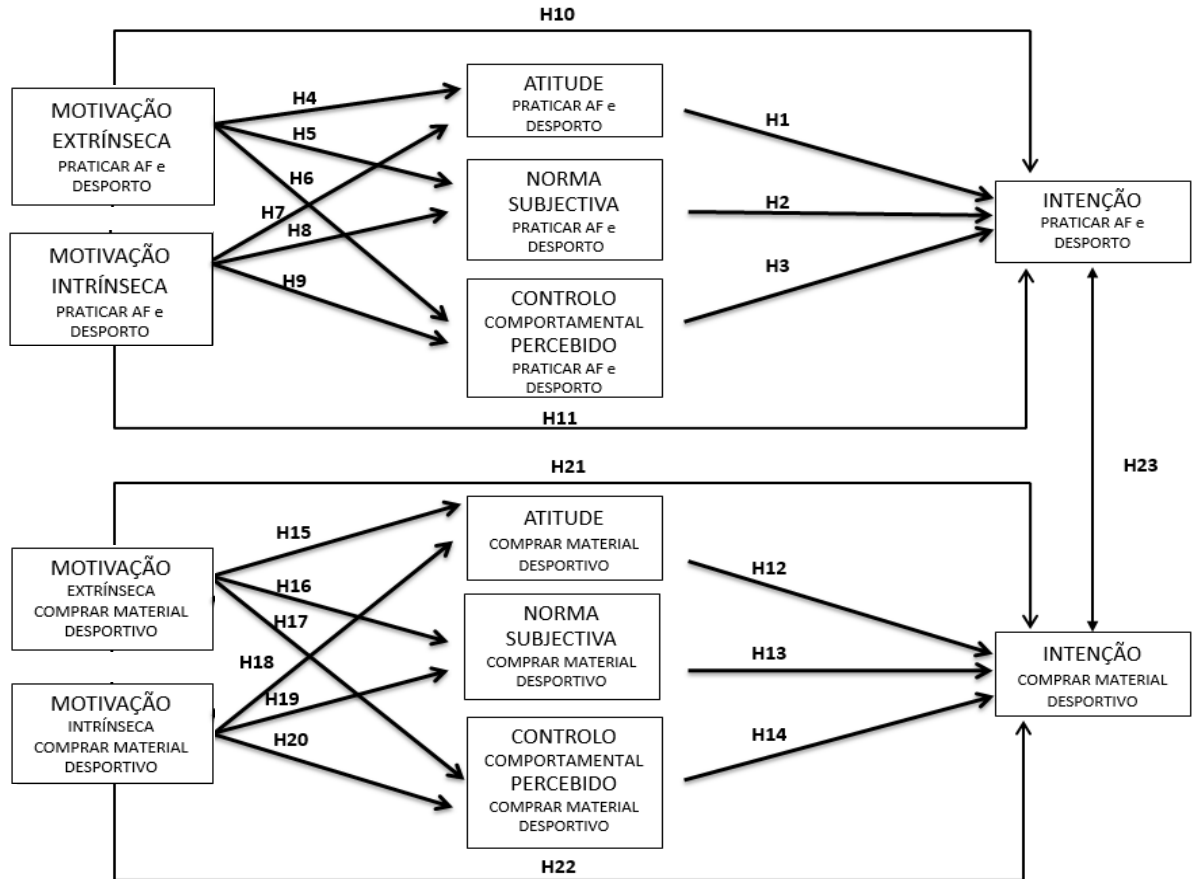
O consumo de artigos desportivos é muitas vezes usado para moldar uma identidade, geralmente positiva, para obter o reconhecimento e ter novas experiências sociais e corporais. Na literatura existem alguns argumentos que referem que o consumo de artigos desportivos contribui para a definição da identidade. Por exemplo, segundo um estudo realizado por Ohl e Marijke (2007) sobre o consumo de artigos desportivos, a compra destes artigos não é feita apenas pela necessidade na prática de desporto. Eles revelam valores, relações sociais e padrões de consumo que são uma parte integrante da cultura desportiva. Assim, apesar da cultura de consumo das marcas globais, a pressão do marketing e dos meios de comunicação, o uso e compra de artigos desportivos parece ser um importante recurso na construção da identidade do atleta e um primeiro impulso para a prática desportiva. Entendemos assim, existir uma relação entre a compra e o posterior desempenho do atleta.

Face ao exposto, passamos a propor a seguinte hipótese:

H23: A intenção de compra de material desportivo está positivamente correlacionada com a intenção de praticar desporto.

O modelo de investigação resultante da conjugação das hipóteses acima enunciadas encontra-se representado na Figura 5.

Figura 5. Modelo de investigação proposto



Fonte: elaboração própria

CAPÍTULO 4. METODOLOGIA

4.1. Enquadramento

A partir de revisão da literatura apresentada anteriormente, foi construído um modelo de investigação, que congrega um conjunto de hipóteses a testar. Posteriormente, foi traçada a metodologia para a validação dessas mesmas hipóteses, que assenta na aplicação de um estudo quantitativo, em forma de questionário, a uma amostra de praticantes de atividade física e desportiva.

Neste capítulo, é descrita a forma como a investigação foi desenvolvida, nas suas várias etapas. Começa-se por definir a população do estudo e por fazer uma breve descrição da amostra. Em seguida, é apresentado o instrumento que serviu de base à recolha de dados e são revelados os procedimentos adotados durante a recolha. Por último, são elencadas as técnicas estatísticas utilizadas no tratamento de dados.

4.2. População

A população alvo deste estudo é composta por indivíduos com 18 ou mais anos, residentes em Portugal e praticantes de atividade física ou de desporto.

Relativamente aos praticantes de atividade física ou desporto não federado, não existem dados oficiais sobre o número de praticantes. No entanto, segundo a PORDATA, existiam 523 995 atletas federados em Portugal no ano de 2013, com a caracterização apresentada na tabela seguinte. Estes indivíduos são maioritariamente do género masculino (74,5%) e têm idades até aos 16 anos (59,2%).

Tabela 4.1. Caraterização dos atletas federados em Portugal (2013)

		%
Género	Masculino	74,5%
	Feminino	24,5%
Idade	Até aos 16 anos	59,2%
	17-18 anos	8,7%
	19-35 anos	25,8%
	Mais 35 anos	6,3%

Fonte: PORDATA (2013)

4.3. Amostra

O estudo empírico deste trabalho teve por base uma amostra não-aleatória, de conveniência. A amostra é composta por elementos da rede de contactos do investigador, utilizadores de redes sociais (nomeadamente o Facebook), atletas de modalidades diversas e participantes em eventos desportivos. Recorreu-se a esta técnica de amostragem pela facilidade de contacto com os inquiridos e consequente rapidez e baixo custo da recolha de dados.

No total, foram recolhidas 492 respostas ao questionário. No entanto, dessas, apenas 375 foram consideradas válidas para o estudo, uma vez que as restantes foram respondidas por menores ou pessoas não praticantes de atividade física ou desporto.

Foi também estabelecido como critério para a definição da amostra, a utilização de respostas de indivíduos que praticavam atividade física ou desporto no mínimo 2 vezes por semana.

A caracterização da amostra encontra-se na tabela seguinte. Os elementos da amostra têm o seguinte perfil sociodemográfico:

- São do género masculino (84%);
- Têm entre 35 e 44 anos (37%);
- Residem na região Centro (67%);
- São licenciados (43%);
- São trabalhadores por conta de outrem (70%).

Tabela 4.2. Caracterização da amostra

		N	%
Género	Feminino	60	16%
	Masculino	315	84%
Idade	18-24 anos	33	9%
	25-34 anos	129	34%
	35-44 anos	137	37%
	45-54 anos	53	14%
	55-64 anos	21	6%
	65 e mais anos	2	1%

		N	%
Região	Alentejo	7	2%
	Algarve	6	2%
	Centro	250	67%
	Lisboa	33	9%
	Madeira	3	1%
	Norte	76	20%
Habilitações	2.º ciclo do ensino básico (6.º ano)	7	2%
	3.º ciclo do ensino básico (9.º ano)	23	6%
	Ensino secundário (12.º ano)	106	28%
	Licenciatura	163	43%
	Mestrado	70	19%
	Doutoramento	6	2%
Ocupação	Desempregado	19	5%
	Estudante	31	8%
	Reformado ou outras situações de inatividade	6	2%
	Trabalhador por conta de outrem	262	70%
	Trabalhador por conta própria	57	15%

Fonte: elaboração própria

4.4. Instrumento de recolha de dados

O instrumento de recolha de dados foi um questionário, aplicado à amostra de praticantes de atividade física e desporto portugueses. As escalas propostas para o questionário resultaram de uma revisão da literatura abrangente nas áreas do comportamento e motivações para a prática desportiva e compra de material desportivo.

4.4.1. Escalas

As escalas utilizadas para medir as diferentes variáveis em estudo foram adaptadas a partir da revisão da literatura. Apesar de todas as escalas terem sido já testadas e validadas, deve ter-se em conta que algumas foram retiradas de trabalhos muito recentes, pelo que podem vir a ser melhoradas no futuro.

Foram utilizadas escalas de Likert de 7 pontos (1 – discordo totalmente a 7 – concordo totalmente). A tabela seguinte expõe os construtos utilizados, itens das escalas e respetivas fontes bibliográficas.

Tabela 4.3. Escalas utilizadas no questionário

Construto		Itens		Referências bibliográficas
Prática de atividade física e desporto	Atitude (ATIT_PRAT)	ATIT_PRAT1	Para mim, praticar desporto é importante.	Lee <i>et al.</i> (2004)
		ATIT_PRAT 2	Para mim, praticar desporto é agradável.	
		ATIT_PRAT3	Para mim, praticar desporto é energizante.	
	Intenção (INT_PRAT)	INT_PRAT1	Estou a planear praticar desporto.	Hagger, Chatzisarantis, Biddle e Orbell (2001)
		INT_PRAT2	Tenho intenção de praticar desporto.	
		INT_PRAT3	Espero praticar desporto.	
	Norma subjetiva (NS_PRAT)	NS_PRAT1	A maioria das pessoas que são importantes para mim acha que deveria praticar desporto.	Lee <i>et al.</i> (2004)
		NS_PRAT2	A maioria das pessoas que são importantes para mim aprovaria que praticasse desporto.	
		NS_PRAT3	A maioria das pessoas que são importantes para mim iria apoiar que praticasse desporto.	
	Controlo comportamental percebido (CONT_PRAT)	CONT_PRAT1	Para mim, praticar desporto será muito fácil.	Lee <i>et al.</i> (2004)
		CONT_PRAT2	Praticar desporto depende exclusivamente de mim.	
		CONT_PRAT3	Sinto que está sob o meu controlo praticar desporto.	
Motivação intrínseca (MI_PRAT)	MI_PRAT 1	Pratico desporto, porque dá-me prazer aprender mais sobre o desporto que pratico.	Pelletier <i>et al.</i> (2013)	
	MI_PRAT 2	Pratico desporto, porque é agradável descobrir novas estratégias para melhorar a minha performance.		
	MI_PRAT 3	Pratico desporto, porque é importante aprender como posso melhorar.		
Motivação extrínseca (ME_PRAT) ⁸	ME_PRAT 1	Pratico desporto, porque praticar desporto reflete a minha essência.		
	ME_PRAT 2	Pratico desporto, porque acho que é uma boa forma de desenvolver aspetos de mim próprio que valorizo.		
	ME_PRAT 3	Pratico desporto, porque sinto-me melhor comigo mesmo quando o faço.		

