

Universidade de Évora - Escola de Saúde e Desenvolvimento Humano

Mestrado em Direção e Gestão Desportiva

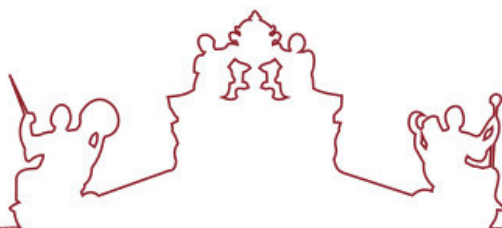
Dissertação

**Perfil do consumo de artigos desportivos durante a
Pandemia Mundial de SARS CoV-2: Estudo Exploratório em
Estudantes Universitários**

Joaquim António Prates Vitorino

Orientador(es) | Mário Coelho Teixeira
Rui Quaresma

Évora 2021



Universidade de Évora - Escola de Saúde e Desenvolvimento Humano

Mestrado em Direção e Gestão Desportiva

Dissertação

**Perfil do consumo de artigos desportivos durante a
Pandemia Mundial de SARS CoV-2: Estudo Exploratório em
Estudantes Universitários**

Joaquim António Prates Vitorino

Orientador(es) | Mário Coelho Teixeira
Rui Quaresma

Évora 2021



A dissertação foi objeto de apreciação e discussão pública pelo seguinte júri nomeado pelo Diretor da Escola de Saúde e Desenvolvimento Humano:

Presidente | Jorge Duarte Bravo (Universidade de Évora)

Vogais | Maria Raquel Lucas (Universidade de Évora) (Arguente)
Mário Coelho Teixeira (Universidade de Évora) (Orientador)

Agradecimentos

A jornada para a realização e conclusão desta dissertação foi longa, recheada de emoções e incertezas pela época vivida. Seriam poucas as palavras aqui escritas para agradecer à minha família, mãe, pai e irmã, que foram incansáveis nesta jornada académica. À minha companheira de vida pela paciência e compreensão.

Também ao diretor do curso Professor Doutor Mário Teixeira, também meu orientador neste trabalho pelo apoio, orientação, amabilidade e disponibilidade em todo este projeto.

Ao orientador Professor Doutor Rui Quaresma, pelo apoio e orientação.

Por fim, aos alunos da licenciatura em Ciências do Desporto da Universidade de Évora, pela partilha de dados fundamentais na elaboração deste trabalho académico.

Perfil de consumo de artigos desportivos durante a pandemia mundial de SARS CoV-2: Estudo exploratório em estudantes universitários

Resumo

Surge em finais de 2019, na cidade chinesa de Wuhan, um novo coronavírus denominado SARS CoV-2. Tendo uma alta taxa de contágio, obrigou a Organização Mundial de Saúde (OMS) a declará-lo como uma pandemia mundial ainda no primeiro trimestre de 2020.

Neste estudo, temos como objetivo conhecer o consumo de artigos desportivos dos praticantes de atividades físico-desportivas, bem como elaborar um perfil psicoeconómico do consumidor que revele utilidade no período pandémico e no futuro.

Tendo por base uma amostra de indivíduos com hábitos de prática de atividades físico-desportivas, analisámos o consumo de artigos desportivos como calçado, o vestuário, os acessórios, os equipamentos, os consumíveis de nutrição desportiva, formação desportiva, assim como o perfil dos estabelecimentos comerciais, junto dos alunos da licenciatura em Ciências do Desporto da Universidade de Évora. Utilizámos um inquérito por questionário e aplicado on-line para conhecermos o perfil psicoeconómico dos inquiridos relativamente às condições financeiras, compras e gastos desportivos, as suas modalidades preferidas. Para tratamento estatístico dos dados recorreremos à análise descritiva, medidas de tendência central e análise de frequência, foi ainda aplicado o teste correlacional não paramétrico de *Spearman*.

Os resultados indicam um maior investimento nos artigos relacionados com as modalidades de futebol, ginásio, atletismo e futsal. Calçado desportivo foi a categoria de artigos desportivos mais selecionada, sendo ténis o calçado mais comum comprado. Nike e Adidas são as marcas favoritas dos inquiridos.

Concluimos que a motivação é um fator chave na aquisição de material desportivo, bem como no valor dos gastos.

Palavras-Chave: Gestão do Desporto; Comportamento do Consumidor; Artigos Desportivos; Pandemia; SARS CoV-2.

Sports items consumption profile during the world pandemic of SARS CoV-2: Exploratory study with university students

Abstract

A new coronavirus called SARS Cov-2 appeared at the end of 2019 in the Chinese city of Wuhan. Having a high contagion rate, it forced the World Health Organization (WHO) to declare it a global pandemic in the first quarter of 2020.

In this study, we aim to know the consumption of sports articles by practitioners of physical and sports activities, as well as to elaborate a psychoeconomic profile of the consumer that proves useful in the pandemic period and in the future.

On the basis of a sample of individuals with physical and sporting activity habits, we have analysed the consumption of sports goods such as footwear, clothing, accessories, equipment, sports nutrition consumables, sports training, as well as the profile of shops, with the students of the degree in Sports Sciences of the University of Évora. We used a questionnaire survey and applied online to know the psychoeconomic profile of respondents regarding financial conditions, purchases and sports spending, their preferred modalities. For the statistical treatment of the data, we used descriptive analysis, central trend measurements and frequency analysis. Spearman's non-parametric correlational test was also applied.

The results indicate a greater investment in articles related to the modalities of football, gymnasium, athletics and futsal. Sports footwear was the most selected category of sporting goods, with tennis being the most common footwear purchased. Nike and Adidas are the favorite brands of respondents.

We conclude that motivation is a key factor in the acquisition of sports material, as well as in the value of expenses.

Keywords: Sport Management; Consumer Behavior; Sporting Goods; Pandemic; SARS-CoV-2.

Índice Geral

Agradecimentos	i
Resumo.....	ii
Abstract.....	iii
Índice de Tabelas	vi
Índice de Gráficos	viii
Capítulo I – Introdução	1
Capítulo II – Revisão Bibliográfica.....	3
2.1 – Desporto e Pandemia.....	3
2.2 – Consumo de Artigos Desportivos.....	5
Capítulo III – Metodologia.....	8
3.1 – Universo e Amostra.....	8
3.2 – Instrumentos e Procedimentos.....	8
3.3 – Técnicas de Tratamento de Dados	9
Capítulo IV – Resultados.....	10
4.1 – Perfil do Consumidor.....	10
4.2 – Hábitos de Consumo.....	12
4.3 – Perfil Financeiro do Consumidor.....	18
4.4 – Perfil de Consumo.....	19
4.4.1 – Calçado Desportivo.....	19
4.4.2 – Vestuário Desportivo.....	23
4.4.3 – Acessórios Desportivos	26
4.4.4 – Artigos Desportivos.....	29
4.4.5 – Nutrição Desportiva	32
4.4.6 – Formação Desportiva.....	35
4.5 – Perfil dos Estabelecimentos.....	37
4.6 – Correlações.....	39
4.6.1 – Calçado Desportivo, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira	39
4.6.2 – Vestuário Desportivo, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira	40
4.6.3 – Acessórios Desportivos, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira	42

4.6.4 – Artigos Desportivos, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira	44
4.6.5 – Nutrição Desportiva, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira	45
4.6.6 – Espaços e Modalidades Desportivas	46
4.6.7 – Rendimento Mensal e Modalidades	47
4.6.8 – Despesas e Modalidades	48
4.6.9 – Rendimentos e Modalidades	49
4.6.10 – Prática e Hábitos de Consumo	49
4.6.11 – Regularidade de Prática e Regularidade de Consumo	50
4.6.12 – Marcas, Estabelecimentos, Ano de Licenciatura e Sexo	51
4.6.13 – Forma de Prática e Formação Desportiva	53
Capítulo V – Discussão	54
Capítulo VI – Limitações e Extensão Futura do Estudo	58
Capítulo VII – Conclusões	59
Referências Bibliográficas	60

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Universo e Amostra do estudo	8
Tabela 2 – Idade dos Inquiridos	10
Tabela 3 – Sexo dos Inquiridos	10
Tabela 4 – Ano de Licenciatura dos Inquiridos.....	11
Tabela 5 – Naturalidade dos Inquiridos.....	11
Tabela 6 – Efetividade de Prática de Atividades Físico-Desportivas.....	12
Tabela 7 – Regularidade de Prática de Atividades Físico Desportivas	12
Tabela 8 – Dias da Semana de Prática de Atividades Físico-Desportivas.....	13
Tabela 9 – Treinos Bidiários.....	14
Tabela 10 – Período de Prática de Atividades Físico-Desportivas.....	14
Tabela 11 – Motivação Prática de Atividades Físico -Desportivas	15
Tabela 12 – Modalidades Principais.....	15
Tabela 13 – Modalidades Secundárias	16
Tabela 14 – Forma de Prática de Atividades Físico-Desportivas	16
Tabela 15 – Entidades de Prática de Atividade Físico-Desportivas	17
Tabela 16 – Espaços de Prática de Atividade Físico-Desportivas	17
Tabela 17 – Situação Laboral dos Inquiridos	18
Tabela 18 – Rendimento Médio Trabalhador-Estudante.....	18
Tabela 19 – Despesa das Modalidades	19
Tabela 20 – Hábito de Consumo de Calçado Desportivo.....	19
Tabela 21 – Tipos de Calçado Desportivo	20
Tabela 22 – Intervalos de Valor de Calçado Desportivo	21
Tabela 23 – Marcas de Calçado Desportivo	22
Tabela 24 – Regularidade de Compra de Calçado Desportivo	22
Tabela 25 – Hábito de Consumo de Vestuário Desportivo.....	23
Tabela 26 – Tipos de Vestuário Desportivo.....	23
Tabela 27 – Intervalos de Valor de Vestuário Desportivo	25
Tabela 28 – Marcas de Vestuário Desportivo.....	25
Tabela 29 – Regularidade de Compra de Vestuário Desportivo	26
Tabela 30 – Hábito de Consumo de Acessórios Desportivos.....	26
Tabela 31 – Tipos de Acessórios Desportivos	27

Tabela 32 – Intervalos de Valor de Acessórios Desportivos	28
Tabela 33 – Marcas de Acessórios Desportivos	28
Tabela 34 – Regularidade de Compra de Acessórios Desportivos	29
Tabela 35 – Hábito de Consumo de Artigos Desportivos.....	29
Tabela 36 – Tipos de Artigos Desportivos.....	30
Tabela 37 – Intervalos de Valor de Artigos Desportivos.....	31
Tabela 38 – Marcas de Artigos Desportivos.....	31
Tabela 39 – Regularidade de Compra de Artigos Desportivos.....	32
Tabela 40 – Hábitos de Consumo de Artigos de Nutrição Desportiva.....	32
Tabela 41 – Tipos de Artigos de Nutrição Desportiva	33
Tabela 42 – Intervalos de Valor de Artigos de Nutrição Desportiva	34
Tabela 43 – Marcas de Artigos de Nutrição Desportiva	34
Tabela 44 – Regularidade de Compra de Artigos de Nutrição Desportiva	35
Tabela 45 – Hábito de Investir em Formação Desportiva	35
Tabela 46 – Mensalidade de Prática de Atividades Físico-Desportivas	35
Tabela 47 – Intervalos de Valor de Formação Desportiva	36
Tabela 48 – Regularidade de Investimento em Formação Desportiva.....	36
Tabela 49 – Forma de Compra	37
Tabela 50 – Locais de Consumo.....	37
Tabela 51 – Serviços Fundamentais num Estabelecimento Desportivo.....	38
Tabela 52 – Formas de Pagamento	38
Tabela 53 – Calçado, Motivação, Prática e Situação Financeira	40
Tabela 54 – Vestuário, Motivação, Prática e Situação Financeira	42
Tabela 55 – Acessórios, Motivação, Prática e Situação Financeira	43
Tabela 56 – Artigos, Motivação, Prática e Situação Financeira	45
Tabela 57 – Artigos de Nutrição, Motivação, Prática e Situação Financeira	46
Tabela 58 – Espaços e Modalidades	47
Tabela 59 – Rendimento Mensal e Modalidades	47
Tabela 60 – Despesas e Modalidades	48
Tabela 61 – Rendimentos e Modalidades	49
Tabela 62 – Prática e Hábitos de Consumo.....	50
Tabela 63 – Regularidade de Prática e Regularidade de Consumo.....	51
Tabela 64 – Marcas, Estabelecimentos, Ano Licenciatura e Sexo.....	52
Tabela 65 – Forma de Prática e Formação Desportiva.....	53

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Curva de Evolução do Mercado Mundial de Consumo de Artigos Desportivos	6
Gráfico 2 – Curva de Evolução do Mercado Europeu de Consumo de Artigos Desportivos	Erro! Marcador não definido.
Gráfico 3 – Faturação das Principais Marcas em Portugal 2012.	Erro! Marcador não definido.
Gráfico 4 – Dias da Semana mais Habituais à Prática de Atividades Físico-Desportivas	Erro! Marcador não definido.

