



# Contributos para a Validação de uma Escala sobre a Consciencialização Ambiental e o Consumo Sustentável no Desporto

Dissertação elaborada com vista à obtenção do Grau de Mestre em  
Gestão do Desporto e das Organizações Desportivas

**Orientadora:** Professora Doutora Maria Margarida Ventura Mendes Mascarenhas

**Júri:**

**Presidente:** Doutor Carlos Jorge Pinheiro Colaço, FMH – UL

**Vogais:**

Doutor Rui Daniel Gaspar Neto Biscaia, Universidade Europeia de Lisboa

Doutora Maria Margarida Ventura Mendes Mascarenhas, FMH - UL



Ana Luísa Marmelo Campo Maior

2015

## **Agradecimentos**

Ao finalizar esta etapa da minha vida, com muitas dificuldades e obstáculos pelo meio, vejo que valeu a pena chegar até aqui, e que ficou mais uma etapa concluída.

A todos aqueles que me deram forças para continuar, me apoiaram e acreditaram em mim, dirigo os meus sinceros agradecimentos.

Agradeço em primeiro lugar, à Professora Margarida Mascarenhas pela dedicação a este trabalho, pois sem a sua orientação, conselhos e experiência todo este trabalho teria sido muito mais difícil.

Agradeço ao Professor Carlos Colaço pela grande ajuda que me deu e por se ter demonstrado sempre disponível, na partilha de conhecimentos.

Agradeço do fundo do coração à minha família, em especial aos meus pais, aos meus padrinhos e ao meu irmão, pela importância que têm na minha vida e por todas as coisas boas que já me deram e continuam a proporcionar: a educação, o carinho, a formação e acompanhamento em todas as minhas etapas importantes.

Para o Telmo, não encontro palavras para descrever a enorme gratidão que sinto e a importância que tem na minha vida. Um muito obrigado por toda a paciência, força e inspiração que me tem dado.

Um agradecimento muito especial, à pessoa que mais me apoiou e que nunca me deixou desistir, a minha melhor amiga, companheira, e incansável Mãe, que está sempre comigo em todos os momentos!

## Índice

Agradecimentos.....	1
Índice .....	2
Índice de anexos .....	4
Índice de tabelas.....	5
Resumo .....	6
Abstract .....	7
Introdução .....	8
Parte I – Enquadramento Teórico .....	11
Capítulo 1 – Relação entre desporto, ambiente e turismo .....	12
1.1 Conceção de desporto.....	12
1.2 Conceção de ambiente.....	14
1.3 Relação entre desporto e ambiente.....	15
Capítulo 2 – Consumo sustentável .....	18
2.1 Conceito de desenvolvimento sustentável .....	20
2.2 Consumidor e ambiente.....	21
2.2 Consumidor verde.....	23
2.3 Responsabilidade social e ambiental .....	25
Capítulo 3 – Importância da análise psicométrica de um questionário.....	27
3.1. Validação do instrumento .....	27
3.2. Questionário.....	27
3.3. Fiabilidade/Garantia.....	29
3.4. Análise fatorial exploratória.....	30
Parte II – Estudo Empírico .....	33
Capítulo 4 – Metodologia .....	34
4.1 Amostra .....	34
4.2 Procedimentos de recolha e análise de dados.....	35
4.3 Instrumento.....	36
Capítulo 5 – Resultados .....	38
5.1 Apresentação dos resultados .....	38
5.2 Fiabilidade .....	41
5.3. Discussão dos resultados .....	42

Conclusão.....	44
Referências bibliográficas.....	46
Anexos .....	55

## **Índice de anexos**

Anexo I – Questionário a Validar.....	57
Anexo II – Questionário Validado.....	60
Anexo III – Correlação entre itens.....	61

## Índice de tabelas

Tabela 1 - KMO and Bartlett's.....	39
Tabela 2 - Análise fatorial dos itens do questionário.....	41
Tabela 3 - Comparação dos fatores e itens.....	41
Tabela 4 - Correlação entre fatores e itens.....	42
Tabela 5 - Alfa Cronbach.....	42

## Resumo

O desporto é um aspeto indispensável na vida de muitas pessoas, e de várias formas, estando relacionado com as temáticas do ambiente e do turismo. Por seu turno, desenvolvimento e consumo sustentáveis constituem-se como pilares na problemática do desenvolvimento do desporto. Neste sentido, importa conhecer as tendências de eco consumo no desporto vislumbradas na população portuguesa, bem como a sua interdependência e interligação.