⁸ Pelletier *et al.* (2013) consideram 4 tipos de motivação extrínseca: regulação externa, regulação introjetada, regulação identificada e regulação integrada. A escala da motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto utilizada neste estudo resultou da escolha de um item representativo das escalas de cada um dos tipos anteriormente indicados.

Construto		Itens		Referências bibliográficas
Compra de material desportivo		ME_PRAT 4	Pratico desporto, porque as pessoas que são importantes para mim ficariam desapontadas comigo se não o fizesse.	
	Atitude (ATIT_COMP)	ATIT_COMP1	Para mim, comprar material desportivo é importante.	Ajzen (2002b)
		ATIT_COMP2	Para mim, comprar material desportivo é agradável.	
		ATIT_COMP3	Para mim, comprar material desportivo é divertido.	
	Intenção (INT_COMP)	INT_COMP1	Irei comprar material desportivo.	Jin e Kang (2011)
		INT_COMP2	Estou a considerar comprar material desportivo.	
		INT_COMP3	Estou a planear comprar material desportivo.	
	Norma subjetiva (NS_COMP)	NS_COMP1	A maioria das pessoas que são importantes para mim acha que é bom comprar material desportivo.	Jin e Kang (2011)
		NS_COMP2	A maioria das pessoas que são importantes para mim acha que vale a pena comprar material desportivo.	
		NS_COMP3	A maioria das pessoas que são importantes para mim acha que é necessário comprar material desportivo.	
	Controlo comportamental percebido (CONT_COMP)	CONT_COMP1	Para mim, comprar material desportivo é fácil.	Lee <i>et al.</i> (2004)
		CONT_COMP2	Comprar material desportivo depende exclusivamente de mim.	
		CONT_COMP3	Sinto que está sob o meu controlo a possibilidade de comprar material desportivo.	
	Motivação intrínseca (MI_COMP)	MI_COMP1	Compro material desportivo, porque acho interessante.	Guay <i>et al.</i> (2000)
		MI_COMP2	Compro material desportivo, porque acho agradável.	
		MI_COMP3	Compro material desportivo, porque me sinto bem quando o faço.	
	Motivação extrínseca (ME_COMP) ⁹	ME_COMP1	Compro material desportivo, para o meu próprio bem.	Guay <i>et al.</i> (2000)
		ME_COMP2	Compro material desportivo, porque acho que é bom para a minha performance.	
ME_COMP3		Compro material desportivo, porque é suposto fazê-lo.		

⁹ Guay *et al.* (2000) consideram dois tipos de motivação extrínseca: regulação externa e regulação identificada. A escala da motivação extrínseca para a compra de material desportivo utilizada neste estudo resultou da escolha de dois itens representativos das escalas de cada um dos tipos anteriormente indicados.

Construto	Itens		Referências bibliográficas
	ME_COMP4	Compro material desportivo, porque é algo que tenho de fazer.	

Fonte: elaboração própria

4.4.2. Organização do questionário

Após uma breve introdução sobre o objetivo do estudo, o questionário iniciava-se, estando dividido em dois capítulos. O primeiro capítulo era dedicado às características gerais do respondente e estava organizado em 3 partes: perfil sociodemográfico, perfil do praticante de atividade física e/ou desportiva e perfil do comprador de material desportivo. O segundo capítulo do questionário organizava-se em 2 partes: motivação e comportamento sobre a prática de atividade física e/ou desportiva e motivação e comportamento sobre a compra de material desportivo.

Após as questões sobre o perfil sociodemográfico, foi colocada uma pergunta de filtro, que permitia selecionar apenas o público-alvo: Pratica desporto regularmente? (considere regularmente pelo menos 2 sessões por semana). Como efeito deste filtro, caso o inquirido respondesse “Não”, o questionário terminava imediatamente.

4.4.3. Pré-teste do questionário

Foi aplicado um pré-teste do questionário a uma amostra de conveniência de 35 indivíduos, com o objetivo de verificar o entendimento das perguntas, a organização e formatação do questionário, eventuais erros e o tempo de preenchimento. Na sequência do pré-teste, foram feitas apenas ligeiras alterações de forma a tornar a linguagem das perguntas mais clara.

4.5. Procedimentos de recolha de dados

A recolha de dados processou-se com recurso à plataforma Google Drive, onde foi alojado o questionário. A escolha desta ferramenta justifica-se por ser gratuita e pela facilidade de utilização e de armazenamento de dados.

A mobilização da amostra fez-se através do Facebook, em particular junto de amigos do investigador e em grupos temáticos relacionados com a prática desportiva. Para este efeito foi ainda utilizado a *mailing list* do investigador, privilegiando os contactos de atletas amadores e federados, dirigentes de clubes e associações desportivas.

O *link* de acesso ao questionário foi disponibilizado aproximadamente durante um mês, entre o dia 2 e 29 de Setembro de 2014.

4.6. Tratamento dos dados

Depois de recolhidos os dados, procedeu-se à verificação da codificação da base de dados alojada na plataforma Google Drive. Posteriormente, esta base de dados foi importada pelo *software* de análise estatística SPSS®, versão 22, onde foi realizado o tratamento estatístico. As técnicas estatísticas utilizadas foram de análise univariada, através de medidas de estatística descritiva e de tabelas de frequências, de análise bivariada, por intermédio de testes de hipóteses e de medidas de correlação, e de análise multivariada, por intermédio da análise fatorial exploratória, do alfa de Cronbach e de modelos de regressão linear múltipla.

CAPÍTULO 5. RESULTADOS

5.1. Enquadramento

Neste capítulo, procede-se à apresentação dos resultados do estudo empírico. Inicialmente, é feita a caracterização do comportamento de prática de atividade física e desporto, bem como do comportamento de compra de material desportivo.

Prossegue-se com a análise descritiva das escalas, por intermédio de tabelas de frequências e medidas de estatística descritiva.

Posteriormente, são elencados os resultados da análise fatorial, que avalia a dimensionalidade das escalas, e da análise dos itens e do alfa de *Cronbach*, que avaliam a fiabilidade das escalas.

A terminar o capítulo, são descritos os resultados das regressões lineares múltiplas e do coeficiente de correlação, que permitem obter conclusões quanto à verificação das hipóteses estabelecidas no modelo de investigação.

5.2. Comportamento de prática de atividade física e desporto

Os dados apresentados na tabela seguinte permitem perceber que a maioria dos indivíduos da amostra pratica desporto a nível competitivo (52%), tem uma frequência de treino entre 3 a 5 sessões por semana (38,7%) e um total de 2 horas de treino por semana (30,4%).

Tabela 5.1. Prática de atividade física e desporto

		N	%
Participação competitiva	Sim	195	52%
	Não	180	48%
Frequência de treino por semana	2 sessões	66	17,6%
	3-5 sessões	145	38,7%
	6-7 sessões	111	29,6%
	8 e mais sessões	53	14,1%
Horas de treino por semana	2	114	30,4%
	3	94	25%
	4	66	17,6%
	5	45	12,0%
	6	32	8,5%
	7 e mais horas	11	6,4%

Fonte: elaboração própria

Quando questionados sobre os desportos praticados, os inquiridos apontaram o ciclismo (49,6%) no topo das suas preferências, logo seguido do atletismo (42,4%) e dos ginásios/fitness (31,2%), conforme pode ser constatado na tabela 5.2.

Tabela 5.2. Taxa de participação por modalidade

Modalidade	N	%
Atletismo (running, trail, etc.)	159	42,4%
Basquetebol	4	1,1%
Bodyboard	1	0,3%
Caminhada	10	2,7%
Canoagem	3	0,8%
Canyoning	1	0,3%
Ciclismo (BTT ou Estrada)	186	49,6%
Desportos de combate	15	4,0%
Equitação	1	0,3%
Escalada	3	0,8%
Esqui Alpino	1	0,3%
Futebol	42	11,2%
Futsal	43	11,5%
Ginásio/fitness	117	31,2%
Motocross	1	0,3%
Natação	62	16,5%
Orientação	2	0,6%
Padel	1	0,3%
Pesca	4	1,1%
Pilates	1	0,3%
Remo	1	0,3%
Rugby	2	0,5%
SUP	1	0,3%
Surf	3	0,8%
Ténis	8	2,1%
Ténis de mesa	6	1,6%
Tiro	2	0,5%
Tiro com arco	1	0,3%
Trial bike	1	0,3%
Voleibol	12	3,2%
Windsurf	1	0,3%

Fonte: elaboração própria

5.3. Comportamento de compra de material desportivo

De acordo com os resultados expostos na tabela 5.3, a maioria dos compradores de material desportivo gasta entre 101 e 250€ por época (34%) e realiza as suas compras em lojas físicas (94%).

Tabela 5.3. Compra de material desportivo

		N	%
Gasto por época	Até 100€	118	31%
	Entre 101€ e 250€	126	34%
	Entre 251€ e 500€	83	22%
	Entre 501€ e 1 000€	28	7%
	Mais de 1 000€	20	5%
Local de compra	Feiras da especialidade	14	4%
	Loja física	354	94%
	Loja <i>online</i>	146	39%
	Outro	4	1%

Fonte: elaboração própria

Na tabela 5.4 é possível verificar que o comprador de material desportivo segue um processo de decisão estruturado, manifestando uma tendência reduzida para comprar por impulso e pesquisando informação relevante antes da compra. Por outro lado, o preço é considerado medianamente como um bom indicador da qualidade. Os resultados revelam ainda que a lealdade às marcas e locais de compra se situa num nível baixo a médio. Finalmente, a procura por produtos mais recentes e inovadores fica ligeiramente abaixo do nível médio.

Tabela 5.4. Comportamento de compra de material desportivo

	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão
Costumo comprar por impulso	2,58	2,00	1	1,436
Costumo ser facilmente tentado a comprar	2,67	2,00	2	1,461
Procuro informação antes de comprar	5,69	6,00	7	1,432
Antes de comprar recolho informação sobre várias marcas e produtos concorrentes	5,48	6,00	7	1,488
Antes de comprar percorro vários locais para comparar preços	5,06	5,00	7	1,690
Para mim, o preço de um produto é um bom indicador da sua qualidade	3,94	4,00	4	1,464
Sou fiel ao local onde compro	3,82	4,00	4	1,696

	Média	Mediana	Moda	Desvio
Procuro sempre os últimos modelos e as últimas inovações em materiais	3,70	4,00	4	1,660
Sou fiel às marcas que compro	4,09	4,00	4	1,725

Escala: 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente)

Fonte: elaboração própria

5.4. Análise descritiva das escalas

Neste ponto, são analisadas cada uma das variáveis sob o ponto de vista da estatística descritiva, com a apresentação e interpretação das tabelas de frequências e de várias medidas de localização e dispersão (média, mediana, moda e desvio padrão).

5.4.1. Atitude em relação à compra de material desportivo

O construto atitude em relação à compra de material desportivo é medido pelos três itens expostos na tabela seguinte. Pode concluir-se que todos eles têm uma média a rondar o ponto médio da escala de Likert (4), variando entre os 3,9 e 4,7. A moda e a mediana variam ambas entre 4 e 5. Os resultados mostram que existe uma atitude medianamente favorável dos praticantes de atividade física e desporto relativamente à compra de material desportivo.