Capítulo I – Introdução

No final do ano de 2019 surge na China, na cidade de Wuhan, um vírus denominado SARS CoV-2, que sendo altamente contagioso obrigou a Organização Mundial de Saúde ainda no primeiro trimestre de 2020 a declará-lo como uma pandemia mundial. Em Portugal foi declarado estado de emergência nacional dia 18 de março de 2020, colocando o país em serviços mínimos, aconselhando todos os cidadãos a permanecerem em casa, com o objetivo de evitar a propagação do vírus.

A qualidade de vida e o bem-estar das populações constitui, em última análise, a mais elementar finalidade das políticas de desenvolvimento do desporto. A oferta de serviços promovida pelas diferentes instituições deve estar orientada para as pessoas. A realidade social, económica e desportiva apresenta uma complexidade que recomenda uma visão alargada, mas também focada (Teixeira, 2019).

Pretendemos que este estudo seja mais uma ferramenta útil num dos pilares fundamentais do desporto, ser acessível a todos, ajudando tanto os consumidores como as empresas a trabalharem na mesma direção.

Os objetivos são:

- Analisar o consumo de artigos desportivos, de uma população ativa, durante a pandemia;
- Caracterizar o perfil psicoeconómico de consumo de artigos desportivos relacionando com as atividades físico-desportivas dos participantes.

O mundo mudou, o país mudou, os hábitos dos portugueses mudaram, todas as áreas sociais e económicas sofreram alterações, de forma a cumprir os objetivos propostos pretende-se criar uma base de conhecimento que sirva de partida a novos estudos relacionando o perfil psicoeconómico com o consumo de artigos desportivos de uma amostra de pessoas com hábitos de prática desportiva antes e durante a pandemia (Deci et al., 1985).

Assim, na necessidade de traçar o perfil psicoeconómico da amostra será importante identificar o consumidor, saber os seus hábitos, os seus investimentos, o seu perfil de consumo e as suas preferências do mesmo (Pérez-González, 2013).

Temos a expectativa que os resultados permitam inferir sobre a influência do vírus na comunidade desportiva, tornando este estudo num marco para futuras pesquisas e comparações sobre este período da história da Humanidade.

O presente estudo consiste na análise dos diferentes tipos de consumidor desportivo, analisando o perfil psicoeconómico de uma amostra com hábitos de prática desportiva antes da pandemia. Pretendemos criar uma base de conhecimento, saber quais os artigos desportivos mais consumidos, tendo ainda como objetivo avaliar a adaptação dos inquiridos durante o período de confinamento, saber como realizam a sua prática desportiva, e principalmente o que compram e a forma como compram.

Desta forma, sabendo do seu histórico ativo e estudando como superam as adversidades criadas por este coronavírus, será possível criar uma previsão sobre quais os artigos desportivos que serão indispensáveis no futuro e em quais as marcas do segmento deverão apostar futuramente.

Capítulo II – Revisão Bibliográfica

2.1 – Desporto e Pandemia

As doenças infecciosas são responsáveis por milhões de mortes no mundo todos os anos. Surtos de doença como o Ébola e a febre de Lassa têm altas taxas de mortalidade e são popularmente associadas a um problema do passado. No entanto, no ano de 1990 o surgimento inesperado e a rápida disseminação do HIV lembrou a humanidade do efeito devastador das doenças infecciosas na raça humana. Nos últimos anos enfrentamos a gripe suína, a tuberculose multirresistente, o síndrome respiratório agudo grave, entre outras doenças, com diferentes graus de mortalidade, disseminação e popularidade nos media (Tesini, 2020).

A 17 de novembro de 2019, surge na cidade chinesa de Wuhan o primeiro caso confirmado de um novo coronavírus, o SARS CoV-2, que provocaria o Covid-19 na raça humana.

Segundo o *site* de referência Manual MSD – Versão Saúde para a Família “A COVID-19 é uma doença respiratória aguda que pode ser grave e é causada por um coronavírus recentemente identificado, oficialmente chamado SARS-CoV-2”.

Normalmente é transmitida de pessoas para pessoas por meio de gotículas respiratórias produzidas quando alguém infetado espirra, tosse, se exercita ou fala. Assim é fácil chegar à conclusão que quanto mais próxima e mais prolongada for a interação com a pessoa infetada, mais alto será o risco de disseminação do vírus.

A maioria das pessoas infetadas apenas são portadoras de sintomas leves ou nem chegam a ter nenhuns, no entanto há quem fique gravemente doente ou acabe por morrer. De entre os sintomas mais comuns destacamos a febre, a tosse, a falta de ar, a fadiga, as dores musculares, as dores de cabeça, a perda de olfato ou do paladar, os vômitos e a diarreia.

Até ao momento, as formas de evitar a propagação do vírus em interações humanas são feitas através de distanciamento social físico, utilização de

máscara, alteração da etiqueta respiratória, lavagem e desinfecção de material comum com frequência.

Após ser identificado na China, o vírus depressa se alastrou pelo mundo, primeiro pela Tailândia, depois pelo Japão, até que passou por oceanos e continentes e se espalhou por todos os países do mundo. A 30 de janeiro de 2020 a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou o vírus como caso de emergência de saúde pública internacional. A 11 de fevereiro a OMS denominou a infeção provocada pelo novo coronavírus (SARS CoV-2) como Covid-19. No dia 11 de março de 2020 foi finalmente declarado pela OMS o Estado de Pandemia provocada pelo vírus.

Um ano depois do primeiro caso, estima-se que morreram mais de um milhão de pessoas foram infetadas cerca de 55 milhões (Rogado, 2020).

Todos os países reagiram e instalaram medidas de combate à propagação do vírus, sendo algumas mais rigorosas que outras. Como medidas mais comuns entre os países destacamos a quarentena no início da pandemia, o isolamento social em caso de sintomas, o encerramento de todos os estabelecimentos não fundamentais para a sobrevivência humana em geral, e a proibição de aglomerados de multidões.

Na europa o primeiro país a mostrar números preocupantes de mortes e infetados foi a Itália, tendo em fevereiro de 2020 cerca de 4 mil casos confirmados.

Países como os Estados Unidos, Brasil e Índia rapidamente chegaram ao topo na lista dos países com mais casos no mundo, tendo em fevereiro de 2021, um ano após a declaração da pandemia pela OMS, entre os três quase metade (48.028.568) dos infetados mundiais deste período (108.043.938).

Em Portugal o vírus chegou a 2 de março de 2020, embora já houvesse notícias de portugueses infetados pelo mundo. A 16 de março faleceu o primeiro português vítima da doença (Rogado, 2020), dois dias depois foi declarado o primeiro estado de emergência dedicado a combater os avanços da pandemia, pelo Presidente da República Marcelo Rebelo Sousa.

Os estabelecimentos de ensino foram encerrados e os alunos passaram a regime de telescola, tal como muitos adultos que viram os seus locais de trabalho encerrados e foram obrigados a passar para o teletrabalho. Todas as modalidades desportivas foram suspensas, desde treinos a competições. A

restauração passou a trabalhar de forma geral em serviço de *take-way* ou com muitas limitações de lotação.

Em maio de 2020 entrou em vigor o estado de calamidade, o que permitiu um respirar das medidas de contenção, tendo voltado as competições desportivas profissionais, embora sem público, e permitindo que aos poucos os negócios não essenciais voltassem a reabrir.

É entre o estado de emergência e o estado de calamidade que Portugal tem enfrentado a pandemia, alternando entre ambos, consoante os números de infetados vai aumentando ou diminuindo.

O ano de 2020 seria palco para alguns dos maiores eventos desportivos do mundo, os Jogos Olímpicos, a serem realizados em Tóquio, o Campeonato Europeu de Futebol, a ser realizado em 12 cidades europeias, entre outros, tendo as suas datas sido alteradas, os regulamentos alterados e adaptados, e alguns foram mesmo cancelados.

Em Portugal todas as competições de modalidades amadoras foram suspensas, deixando apenas a decorrer de forma limitada as competições profissionais de primeira e segunda divisão de baixo contacto.

Com grande parte das instalações encerradas ou limitadas, muitos foram os atletas que interromperam os seus macrociclos de treino e a sua preparação para os grandes eventos e respetivos objetivos. Sem instalações, sem treinos, sem competições, sem condições para a evolução da atividade físico-desportiva.

2.2– Consumo de Artigos Desportivos

Estima-se que em 2017 o mercado mundial de artigos desportivos valeria cerca de 238 mil milhões de euros (Gráfico 1). Na europa previa-se que o volume de negócios fosse de 87 mil milhões de euros em 2016 (Gráfico 2). Em Portugal os únicos dados encontrados remontam a 2012, onde a faturação total desse ano rondaria os 588 milhões de euros (Gráfico 3).

Perfil de consumo de artigos desportivos durante a pandemia mundial de SARS CoV-2: Estudo exploratório em estudantes universitários

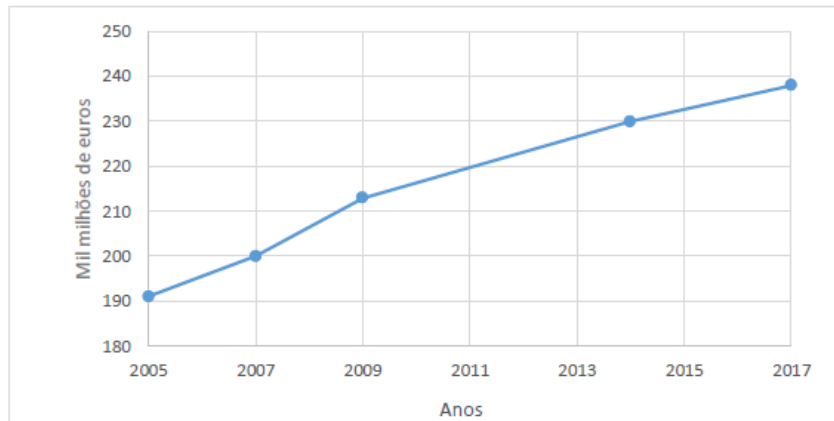


Gráfico 1. Curva de Evolução do Mercado Mundial de Consumo de Artigos Desportivos

Notas: Fonte (Silva et al., 2014)

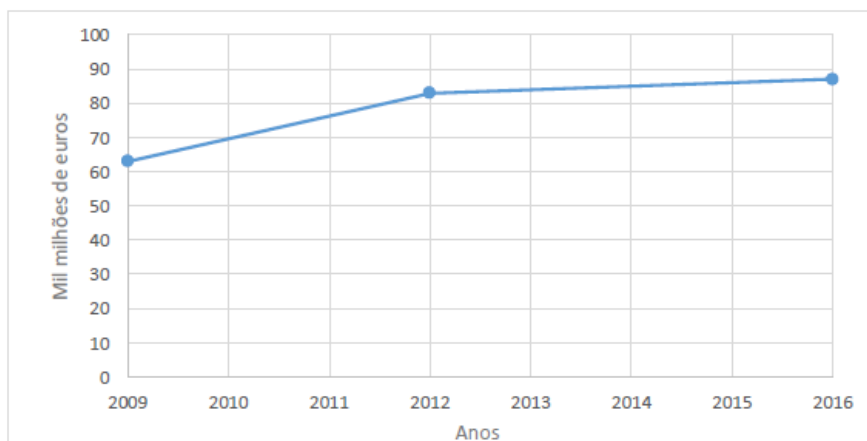


Gráfico 2. Curva de Evolução do Mercado Europeu de Consumo de Artigos Desportivos

Notas: Fonte (Silva et al., 2014)

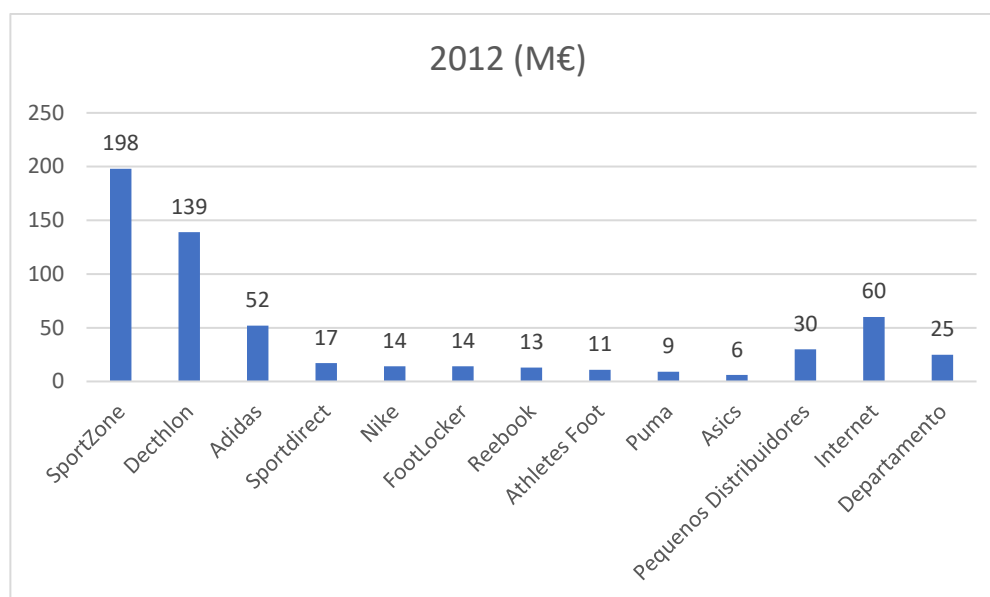


Gráfico 3. *Faturação das Principais Marcas em Portugal 2012*

Notas: Fonte (Silva et al., 2014)

Estes dados que estimavam uma curva crescente de ano para ano, deverão ter sofrido quebras no ano de 2020, tornando as suas previsões obsoletas perante o cenário atual.