O objetivo desta investigação é contribuir para a validação de um questionário já aplicado a diferentes áreas do consumo desportivo - surf, fitness, btt, natação, ciclismo e golfe - para que possa mais fidedignamente ser aplicado em outras áreas do estudo do eco consumo em contexto desportivo, e obter um maior nível de conhecimento sobre o nível da consciencialização e sensibilização no que respeita à preservação do ambiente e dos recursos naturais por parte dos praticantes das diferentes modalidades desportivas em Portugal.

Na metodologia do trabalho foi apresentada a amostra, o processo de recolha de dados, o instrumento e as suas componentes, e por fim foi feita uma análise dos dados.

Os resultados obtidos na validação do instrumento foram positivos para a maioria dos itens integrados, e para a obtenção dos mesmos foram necessários dois passos estatísticos fundamentais: análise fatorial exploratória e fiabilidade.

O presente estudo é concluído com a apresentação do inquérito na sua versão validada, para que possa ser usado em outras áreas de estudo do consumo desportivo.

Este estudo pode ter variados impactos na gestão do desporto, na medida em que pode vir a ser utilizado por organizações produtoras de serviços/produtos desportivos no sentido de aprofundar o seu conhecimento sobre os hábitos ecológicos dos consumidores desportivos e conseqüentemente, numa melhor definição das estratégias de marketing tendo em vista uma melhor aproximação a este segmento de mercado específico.

**Palavras-chave:** Consumo Verde; Desporto; Questionário; Preocupação Ambiental; Validação.

## **Abstract**

Sport is an indispensable part of their lives and is, in many ways, related to the subject areas of environment and tourism. In turn, development and sustainable consumption act as pillars on what concerns the development of sports. Given this, it is important to know the perceived tendencies among the Portuguese population in terms of eco consumption and eco sports, as well as their correlation and connection.

This research aims to validate a survey already applied to different areas of sports consumption, specifically to surf, fitness, mountain biking, cycling and golf; so that it can be more faithfully applied to other study areas in the field of eco consumption in sport, and achieve greater knowledge about the public awareness to the preservation of the environment and the natural resources by the practitioners of the different sports activities in Portugal.

In the work methodology was presented the sample, the process of data collection, the instrument and its components, and finally an analysis was made of the data.

The results of the instrument validation were positive for most items integrated, and to obtain the same statistical took two key steps: exploratory factor analysis and reliability.

This study concludes with the presentation of the survey in its validated version, so that it can be used in other areas of study.

This study may have varying impacts on sports management, in that it might be used for producing service organizations / sports products to deepen their knowledge on the ecological habits of sports consumers and consequently, a better definition of the strategies marketing with a view to a better approach to this particular market segment.

**Keywords:** Environmental awareness, Sustainable consumption, Sport, Environment, Tourism, validation and survey.

## Introdução

O presente trabalho foi desenvolvido no âmbito do V Mestrado em Gestão do Desporto – Gestão das Organizações Desportivas, referente ao ano letivo de 2013/2014, com vista à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Desporto e das Organizações Desportivas.

Cada vez mais nos deparamos com o interesse do homem pela história ambiental e ecológica. Para muitos, estudar a relação do homem com o ambiente engloba fatores económicos, sociais e psicológicos. Segundo o filósofo, economista e socialista alemão Marx (1981), a história da relação do homem e da natureza é perspectivada de duas formas e dividida em história da natureza e história dos homens, mas estes dois lados não podem ser separados, ou seja, enquanto houver homens, ambas as histórias vão estar ligadas. Assim, faz sentido que os grupos humanos constituam a sua própria história, as suas paisagens e marcas no espaço (Leimgruber, 2003).