Tabela 5.5. Frequências e medidas de estatística descritiva – atitude em relação à compra de material desportivo

		ATIT_COMP1	ATIT_COMP2	ATIT_COMP3
%	1 - Discordo completamente	2,7	6,2	11,4
	2	5,6	7,2	13,8
	3	13,6	14,2	14,1
	4	22,4	21,7	21,7
	5	24,0	21,7	17,6
	6	16,3	17,4	13,3
	7 - Concordo completamente	15,5	11,5	8,1
Média		4,7	4,4	3,9
Mediana		5,0	5,0	4,0
Moda		5,0	4,0	4,0
Desvio padrão		1,5	1,7	1,8

Fonte: elaboração própria

5.4.2. Atitude em relação à prática de atividade física e desporto

Relativamente ao constructo atitude em relação à prática de atividade física e desporto, verificamos que as médias são muito semelhantes e elevadas para os três itens. As medianas e modas apresentam o mesmo valor, sendo este o correspondente ao ponto mais elevado da escala de Likert utilizada (7). Estes dados revelam que os inquiridos têm uma posição muito favorável em relação à prática de atividade física e desporto.

Tabela 5.6. Frequências e medidas de estatística descritiva – atitude na prática de atividade física e desporto

		ATIT_PRAT1	ATIT_PRAT2	ATIT_PRAT3
%	1 - Discordo completamente	0,3	0,3	0,3
	2	0,3	0,3	0,8
	3	2,4	2,7	2,4
	4	4,8	5,6	5,6
	5	4,5	5,3	7,7
	6	19,2	24,3	22,1
	7 - Concordo completamente	68,5	61,6	61,1
Média		6,4	6,3	6,3
Mediana		7,0	7,0	7,0
Moda		7,0	7,0	7,0
Desvio padrão		1,0	1,1	1,1

Fonte: elaboração própria

5.4.3. Controlo comportamental sobre a compra de material desportivo

No caso do controlo comportamental sobre a compra de material desportivo, as médias dos itens apresentam valores entre os 4,9 e os 5,1. Relativamente à mediana, os valores variam entre 5 e 6 e, no caso da moda, variam entre 5 e 7. Os resultados evidenciam que os inquiridos percecionam um nível de controlo elevado sobre a compra de material desportivo.

Tabela 5.7. Frequências e medidas de estatística descritiva – controlo comportamental sobre a compra de material desportivo

		CONT_COMP1	CONT_COMP2	CONT_COMP3
%	1 - Discordo completamente	2,4	1,9	4,9
	2	3,8	4,9	6,2
	3	12,4	9,2	8,9
	4	18,5	13,0	13,2
	5	25,0	17,9	19,1
	6	23,7	20,7	20,5
	7 - Concordo completamente	14,2	32,3	27,2
Média		4,9	5,3	5,1
Mediana		5,0	6,0	5,0
Moda		5,0	7,0	7,0
Desvio padrão		1,5	1,6	1,8

Fonte: elaboração própria

5.4.4. Controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto

Os três itens que compõem o constructo controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto apresentam valores das médias que variam entre 5,6 e 6,0. Por seu turno, as medianas são de 6 e as modas de 7 nos três itens. Estes resultados mostram que os inquiridos têm um elevado nível de controlo sobre a prática de atividade física e desporto.

Tabela 5.8. Frequências e medidas de estatística descritiva – controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto

		CONT_PRAT1	CONT_PRAT2	CONT_PRAT3
%	1 - Discordo completamente	2,4	0,5	0,5
	2	4,0	2,4	1,9
	3	5,3	5,6	3,5
	4	10,7	9,6	7,5
	5	16,8	16,0	14,1
	6	19,7	20,5	26,1
	7 - Concordo completamente	41,1	45,3	46,4
Média		5,6	5,8	6,0
Mediana		6,0	6,0	6,0
Moda		7,0	7,0	7,0
Desvio padrão		1,6	1,4	1,3

Fonte: elaboração própria

5.4.5. Intenção de comprar material desportivo

Sobre o constructo intenção de comprar material desportivo, podemos afirmar que os valores das médias oscilam entre 4,8 e 4,9. A mediana é 5 nos três itens e a moda varia entre 5 e 7. Os dados revelam que os praticantes de atividade física e desporto têm uma forte intenção de comprar material desportivo que dê suporte à sua atividade.

Tabela 5.9. Frequências e medidas de estatística descritiva – intenção de comprar material desportivo

		INT_COMP1	INT_COMP2	INT_COMP3
%	1 - Discordo completamente	3,5	5,9	5,1
	2	5,6	6,1	8,1
	3	9,6	11,7	11,1
	4	20,5	19,5	18,6
	5	21,1	18,1	17,3
	6	19,5	16,8	15,4
	7 - Concordo completamente	20,3	21,9	24,5
Média		4,9	4,8	4,8
Mediana		5,0	5,0	5,0
Moda		5,0	7,0	7,0
Desvio padrão		1,6	1,8	1,8

Fonte: elaboração própria

5.4.6. Intenção de praticar atividade física e desporto

Em linha com os resultados do construto atitudinal, a intenção de praticar atividade física e desporto apresenta valores das médias dos três itens muito próximos, oscilando entre 6,3 e 6,4. As medianas e modas correspondem ao valor máximo da escala de Likert (7). Concluimos assim que os inquiridos têm uma intenção muito forte de praticar atividade física e desporto.

Tabela 5.10. Frequências e medidas de estatística descritiva – intenção de comprar material desportivo

		INT_PRAT1	INT_PRAT2	INT_PRAT3
%	1 - Discordo completamente	1,1	0,5	1,3
	2	1,3	0,3	0,3
	3	3,2	2,9	3,5
	4	5,9	4,8	5,6
	5	4,0	4,5	5,3
	6	15,2	16,8	15,2
	7 - Concordo completamente	69,3	70,1	68,8
Média		6,3	6,4	6,3
Mediana		7,0	7,0	7,0
Moda		7,0	7,0	7,0
Desvio padrão		1,3	1,1	1,2

Fonte: elaboração própria

5.4.7. Motivação extrínseca para a compra de material desportivo

Decidimos utilizar 4 itens para medir o constructo motivação extrínseca para a compra de material desportivo e verificamos não existir uma tendência clara de resposta na escala apresentada. A média tem uma variação entre os 3,5 e 5,1. Já no caso da moda, esta varia entre 5 e 6 e a mediana entre 4 e 5. Com exceção do item ME_COMP3, os resultados apontam para um nível mediano a elevado de motivação extrínseca para a compra de material desportivo.

Tabela 5.11. Frequências e medidas de estatística descritiva – motivação extrínseca para a compra de material desportivo

		ME_COMP1	ME_COMP2	ME_COMP3	ME_COMP4
%	1 - Discordo completamente	2,7	2,7	19,2	10,7
	2	4,3	4,9	16,3	14,1
	3	8,6	11,7	13,0	7,7
	4	16,4	12,8	22,5	16,3
	5	21,8	25,5	10,8	20,0
	6	24,3	19,8	9,5	16,0
	7 - Concordo completamente	21,8	22,6	8,7	15,2
Média		5,1	5,0	3,5	4,3
Mediana		5,0	5,0	4,0	5,0
Moda		6,0	5,0	4,0	5,0
Desvio padrão		1,6	1,6	1,9	1,9

Fonte: elaboração própria

5.4.8. Motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto

Relativamente ao construto motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto, verificamos que as médias dos itens têm uma variação entre 4,8 e 6,4. Quanto às moda e às medianas, estas variam entre 5 e 7. Os resultados revelam um nível elevado de motivação extrínseca para a prática de atividades física e desporto.

Tabela 5.12. Frequências e medidas de estatística descritiva – motivação extrínseca para a prática de atividade física

		ME_PRAT1	ME_PRAT2	ME_PRAT3	ME_PRAT4
%	1 - Discordo completamente	2,4	0,3	0,0	5,1
	2	3,5	0,8	0,0	9,3
	3	4,3	4,3	1,9	5,6
	4	12,8	6,7	4,3	17,3
	5	14,9	16,3	7,5	21,9
	6	23,5	27,7	22,1	21,1
	7 - Concordo completamente	38,7	44,0	64,3	19,7
Média		5,6	6,0	6,4	4,8
Mediana		6,0	6,0	7,0	5,0
Moda		7,0	7,0	7,0	5,0
Desvio padrão		1,6	1,2	0,9	1,7

Fonte: elaboração própria

5.4.9. Motivação intrínseca para a compra de material desportivo

Na tabela 5.13, observamos que as médias dos itens do construto motivação intrínseca para a compra de material desportivo variam entre 3,4 e 3,9. Por seu turno, as medianas variam entre 3 e 4, enquanto que as modas variam entre 3 e 5. Estes resultados mostram níveis relativamente baixos de motivação intrínseca para a compra de material desportivo.

Tabela 5.13. Frequências e medidas de estatística descritiva – motivação intrínseca para a compra de material desportivo

		MI_COMP1	MI_COMP2	MI_COMP3
%	1 - Discordo completamente	18,6	12,6	17,3
	2	15,8	14,7	17,3
	3	21,0	14,2	15,2
	4	18,0	19,3	18,2
	5	12,0	20,3	15,4
	6	9,0	10,2	10,0
	7 - Concordo completamente	5,5	8,8	6,5
Média		3,4	3,9	3,5
Mediana		3,0	4,0	4,0
Moda		3,0	5,0	4,0
Desvio Padrão		1,8	1,8	1,8

Fonte: elaboração própria

5.4.10. Motivação intrínseca para a prática de atividade física e desporto

No que respeita ao construto motivação intrínseca para a prática de atividade física e desporto, verificamos uma grande consistência entre os três itens da escala, uma vez que os valores das médias dos itens apresentam-se muito próximos, variando entre 5,5 e 5,8. Da mesma forma, os valores das medianas são os mesmos nos três itens (6), assim como os valores das modas (7). Os resultados permitem-nos afirmar que os inquiridos têm uma grande motivação intrínseca para a prática de atividade física e desporto.

Tabela 5.14. Frequências e medidas de estatística descritiva – motivação intrínseca para a prática de atividade física e desporto

		MI_PRAT1	MI_PRAT2	MI_PRAT3
%	1 - Discordo completamente	1,9	0,8	0,5
	2	3,5	1,6	2,4
	3	7,7	5,3	4,0
	4	13,1	13,3	11,2
	5	13,3	19,2	16,5
	6	22,1	23,7	26,7
	7 - Concordo completamente	38,4	36,0	38,7
Média		5,5	5,6	5,8
Mediana		6,0	6,0	6,0
Moda		7,0	7,0	7,0
Desvio Padrão		1,6	1,4	1,3

Fonte: elaboração própria

5.4.11. Norma subjetiva sobre a compra de material desportivo

Os três itens que compõem esta escala apresentam valores muito próximos para as médias, as quais variam entre 3,8 e 4,1. As medianas e as modas correspondem ao valor médio da escala de Likert (4). Estes resultados indiciam que os inquiridos são medianamente influenciados pelos seus referentes sociais para a compra de material desportivo.