Sabendo que o compromisso desportivo tem influência sobre a frequência de prática e esta sobre o consumo de artigos desportivos (Fernandes et al., 2013), é lógico pensar que ao isolar os praticantes em casa a frequência diminui e o consumo também sofrerá quebras.

Capítulo III – Metodologia

3.1 – Universo e Amostra

Na elaboração deste estudo, considerámos vital a elaboração de um perfil psicoeconómico dos consumidores de artigos desportivos. Devido às condicionantes criadas pela pandemia, focamos numa amostra que tínhamos a certeza que praticava atividade físico-desportiva antes do mundo mudar, e que tudo tinha feito para continuar a praticar da forma mais “normal” possível a mesma. Escolhemos por isso os alunos da licenciatura em Ciências do Desporto da Universidade de Évora, um universo com 193 alunos entre os 3 anos (Tabela 1).

Calculado o desvio padrão do universo, e querendo que o estudo tivesse um grau de confiança de 95% para que fosse credível, chegamos á conclusão que era necessário ter pelo menos 121 respostas aplicando a seguinte formula:

$$\text{Margem de erro} = Z \times \frac{\sigma}{\sqrt{n}}$$

Tabela 1

Universo e Amostra do estudo

Ano Licenciatura	Número de Alunos Inscritos	Número de Alunos que Participaram no Estudo	% de Alunos que Participaram no Estudo
1º Ano	80	51	63,8%
2º Ano	58	36	62,1%
3º Ano	55	35	63,6%
TOTAL	193	122	63,2%

3.2 – Instrumentos e Procedimentos

Após a leitura de alguns estudos (Fernandes et al., 2013; Pérez-González, 2013; Martins et al., 2018), decidimos durante o mês de fevereiro de 2021, em

plena fase de isolamento, fazer a recolha de dados através de um inquérito utilizando uma plataforma online, Google Forms, que nos auxiliou de forma simples a chegar a todo o nosso universo de estudo. Passamos então à elaboração da matriz de inquérito de modo a encaixar nos objetivos do estudo e que nos fosse possível recolher os dados à distância, auxiliados pelo livro *Investigação por Questionário* de Manuela Hill e Andrew Hill.

Em conjunto com os orientadores e consultando alguma biografia (Teixeira, 2015; Martins et al., 2018) foi desenvolvida uma matriz de inquérito onde facilmente se chegou a 5 áreas que considerámos relevantes estudar e correlacionar: perfil do consumidor, hábitos de consumo, perfil financeiro do consumidor, perfil de consumo e perfil do estabelecimento (inquérito disponível a pedido).

Foi ainda enviado um pré-teste do questionário a um pequeno grupo de técnicos de vendas de material desportivo de modo a que a versão final tivesse uma linguagem mais apropriada e todos os itens nas categorias certas, tendo este recebido poucas propostas de alteração.

3.3 – Técnicas de Tratamento de Dados

Após recolher os dados, recorreremos ao tratamento dos mesmos através de um programa de estatística, o SPSS (Versão 24).

No presente estudo serão aplicadas técnicas de análise descritiva, nomeadamente medidas de tendência central (média, desvio padrão) para as variáveis escalares, como a idade, e a análise de frequências para as variáveis nominais, como o género (Plunkett, 2008).

Será também aplicado o teste correlacional não paramétrico de *Spearman*, que permite verificar se duas variáveis estão correlacionadas entre si, seja a correlação negativa ou positiva, podendo ser também forte ou fraca, dependendo do valor do coeficiente de correlação associado que varia entre -1 e 1 (Fernandes et al., 2013).

Capítulo IV – Resultados

4.1 – Perfil do Consumidor

Para o presente estudo foram inquiridos 122 indivíduos com idade compreendida entre 18 e 34 anos e média=21,36 anos (desvio padrão = 2,632 anos). Sendo a idade mais indicada 19 anos (24,6%, N=30), seguida de 20 anos (19,7%, N=24) (Tabela 2).

Tabela 2

Idade dos Inquiridos

Idade	F	%
18	3	2,5
19	30	24,6
20	24	19,7
21	14	11,5
22	17	13,9
23	18	14,8
24	6	4,9
25	4	3,3
26	2	1,6
27	1	0,8
31	1	0,8
32	1	0,8
34	1	0,8
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Relativamente ao género, a maioria era do género masculino (68%, N=83) (Tabela 3).

Tabela 3

Sexo dos Inquiridos

Sexo	F	%
Masculino	83	68,0
Feminino	39	32,0
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

O ano de licenciatura mais participativo no estudo foi o 1ºAno (41,8%, N=51) (Tabela 4).

Tabela 4

Ano de Licenciatura dos Inquiridos

Ano de Licenciatura	F	%
1º Ano	51	41,8
2º Ano	36	29,5
3º Ano	35	28,7
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

A maioria dos inquiridos era residente no distrito de Évora (59,8%, N=73) (Tabela 5).

Tabela 5

Naturalidade dos Inquiridos

Qual a seu distrito/região de residência antes da licenciatura?	F	%
Aveiro	3	2,5
Beja	16	13,1
Bragança	2	1,6
Évora	73	59,8
Faro	2	1,6
Leiria	2	1,6
Lisboa	7	5,7
Portalegre	5	4,1
Porto	1	,8
Região Autónoma da Madeira	4	3,3
Região Autónoma dos Açores	2	1,6
Santarém	2	1,6
Setúbal	3	2,5
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.2 – Hábitos de Consumo

Apesar da amostra ter sido escolhida de forma a encaixar nos objetivos, era importante averiguar os seus hábitos de prática desportiva, desta forma, foram questionados sobre a sua prática desportiva, onde a grande maioria respondeu afirmativamente (98,4%, N=120) (Tabela 6).

Tabela 6

Efetividade de Prática de Atividades Físico-Desportivas

Pratica atividades físico-desportivas?	F	%
Não	2	1,6
Sim	120	98,4
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Uma ligeira maioria indicou que praticava 3 vezes por semana (49,2%, N=60), seguido de quem praticava 4 vezes (23,0%, N=28) (Tabela 7). A média das práticas desportivas foi 3,56 vezes/semana (desvio padrão = 1,136 vezes).

Tabela 7

Regularidade de Prática de Atividades Físico Desportivas

Com que regularidade pratica atividades físico-desportivas?	F	%
1	4	3,3
2	7	5,7
3	60	49,2
4	28	23,0
5	17	13,9
6	3	2,5
7	3	2,5
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Relativamente aos dias em que praticavam atividades físico-desportivas, a resposta mais obtida foi “segunda-feira, quarta-feira e sexta-feira” (40,2%, N=49) (Tabela 8), sendo que a segunda-feira é o dia da semana mais escolhido para a prática (Gráfico 4).

Tabela 8

Dias da Semana de Prática de Atividades Físico-Desportivas

Habitualmente em que dias da semana pratica atividades físico-desportivas?	F	%
Domingo	2	1,6
Não tenho dia certo	14	11,5
Quarta-Feira, Sexta-Feira	1	,8
Segunda-Feira, Quarta-Feira, Quinta-Feira	5	4,1
Segunda-Feira, Quarta-Feira, Quinta-Feira, Sábado	1	,8
Segunda-Feira, Quarta-Feira, Sábado	1	,8
Segunda-Feira, Quarta-Feira, Sexta-Feira	49	40,2
Segunda-Feira, Quarta-Feira, Sexta-Feira, Sábado	9	7,4
Segunda-Feira, Quarta-Feira, Sexta-Feira, Sábado, Domingo	10	8,2
Segunda-Feira, Quinta-Feira	5	4,1
Segunda-Feira, Terça-Feira, Quarta-Feira, Quinta-Feira	12	9,8
Segunda-Feira, Terça-Feira, Quarta-Feira, Quinta-Feira, Sexta-Feira	4	3,3
Segunda-Feira, Terça-Feira, Quarta-Feira, Quinta-Feira, Sexta-Feira, Sábado, Domingo	2	1,6
Segunda-Feira, Terça-Feira, Quinta-Feira, Sexta-Feira, Sábado, Não tenho dia certo	4	3,3
Terça-Feira, Quinta-Feira, Sexta-Feira, Domingo	2	1,6
Terça-Feira, Sexta-Feira	1	,8
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

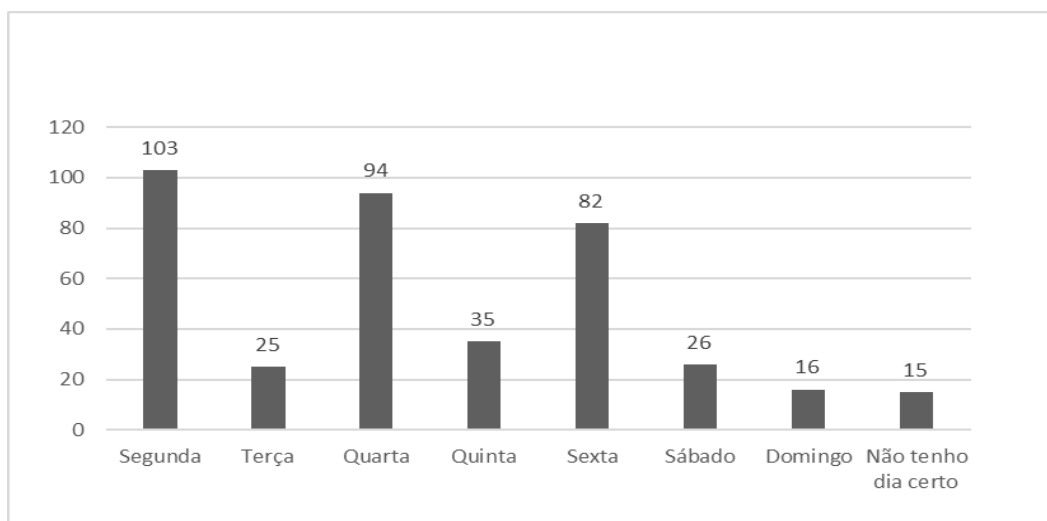


Gráfico 4. *Dias da Semana mais Habituais à Prática de Atividades Físico-Desportivas*

Questionou-se se realizavam treinos bidiários, ao qual a maioria indicou que não realizava (70,5%, N=86) e quem realizava não tinha dia fixo (13,9%, N=17) (Tabela 9).

Tabela 9

Treinos Bidiários

Realiza treinos bidiários? Se sim, indique os dias a que habitualmente se realizam	F	%
Domingo	2	1,6
Quarta-Feira	5	4,1
Quinta-Feira	5	4,1
Sábado	2	1,6
Quarta-Feira, Sexta-Feira	1	,8
Segunda-Feira, Sexta-Feira	4	3,3
Não tenho dia certo	17	13,9
NS/NR	86	70,5
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

A maioria respondeu que preferia praticar atividades físico-desportivas depois do trabalho (53,3%, N=65) (Tabela 10).

Tabela 10

Período de Prática de Atividades Físico-Desportivas

Em que período do dia prefere praticar atividades físico-desportivas?	F	%
Depois do Trabalho	65	53,3
Hora de Almoço	1	0,8
Manhã	28	23,0
Noite	2	1,6
Tarde	26	21,3
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Relativamente à motivação para a prática de atividades físico-desportivas, as respostas foram diversas, tendo sido referidos mais vezes os motivos de saúde, competitivos e sociais (Tabela 11).

Tabela 11

Motivação Prática de Atividades Físico Desportivas

Qual a sua motivação para a prática de atividades físico-desportivas?	F	%
Motivos Competitivos	64	29,4
Motivos Saúde	74	33,9
Motivos Económicos	2	0,9
Motivos Estéticos	26	11,9
Motivos Sociais	52	23,9
Total	218	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Verificou-se que as atividades principais eram o futebol (20,5%, N=25), o ginásio (20,5%, N=25) e o atletismo (18,9%, N=23) (Tabela 12). À mesma questão não se obteve resposta de 5 indivíduos (4,1%).

Tabela 12

Modalidades Principais

Qual a sua modalidade desportiva principal?	F	%
Andebol	1	,8
Boxe	1	,8
Calistenia	1	,8
Ciclismo	5	4,1
Atletismo	23	18,9
Dança	4	3,3
Equitação	1	,8
Futebol	25	20,5
Futebol americano	1	,8
Futsal	18	14,8
Ginásio	25	20,5
Natação	9	7,4
Pesca	2	1,6
Nenhuma	1	,8
NS/NR	5	4,1
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Também se perguntou se, além da atividade principal, se praticavam outra, ao qual se obteve a resposta de 20 indivíduos e dos mesmos a resposta mais obtida foi o atletismo (40,0%, N=8) (Tabela 13).

Tabela 13

Modalidades Secundárias

Além da modalidade principal, pratica mais alguma? Se sim, indique	F	%
Atletismo	8	40,0
Ciclismo	2	10,0
Fisiculturismo	1	5,0
Ginásio	3	15,0
Jiu-jitsu	1	5,0
Natação	1	5,0
Polo Aquático	1	5,0
Tênis	1	5,0
Voleibol	2	10,0
Total	20	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

A maioria praticava atividades físico-desportivas de forma informal (57,4%, N=70) (Tabela 14).

Tabela 14

Forma de prática de Atividades Físico-Desportivas

De que forma pratica atividades físico-desportivas?	F	%
Federado	39	32,0
Informal	70	57,4
Semiprofissional	13	10,7
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Uma ligeira maioria praticava atividades físico-desportivas num clube (43,4%, N=53) (Tabela 15).

Tabela 15

Entidades de Prática de Atividades Físico-Desportivas

Em que entidade enquadra a sua prática de atividades físico-desportivas?	F	%
Associação	3	2,5
Clube	53	43,4
Ginásio	29	23,8
Não pratico em nenhuma entidade	34	27,9
Universidade	3	2,5
Total	122	100,

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Relativamente aos espaços que utilizavam na prática de atividades físico-desportivas as respostas mais obtidas foram pavilhões e ginásios (21,7%, N=30), ginásio (19,7%, N=24), espaços urbanos (19,6%, N=27) e campo de futebol (18,8%, N=26) (Tabela 16).

Tabela 16

Espaços de Prática de Atividade Físico Desportivas

Que espaços utiliza na sua prática de atividades físico-desportivas?	F	%
Campo de Futebol	26	18,8
Casa	1	,7
Espaço Urbano	27	19,6
Espaço ao Ar Livre	7	5,1
Ginásio	30	21,7
Pavilhão	30	21,7
Picadeiro	1	,7
Piscina	13	9,4
Pista de Atletismo	3	2,2
Total	138	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.3 – Perfil Financeiro do Consumidor

Após conhecer o consumidor e saber os seus hábitos de consumo, tratando-se de um perfil socioeconómico, é fundamental recolher dados sobre as suas finanças. Desta forma apuramos que a maioria dos inquiridos tem o estatuto de estudante, e apenas 23,8% usufrui do estatuto de trabalhador-estudante (Tabela 17).

Tabela 17

Situação Laboral dos Inquiridos

Qual a sua situação laboral/ocupação?	F	%
Estudante	93	76,2
Trabalhador-Estudante	29	23,8
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

No caso do trabalhador-estudante, o rendimento médio mensal era inferior a 600€ (69,0%, N=20) (Tabela 18).

Tabela 18

Rendimento Médio Trabalhador-Estudante

Sendo trabalhador-estudante qual o seu rendimento médio mensal?	F	%
<600€	20	69,0
601€-1000€	9	31,0
Total	29	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Levamos os inquiridos a fazer uma reflexão sobre como consideravam as suas modalidades financeiramente. Na modalidade principal a maioria considerou que era equilibrada (58,2%, N=71) (Tabela 18), e tendo em conta a despesa da modalidade secundária, a maioria indicou que era económica (85,0%, N=17) (Tabela 19).

Tabela 19

Despesa das Modalidades

Como considera financeiramente a sua modalidade?		F	%
Principal	Dispendiosa	9	7,4
	Económica	42	34,4
	Equilibrada	71	58,2
	Total	122	100,0
Secundária	Económica	17	85,0
	Equilibrada	3	15,0
	Total	20	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.4 – Perfil de Consumo

4.4.1 – Calçado Desportivo

Ao analisar os dados do inquérito vemos que a grande maioria costumava comprar calçado para a prática de atividades físico-desportivas (98,4%, N=120) (Tabela 20).

Tabela 20

Hábito de Consumo de Calçado Desportivo

Costuma comprar calçado para prática de atividades físico-desportivas?	F	%
Não	2	1,6
Sim	120	98,4
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Sendo que os mais indicados foram, ténis (45,9%, N=95) seguido de chuteiras (16,9%, N=35) e chinelos (16,4%, N=34) (Tabela 21).

Tabela 21

Tipos de Calçado Desportivo

Tipo de Calçado	F	%
Barbatanas	3	1,0
Botas	3	1,0
Chinelos	34	16,4
Chuteiras	35	16,9
Perneiras	2	1,0
Sapatilhas	17	8,2
Sapatos de Encaixe	5	2,4
Ténis	95	45,9
Total	194	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Aos inquiridos, e tendo em conta o número de artigos indicados na compra de calçado, questionou-se sobre o intervalo de preço a que normalmente comprariam os artigos, e na primeira escolha, ténis, a resposta mais obtida foi entre os 50€ e os 70€ (41,1%, N=39), seguido de 30€ a 50€ (28,4%, N=27) (Tabela 22).

Na segunda escolha, a opção chuteiras, só obteve a resposta positiva de 35 indivíduos e a resposta mais obtida foi entre 50€ e 70€ (54,3%, N=35) (Tabela 22).

Na terceira opção mais escolhida, de 34 indivíduos, 30 indicaram que não estariam dispostos a pagar mais de 30€ por chinelos (88,2%, N=30) (Tabela 22).

A quarta escolha, sapatilhas, obteve o interesse de 17 indivíduos, sendo que a grande maioria também não estaria disposta a gastar mais de 30€ na sua aquisição (64,7%, N=11) (Tabela 22).

Por fim, na quinta escolha decidimos juntar todos os restantes tipos de calçado uma vez que os valores de compra regular eram muito reduzidos; só se obteve a resposta de 13 indivíduos e a resposta mais obtida foi inferior a 30€ (46,2%, N=6) (Tabela 22).

Tabela 22

Intervalos de Valor de Calçado Desportivo

Tendo em conta as suas escolhas na questão anterior, qual o intervalo de preço normal da compra?		F	%
[Ténis]	Inferior a 30€	14	14,7
	30€ a 50€	27	28,4
	50€ a 70€	39	41,1
	70€ a 90€	11	11,6
	90€ a 110€	4	4,2
	Total	95	100,0
[Chuteiras]	Inferior a 30€	1	2,9
	30€ a 50€	5	14,3
	50€ a 70€	19	54,3
	70€ a 90€	9	25,7
	90€ a 110€	1	2,9
	Total	35	100,0
[Chinelos]	Inferior a 30€	30	88,2
	30€ a 50€	4	11,8
	Total	34	100,0
[Sapatilhas]	Inferior a 30€	11	64,7
	30€ a 50€	6	35,3
	90€ a 110€	0	0,0
	Total	17	100,0
[Outros]	Inferior a 30€	6	46,2
	30€ a 50€	2	15,4
	50€ a 70€	3	23,1
	70€ a 90€	2	15,4
	Total	13	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

No que concerne à marca de calçado desportivo preferida, a resposta mais obtida foi a Nike (38,3%, N=46), seguida da marca Adidas (35,0%, N=42) (Tabela 23).

Tabela 23

Marcas de Calçado Desportivo

Qual a sua marca preferida de calçado desportivo?	F	%
Adidas	42	35,0
Asics	6	4,9
Carpelan	2	1,6
Domyos	2	1,6
Fouganza	1	,8
Joma	9	7,4
New Balance	5	4,1
Nike	46	38,3
Puma	2	1,6
Rockrider	5	4,1
Total	120	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Em relação à regularidade, a maioria indicou que costumava comprar calçado desportivo apenas uma vez por ano (56,7%, N=68) (Tabela 24).

Tabela 24

Regularidade de Compra de Calçado Desportivo

Com que regularidade costuma comprar calçado desportivo?	F	%
Anualmente	68	56,7
Bianualmente	5	4,2
Quando já estão gastos	2	1,7
Semestralmente	25	20,8
Trimestralmente	20	16,7
Total	120	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.4.2 – Vestuário Desportivo

A grande maioria indicou que costumava comprar vestuário para a prática físico-desportiva (98,4%, N=120) (Tabela 25).

Tabela 25

Hábito de Consumo de Vestuário Desportivo

Costuma comprar vestuário para a prática de atividades físico-desportivas?	F	%
Não	2	1,6
Sim	120	98,4
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Sendo que os mais indicados foram t-shirts (24,7%, N=45) seguido de calções (24,2%, N=44) e camisolas (8,8%, N=16) (Tabela 26).

Tabela 26

Tipos de Vestuário Desportivo

De que tipo?	F	%
Calças	6	3,3
Calções	44	24,2
Camisolas	16	8,8
Casacos	10	5,5
Corta-Vento	6	3,3
Leggings	9	4,9
Meias	6	3,3
Roupa Térmica	15	8,2
Sweatswirts	3	1,6
T-Shirts	45	24,7
Pólos	1	0,5
Fatos de Treino	11	6,0
Fatos de Banho	5	2,7
Coletes	2	1,1
Saias e Vestidos	2	1,1
Proteções Futebol Americano	1	0,5
Total	182	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Aos inquiridos, e tendo em conta o número de artigos indicados na compra de vestuário, questionou-se sobre o intervalo de preço a que normalmente comprariam os artigos, e na primeira escolha, t-shirts, a resposta mais obtida foi que não estariam dispostos a pagar mais de 30€ por um artigo (88,9%, N=40) (Tabela 27).

Na segunda escolha, a opção calções, obteve a resposta positiva de 44 indivíduos e a resposta mais obtida também foi inferior a 30€ (93,2%, N=41) (Tabela 27).

Na terceira opção mais escolhida, de 16 indivíduos, 11 indicaram que não estariam dispostos a pagar mais de 30€ por camisolas (68,8%, N=11) (Tabela 27).

A quarta escolha, roupa térmica, obteve o interesse de 15 indivíduos, sendo que a grande maioria também não estaria disposta a gastar mais de 30€ na sua aquisição (60,0%, N=9) (Tabela 27).

Por fim, na quinta escolha decidimos juntar todos os restantes tipos de vestuário restantes, uma vez que o número de artigos selecionados individualmente era pouco relevante para uma análise conclusiva. Obteve-se assim uma soma de 62 respostas onde a resposta mais selecionada foi inferior a 30€ (82,3%, N=51) (Tabela 27).

Tabela 27

Intervalos de Valor de Vestuário Desportivo

Tendo em conta as suas escolhas na questão anterior, qual o intervalo de preço normal da compra?		F	%
[T-shirts]	Inferior a 30€	40	88,9
	30€ a 50€	5	11,1
	Total	45	100,0
[Calções]	Inferior a 30€	41	93,2
	30€ a 50€	3	6,8
	Total	44	100,0
[Camisolas]	Inferior a 30€	11	68,8
	30€ a 50€	5	31,3
	Total	16	100,0
[Roupa Térmica]	Inferior a 30€	9	60,0
	30€ a 50€	4	26,7
	50€ a 70€	2	13,3
	Total	15	100,0
[Outros]	Inferior a 30€	51	82,3
	30€ a 50€	5	8,1
	50€ a 70€	3	4,8
	70€ a 90€	2	3,2
	90€ a 110€	1	1,6
	Total	62	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

No que concerne à marca de vestuário desportivo preferida, a resposta mais obtida foi a Nike (35,0%, N=42), seguida da marca Adidas (33,3%, N=40) (Tabela 28).