Tabela 5.15. Frequências e medidas de estatística descritiva – norma subjetiva sobre a compra de material desportivo

		NS_COMP1	NS_COMP2	NS_COMP3
%	1 - Discordo completamente	6,7	5,9	11,1
	2	10,4	12,4	13,7
	3	18,4	14,0	16,7
	4	29,7	29,4	24,3
	5	16,6	20,2	17,8
	6	10,2	11,1	10,2
	7 - Concordo completamente	8,0	7,0	6,2
Média		4,0	4,1	3,8
Mediana		4,0	4,0	4,0
Moda		4,0	4,0	4,0
Desvio Padrão		1,6	1,6	1,7

Fonte: elaboração própria

5.4.12. Norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto

Por último, o constructo norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto apresenta valores próximos das medidas de tendência central para os três itens em análise. No caso da média, os valores variam entre 5,5 e 6,1. A mediana varia entre 6 e 7 e a moda é 7 para os três itens. Os resultados evidenciam que os inquiridos são fortemente influenciados pelos seus referentes sociais para a prática de atividade física e desporto.

Tabela 5.16. Frequências e medidas de estatística descritiva – norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto

		NS_PRAT1	NS_PRAT_2	NS_PRAT_3
%	1 - Discordo completamente	1,9	0,8	1,3
	2	2,4	0,5	0,3
	3	6,1	4,0	3,7
	4	16,0	8,3	8,3
	5	15,2	8,5	10,9
	6	25,1	26,7	28,3
	7 - Concordo completamente	33,3	51,2	47,2
Média		5,5	6,1	6,0
Mediana		6,0	7,0	6,0
Moda		7,0	7,0	7,0
Desvio Padrão		1,5	1,3	1,3

Fonte: elaboração própria

5.5. Análise da dimensionalidade e da fiabilidade das escalas

Um estudo com estas características obriga a averiguar algumas propriedades psicométricas das escalas, entre as quais, a dimensionalidade e a fiabilidade (Moreira, 2009; Netemeyer *et al.*, 2003). Para tal, verificou-se numa primeira fase a dimensionalidade das escalas, através da análise fatorial com o método de extração das componentes principais, seguida da avaliação à sua fiabilidade, na vertente consistência interna, através da análise dos itens e do alfa de *Cronbach*.

Na tabela seguinte são apresentados os valores finais da análise fatorial. O teste de esfericidade de Bartlett mostra um valor-p de 0,000 em todas as escalas e a estatística de KMO exhibe em todos os casos valores superiores a 0,500, que segundo Pestana e Gageiro (2005) é o valor mínimo aceitável para este indicador. Desta forma, ambos os testes permitiram avançar com a análise fatorial.

Para a retenção dos fatores, utilizou-se o critério de Kaiser, segundo o qual são retidos os fatores com valores próprios superiores a um (Pestana & Gageiro, 2005). Em resultado da aplicação deste critério, foi retido apenas um fator em cada construto.

Olhando para a coluna da variância explicada pelos fatores retidos, verifica-se que esta assume em todos os casos valores acima dos 60%, que a literatura indica como referência mínima (Pestana & Gageiro, 2005).

À exceção do item 1 do constructo CONT_PRAT, todas as variáveis apresentam valores dos pesos fatoriais e das comunalidades superiores aos mínimos de referência, que se situam nos 0,50 e nos 0,70, respetivamente (Hair *et al.*, 2010). Decidimos não eliminar aquele item, porque os valores dos referidos indicadores se encontram muito próximos dos pontos de corte e os restantes indicadores da análise fatorial são satisfatórios.

Tabela 5.17. Análise fatorial

Escalas	Itens	KMO	Teste Bartlett (valor p)	Nº de fatores retidos	Variância explicada (%)	Comunalidades	Pesos
ATIT_COMP	1	0,668	0,00	1	70,680	0,600	0,775
	2					0,791	0,889
	3					0,730	0,854
ATIT_PRAT	1	0,716	0,00	1	78,448	0,714	0,845
	2					0,825	0,908
	3					0,814	0,902
CONT_COMP	1	0,633	0,00	1	67,438	0,508	0,713
	2					0,783	0,885
	3					0,732	0,855
CONT_PRAT	1	0,604	0,00	1	68,890	0,485	0,697
	2					0,752	0,867
	3					0,830	0,911
INT_COMP	1	0,751	0,00	1	89,807	0,871	0,933
	2					0,929	0,964
	3					0,894	0,946
INT_PRAT	1	0,736	0,00	1	82,360	0,805	0,897
	2					0,864	0,929
	3					0,802	0,895
ME_COMP	1	0,658	0,00	1	63,713	0,698	0,836
	2					0,666	0,816
	4					0,547	0,740
ME_PRAT	1	0,701	0,00	1	73,790	0,724	0,851
	2					0,797	0,893
	3					0,693	0,832
MI_COMP	1	0,730	0,00	1	80,818	0,776	0,881
	2					0,851	0,922
	3					0,798	0,893

Escalas	Itens	KMO	Teste	Nº de	Variância	Comuna-	Pesos
MI_PRAT	1	0,700	0,00	1	77,122	0,706	0,840
	2					0,770	0,878
	3					0,838	0,915
NS_COMP	1	0,733	0,00	1	81,857	0,765	0,875
	2					0,847	0,920
	3					0,843	0,918
NS_PRAT	1	0,688	0,00	1	77,608	0,656	0,810
	2					0,838	0,915
	3					0,834	0,913

Fonte: elaboração própria

De referir que, numa primeira análise, os construtos motivação extrínseca para a compra de material desportivo e motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto apresentaram alguns problemas na análise fatorial¹⁰. No que respeita à motivação extrínseca para a compra de material desportivo, a variância explicada era inferior a 60%, tendo-se optado por eliminar o item ME_COMP3 por ser aquele que apresentava a menor comunalidade e o menor peso fatorial. Relativamente à motivação extrínseca para a prática de atividade física e desporto, foi eliminado o item ME_PRAT4, por apresentar uma comunalidade e um peso fatorial significativamente abaixo dos valores mínimos de referência.

Depois desta análise, podemos concluir que os resultados obtidos sugerem a unidimensionalidade de todas as escalas utilizadas no questionário.

No que respeita à consistência interna das escalas, os resultados expostos na tabela que se segue permitem observar que as correlações inter-itens são superiores ao patamar mínimo de 0,30 proposto na literatura (Robinson *et. al.* 1991). Por outro lado, na grande maioria dos construtos, as correlações item-total são superiores a 0,50, conforme sugerido na literatura como valor mínimo de referência (Robinson *et. al.* 1991). Contudo, verificamos que existem três itens de diferentes escalas, com valores abaixo do limiar mínimo, embora relativamente próximos deste.

¹⁰ Cf. Anexo B.

Os valores do alfa de Cronbach de todas as escalas estão muito acima do valor mínimo de referência de 0,60 indicado na literatura (Pestana & Gageiro, 2005), oscilando entre 0,703 e 0,943.

Tabela 5.18. Análise dos itens e alfa de Cronbach

Escalas	Itens	Correlação inter-itens	Correlação item total	Alfa de Cronbach
ATIT_COMP	1	0,456 - 0,538	0,541	0,791
	2	0,538 - 0,679	0,717	
	3	0,456 - 0,679	0,651	
ATIT_PRAT	1	0,625 - 0,639	0,673	0,862
	2	0,639 - 0,764	0,781	
	3	0,625 - 0,764	0,768	
CONT_COMP	1	0,383 - 0,454	0,455	0,756
	2	0,454 - 0,680	0,692	
	3	0,383 - 0,680	0,631	
CONT_PRAT	1	0,360 - 0,473	0,444	0,753
	2	0,360 - 0,740	0,615	
	3	0,473 - 0,740	0,725	
INT_COMP	1	0,803 - 0,853	0,853	0,943
	2	0,853 - 0,885	0,916	
	3	0,803 - 0,885	0,879	
INT_PRAT	1	0,681 - 0,765	0,767	0,889
	2	0,760 - 0,765	0,832	
	3	0,681 - 0,760	0,763	
ME_COMP	1	0,427 - 0,546	0,575	0,703
	2	0,389 - 0,546	0,542	
	4	0,389 - 0,427	0,464	
ME_PRAT	1	0,531 - 0,662	0,669	0,801
	2	0,625 - 0,662	0,734	
	3	0,531 - 0,625	0,627	
MI_COMP	1	0,654 - 0,727	0,737	0,881
	2	0,727 - 0,754	0,815	
	3	0,654 - 0,754	0,758	
MI_PRAT	1	0,569 - 0,661	0,659	0,845
	2	0,569 - 0,738	0,709	
	3	0,661 - 0,738	0,786	
NS_COMP	1	0,690 - 0,695	0,730	0,889
	2	0,695 - 0,797	0,813	
	3	0,690 - 0,797	0,807	
NS_PRAT	1	0,586 - 0,591	0,619	0,845
	2	0,591 - 0,807	0,774	
	3	0,586 - 0,807	0,769	

Fonte: elaboração própria

Os resultados obtidos permitem-nos concluir que todas as escalas utilizadas no questionário têm uma adequada consistência interna.

5.6. Análise de regressão linear

A regressão linear é um poderoso instrumento para resumir a natureza da associação entre variáveis e para fazer previsões acerca dos valores da variável dependente (Pestana & Gageiro, 2005). Na regressão linear simples, o objetivo é sintetizar a associação entre duas variáveis (independente e dependente), produzindo uma reta de regressão que se aproxime dos dados recolhidos. Relativamente à regressão linear múltipla, o modelo integra mais do que uma variável independente.

Na condução da análise de regressão linear foram aferidos o teste t e o teste F. O primeiro permite analisar a significância dos coeficientes de regressão (Pestana & Gageiro, 2005). Considerando um nível de significância de 0,05, um módulo do valor t superior a 1,96 vem rejeitar a hipótese nula, concluindo-se que os parâmetros do modelo são estatisticamente diferentes de zero.

Por seu turno, o teste F testa a significância da regressão, isto é, se existe uma associação linear entre as variáveis independentes e a dependente (Pestana & Gageiro, 2005). Um valor p inferior a 0,05 indica que o modelo faz sentido, ou seja, que o coeficiente de determinação (R^2) é diferente de zero. Por sua vez, este varia entre 0 e 1 e é tanto melhor quanto mais se aproximar de 1.

De seguida apresentam-se os resultados da análise de regressão múltipla, com o intuito de concluir sobre a validade das hipóteses colocadas no modelo de investigação.

5.6.1. Fatores que influenciam a intenção de praticar atividade física e desporto

A partir da tabela 5.17, podemos concluir que atitude tem uma influência positiva e estatisticamente significativa na intenção de praticar atividade física e desporto ($\beta=0,42$; valor $t=3,225$). Logo, a hipótese H1 é confirmada.

Por outro lado, a norma subjetiva também exerce uma influência positiva e estatisticamente significativa na intenção de praticar atividade física e desporto ($\beta=0,21$; valor $t=4,78$). Assim, a hipótese H2 é confirmada.

Relativamente ao controlo comportamental, este também tem um impacto positivo e estatisticamente significativo na intenção de praticar atividade física e desporto ($\beta=0,17$; valor $t=3,74$). Deste modo, a hipótese H3 é confirmada.

Não se confirma a influência da motivação extrínseca na intenção de praticar atividade física e desporto, uma vez que a variável apresenta um impacto nulo e estatisticamente não significativo ($\beta=0,00$; valor $t=0,01$). Por esta razão, a hipótese H10 não é corroborada.

Sobre a influência da motivação intrínseca na intenção de praticar atividade física e desporto, verificamos que a variável tem uma influência positiva, no entanto esta é estatisticamente não significativa ($\beta=0,05$; valor $t=0,76$). Deste modo, a hipótese H11 também não é corroborada.

Globalmente, os resultados indicam que a intenção de praticar atividade física e desporto é explicada em 51% pelas 5 variáveis explicativas, sendo a atitude a variável com maior influência ($\beta=0,42$). Este modelo é adequado para descrever as relações entre as variáveis, uma vez que o valor-p do teste F é inferior a 0,05.

Tabela 5.19. Determinantes da intenção de praticar atividade física e desporto.

Variáveis	β	Valor t
ATIT_PRAT	0,42	6,39
NS_PRAT	0,21	4,78
CONT_PRAT	0,17	3,74
ME_PRAT	0,00	0,01
MI_PRAT	0,05	0,76
R	0,71	
R ²	0,51	
Teste F	76,83	
Valor p	0,00	

Fonte: elaboração própria

5.6.2. Fatores que influenciam a atitude sobre a prática de atividade física e desporto

Após análise da tabela 5.18, verificamos que a motivação extrínseca tem uma influência positiva e estatisticamente significativa sobre a atitude em relação à prática de atividade física e desporto ($\beta=0,697$; valor $t=14,183$). Assim, confirmamos a hipótese H4.

Observamos ainda que a motivação intrínseca revela uma influência positiva e estatisticamente significativa na atitude em relação à prática de atividade física e desporto ($\beta=0,151$; valor $t=3,067$). Deste modo, confirmamos a hipótese H7.

Podemos concluir que a atitude em relação à prática de atividade física e desporto é explicada em 67,6% pelas duas variáveis independentes acima indicadas. O teste F permite concluir da validade do modelo, uma vez que o valor p é inferior a 0,05.

Tabela 5.20 - Determinantes da atitude em relação à prática de atividade física e desporto

Variáveis	β	Valor t
ME_PRAT	0,697	14,183
MI_PRAT	0,151	3,067
R	0,822	
R ²	0,676	
Teste F	388,737	
Valor p	0,000	

Fonte: elaboração própria

5.6.3. Fatores que influenciam a norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto

A norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto é influenciada de forma positiva e estatisticamente significativa pela motivação extrínseca ($\beta=0,380$; valor $t=5,311$) e também pela motivação intrínseca ($\beta=0,207$; valor $t=2,885$). Confirmamos, assim, as hipóteses H5 e H8.

Segundo os valores apresentados na tabela 5.19, a norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto é explicada em 31,3% por aquelas duas variáveis

independentes. Confirmamos também a validade deste modelo, uma vez que o valor p do teste F é inferior a 0,05.

Tabela 5.21. Determinantes da norma subjetiva sobre a prática de atividade física e desporto

Variáveis	β	Valor t
ME_PRAT	0,380	5,311
MI_PRAT	0,207	2,885
R	0,559	
R ²	0,313	
Teste F	84,705	
Valor p	0,000	

Fonte: elaboração própria

5.6.4. Fatores que influenciam o controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto

O controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto é influenciado de forma positiva e estatisticamente significativa pela motivação extrínseca ($\beta=0,315$; valor $t=4,390$) e pela motivação intrínseca ($\beta=0,274$; valor $t=3,826$). Logo, confirmamos as hipóteses H6 e H9.

Segundo os valores apresentados na tabela 5.20, o controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto é explicado em 31,2% por aquelas duas variáveis independentes. Confirmamos também a validade deste modelo, uma vez que o teste F tem um valor p inferior a 0,05.

Tabela 5.22. Determinantes do controlo comportamental sobre a prática de atividade física e desporto

Variáveis	β	Valor t
ME_COMP	0,315	4,390
MI_COMP	0,274	3,826
R	0,559	
R ²	0,312	
Teste F	84,332	
Valor p	0,000	

Fonte: elaboração própria

5.6.5. Fatores que influenciam a intenção sobre a compra de material desportivo

A análise das determinantes respeitantes à intenção de compra de material desportivo pode ser consultada na tabela 5.21.

A atitude tem uma influência positiva e estatisticamente significativa na intenção de compra de material desportivo ($\beta=0,316$; valor $t=4,139$). Assim, a hipótese H12 é confirmada.

Por sua vez, a norma subjetiva exerce uma influência positiva e estatisticamente significativa na intenção de compra de material desportivo ($\beta=0,252$; valor $t=4,189$). Deste modo, confirmamos a hipótese H13.

No que respeita ao controlo comportamental, este tem um impacto positivo e estatisticamente significativo na intenção de compra de material desportivo ($\beta=0,136$; valor $t=3,047$). Como tal, confirmamos a hipótese H14.

Sobre a influência da motivação extrínseca na intenção de compra de material desportivo, verificamos que esta é positiva e estatisticamente significativa ($\beta=0,263$; valor $t=4,604$), o que nos permite confirmar a hipótese H21.

Relativamente à influência da motivação intrínseca sobre a intenção de compra de material desportivo, verificamos que esta é negativa e estatisticamente não significativa ($\beta=-0,135$; valor $t=-1,959$). Por estas razões, a hipótese H22 não pode ser corroborada.

Globalmente, os resultados indicam que a intenção de comprar material desportivo é explicada em 48,6% por aquelas 5 variáveis independentes. Este modelo é adequado para descrever as relações entre as variáveis, uma vez que o valor p do teste F é inferior a 0,05.

Tabela 5.23. Determinantes da intenção de compra de material desportivo

Variáveis	β	Valor t
ATIT_COMP	0,316	4,139
NS_COMP	0,252	4,189
CONT_COMP	0,136	3,047
ME_COMP	0,263	4,604
MI_COMP	-0,135	-1,959
R	0,687	
R ²	0,486	
Teste F	60,020	
Valor p	0,000	

Fonte: elaboração própria

5.6.6. Fatores que influenciam a atitude sobre a compra de material desportivo

Verificamos que a motivação extrínseca tem uma influência positiva e estatisticamente significativa sobre a atitude em relação à compra de material desportivo ($\beta=0,367$; valor $t=10,522$). Assim, confirmamos a hipótese H15.

Observamos ainda que a motivação intrínseca revela uma influência positiva e estatisticamente significativa na atitude em relação à compra de material desportivo ($\beta=0,583$; valor $t=16,718$). Confirmamos assim a hipótese H18.

Podemos concluir que a atitude em relação à compra de material desportivo é explicada em 70,1% por aquelas duas variáveis independentes. O teste F permite concluir da validade do modelo, uma vez que o valor p é inferior a 0,05.

Tabela 5.24. Determinantes da atitude em relação à compra de material desportivo

Variáveis	β	Valor t
ME_COMP	0,367	10,522
MI_COMP	0,583	16,718
R	0,837	
R ²	0,701	
Teste F	399,867	
Valor p	0,000	

Fonte: elaboração própria

5.6.7. Fatores que influenciam a norma subjetiva sobre a compra de material desportivo

A norma subjetiva sobre a compra de material desportivo é influenciada de forma positiva e estatisticamente significativa pela motivação extrínseca ($\beta=0,307$; valor $t=7,089$) e pela motivação intrínseca ($\beta=0,526$; valor $t=12,129$). Assim, confirmamos as hipóteses H16 e H19.

Estas duas variáveis conseguem explicar 54% da variância da norma subjetiva para a compra de material desportivo. Confirmamos ainda a validade deste modelo, uma vez que o teste F apresenta um valor p inferior a 0,05.

Tabela 5.25. Determinantes da norma subjetiva sobre a compra de material desportivo

Variáveis	β	Valor t
ME_COMP	0,307	7,089
MI_COMP	0,526	12,129
R	0,737	
R ²	0,543	
Teste F	201,265	
Valor p	0,000	

Fonte: elaboração própria

5.6.8. Fatores que influenciam o controlo comportamental sobre a compra de material desportivo

O controlo comportamental sobre a compra de material desportivo é influenciado de forma positiva e estatisticamente significativa pela motivação extrínseca ($\beta=0,341$; valor $t=5,807$) e pela motivação intrínseca ($\beta=0,129$; valor $t=2,199$). Logo, confirmamos as hipóteses H17 e H20.

Podemos afirmar que o controlo comportamental para a compra de material desportivo é explicado em 18% por aquelas duas variáveis independentes. Confirmamos também a validade deste modelo, uma vez que o teste F revela um valor p inferior a 0,05.

Tabela 5.26. Determinantes do controlo comportamental sobre a compra de material desportivo.

Variáveis	β	Valor t
ME_COMP	0,341	5,807
MI_COMP	0,129	2,199
R	0,424	
R ²	0,180	
Teste F	36,815	
Valor p	0,000	

Fonte: elaboração própria

5.7. Correlação

Foi utilizada a correlação de Pearson, com o objetivo de analisar a hipótese H23, que previa a existência de uma correlação positiva e significativa entre a intenção de comprar material desportivo e a intenção de praticar atividade física e desporto.

O coeficiente de correlação de Pearson mede o grau e o sentido da relação linear entre duas variáveis (Pestana & Gageiro, 2005). Pode assumir valores entre -1 e 1 e quanto mais próximo estiver destes valores extremos, mais forte é a associação linear entre as duas variáveis. Valores negativos do coeficiente significam que as variáveis se relacionam em sentido inverso e valores positivos significam que as variáveis se relacionam em sentido direto. Se o valor p associado ao teste inferencial ao coeficiente de correlação de Pearson for inferior ao nível de significância de 0,05 adotado pelo investigador, concluímos que a relação linear entre as variáveis é estatisticamente significativa.

O coeficiente de correlação de Pearson pressupõe que os dados provêm de duas populações normais (Pestana & Gageiro, 2005). Foi avaliado este pressuposto através do teste de Kolmogorov-Smirnov com a correção de Lilliefors e os resultados, apresentados na tabela seguinte, apontaram para a não normalidade das distribuições das duas variáveis, atendendo a que os valores p obtidos no teste são inferiores ao nível de significância de 0,05 adotado pelo investigador. Contudo, a violação do pressuposto da normalidade afeta pouco a precisão e a potência do teste inferencial ao coeficiente R de Pearson, especialmente em amostras de grande dimensão (Pestana & Gageiro, 2005), como sucede no presente estudo.

Tabela 5.27. Teste de Kolmogov-Smirnov – INT_COMP e INT_PRAT

	Estatística	gl	Valor p
INT_COMP	0,092	371	0,000
INT_PRAT	0,323	371	0,000

Fonte: elaboração própria

De acordo com os resultados expostos na tabela seguinte, podemos concluir que existe uma relação positiva e estatisticamente significativa entre a intenção de comprar material desportivo e a intenção de praticar atividade física e desporto ($R=0,436$; valor $p=0,000$). De acordo com Pestana & Gageiro (2005), a associação linear entre estas duas variáveis pode ser considerada moderada. Deste modo, corroboramos a hipótese H23.

Tabela 5.28. Correlação entre a intenção de comprar material desportivo e a intenção de praticar atividade física e desporto.

		INT_COMP	INT_PRAT
INT_COMP	Correlação de Pearson	1	0,436
	Valor p (bilateral)		0,000
INT_PRAT	Correlação de Pearson	0,436	1
	Valor p (bilateral)	0,000	

Fonte: elaboração própria

5.8. Síntese das hipóteses do modelo

As conclusões retiradas dos modelos de regressão linear e da correlação de Pearson encontram-se resumidas na seguinte tabela, a qual evidencia que os resultados obtidos no estudo empírico vêm confirmar 20 das 23 das hipóteses propostas.