Tabela 28

Marcas de Vestuário Desportivo

Qual a sua marca preferida de vestuário desportivo?	F	%
Adidas	40	33,3
Artengo	1	,8
Btwin	5	4,2
Carpelan	2	1,6
Domyos	10	8,3
Fouganza	1	,8
Kipsta	9	7,5
Nike	42	35,0
Puma	4	3,3
Quechua	6	5,0
Total	120	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Em relação à regularidade, a maioria indicou que costumava comprar vestuário desportivo apenas uma vez por ano (60,0%, N=72) (Tabela 29).

Tabela 29

Regularidade de Compra de Vestuário Desportivo

Com que regularidade costuma comprar vestuário desportivo?	F	%
10 em 10 anos, no caso do equipamento de futebol americano	1	,8
Anualmente	72	60,0
Bianualmente	3	2,5
Mensalmente	1	,8
Quando preciso	2	1,6
Semestralmente	20	16,7
Trimestralmente	21	17,5
Total	120	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.4.3 – Acessórios Desportivos

Ao analisar os dados do inquérito observamos que a grande maioria costumava comprar acessórios para a sua prática de atividades físico-desportivas (53,3%, N=65) (Tabela 30).

Tabela 30

Hábito de Consumo de Acessórios Desportivos

Costuma comprar acessórios para a prática de atividades físico-desportivas?	F	%
Não	57	46,7
Sim	65	53,3
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Sendo que o acessório mais comprado seriam os relógios (32,0%, N=22), seguido das toalhas (29,7%, N=22) (Tabela 31).

Tabela 31

Tipos de Acessórios Desportivos

De que tipo?	F	%
Bolsas	9	7,0
Canas de pesca	2	1,6
Cantil	10	7,8
Capacete	5	3,9
Mochilas	21	16,4
Óculos	2	1,6
Relógios	41	32,0
Toalhas	38	29,7
Total	128	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Aos inquiridos, e tendo em conta o número de artigos indicados na compra de acessórios, questionou-se sobre o intervalo de preço a que normalmente comprariam os artigos, e na primeira escolha, relógios, a resposta mais obtida foi que não estariam dispostos a pagar mais de 30€ por um artigo (51,2%, N=21), seguido de 50€ a 70€ (26,8%, N=11) (Tabela 32).

Na segunda escolha, a opção toalhas, obteve a resposta positiva de 38 indivíduos e a resposta mais obtida também foi inferior a 30€ (92,1%, N=35) (Tabela 32).

Na terceira opção mais escolhida, de 21 indivíduos, 11 indicaram que não estariam dispostos a pagar mais de 30€ por mochilas (52,4%, N=11) (Tabela 32).

Por fim, na quarta escolha decidimos juntar todos os restantes tipos de acessórios restantes, uma vez que o número de artigos selecionados individualmente era pouco relevante para uma análise conclusiva. Obteve-se assim uma soma de 27 respostas onde a resposta mais selecionada foi inferior a 30€ (37,0%, N=10) (Tabela 32).

Tabela 32

Intervalos de Valor de Acessórios Desportivos

Tendo em conta as suas escolhas na questão anterior, qual o intervalo de preço normal da compra?		F	%
[Relógios]	Inferior a 30€	21	51,2
	30€ a 50€	5	12,2
	50€ a 70€	11	26,8
	70€ a 90€	2	4,9
	Superior a 110€	2	4,9
	Total	41	100,0
[Toalhas]	Inferior a 30€	35	92,1
	30€ a 50€	3	7,9
	Total	38	100,0
[Mochilas]	Inferior a 30€	11	52,4
	30€ a 50€	5	23,8
	50€ a 70€	5	23,8
	Total	21	100,0
[Outros]	Inferior a 30€	10	37,0
	30€ a 50€	6	22,2
	50€ a 70€	7	25,9
	70€ a 90€	4	14,8
	Total	27	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

No que concerne à marca de acessórios desportivos preferida, a resposta mais obtida foi a Adidas (32,8%, N=40) e não se obteve a resposta de 53 indivíduos (43,4%) (Tabela 33).

Tabela 33

Marcas de Acessórios Desportivos

Qual a sua marca preferida de acessórios desportivos?	F	%
Adidas	40	32,8
Apple	2	1,6
Btwin	5	4,1
Carpelan	2	1,6
Kipsta	2	1,6
Nike	5	4,1
Polar	1	,8
Prozis	4	3,3
Quechua	6	4,9
TOM TOM	2	1,6
NS/NR	53	43,4
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Em relação à regularidade, a maioria indicou que costumava comprar acessórios desportivos uma vez por ano (43,4%, N=53) e não se obteve a resposta de 54 indivíduos (Tabela 34).

Tabela 34

Regularidade de Compra de Acessórios Desportivos

Com que regularidade costuma comprar acessórios desportivos?	F	%
4 em 4 anos	2	1,6
Anualmente	53	43,4
Bianualmente	3	2,5
Quando necessário	1	,8
Raramente	2	1,6
Semestralmente	4	3,3
Trimestralmente	2	1,6
Só comprei 1	1	,8
NS/NR	54	44,3
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.4.4 – Artigos Desportivos

A grande maioria indicou que não costumava comprar artigos para a prática físico-desportiva (54,9%, N=67) (Tabela 35).

Tabela 35

Hábito de Consumo de Artigos Desportivos

Costuma comprar artigos para a prática de atividades físico-desportivas?	F	%
Não	67	54,9
Sim	55	45,1
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Relativamente ao tipo de artigo comprado, a resposta mais obtida foi pesos (44,3%, N=22) (Tabela 36).

Tabela 36

Tipos de Artigos Desportivos

De que tipo?	F	%
Cestos	1	1,0
Colchões	7	7,8
Elásticos	17	17,5
Fio de Pesca	2	2,1
Máquinas de Córdio	19	19,6
Máquinas de Força	3	3,1
Pesos	43	44,3
Bicicletas	5	5,2
Total	97	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Aos inquiridos, e tendo em conta o número de artigos indicados na compra de artigos, questionou-se sobre o intervalo de preço a que normalmente comprariam os artigos, e na primeira escolha, pesos, a resposta mais obtida foi que não estariam dispostos a pagar mais de 30€ por um artigo (48,8%, N=21) (Tabela 37).

Na segunda escolha, a opção máquinas de córdio, obteve a resposta positiva de 19 indivíduos e a maioria estaria disposta a gastar mais de 110€ para adquirir o artigo (68,4%, N=13) (Tabela 37).

Na terceira opção mais escolhida, de 17 indivíduos, 12 indicaram que não estariam dispostos a pagar mais de 30€ por elásticos (70,6%, N=12) (Tabela 36).

A quarta escolha, colchões, obteve o interesse de apenas 7 indivíduos, sendo que a grande maioria também não estaria disposta a gastar mais de 30€ na sua aquisição (71,4%, N=5) (Tabela 37).

Por fim, na quinta escolha decidimos juntar todos os restantes tipos de artigos, uma vez que os números de artigos selecionados individualmente eram pouco relevantes para uma análise conclusiva. Obteve-se assim uma soma de 11 respostas onde a resposta mais selecionada foi superior a 110€ (54,5%, N=6) (Tabela 37).

Tabela 37

Intervalos de Valor de Artigos Desportivos

Tenho em conta as suas escolhas na questão anterior, qual o intervalo de preço normal da compra?	F	%
[Pesos]		
Inferior a 30€	21	48,8
30€ a 50€	10	23,3
70€ a 90€	8	18,6
90€ a 110€	4	9,3
Total	43	100,0
[Máquinas de Córdio]		
70€ a 90€	2	10,5
90€ a 110€	4	21,1
Superior a 110€	13	68,4
Total	19	100,0
[Elásticos]		
Inferior a 30€	12	70,6
30€ a 50€	5	29,4
Total	17	100,0
[Colchões]		
Inferior a 30€	5	71,4
50€ a 70€	2	28,6
Total	7	100,0
[Outros]		
70€ a 90€	2	18,2
90€ a 110€	3	27,3
Superior a 110€	6	54,5
Total	11	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Para a maioria, a marca preferida de artigos desportivos foi a Domyos (72,7%, N=40) (Tabela 38).

Tabela 38

Marcas de Artigos Desportivos

Qual a sua marca preferida de artigos desportivos?	F	%
Adidas	3	5,5
Carpelan	2	3,6
Domyos	40	72,7
Kipsta	2	3,6
Quechua	2	3,6
Rockrider	5	9,1
Tarmak	1	1,8
Total	55	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

A maioria indicou que costumava comprar artigos desportivos bianualmente (81,8%, N=45) e não se obteve a resposta de 67 indivíduos (Tabela 39).

Tabela 39

Regularidade de Compra de Artigos Desportivos

Com que regularidade costuma comprar artigos desportivos?	F	%
Anualmente	4	7,3
Bianualmente	45	81,8
Só comprei 1	1	1,8
Mensalmente	2	3,6
Raramente	2	3,6
Trimestralmente	1	1,8
Total	55	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.4.5 – Nutrição Desportiva

A maioria indicou que costumava comprar artigos de nutrição para a prática físico-desportiva (68,9%, N=84) (Tabela 40).

Tabela 40

Hábito de Consumo de Artigos de Nutrição Desportiva

Costuma comprar artigos de nutrição para a prática de atividades físico-desportivas?	F	%
Não	38	31,1
Sim	84	68,9
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Relativamente ao tipo de artigo mais comprado, a resposta obtida fo bebidas energéticas (34,2%, N=38), seguido de suplementação (30,6%, N=34) e barras energéticas (27,9%, N=31) (Tabela 41).

Tabela 41

Tipos de Artigos de Nutrição Desportiva

De que tipo?	F	%
Barras	31	27,9
Bebidas Energéticas	38	34,2
Gel	8	7,2
Suplementação	34	30,6
Total	111	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Aos inquiridos, e tendo em conta o tipo de artigos indicados na questão anterior, questionou-se sobre o intervalo de preço a que normalmente comprariam os artigos, e na primeira escolha, bebidas energéticas, a resposta mais obtida foi que não estariam dispostos a pagar mais de 30€ por um artigo (68,4%, N=26) (Tabela 42).

Na segunda escolha, a opção suplementos, obteve a resposta positiva de 34 indivíduos e a maioria também não estaria disposta a gastar mais de 30€ para adquirir o artigo (70,6%, N=24) (Tabela 42).

Na terceira opção mais escolhida, de 31 indivíduos, 29 indicaram que não estariam dispostos a pagar mais de 30€ por barras energéticas (93,5%, N=29) (Tabela 42).

Por último, a quarta escolha, gel energético, obteve o interesse de apenas 8 indivíduos sendo que a grande maioria também não estaria disposta a gastar mais de 30€ na sua aquisição (100,0%, N=8) (Tabela 42).

Tabela 42

Intervalos de Valor de Artigos de Nutrição Desportiva

Tenho em conta as suas escolhas na questão anterior, qual o intervalo de preço normal da compra?		F	%
[Bebidas Energéticas]	Inferior a 30€	26	68,4
	30€ a 50€	12	31,6
	Total	38	100,0
[Suplementos]	Inferior a 30€	24	70,6
	30€ a 50€	10	29,4
	Total	34	100,0
[Barras Energéticas]	Inferior a 30€	29	93,5
	30€ a 50€	2	6,5
	Total	31	100,0
[Gel Energético]	Inferior a 30€	8	100,0
	Total	8	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Para a maioria, a marca preferida de artigos de nutrição foi a Prozis (76,2%, N=64) (Tabela 43).

Tabela 43

Marcas de Artigos de Nutrição Desportiva

Qual a sua marca preferida de nutrição desportiva?	F	%
Aptonia	8	9,5
Isostar	8	9,5
MyProtein	2	2,4
Nestlé	2	2,4
Prozis	64	76,2
Total	84	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

A maioria indicou que costumava comprar artigos de nutrição desportiva quinzenalmente (65,5%, N=55) e não se obteve a resposta de 9 indivíduos (Tabela 44).

Tabela 44

Regularidade de Compra de Artigos de Nutrição Desportiva

Com que regularidade costuma comprar artigos de nutrição desportiva?	F	%
Anualmente	2	2,4
Mensalmente	16	19,0
Quinzenalmente	55	65,5
Trimestralmente	2	2,4
NS/NR	9	10,7
Total	84	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.4.6 – Formação Desportiva

A maioria indicou que não investia em formação desportiva (63,1%, N=77) (Tabela 45).

Tabela 45

Hábito de Investir em Formação Desportiva

É usual investir em formação desportiva?	F	%
Não	77	63,1
Sim	45	36,9
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

A maioria indicou que pagava mensalidade para praticar atividades físico-desportivas (54,1%, N=66) (Tabela 46).