Tabela 5.29. Conclusões sobre a validação das hipóteses

Hipótese	Variável dependente	Variável independente	Confirmação da hipótese
H1	INT_PRAT	ATIT_PRAT	Sim
H2		NS_PRAT	Sim
H3		CONT_PRAT	Sim
H4	ATIT_PRAT	ME_PRAT	Sim
H5	NS_PRAT		Sim
H6	CONT_PRAT		Sim
H7	ATIT_PRAT	MI_PRAT	Sim
H8	NS_PRAT		Sim

Hipótese	Variável dependente	Variável independente	Confirmação da hipótese
H9	CONT_PRAT		Sim
H10	INT_PRAT	ME_PRAT	Não
H11	INT_PRAT	MI_PRAT	Não
H12	INT_COMP	ATIT_COMP	Sim
H13		NS_COMP	Sim
H14		CONT_COMP	Sim
H15	ATIT_COMP	ME_COMP	Sim
H16	NS_COMP		Sim
H17	CONT_COMP		Sim
H18	ATIT_COMP	MI_COMP	Sim
H19	NS_COMP		Sim
H20	CONT_COMP		Sim
H21	INT_COMP	ME_COMP	Sim
H22		MI_COMP	Não
H23	Correlação entre INT_PRAT e INT_COMP		Sim

Fonte: elaboração própria

CAPÍTULO 6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONCLUSÃO

6.1. Discussão dos resultados

O desporto pode ser entendido como uma atividade de lazer, que, mais do que qualquer outra atividade, permite ao indivíduo criar um estilo de vida mais saudável.

No entanto, para Mariovet (2002), o desporto será mais que isso. Acarreta uma importante função, na medida em que permite uma interação entre indivíduos de diversos níveis de participação e poder, com diferentes ideias, valores e mesmo de níveis culturais bastante distintos, juntando-os todos num mesmo espaço social, num mesmo sistema desportivo, com interesses idênticos.

Paralelamente ao desporto de lazer, o desporto de rendimento e alto desempenho tornou-se num espetáculo à escala mundial, tendo como exemplo deste facto o Campeonato do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos, que são transmitidos para mais de 220 países em todo o Mundo (Maguire, 2002).

Ao longo do século XX, a consciencialização para a necessidade de práticas saudáveis levou a uma grande difusão dos hábitos desportivos. Por sua vez, a tendência para uma cultura de massas levou à expansão do consumo de material, equipamentos e serviços relacionados com a prática desportiva, assim como transformou os principais eventos desportivos em espetáculos altamente mediatizados.

Atualmente, o desporto é considerado uma das atividades económicas com um maior crescimento nos mercados globais, estimulando a entrada de grandes grupos empresariais e requerendo métodos modernos de gestão e administração (Proni, 1998).

Conforme já apontado no capítulo da revisão da literatura, prevê-se que em 2017 o mercado mundial de artigos desportivos venha a valer 216 mil milhões de euros (Silva, Barbosa, Domingos, & Neves, 2014). Neste mercado de larga dimensão e diversidade, podemos ver em atuação algumas das marcas mais mediáticas e mais valiosas do mundo, que se aproveitam do mediatismo e notoriedade que é gerado em torno do espetáculo desportivo e dos seus atores para impulsionar as suas vendas.

Muitos indivíduos usam roupas ou materiais desportivos sem serem propriamente praticantes, no entanto, o facto de estarem na moda, ou de determinado atleta usar aquela marca, levam ao desejo de adquirir esses artigos (Sousa & Pelegrini, 2008).

Devemos também referir que a evolução do desporto acompanhou os avanços tecnológicos, impulsionando o surgimento e o consumo de materiais desportivos com o objetivo de colaborar com o mercado e a indústria capitalista (Sousa & Pelegrini, 2008).

Apesar da importância e valor deste mercado, no contexto académico português, faltam estudos que aprofundem o verdadeiro impacto da prática de atividade física e desporto na economia. Entendemos, então, que seria oportuno estudar a relação comportamental entre a prática de atividade física e desporto e a compra de material desportivo que suporta essa mesma prática.

O nosso estudo foi aplicado a uma amostra variada de praticantes de atividade física e desporto, entre os quais praticantes de modalidades coletivas, individuais, competitivas e informais. A investigação empírica foi realizada *online*, através da aplicação de um questionário a uma amostra de 375 indivíduos que se afirmam praticantes de atividade física e/ou desporto. Após a recolha das respostas, foram testadas as propriedades psicométricas das escalas utilizadas para cada constructo. Uma vez que todas se revelaram unidimensionais e com consistência interna adequada, foi possível avançar com a análise da aceitação das hipóteses formuladas no modelo de investigação.

No momento da elaboração do instrumento de recolha dos dados, entendemos aproveitar a oportunidade para recolher alguma informação sobre as características do praticante e sobre o seu comportamento como consumidor de material desportivo. Do ponto de vista da caracterização do praticante, os dados revelaram que na sua maioria realizam competição, praticam entre 3 a 5 vezes por semana atividade física ou desporto e privilegiam as modalidades individuais. Deste modo, estaremos perante um público com um perfil intermédio entre o praticante amador e o praticante federado. Relativamente ao comportamento de compra, verificamos que o

inquirido nega a compra por impulso e admite fazer pesquisa sobre os produtos antes do ato da compra.

Numa perspectiva inovadora, resolvemos construir um modelo conceptual que integra duas teorias comportamentais de base e que cruza duas intenções comportamentais distintas. Assim, podemos dizer que o nosso modelo encontra-se organizado em duas dimensões. A primeira tem como objetivo identificar as crenças e motivações que levam a população à prática de atividade física e desporto. Por sua vez, a segunda dimensão pretendia expor as motivações e crenças sobre a compra de material desportivo. Considerando que ambas se cruzam no mesmo contexto e uma vez que estamos focados no mercado do consumidor desportivo, seja ele praticante/utilizador ou consumidor/comprador, faria todo sentido estudar também a correlação entre estas duas dimensões.

Na análise sobre a primeira dimensão, constatamos que a intenção para a prática de atividade física e desporto é explicada em 51% pelas variáveis que a antecedem. Estes resultados corroboram estudos relacionados com o mesmo tema, como por exemplo a investigação realizada por Godin e Kok (1996), que revelou que a TPB explicou em média 41% da variação na intenção de praticar desporto. Também Hagger, Chatzisarantis e Biddle (2002), num estudo utilizando a TPB no domínio atividade física, verificaram que atitude, norma subjetiva e controlo comportamental foram responsáveis por 44,5% da variação na intenção de praticar atividade física.

Sobre os preditores diretos da intenção, embora todos revelem uma influência significativa, a atitude assume-se como a variável com maior influência. Desta forma, estão confirmadas as hipóteses H1, H2 e H3.

A atitude é uma variável muito poderosa em estudos de Marketing uma vez que permite prever com precisão uma determinada intenção comportamental. Neste caso, podemos concluir que a atitude é uma variável fundamental para desencadear a intenção comportamental sobre a prática de atividade física e desporto.

Por sua vez, e ao contrário das nossas previsões, a motivação extrínseca e a motivação intrínseca, na relação direta com a intenção de praticar atividade física e desporto, não revelaram uma influência positiva e estatisticamente significativa. Por

esta razão, as hipóteses H10 e H11 não foram confirmadas. Precisamente sobre este ponto, Hagger (2009), citando Elliot *et al.* (2002), refere que a SDT é bem-sucedida na explicação das influências interpessoais e contextuais sobre o comportamento, mas não consegue fornecer uma explicação detalhada de como as influências motivacionais são convertidos em atos específicos do comportamento.

Apesar disso, verificamos que as variáveis motivação extrínseca e motivação intrínseca realizam uma forte influência sobre os preditores diretos da intenção comportamental. Estas duas variáveis quando conjugadas, conseguem explicar 67,6% da atitude para prática de atividade física, 31,3% da norma subjetiva e 31,2% do controlo comportamental. Devemos ainda registar que a motivação extrínseca é a variável com maior impacto positivo sobre a atitude. Ou seja, confirma-se a influência das forças externas ao indivíduo, na influência sobre uma variável que é fundamental na explicação e previsão da intenção comportamental. Deste modo, de acordo com a nossa previsão, confirmam-se as hipóteses H4, H5, H6, H7, H8 e H9, o que robustece as conclusões dos trabalhos de Chatzisarantis *et al.* (2002), Courneya *et al.* (2000, 2001), Fortier *et al.* (2009), Ntoumanis (2001), Sarrazin *et al.* (2002) e Standage *et al.* (2003), Wallhead, Hagger e Smith (2008).

À exceção da motivação intrínseca, todos os preditores diretos revelam uma influência positiva e significativa sobre a intenção de compra de material desportivo. Destas variáveis, destacamos mais uma vez o peso da atitude sobre intenção de compra. Como tal, corroboraram-se as hipóteses H12, H13, H14 e H22.

Estes resultados foram também corroborados por um recente estudo de Nunes e Machado (2014), em que o objetivo era avaliar a influência da atitude relativamente à intenção de comprar de produtos desportivos da marca Nike. Para além desta conclusão, os autores referem no mesmo estudo, que a variável patrocínio exerce igual influencia positiva sobre a atitude.

Na aplicação prática, os resultados deste estudo sugerem a criação de uma atitude positiva ou favorável sobre a compra de material desportivo. Partindo deste princípio, as marcas devem investir recursos em circunstâncias que aumentem a excitação e o prazer dos indivíduos pela compra de determinado material.

Por outro lado e considerando também o peso da variável norma subjetiva, seria oportuno que as marcas passassem uma mensagem do seu produto baseada nas relações de amizade e relações familiares. Conforme já referido anteriormente, o consumo de artigos desportivos é muitas vezes usado para moldar uma identidade, reconhecimento e ter novas experiências sociais e corporais.

Já no caso do controlo comportamental percebido, constatamos que os consumidores de material desportivo não a valorizam da mesma forma que as variáveis anteriores. Ou seja, circunstâncias como a facilidade, oportunidade e eventualmente o preço do material terão um peso inferior no processo de intenção e decisão de compra.

Estes resultados prestam informações valiosas às marcas de material desportivo, que as podem usar a seu favor, de forma a ampliar as vendas. Olhando para o peso da atitude e da norma subjetiva, e sabendo que indivíduos como figuras públicas e atletas mediáticos são líderes de opinião e modelos sociais com milhares de seguidores dentro de uma comunidade, as marcas acabam por celebrar contratos de representação com estas figuras, com o objetivo de levar o consumidor à compra de determinados produtos e alavancar *brand equity*.

Ainda sobre a influência da motivação extrínseca e intrínseca nas variáveis predictoras da intenção de compra de material desportivo, quando conjugadas, conseguem explicar 71,1% da atitude, 54% da norma subjetiva e ainda 18% do controlo comportamental. Estes resultados corroboram as hipóteses H15, H16, H17, H18, H19 e H20, reforçando as conclusões obtidas por Guay *et al.* (2000).

Com alguma surpresa, verificámos ainda uma influência negativa da motivação intrínseca sobre a intenção de comprar material desportivo, não se corroborando assim a hipótese H21, no entanto a motivação extrínseca exerce uma influência positiva sobre aquela intenção, confirmando a hipótese H22. Ou seja, estes dados parecem confirmar a ideia de Harter (1981), uma vez que as variáveis parecem ter uma relação inversamente proporcional sobre a mesma variável dependente.