Tabela 46

Mensalidade Prática de Atividades Físico-Desportivas

Paga mensalidade para praticar atividades físico-desportivas?	F	%
Não	56	45,9
Sim	66	54,1
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

A maioria indicou que estaria disposto a pagar valores até 30€ (41,0%, N=50) ou entre 30e 50€ (38,5%, N=47) por formação desportiva (Tabela 47). À mesma questão não se obteve a resposta de 8 indivíduos (6,6%).

Tabela 47

Intervalos de Valor de Formação Desportiva

Qual o intervalo de preço que estaria disposto a pagar por formação desportiva?	F	%
Inferior a 30€	50	41,0
30€ a 50€	47	38,5
50€ a 70€	15	12,3
70€ a 90€	1	,8
90€ a 110€	1	,8
NS/NR	8	6,6
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Na regularidade de investimento em formação desportiva, só se obteve a resposta de 41 indivíduos que indicaram, na maioria, formação anual (20,5%) (Tabela 48).

Tabela 48

Regularidade de Investimento em Formação Desportiva

Com que regularidade costuma investir em formação desportiva?	F	%
Anualmente	25	20,5
Bianualmente	2	1,6
Mensalmente	6	4,9
Quinzenalmente	2	1,6
Semestralmente	2	1,6
Trimestralmente	4	3,3
NS/NR	81	66,4
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.5 – Perfil dos Estabelecimentos

Apesar do estudo incidir sobre o consumidor e o seu consumo de artigos, achámos interessante analisar os estabelecimentos e formas de compra destes mesmo artigos. Como tal, descobrimos que a maioria indicou que preferia comprar em loja física (64,8%, N=79) (Tabela 49), sendo que a loja mais indicada foi a Decathlon (57,4%, N=70) (Tabela 50).

Tabela 49

Forma de Compra

Prefere efetuar as suas compras onde?	F	%
Loja Física	79	64,8
Loja Online com entrega em casa	41	33,6
Loja Online com recolha em Loja Física	2	1,6
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Tabela 50

Locais de Consumo

Indique o site/loja onde mais tem feito compras para a prática de atividades físico-desportivas	F	%
Adidas	2	1,6
Bazar Desportivo	7	5,7
Decathlon	70	57,4
Deporvillage	8	6,6
Futbolemotion	3	2,5
Nike	5	4,1
Prozis	5	4,1
Seaside	1	,8
SportZone	16	13,1
Sports Direct	5	4,1
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Para a grande maioria o serviço de garantia era fundamental na hora de adquirir material desportivo (89,3%, N=109) (Tabela 51), assim como o serviço

de pós-venda também era importante na hora de escolher determinado estabelecimento (91,0%, N=111) (Tabela 51).

Tabela 51

Serviços Fundamentais num Estabelecimento Desportivo

Serviços fundamentais na hora de adquirir material desportivo num estabelecimento?		F	%
Garantia	Não	13	10,7
	Sim	109	89,3
	Total	122	100,0
Serviço Pós-Venda	Não	11	9,0
	Sim	111	91,0
	Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

Por fim, uma ligeira maioria indicou que pagava com multibanco as suas compras (45,1%, N=55), seguido de quem pagava com cartão de crédito (31,1%, N=38) (Tabela 52).

Tabela 52

Formas de Pagamento

Preferencialmente como paga as suas compras?	F	%
Cartão de Crédito	38	31,1
Dinheiro	15	12,3
MB Way	9	7,4
Multibanco	55	45,1
Paypal	3	2,5
Transferência Bancária	2	1,6
Total	122	100,0

Legenda: F – frequência absoluta; % - percentagem

4.6 – Correlações

4.6.1 – Calçado Desportivo, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira

No seguimento do presente estudo, pretendeu-se verificar se havia correlação entre o preço de compra de calçado com a motivação para a prática de atividades físico-desportivas, a forma como pratica atividades físico-desportivas, situação laboral e rendimento mensal.

Recorrendo ao coeficiente de correlação de *Spearman* com um nível de significância de 5%, verificou-se a existência de correlação entre a motivação para a prática de atividades físico-desportivas e as respostas aos intervalos de preços dos ténis ($p=0,000<0,05$), das chuteiras ($p=0,000<0,05$) e das sapatilhas ($p=0,045<0,05$), pois nestas correlações as probabilidades de significância foram inferiores a 5% (Tabela 53).

Tendo em conta a forma como pratica atividades físico-desportivas, verificou-se a existência de correlação com a resposta ao intervalo de preços nos ténis ($p=0,002<0,05$), pois nesta correlação a probabilidade de significância foi inferior a 5% (Tabela 53).

Tendo em conta a situação laboral verificou-se a existência de correlação com a resposta ao intervalo de preços dos ténis ($p=0,001<0,05$), pois nesta correlação a probabilidade de significância foi inferior a 5% (Tabela 53).

Tendo em conta o rendimento médio mensal verificou-se a existência de correlação com as respostas aos intervalos de preços dos ténis ($p=0,001<0,05$) e nas chuteiras ($p=0,000<0,05$), pois nestas correlações as probabilidades de significância foram inferiores a 5% (Tabela 53).

Resumindo podemos constatar que o tipo de calçado mais adquirido é também aquele que sofre mais variação de preço consoante a motivação do comprador, a forma como pratica atividade físico-desportiva, a sua situação laboral e o rendimento médio mensal do mesmo.

Tabela 53

Calçado, Motivação, Prática e Situação Financeira

Tendo em conta as suas escolhas de calçado, qual o intervalo de preço normal da compra?		12. Qual a sua motivação para a prática de atividades físico-desportivas?	15. De que forma pratica atividades físico-desportivas?	18. Qual a sua situação laboral/o cupação ?	19. Sendo trabalhador-estudante qual o seu rendimento médio mensal?
[Ténis]	r	-,458**	-,276**	-,310**	-,796**
	p	,000	,002	,001	,000
	N	95	95	95	29
[Chuteiras]	r	-,462**	,053	-,175	-,736**
	p	,000	,663	,149	,000
	N	35	35	35	18
[Chinelos]	r	,437	,363	.	.
	p	,061	,127	.	.
	N	34	34	34	2
[Sapatilhas]	r	-,643*	-,498	.	.
	p	,045	,143	.	.
	N	17	17	17	0
[Outros]	r	-,540	.	.	.
	p	,167	.	.	.
	N	13	13	13	0

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.2 – Vestuário Desportivo, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira

Pretendeu-se também verificar se havia correlação entre o preço de compra de vestuário e a motivação para a prática de atividades físico-desportivas, forma como pratica atividades físico-desportivas, situação laboral e rendimento mensal.

Recorrendo ao coeficiente de correlação de *Spearman* com um nível de significância de 5%, verificou-se a existência de correlação entre a motivação para a prática de atividades físico-desportivas e as respostas aos intervalos de preços das t-shirts ($p=0,027<0,05$), calções ($p=0,035<0,05$) e roupa térmica

($p=0,014<0,05$), pois nestas correlações as probabilidades de significância foram inferiores a 5% (Tabela 54).

Tendo em conta a forma como pratica atividades físico-desportivas, verificou-se a existência de correlação com a resposta ao intervalo de preços de outros artigos de vestuário ($p=0,004<0,05$), pois nesta correlação a probabilidade de significância foi inferior a 5% (Tabela 54).

Tendo em conta a situação laboral não se verificou a existência de correlações pois as probabilidades de significância foram superiores a 5% (Tabela 54).

Tendo em conta o rendimento médio mensal verificou-se a existência de correlação com as respostas aos intervalos de preços das camisolas ($p=0,013<0,05$), pois nesta correlação a probabilidade de significância foi inferior a 5% (Tabela 54).

Em suma, os artigos de vestuário mais comprados foram t-shirts e calções, no entanto o seu valor apenas é fortemente afetado pela motivação para a prática de atividades físico-desportivas, não havendo relação com a situação laboral, nem com o rendimento médio dos compradores.

Tabela 54

Vestuário, Motivação, Prática e Situação Financeira

		12. Qual a sua motivação para a prática de atividades físico- desportivas?	15. De que forma pratica atividades físico- desportivas?	18. Qual a sua situação laboral/ ocupação ?	19. Sendo trabalhador- estudante qual o seu rendimento médio mensal?	
Tendo em conta as suas escolhas de vestuário, qual o intervalo de preço normal da compra?	[T-shirts]	r	-,201*	,060	-,012	-,052
		p	,027	,517	,894	,788
		N	45	45	45	29
[Calções]		r	-,196*	-,133	-,103	,000
		p	,035	,157	,274	1,000
		N	44	44	44	27
[Camisolas]		r	-,192	,156	-,157	-,487*
		p	,064	,132	,130	,013
		N	16	16	16	25
[Roupa Térmica]		r	-,280*	-,030	,038	-,357
		p	,014	,797	,743	,146
		N	15	15	15	18
[Outros]		r	,179	,461**	,306	.
		p	,290	,004	,065	.
		N	62	62	62	3

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.3 – Acessórios Desportivos, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira

Recorrendo ao coeficiente de correlação de *Spearman* com um nível de significância de 5%, verificou-se a existência de correlação entre a motivação para a prática de atividades físico-desportivas e as respostas aos intervalos de preços na compra de relógios ($p=0,000<0,05$), toalhas ($p=0,008<0,05$) e mochilas ($p=0,000<0,05$), pois nestas correlações as probabilidades de significância foram inferiores a 5% (Tabela 55).

Tendo em conta a forma como pratica atividades físico-desportivas, verificou-se a existência de correlação com a resposta ao intervalo de preços na compra de relógios ($p=0,000<0,05$), toalhas ($p=0,000<0,05$) e mochilas

($p=0,000<0,05$), pois nestas correlações as probabilidades de significância foram inferiores a 5% (Tabela 55).

Tendo em conta a situação laboral verificou-se a existência de correlação com a resposta ao intervalo de preços dos relógios ($p=0,047<0,05$), pois nesta correlação a probabilidade de significância foi inferior a 5% (Tabela 55).

Tendo em conta o rendimento médio mensal verificou-se a existência de correlação com as respostas aos intervalos de preços dos relógios ($p=0,001<0,05$), pois nesta correlação a probabilidade de significância foi inferior a 5% (Tabela 55).

Concluindo, os relógios tornaram-se no acessório mais adquirido para a prática desportiva, o seu valor é influenciado pela motivação, forma de prática, situação laboral e rendimento médio mensal, toalhas e mochilas surgem no segundo e terceiro lugar, respetivamente, mas o seu valor já não é influenciado pelas condições financeiras do comprador.

Tabela 55

Acessórios, Motivação, Prática e Situação Financeira

Tendo em conta as suas escolhas na compra de acessórios, qual o intervalo de preço normal da compra?		12. Qual a sua motivação para a prática de atividades físico-desportivas?	15. De que forma pratica atividades físico-desportivas?	18. Qual a sua situação laboral/o cupação ?	19. Sendo trabalhador-estudante qual o seu rendimento médio mensal?
[Relógios]	r	,451**	,479**	,189	,861**
	p	,000	,000	,132	,001
	N	41	41	41	10
[Toalhas]	r	-,371**	-,617**	-,683*	.
	p	,008	,000	,047	.
	N	38	38	38	7
[Mochilas]	r	1,000**	-1,000**	.	.
	p	,000	,000	.	.
	N	21	21	21	0
[Outros]	r
	p
	N	27	27	27	0

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.4 – Artigos Desportivos, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira

Recorrendo ao coeficiente de correlação de *Spearman* com um nível de significância de 5%, verificou-se a existência de correlação entre a motivação para a prática de atividades físico-desportivas e as respostas aos intervalos de preços nas compras de pesos ($p=0,001<0,05$), pois nesta correlação a probabilidade de significância foi inferior a 5% (Tabela 56).

Tendo em conta a forma como pratica atividades físico-desportivas, verificou-se a existência de correlação com a resposta ao intervalo de preços nas máquinas de cárdio ($p=0,000<0,05$) e elásticos ($p=0,006<0,05$), pois nestas correlações as probabilidades de significância foram inferiores a 5% (Tabela 55).

Tendo em conta a situação laboral não se verificou a existência de correlações pois as probabilidades de significância foram superiores a 5% (Tabela 56).

Tendo em conta o rendimento médio mensal verificou-se a existência de correlação com as respostas aos intervalos de preços dos pesos ($p=0,044<0,05$), pois nesta correlação a probabilidade de significância foi inferior a 5% (Tabela 56).

Resumindo, os valores motivacionais voltam a estar ligados à compra dos principais itens de cada área. Neste caso, influenciam os valores de compra dos pesos, apesar da situação laboral não influenciar a sua compra, o rendimento mensal de quem trabalha influencia os seus valores. A forma de prática influencia na hora de comprar máquinas de cárdio e elásticos.

Tabela 56

Artigos, Motivação, Prática e Situação Financeira

Tenho em conta as suas escolhas na compra de artigos de desporto, qual o intervalo de preço normal da compra?	12. Qual a sua motivação para a prática de atividades físico-desportivas?	15. De que forma pratica atividades físico-desportivas?	18. Qual a sua situação laboral/ocupação?	19. Sendo trabalhador-estudante qual o seu rendimento médio mensal?	
[Pesos]	r	,367**	,042	,118	-,645*
	p	,006	,763	,390	,044
	N	43	43	43	10
[Máquina de Córdio]	r	-,226	-,887**	,032	.
	p	,268	,000	,875	.
	N	19	19	19	2
[Elásticos]	r	,177	,695**	,431	.
	p	,544	,006	,124	.
	N	17	17	17	1
[Colchões]	r	-,272	.	.	.
	p	,728	.	.	.
	N	7	7	7	0
[Outros]	r
	p
	N	11	11	11	0

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.5 – Nutrição Desportiva, Motivação, Forma de Prática e Situação Financeira

Pretendeu-se ainda verificar se havia correlação entre o preço de compra de artigos de nutrição e a motivação para a prática de atividades físico-desportivas, forma como pratica atividades físico-desportivas, situação laboral e rendimento mensal. Com recurso ao teste correlacional de *Spearman* verificou-se a existência de correlação entre bebidas energéticas e a motivação para a prática de atividades físico-desportivas ($p=0,001<0,05$), situação laboral ($p=0,040<0,05$) e rendimento mensal ($p=0,000<0,05$), pois nesta correlação a probabilidade de significância foi inferior a 5% (Tabela 57).

Tabela 57

Artigos de Nutrição, Motivação, Prática e Situação Financeira

Tenho em conta as suas escolhas na compra de artigos de nutrição, qual o intervalo de preço normal da compra?		12. Qual a sua motivação para a prática de atividades físico-desportivas?	15. De que forma pratica atividades físico-desportivas ?	18. Qual a sua situação laboral/ocupação?	19. Sendo trabalhador-estudante qual o seu rendimento médio mensal?
[Bebidas Energéticas]	r	,367**	,036	,224*	1,000**
	p	,001	,747	,040	,000
	N	38	38	38	25
[Suplementação]	r	,194	,182	.	.
	p	,441	,469	.	.
	N	34	34	34	0
[Barras Energéticas]	r	,264	,107	.	.
	p	,434	,754	.	.
	N	31	31	31	0
[Gel Energético]	r
	p
	N	8	8	8	0

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.6 – Espaços e Modalidades Desportivas

Pretendeu-se verificar se havia correlação entre os espaços onde se praticava e as modalidades praticadas. Por aplicação do teste correlacional de *Spearman* com um nível de significância de 5% verificou-se a existência de correlação entre o local e o tipo de desporto na modalidade principal ($p=0,000<0,05$) e secundária ($p=0,011<0,05$) (Tabela 58).

Tabela 58

Espaços e Modalidades

		13. Qual a sua modalidade desportiva principal?	14. Além da modalidade principal, pratica mais alguma? Se sim, indique.
17. Que espaços utiliza na sua prática de atividades físico-desportivas?	r	,359**	-,556*
	p	,000	,011
	N	117	20

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.7 – Rendimento Mensal e Modalidades

Pretendeu-se também verificar se havia correlação entre o rendimento mensal do trabalhador-estudante e as modalidades praticadas. Por aplicação do teste correlacional de *Spearman* com um nível de significância de 5% verificou-se a existência de correlação entre o rendimento mensal do trabalhador-estudante e o tipo de desporto na modalidade principal ($p=0,000<0,05$) e secundária ($p=0,000<0,05$) (Tabela 59).

Tabela 59

Rendimento Mensal e Modalidades

		13. Qual a sua modalidade desportiva principal?	14. Além da modalidade principal, pratica mais alguma? Se sim, indique.
19. Sendo trabalhador-estudante qual o seu rendimento médio mensal?	r	,861**	-1,000**
	p	,000	,000
	N	28	3

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.8 – Despesas e Modalidades

Pretendeu-se verificar se havia correlação entre modalidade praticada e o tipo de artigo adquirido e se pagava mensalidade para praticar atividades físico-desportivas. Por aplicação do teste correlacional de *Spearman* com um nível de significância de 5% verificou-se a existência de correlação entre a modalidade principal e o tipo de calçado adquirido ($p=0,000<0,05$) e artigo de nutrição adquirido ($p=0,000<0,05$) e entre a modalidade secundária e o pagamento de mensalidade para praticar atividades físico-desportivas ($p=0,001<0,05$) (Tabela 60).

Tabela 60

Despesas e Modalidades

			13. Qual a sua modalidade desportiva principal?	14. Além da modalidade principal, pratica mais alguma?
Compra de que tipo?	Calçado	r	-,357**	,106
		p	,000	,656
		N	115	20
	Vestuário	r	,045	,221
		p	,630	,350
		N	115	20
	Acessórios	r	,127	,057
		p	,312	,846
		N	65	14
	Artigos de Desporto	r	,108	,024
		p	,435	,945
		N	54	11
	Artigos de Nutrição	r	,482**	-,311
		p	,000	,302
		N	84	13
	Paga mensalidade para praticar atividades físico-desportivas?	r	,156	,677**
		p	,093	,001
		N	117	20

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.9 – Rendimentos e Modalidades

Pretendeu-se verificar se havia correlação entre o rendimento mensal do trabalhador-estudante e as despesas com as modalidades praticadas. Por aplicação do teste correlacional de *Spearman* com um nível de significância de 5%, verificou-se a existência de correlação entre o rendimento e como considerava as despesas com a modalidade principal ($p=0,014<0,05$), contudo não foi possível verificar com a prática da modalidade secundária pois o número de indivíduos nesta correlação foi muito baixo (Tabela 61).

Tabela 61

Rendimentos e Modalidades

		19. Sendo trabalhador-estudante qual o seu rendimento médio mensal?
20. Considerando a despesa a sua modalidade principal é:	r	,450*
	p	,014
	N	29
21. Considerando a despesa a sua modalidade secundária é:	r	.
	p	.
	N	12

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância; N – número de indivíduos.

4.6.10 – Prática e Hábitos de Consumo

Pretendeu-se verificar se havia correlação entre se praticava atividades físico-desportivas e se costumava comprar calçado, vestuário, acessórios, artigos para prática desportiva e artigos de nutrição. Por aplicação do teste correlacional de *Spearman* com um nível de significância de 5% verificou-se apenas a existência de correlação entre a prática de atividades físico-desportivas e a compra de artigos de nutrição ($p=0,034<0,05$) (Tabela 62).

Tabela 62

Prática e Hábitos de Consumo

		7. Pratica atividades físico-desportivas?
24. Costuma comprar calçado para prática de atividades físico-desportivas?	r	-,017
	p	,855
	N	122
29. Costuma comprar vestuário para a prática de atividades físico-desportivas?	r	-,017
	p	,855
	N	122
34. Costuma comprar acessórios para a prática de atividades físico-desportivas?	r	-,121
	p	,185
	N	122
39. Costuma comprar artigos para a prática de atividades físico-desportivas?	r	-,142
	p	,117
	N	122
44. Costuma comprar artigos de nutrição para a prática de atividades físico-desportivas?	r	,192*
	p	,034
	N	122

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.11 – Regularidade de Prática e Regularidade de Consumo

Pretendeu-se verificar se havia correlação entre a regularidade da prática de atividades físico-desportivas e se costumava comprar calçado, vestuário, acessórios, artigos para prática desportiva e artigos de nutrição. Por aplicação do teste correlacional de *Spearman* com um nível de significância de 5%, verificou-se apenas a existência de correlação entre a prática de atividades físico-desportivas e a compra de vestuário ($p=0,000<0,05$) e acessórios desportivos ($p=0,048<0,05$) (Tabela 63).

Tabela 63

Regularidade de Prática e Regularidade de Consumo

8. Com que regularidade pratica atividades físico-desportivas?		
28. Com que regularidade costuma comprar calçado desportivo?	r	,167
	p	,069
	N	120
33. Com que regularidade costuma comprar vestuário desportivo?	r	,530**
	p	,000
	N	120
38. Com que regularidade costuma comprar acessórios desportivos?	r	,241*
	p	,048
	N	68
43. Com que regularidade costuma comprar artigos desportivos?	r	-,123
	p	,363
	N	57
48. Com que regularidade costuma comprar artigos de nutrição desportiva?	r	-,069
	p	,557
	N	75
52. Com que regularidade costuma investir em formação desportiva?	r	,241
	p	,130
	N	41

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.12 – Marcas, Estabelecimentos, Ano de Licenciatura e Sexo

Pretendeu-se verificar se havia correlação entre o ano de licenciatura e qual a marca de calçado, vestuário, acessório, artigo de desporto e artigo de nutrição, assim como se estaria disposto a pagar por formação desportiva, onde preferia comprar, qual o site ou loja preferida e como pagava as compras. Por aplicação do teste correlacional de *Spearman* com um nível de significância de 5% verificou-se apenas a existência de correlação entre o ano de licenciatura e marca de vestuário preferida ($p=0,003<0,05$), marca de acessórios preferida ($p=0,018<0,05$), marca de artigo de nutrição preferida ($p=0,000<0,05$) e loja preferida ($p=0,000<0,05$) (Tabela 64).

Entre o sexo e qual a marca de calçado também se verificou a existência de correlação ($p=0,004<0,05$), assim como se estaria disposto a pagar por

formação desportiva ($p=0,044<0,05$) e como preferia pagar as compras ($p=0,005<0,05$) (Tabela 64).

Tabela 64

Marcas, Estabelecimentos, Ano Licenciatura e Sexo

		0. Qual o Seu ano de Licenciatura?	2. Qual o seu sexo?
27. Qual a sua marca preferida de calçado desportivo?	r	-,073	,260**
	p	,427	,004
	N	120	120
32. Qual a sua marca preferida de vestuário desportivo?	r	,270**	,151
	p	,003	,101
	N	120	120
37. Qual a sua marca preferida de acessórios desportivos?	r	,284*	-,016
	p	,018	,897
	N	69	69
42. Qual a sua marca preferida de artigos desportivos?	r	,059	-,088
	p	,661	,513
	N	57	57
47. Qual a sua marca preferida de nutrição desportiva?	r	-,468**	,069
	p	,000	,531
	N	84	84
51. Qual o intervalo de preço que estaria disposto a pagar por formação desportiva?	r	-,102	-,189*
	p	,281	,044
	N	114	114
53. Prefere efetuar as suas compras onde?	r	,138	,050
	p	,130	,586
	N	122	122
54. Indique o site/loja onde mais tem feito compras para a prática de atividades físico-desportivas	r	,330**	,118
	p	,000	,196
	N	122	122
55. Preferencialmente como paga as suas compras?	r	,095	,253**
	p	,298	,005
	N	122	122

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

4.6.13 – Forma de Prática e Formação Desportiva

Por fim, pretendeu-se verificar se havia correlação entre a forma como praticava atividade física, se investia em formação desportiva e se pagava mensalidade para praticar atividades físico-desportivas. No entanto, por aplicação do teste correlacional de *Spearman* com um nível de significância de 5%, não se verificou a existência de correlações pois as probabilidades de significância foram superiores a 5% (Tabela 68).

Tabela 65

Forma de Prática e Formação Desportiva

		15. De que forma pratica atividades físico-desportivas?
49. É usual investir em formação desportiva?	r	-,052
	p	,570
	N	122
50. Paga mensalidade para praticar atividades físico-desportivas?	r	,001
	p	,993
	N	122

Legenda: r – coeficiente de correlação; p – probabilidade de significância;

N – número de indivíduos.

Capítulo V – Discussão

O presente estudo pretendia reunir dados, criando uma base sólida de informação sobre o estado do consumo de artigos desportivos, em plena pandemia mundial criada pelo SARS CoV-2, analisando consumos de uma população com características específicas, ser ativa antes e durante a mesma.

Foram escolhidos os alunos da Licenciatura em Ciências do Desporto da Universidade de Évora para a recolha de dados, sabendo com antecedência que quase a totalidade praticava atividades físico-desportivas.

De facto, confirmou-se que além de praticarem regularmente, a maioria praticava 3 ou mais vezes por semana, optando frequentemente pelas segundas-feiras, quartas-feiras e sextas-feiras, dados de vão contra o panorama nacional onde em 2019 segundo o Instituto Nacional de Estatística 65,6% da população nacional não pratica exercício físico e apenas 9,9% pratica 3 vezes por semana.