Tal como previsto, os resultados evidenciaram uma correlação positiva e significativa entre a intenção de praticar atividade física e desporto e a intenção de

comprar material desportivo, corroborando a hipótese H23 e robustecendo as conclusões do estudo de Ohl e Marijke (2007).

6.2. Contribuições do estudo

Ao verificar que são escassos ou inexistentes os estudos empíricos que relacionam o fenómeno desportivo com o mercado e com o comportamento do consumidor, acreditamos que o presente trabalho possa vir a ser um pontapé de saída para estudos mais aprofundados sobre esta área.

O crescimento do segmento *outdoor* e o surgimento de novos produtos que dão resposta às necessidades dos praticantes levam as marcas a investirem em pesquisa e estudos do mercado.

Considerando as conclusões retiradas sobre o comportamento de prática, julgamos que o conteúdo possa ser interessante para fabricantes de material e utensílios desportivos em geral, nomeadamente sobre o ponto de vista do desenvolvimento e aperfeiçoamento de novos produtos. Relativamente ao comportamento de compra, as referências feitas neste trabalho serão também uma mais-valia para vendedores e retalhistas de material desportivo. Entendemos que as conclusões sobre a influência indireta das variáveis motivacionais na intenção de compra, podem servir para as marcas como trunfo, nomeadamente na adequação das estratégias de marketing e comunicação dos seus produtos.

6.3. Limitações do estudo

Apesar de a dimensão da amostra ser razoável ($n=375$), o facto de esta ser não aleatória, de conveniência, conduz a que não possamos generalizar os resultados obtidos à população.

Por outro lado, devido a limitações das técnicas estatísticas utilizadas também não foi possível validar o modelo como um todo, o que representa uma limitação do estudo.

6.4. Recomendações para investigações futuras

Como sugestão de investigação futura, seria oportuno expandir o modelo de investigação aos construtos de comportamento de prática e comportamento de compra, uma vez que o presente limitou-se a estudar as intenções comportamentais. Tal obrigaria à realização de um estudo longitudinal, em que, num primeiro momento, recolher-se-iam dados sobre a intenção comportamental e respetivas variáveis preditoras diretas e indiretas, e, num segundo momento, recolher-se-iam dados sobre o comportamento.

Seria também interessante aplicar a investigação apenas a desportistas, excluindo os praticantes de atividade física de lazer, e ainda focar a investigação apenas numa modalidade desportiva.

Por fim, e tendo em mente a validação do modelo de investigação como um todo, seria recomendável a realização de um estudo empírico com uma amostra de maior dimensão e o tratamento estatístico dos dados através da análise de equações estruturais.

6.5. Notas finais

Desde início que identificámos um conjunto de fatores que justificam o empenho no estudo desta temática, nomeadamente, o peso que o desporto tem assumido na economia global, a crescente mediatização de atletas e eventos desportivos, a influência da tecnologia e ainda as novas tendências para a prática de atividade física de lazer associadas à superação pessoal.

Esperamos que o modelo de investigação proposto e parcialmente validado possa servir como ponto de partida motivador para outras investigações mais aprofundadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behavior: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113–1127.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, New York: Prentice Hall.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2010). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press.
- Ajzen, I., & Manstead, A. S. R. (2007). Changing health-related behaviors: An approach based on the theory of planned behavior. In K. van den Bos, M. Hewstone, J. de Wit, H. Schut & M. Stroebe (Eds.), *The scope of social psychology: Theory and applications* (pp. 43–63). New York: Psychology Press.
- Alfadl, A., Ibrahim, M., & Hassali, M. (2012). Consumer behaviour towards counterfeit drugs in a developing country. *Journal of Pharmaceutical Health Services Research*, 3, 165–172.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499.
- Assor, A., Vansteenkiste, M. & Kaplan, A. (2009). Identified and introjection approach and introjection avoidance motivations in school and in sport: the limited benefits of self-worth strivings. *Journal of Educational Psychology*, 101(2), 482–497.

- Biddle, S. J. H. & Nigg, C. R. (2000). Theories of Exercise Behavior. *International Journal of Sport Psychology*, 31(2), 290–304.
- Byoungho, J., Mark G., & Ji, H. K (2012). Similarities and differences in forming purchase intention toward a US apparel brand: a comparison of Chinese and Indian consumers. *Journal of the Textile Institute*, 103(10), 1042–1054.
- Casper, J., & Stellino, D. (2007). A sport commitment model perspective on adult tennis players` participation frequency and purchase intention. *Sport Management Review*, 10, 253–278.
- Casper, J., & Stellino, D. (2008). Demographic predictors of recreational tennis participants` sport commitment. *Journal of Park and Recreation Administration*, 26(3), 93–115.
- Caspersen, C. J., Merritt, R. K., Stephens, T. (1994). International physical activity patterns: A methodological perspective. *Advances in exercise adherence*. (73–110). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Caspersen, Z. (1985). Physical activity, exercise, and physical fitness: definitions and distinction for health- relates research. *Public health Reports*, 100(2), 172–179.
- Chiu W., Lee K. Y., Won D., (2014). Consumer behavior toward counterfeit sporting goods. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 42(4), 615–624.
- Christina M., & Hana S. (2003). Competition and intrinsic motivation in physical activity: A comparison of two groups. *Journal of Sport Behavior*, 26(3), 240–254.
- Clement, L., Custódio, J. F., Rufini, S. É., & Alves Filho, J. D. P. (2014). Motivação autônoma de estudantes de física: evidências de validade de uma escala. *Psicologia Escolar e Educacional*, 18(1), 45-55.

- Courneya, K. S. (1995). Understanding readiness for regular physical activity in older individuals: an application of the theory of planned behavior. *Health Psychology, 14*(1), 80.
- Courneya, K. S. (1995). Understanding readiness for regular physical activity in older individuals: an application of the theory of planned behavior. *Health Psychology, 14*(1), 80.
- Courneya, K. S., & McAuley, E. (1993). Predicting physical activity from intention: Conceptual and methodological issues. *Journal of Sport and Exercise Psychology, 15*, 50–62.
- Courneya, K. S., Plotnikoff, R. C., Hotz, S. B., & Birkett, N. J. (2000). Social support and the theory of planned behavior in the exercise domain. *American Journal of Health Behavior, 24*(4), 300-308.
- Courneya, K. S., Plotnikoff, R. C., Hotz, S. B., & Birkett, N. J. (2001). Predicting exercise stage transitions over two consecutive 6 month periods: A test of the theory of planned behaviour in a population based sample. *British Journal of Health Psychology, 6*(2), 135-150.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2002). Self-determination research: Reflections and future directions. In E. L. Deci & R. M. Ryan (Eds.), *Handbook of self-determination research* (pp. 431–441). Rochester, New York: University of Rochester Press.
- Deci, E. L. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development and health. *Canadian Psychology, 49*(3), 182–185.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology, 25*(1), 54–67.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Springer Science & Business Media.

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1987). The support of autonomy and the control of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(6), 1024–1037.
- Downs, D. S., & Hausenblas, H. A. (2005). The theories of reasoned action and planned behavior applied to exercise: A meta-analytic update. *Journal of Physical Activity and Health*, 2(1), 76–97.
- Edmunds, J. K., Ntoumanis, N., & Duda, J. L. (2007). Perceived autonomy support and psychological need satisfaction in exercise. *Human Kinetics*, 35–51.
- Elias, N. (1992). *Ensaio sobre o desporto e a violência*. In: Elias, Norbert; Dunning, E.. A busca da excitação. Lisboa: Difusão Editorial Lda., 223–256.
- Fortier, M. S., Kowal J., Lemyre L., Orpana H. M. (2009). Intentions and actual physical activity behavior change in a community-based sample of middle-aged women: Contributions from the theory of planned behavior and self-determination theory. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 7(1), 46–67.
- Frederick, C. M. & Ryan, R. M. (1995). Self-determination in sport: A review using cognitive evaluation theory. *International Journal of Sport Psychology*, 26(10), 5–23.
- Godin, G., & Kok, G. J. (1996). The theory of planned behavior: a review of its applications to health-related behaviors. *American Journal of Health Promotion*, 11(2), 87–98.
- Guay, F., & Vallerand, R.J. (1995). The Situational Motivation Scale (SIMS). Paper presented at the annual convention of the American Psychological Society, New York.
- Guay, F., Vallerand, R.J., & Blanchard, C. (2000). On the assessment of state intrinsic and extrinsic motivation: The situational motivation scale (SIMS). *Motivation and Emotion*, 24(3), 175–213.

- Hagger, M. S., Chatzisarantis, N., Biddle, S. J., & Orbell, S. (2001). Antecedents of children's physical activity intentions and behaviour: Predictive validity and longitudinal effects. *Psychology and Health, 16*(4), 391-407.
- Hagger, M. S., Chatzisarantis, N. L. D., & Biddle, S. J. H. (2002a). The influence of autonomous and controlling motives on physical activity intentions within the theory of planned behavior. *British Journal of Health Psychology, 7*(3), 283–297.
- Hagger, M. S., Chatzisarantis, N. L. D., & Biddle, S. J. H. (2002b). A meta-analytic review of the theories of reasoned action and planned behavior in physical activity: Predictive validity and the contribution of additional variables. *Journal of Sport and Exercise Psychology, 24*, 3–32.
- Hagger, M. S., Nikos L. D. Chatzisarantis (2009). Integrating the theory of planned behaviour and self-determination theory in health behaviour: A meta-analysis. *British Journal of Health Psychology, 14*(2), 275–302.
- Hagger, M. S. (2008). Self-determination theory and the psychology of exercise. *International Review of Sport and Exercise Psychology, 1*(1), 79–103.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Haskell, W., Lee M., Pate R., Powell E., Blair N., Franklin A., Macera A., Heath W., Thompson D., & Bauman A. (2007). Physical activity and public health: updated recommendation for adults from the American. *Medicine Science Sports Exercise, 39*(8), 1423–34.
- Hausenblas, H. A., Carron, A. V., & Mack, D. E. (1997). Application of the theories of reasoned action and planned behavior to exercise behavior: A meta-analysis. *Journal of Sport & Exercise Psychology, 19*, 36–51.
- Hewstone, J. de Wit, H. Schut, & M. Stroebe (Eds.). *The scope of social psychology: Theory and applications* (pp. 43–63). New York: Psychology Press. Human Kinetics. in exercise and sport.

- Jin, B., & Kang, J. H. (2011). Purchase intention of Chinese consumers toward a US apparel brand: a test of a composite behavior intention model. *Journal of consumer marketing*, 28(3), 187-199.
- Jirotmontree, A. (2013). Business ethics and counterfeit purchase intention: A comparative study on Thais and Singaporeans. *Journal of International Consumer Marketing*, 25(4), 281–288.
- Jones, L. W., Sinclair, R. C., Rhodes, R. E., & Courneya, K. S. (2004). Promoting exercise behaviour: An integration of persuasion theories and the theory of planned behaviour. *British journal of health psychology*, 9(4), 505-521.
- MacAuley, D. (1994). A history of physical activity, health and medicine. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 87(1), 32–35.
- Mariovet, S. (1998). *Aspectos Sociológicos do Desporto*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Mariovet, S. (2001). *Hábitos Desportivos da População Portuguesa*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação e Estudos do Desporto (MJD).
- McAuley, E., & Courneya, K. S. (1993). Adherence to exercise and physical activity as health-promoting behaviors: Attitudinal and self-efficacy influences. *Applied and Preventive Psychology*, 2(2), 65-77.
- McEachan, R. R. C., Conner, M., Taylor, N. J., & Lawton, R. J. (2011). Prospective prediction of health-related behaviours with the Theory of Planned Behaviour: a meta-analysis. *Health Psychology Review*, 5(2), 97–144.
- Milyavskaya, M., Koestner, R., (2011) - Psychological needs, motivation, and well-being: A test of self-determination theory across multiple domains. *Personality and Individual Differences*, 5(3), 387–391.
- Mota, J. (2001). Actividade Física e Lazer – contextos actuais e ideias futuras. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 1(1), 124–129.

- Ntoumanis, N. (2001). A self-determination approach to the understanding of motivation in physical education. *British journal of educational psychology*, 71(2), 225–242.
- Nunes, J. S. S., & Machado, A., T., (2014). Patrocínio e influência na atitude relativamente à marca e intenção de compra: caso Nike e Seleção Portuguesa de Futebol. *Comunicação Pública*, 9(15). Disponível em: <http://cp.revues.org/688> ; DOI : 10.4000/cp.688.
- Pelletier, L. G., Rocchi, M. A., Vallerand, R. J., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2013). Validation of the revised sport motivation scale (SMS-II). *Psychology of Sport and Exercise*, 14(3), 329-341.
- Taks, M., Ohl, F., Mason, C., Esch, A., & Scheerder, J. (2007). Buying, having and being’: an international comparison of teenagers’consumption of sporting goods. In *Sport events and sustainable development (Abstract Book of the 15th EASM Congress)* (pp. 374-375).
- Sarrazin, V., Pelletier, L. G., & Cury, F., (2002). Motivation and dropout in female handballers: a 21-month prospective study. *European Journal of Social Psychology*, 32(3), 395–418.
- Pelletier, L. G., Vallerand, R. J., Green-Demers, I., Blais, M. R., & Brière, N. M. (1995). Loisirs et santé mentale: Les relations entre la motivation pour la pratique des loisirs et le bien-être psychologique. *Revue Canadienne des Sciences du Comportement*, 27(2), 140–158.
- Pestana, M. & J. Gageiro (2005). *Análise de Dados para Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Philip, M. Wilson, Diane, E. Mack, & Kimberly, P. (2008). Understanding Motivation for Exercise: A Self Determination Theory Perspective. *Canadian Psychological Association*, 49(3), 250–256.
- Plotnikoff, R. C., Lubans, D. R., Trinh, L., & Craig, C. L. (2012). A 15-year longitudinal test of the theory of planned behaviour to predict physical activity

- in a randomized national sample of Canada adults. *Psychology of Sport and Exercise*, 13(5), 521–527.
- Plunkett, J. (2008). *Plunkett's sport industry almanac 2008: Sport industry market research, statistics, trends & leading companies*. Houston, Texas: Plunkett Research.
- Proni, M. (2008). Marketing e organização esportiva: elementos para uma história recente do esporte espetáculo. *Revista conexões*, 1(1), 74–84.
- Ryan R.M., and Deci E. L., (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (1985). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Ryan, R. M., Connell, J. P. (1989). Perceived locus of causality and internalization: Examining reasons for acting in two domains. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(5), 749–761.
- Silva, A. J. J., Barbosa, D. N. S., Domingos, N. M. G, Neves, P. M. S. (2014). *Análise e caracterização do mercado português de artigos de desporto*. Porto: Instituto Português de Administração de Marketing.
- Sousa, A. (2012). O papel e uso social das casas do Benfica para o seu desenvolvimento enquanto organização desportiva. *Atas do VII Congresso Português de Sociologia: Sociedade, Crise e Reconfigurações*. Porto, Portugal.
- TNS Opinion & Social (2014). Special Eurobarometer 412: Sport and physical activity. Disponível via Comissão Europeia em: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_412_en.pdf.
- Standage, M., Duda, J. L., & Ntoumanis, N. (2003). A model of contextual motivation in physical education: Using constructs from self-determination and

achievement goal theories to predict physical activity intentions. *Journal of Educational Psychology*, 95(1), 97–110.

Taylor, S., & Todd, P. (1994). Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions. *International Journal of Research in Marketing*, 12(2), 137–155.

Vallerand R. J., Reid G. (1984). On the causal effects of perceived competence on intrinsic motivation: A test of cognitive evaluation theory. *Journal of Sport Psychology*, 6(1), 94–102.

Wallhead, T. L., Hagger, M. S., & Smith, D. T. (2008). *The effect of sport education on extracurricular youth physical activity participation*. Laramie, WY: University of Wyoming, Unpublished manuscript.

ANEXOS

ANEXO A – QUESTIONÁRIO

Prática Desportiva e Comportamento de Compra

O número de praticantes desportivos tem crescido significativamente em Portugal nos últimos anos, nomeadamente em modalidades que já se encontravam em grande queda desde a década de 1990.

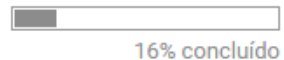
Paralelamente ao crescimento do número de praticantes, o mercado de venda de material desportivo tem tido uma evolução significativa, acompanhando as tendências e procura, a consciencialização para um estilo de vida mais activo e o desenvolvimento de tecnologias de suporte ao desempenho dos praticantes.

Este estudo realiza-se no âmbito do trabalho final do Mestrado em Marketing e Comunicação do Instituto Politécnico de Coimbra e visa estudar os determinantes da prática desportiva e o comportamento de compra de material desportivo.

A sua colaboração é essencial para o sucesso deste projeto de investigação. O preenchimento deste inquérito demora cerca de 6 minutos, estando garantido o anonimato e confidencialidade das informações disponibilizadas.

Muito obrigado pela colaboração!
Marco Teixeira

Continuar »



Prática Desportiva e Comportamento de Compra

*Obrigatório

Caraterização do inquirido

Ajude-nos a conhecer o seu perfil sócio-demográfico.

Idade *

Género: *

- Masculino
- Feminino

Região: *

- Norte
- Centro
- Lisboa
- Alentejo
- Algarve
- Açores
- Madeira

Habilitações literárias: *

(assinale o nível mais elevado que concluiu)

- 1º ciclo do ensino básico (4.º ano)
- 2º ciclo do ensino básico (6.º ano)
- 3º ciclo do ensino básico (9.º ano)
- Ensino Secundário (12.º ano)
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

Ocupação: *

- Estudante
- Trabalhador por conta de outrem
- Trabalhador por conta própria
- Desempregado
- Reformado ou outras situações de inatividade

Pratica desporto ou actividade física? *

- Sim
- Não

« Anterior

Continuar »

33% concluído

Prática desportiva

Ajude-nos a conhecer os seus hábitos de prática de desporto.

Que desportos pratica (seja de forma competitiva ou não)? *

(assinale no máximo 3 respostas)

- Atletismo (Running, Trail, etc.)
- Ciclismo (BTT ou Estrada)
- Futebol
- Futsal
- Basquetebol
- Voleibol
- Ténis
- Ginásio/Fitness
- Natação
- Desportos de Combate
- Outra:

Em média, quantas vezes por semana pratica desporto? *

Aproximadamente, quantas horas por semana pratica desporto? *

Em que locais pratica desporto? *

- Indoor - Salas e Piscinas (Ginásios, Health Clubs, Piscinas)
- Indoor - Pavilhão (Modalidades coletivas ou individuais em recinto fechado)
- Outdoor - Campo (modalidades colectivas em recinto ao ar livre)
- Outdoor - Urbano (actividades em asfalto, parques de lazer)
- Outdoor - Aventura (radical, BTT, Trail..)
- Outra:

Participa em competições desportivas? *

- Sim
- Não

Compra de material desportivo

Ajude-nos a conhecer o seu comportamento de compra de material desportivo.

Em que locais costuma comprar o seu material desportivo? *

- Loja física
- Loja online
- Feiras da especialidade
- Outro

Aproximadamente, quanto gasta por época em material desportivo ? *

- até 100€
- entre 101€ e 250€
- entre 251€ e 500€
- entre 501€ e 1000€
- mais de 1000€

Numa escala de 1 a 7, em que 1 significa discordo completamente e 7 significa concordo completamente, assinale o seu grau de concordância com as afirmações seguintes.

Costumo comprar por impulso *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Costumo ser facilmente tentado a comprar. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Procuo informação antes de comprar. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Antes de comprar percorro vários locais para comparar preços. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Para mim, o preço de um produto é um bom indicador da sua qualidade. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Sou fiel ao local onde compro. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Procuro sempre os últimos modelos e as últimas inovações em materiais. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Sou fiel às marcas que compro. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

« Anterior

Continuar »

 66% concluído

Motivação para a prática desportiva

Numa escala de 1 a 7, em que 1 significa discordo completamente e 7 significa concordo completamente, assinale o seu grau de concordância com as afirmações seguintes.

Considere que as afirmações se referem à prática desportiva nos próximos 3 meses.

Para mim, praticar desporto é importante. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Estou a planear praticar desporto. *

(nos próximos 3 meses)

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

A maioria das pessoas que são importantes para mim acham que deveria praticar desporto. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Para mim, praticar desporto será muito fácil. *

(nos próximos 3 meses)

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Pratico desporto, porque dá-me prazer aprender mais sobre o desporto que pratico. *

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Pratico desporto, porque praticar desporto reflete a minha essência. *

1 2 3 4 5 6 7

Para mim, comprar material desportivo é importante.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Eu irei comprar material desportivo.

(nos próximos 3 meses)

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

A maioria das pessoas que são importantes para mim acha que comprar material desportivo é bom.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Para mim, comprar material desportivo é uma tarefa simples.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Compro material desportivo, porque acho interessante.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Compro material desportivo, para o meu próprio bem.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Para mim, comprar material desportivo é agradável.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Estou a considerar comprar material desportivo.

(nos próximos 3 meses)

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

A maioria das pessoas que são importantes para mim acham que comprar material desportivo vale a pena.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Comprar material desportivo depende exclusivamente de mim.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Compro material desportivo, porque acho agradável.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Compro material desportivo, porque acho que irá ajudar a melhorar a minha performance.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Para mim, comprar material desportivo é divertido.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Estou a planear comprar material desportivo.

(nos próximos 3 meses)

1 2 3 4 5 6 7

A maioria das pessoas que são importantes para mim acha que é necessário comprar material desportivo.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Sinto que está sob o meu controlo a possibilidade de comprar material desportivo.
(nos próximos 3 meses)

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Compro material desportivo, porque é suposto fazê-lo.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Compro material desportivo, porque me sinto bem quando o faço.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

Compro material desportivo, porque é algo que tenho de fazer.

1 2 3 4 5 6 7

Discordo Completamente Concordo Completamente

« Anterior

Enviar

Nunca envie palavras-passe através dos Formulários do Google.

100%: terminou.

**ANEXO B – RESULTADOS INICIAIS DA ANÁLISE FATORIAL
(ESCALAS ME_COMP E ME_PRAT)**

Escalas	Itens	KMO	Teste Bartlett (valor p)	Nº de fatores retidos	Variância explicada (%)	Comunalidades	Pesos
ME_COMP	1	0,703	0,000	1	57,742	0,580	0,761
	2					0,565	0,751
	3					0,545	0,738
	4					0,620	0,788
ME_PRAT	1	0,738	0,000	1	60,055	0,672	0,820
	2					0,783	0,885
	3					0,662	0,814
	4					0,285	0,534