Descobriu-se que os inquiridos praticavam atividades físico-desportivas motivados pelos benefícios para a saúde, desafio competitivo e pela componente social ligada à prática, o que vai ao encontro das referências bibliográficas (Pérez-González, 2013). A prática faz-se preferencialmente num clube, e as principais atividades são o futebol, o ginásio e o atletismo, não sendo por isso de estranhar que os espaços mais utilizados fossem os ginásios, os campos de futebol, os pavilhões e os espaços urbanos. Como atividades secundárias alguns dos praticantes optaram pelo atletismo.

Também foi possível apurar, que a maioria eram apenas estudantes, sendo que o rendimento médio da minoria trabalhadora estudante ficava abaixo dos 600€.

Estudos consultados para a elaboração desta investigação (Viseu et al., 2002), sugeriam a agregação de todos os artigos desportivos e três grandes áreas, calçado, vestuário e material técnico/apetrechos. No entanto, em conjunto com os orientadores decidimos dividir a terceira área de forma a criar uma base de dados mais completa, formando assim a área de acessórios desportivos, artigos desportivos, nutrição desportiva, e ainda consideramos interessante a criação de uma área dedicada à formação desportiva.

Em relação aos consumos relativos ao calçado desportivo, ténis, chuteiras e chinelos foram os principais itens selecionados, os dois primeiros vão de encontro às modalidades mais praticadas, enquanto que o terceiro é utilizado em todas as que envolvam balneários ou espaços aquáticos. Os valores dos primeiros dois itens vão de encontro às motivações pessoais dos compradores, à forma como praticam, e às suas condições financeiras, enquanto que os chinelos têm o valor mais reduzido. As marcas de eleição são sobretudo a Nike e a Adidas. A maioria admite comprar calçado pelo menos uma vez por ano.

Nos consumos relacionados com o vestuário desportivo, observa-se acima de tudo uma preferência por t-shirts, calções e camisolas, sendo que em nenhum dos principais itens se estaria disposto a pagar mais de 30€ para a sua aquisição. As marcas de eleição mantem-se a Nike e a Adidas bem como a regularidade de compra.

Ao analisar os dados dos acessórios desportivos descobrimos que a preferência se centra em relógios e toalhas. De facto, os relógios tornaram-se num instrumento indispensável para a prática de atividades físico-desportivas sendo um dos itens com maior variação de valor, apesar da maioria preferir pagar até 30€ pelo acessório. No caso das toalhas, também indispensáveis nas modalidades que usufruam de balneários, espaços aquáticos e ginásios, os inquiridos também preferem não pagar acima dos 30€. Nesta área a marca mais selecionada foi a Adidas, e a regularidade de compra anual.

Os artigos desportivos mais escolhidos durante a recolha de dados, foram pesos, máquinas de cárdio e elásticos, três itens que permitem montar um pequeno ginásio em casa ou portátil nos espaços urbanos. De facto, numa altura em que os espaços fechados estiveram encerrados, como por exemplo os ginásios, esta parece ter sido uma das soluções encontradas para se continuar a praticar atividades físico-desportivas. Se por um lado pesos e elásticos podiam ter um valor abaixo dos 30€, no caso das máquinas de cárdio, os inquiridos estavam dispostos a pagar mais de 110€ pelo equipamento. Nesta secção a marca mais consagrada foi a Domyos, e o período de consumo foi aumentado para bianualmente em relação às secções anteriores.

Analisando os dados da nutrição desportiva, descobrimos que bebidas energéticas, suplementação e barras energéticas são as mais consumidas,

compradas quinzenalmente. Os inquiridos preferem não gastar mais de 30€ na sua compra. A marca mais escolhida pela maioria foi a Prozis.

Segundo as referências bibliográficas (Teixeira, 2015), já sabíamos inicialmente que as marcas mais requisitadas seriam a Nike e a Adidas, facto este comprovado pelos dados recolhidos, assim como as mesmas referências davam indicação que em 2012 as lojas da *Decathlon* e da *Sportzone* seriam as mais escolhidas para a aquisição de material desportivo. No entanto, por uma vantagem considerável o estabelecimento mais indicado pelos consumidores foi a *Decathlon*, onde preferem comprar os seus itens em loja física, afirmando que os serviços de garantia e pós-venda são fundamentais na hora de escolher o item e o estabelecimento (Goldman et al.,2020). O meio de pagamento mais recorrente é o multibanco.

Descobrimos também que grande parte dos inquiridos paga mensalidade para praticar a sua atividade físico-desportiva, mas não investem regularmente em formação desportiva, nem estão dispostos a pagar um valor a cima dos 30€ caso venham a fazer formações futuras.

Diversas são as referências encontradas sobre a determinação e motivação dos praticantes com o seu consumo desportivo (Pérez-González, 2013; Silva et al., 2014; Teixeira, 2015; Viseu et al., 2002). Este facto também foi comprovado neste estudo, praticantes mais motivados tendem a consumir mais e a investir em intervalos de valor mais alto.

Após a conclusão do estudo podemos anotar algumas curiosidades como por exemplo, afirmar que a motivação é um dos fatores que mais influencia a compra de itens desportivos e o seu valor. Que existe uma relação entre a modalidade praticada e os artigos comprados. A diferença de sexos pode influenciar na compra de calçado, bem como no interesse em formações desportivas e na forma de pagamento dos artigos. Os espaços de prática e as modalidades têm uma relação facilmente visível e comprovada pelos dados recolhidos.

Desafiamos os inquiridos a fazerem uma autorreflexão sobre os custos das suas modalidades, e a maioria considerou que a modalidade principal era equilibrada, enquanto que a secundária era económica, o que parece lógico, pois servem muitas das vezes como complemento ou de escape mental à pressão imposta pelos objetivos previstos nas atividades principais. Importante salientar

que apesar de haver diferenças, os praticantes consideram as suas principais atividades equilibradas e não dispendiosas. Havendo uma grande variedade de modalidades envolvidas, não podemos aferir se houve alterações nesta área resultantes da situação que vivemos.

Quem pratica mais, compra mais vestuário e acessórios desportivos. O rendimento mensal dos trabalhadores estudantes tem influência nas suas modalidades. Por último, reparamos que o ano da licenciatura teve influência nas marcas preferidas de vestuário, nutrição e na loja de consumo regular.

Capítulo VI – Limitações e Extensão Futura do Estudo

As principais limitações encontradas na elaboração deste estudo foram a dificuldade de obter um número superior de inquéritos preenchidos dentro do prazo porque a recolha ocorreu em plena fase de confinamento pandémico, sendo impossível de realizar de forma presencial. Outra dificuldade centrou-se na falta de informação oficial sobre o consumo de artigos desportivos em 2020, pois seria interessante analisar a curva de consumo desse ano tão atípico.

Esperamos que este estudo sirva de base para a elaboração de muitos outros no futuro. Em termos de extensão desta linha de investigação no futuro, sugerimos a comparação entre o consumo de artigos desportivos de uma amostra com hábitos regulares de prática e uma amostra com hábitos não regulares ou definir uma amostra mais homogénea percebermos se existem diferenças de consumo por sexo, algo que este estudo pouco aprofundou devido à grande discrepância entre os números de elementos do sexo masculino e feminino.

Capítulo VII – Conclusões

Ficamos satisfeitos por poder ver respondidos de forma positiva todos os objetivos inicialmente propostos. Analisámos o consumo de artigos desportivos de forma completa, criando uma base de conhecimento acessível a todos os interessados. Estudámos o perfil dos inquiridos, os seus hábitos desportivos, o seu perfil financeiro e hábitos de consumo, criando assim o perfil psicoeconómico inicialmente proposto.

Em suma, podemos concluir que a motivação é um dos principais fatores que influenciam o consumo desportivo, atletas motivados investem mais e em intervalos de valor mais elevados.

A modalidade praticada influencia os artigos comprados, assim como o rendimento dos inquiridos influencia a modalidade praticada e a faixa de preços dos itens comprados.

Observamos ainda muitos artigos desportivos de treino para casa (Pesos, Máquinas e Elásticos), no entanto o espaço “Casa” foi pouco selecionado. Com exceção deste ponto todos os restantes espaços físicos para a prática têm uma simbiose visível com as modalidades praticadas.

A forma como se pratica atividade físico-desportiva não influencia o investimento em formação desportiva e o pagamento de mensalidade para a prática. Já o ano de licenciatura tem influência nas marcas preferidas de vestuário, nutrição e na loja de consumo regular. A diferença de sexos revelou influência na marca de calçado, interesse em formações e na forma de pagamento dos artigos.

Artigos como toalhas e chinelos tem grande consumo, pois auxiliam não só em modalidades aquáticas como nas restantes que tenham acesso a balneário.

Referências Bibliográficas

- Cafiero, G., Passi, F., & Calo' Carducci FI, F. I., Giordano, U., Perri, C., Hashem Said, M., & Turchetta, A. (2021). Competitive sport after SARS-CoV-2 infection in children. *Italian Journal of Pediatrics*, 47(1), 221. <https://doi.org/10.1186/s13052-021-01166-6>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in*. Nova York: Springer Science & Business Media.
- Fernandes, N., Correia, A., Abreu, A. M., & Biscaia, R. (2013). Relationship between sport commitment and sport consumer behavior. *Motricidade*, 9(4), 2-11. [https://doi.org/10.6063/motricidade.9\(4\).96](https://doi.org/10.6063/motricidade.9(4).96)
- Fuciu, M. (2020). Effects of the SARS-COV-2 Pandemic on the Marketing and the Consumption Activity. *Land Forces Academy Review*, 25(4), 347-355. <https://doi.org/10.2478/raft-2020-0042>
- Goldman, M., & Hedlund, D. (2020). Rebooting Content: Broadcasting Sport and Esports to Homes During COVID-19. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 370-380. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0227>
- Instituto Nacional de Estatística. (2020). *Desporto em números - 2020*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- Mariovet, S. (1998). *Aspectos Sociológicos do Desporto*. Livros Horizonte.
- Martins, S., Mauritti, R., & Machado, B. (2018). *Inquérito às Condições Socioeconómicas dos Estudantes do Ensino Superior em Portugal, 2017*. ISCTE-IUL, CIES-IUL.
- Merck and Co., Inc. (2021). *Manual MSD*. Consultado em 21 de maio de 2021. Disponível em <https://www.msdmanuals.com/pt-pt/casa/infec%C3%A7%C3%B5es/v%C3%ADrus-respirat%C3%B3rios/coronav%C3%ADrus-e-s%C3%ADndromes-respirat%C3%B3rias-agudas-covid-19-mers-e-sars>
- Pérez-González, B. (2013). Perfil psicoeconómico del estudiante consumidor de productos deportivos. In P. Burillo, J. García Unanue, B. Pérez González & J. Sánchez Sánchez (Eds.) *Reinventando la Economía del Deporte*, (pp. 207-210). Gráficas Lid.
- Plunkett, J. (2007). *Plunkett's Sports Industry Almanac 2008: Sports Industry Market Research, Statistics, Trends & Leading Companies*. Plunkett Research.
- Ramya, G., Guru, C., Banodhe, G., Dominic, D., & Sharma, H. (2021). Resumption to Swimming Post COVID-19 Lockdown. *Journal of Clinical and Diagnostic Research*, 15(1). <https://doi.org/10.7860/JCDR/2021/46392.14448>
- Rogado, R. (2020, Novembro 17). *1 ano de Covid-19. O que mudou num mundo a meio gás*. SIC Notícias. <https://sicnoticias.pt/especiais/coronavirus/2020-11-17-1-ano-de-Covid-19.-O-que-mudou-num-mundo-a-meio-gas>
- Teixeira, M. (2008). *Portugal, Poder Local e Desporto*. Grifos.

- Teixeira, M. (2015). *Prática desportiva e compra de material desportivo: determinantes e inter-relações*. [Tese de mestrado Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital] Repositório Aberto do Instituto Politécnico de Coimbra. <http://hdl.handle.net/10400.26/17686>
- Teixeira, M. (2019). *Gestão do Desporto: Desenvolvimento Regional e Municipal*. Media XXI.
- Teixeira, M. (2019). *Indústrias do Desporto: Análise ao Futebol profissional na reconquista da I Liga portuguesa pelo Benfica*. Media XXI.
- Tesini, B. (2020). *Mandell, Douglas and Bennett's Principles and Practice of Infectious Diseases*. Elsevier.
- Viseu, J., Santos, O., Fernandes, H., & Ribeiro, C. (2002). O Consumo Desportivo em Portugal. *Universidade do Minho*. <http://hdl.handle.net/1822/2733>