No entanto, esta construção histórica pode causar consequências ambientais graves, na medida em que a vida na terra depende dos seres humanos e da sua relação com o ambiente, estando interligados através de processos físicos, químicos e biológicos (Pointing, 1995). De facto, com o passar do tempo é visível a degradação ambiental causada pela ação antrópica que tem um grande impacto na poluição, extinção de alguns animais, efeito de estufa, desflorestação e aquecimento global. Mediante estes fatos, muitos estudos têm sido realizados com a finalidade de estudar e identificar os principais motivos da degradação ambiental. De acordo com Neto (2009) citado em Santos (2012) e Cid, Rosado, Alves, e Leitão (2012) a grave crise económica é o resultado de uma crise moral e espiritual que se vem arrastando há séculos, devido ao afastamento do homem dos valores naturais, como o respeito para consigo mesmo e para com os outros seres humanos. Então, para que seja possível ter um mundo ecológico e “limpo” é necessário mudar as atitudes éticas e comportamentais dos seres humanos perante a sociedade.

Posto isto, a problemática do estudo prende-se com a consciencialização ambiental e o consumo sustentável no desporto, tendo como ponto de partida o estudo realizado por Santos (2012). O referido estudo foca igualmente a

consciencialização ambiental e nele, é apresentado um questionário direcionado para utilizadores e não utilizadores de bicicleta, com o objetivo de perceber qual a relação destes com o ambiente e o desporto. Este estudo foi estruturado em três partes, tais como, o enquadramento teórico da consciencialização ambiental, do consumo sustentável e da relação do desporto com o ambiente, a análise de dois grupos diferentes de estudo e a apresentação e discussão de resultados.

No presente estudo, o questionário desenvolvido por Santos (2012) é o objeto de investigação, procedendo-se à validação preliminar do questionário de modo a que seja passível de aplicação noutras áreas de estudo. De acordo com Sahni e Arad (2014), a validação é fundamental para a avaliação em diversas áreas do desporto.

Qualquer ação é acompanhada de uma intenção e portanto, também a ação de investigar tem uma intenção e quando se fala de intenção é importante falar de objetivos, que devem ser apresentados de forma clara e precisa o que o investigador pretende com a realização da investigação. Como nos explica Fortin (2003), "o objetivo de um estudo indica o porquê da investigação. É um enunciado declarativo que precisa a orientação da investigação segundo o nível dos conhecimentos estabelecidos no domínio da questão" (p. 100). Neste seguimento, define-se como objetivo do presente trabalho a validação preliminar do questionário concebido por Santos (2012), de forma a identificar os fatores da escala proposta.

No que diz respeito à organização e estruturação do trabalho, o mesmo encontra-se dividido em duas partes: enquadramento teórico e estudo empírico. A primeira parte do trabalho é constituída por cinco capítulos e são eles os seguintes:

- Capítulo 1 – Relação entre Desporto, Ambiente e Turismo – abordando os conceitos de desporto, turista e ambiente e ainda a interligação dos referidos conceitos;
- Capítulo 2 – Consumo Sustentável - capítulo dedicado à compreensão do conceito de desenvolvimento sustentável, um conceito que ganha cada vez mais visibilidade. É ainda abordado o conceito de consumo sustentável, uma vez que se fala de ambiente e onde o termo sustentável ganha cada vez mais destaque, bem como a relação entre consumidor e ambiente, clarificando alguns conceitos inerentes ao tema, introduzindo-se os conceitos de consumidor verde e de responsabilidade social e ambiental;

- Capítulo 3 – Validação Preliminar do Questionário – neste capítulo é explicado o processo de validação preliminar do questionário, abordando-se os conceitos de validação, questionário, pesquisa, análise fatorial e análise fatorial exploratória. Assim, a primeira parte do trabalho expõe um quadro concetual, construído com a finalidade de: por um lado, expor alguns conceitos fundamentais e relacionados com a consciencialização ambiental, consumo sustentável e ambiente, no contexto desportivo; por outro, esclarecer os passos que devem ser observados aquando da validação preliminar do instrumento de recolha de dados em questão, isto é, um questionário.

A segunda parte do trabalho corresponde ao trabalho estatístico com vista à validação preliminar da escala sobre consciencialização ambiental e é composta por dois capítulos, a saber:

- Capítulo 4 – Metodologia - apresenta a escolhas metodológicas feitas, ou seja, apresenta o desenho e o tipo de estudo, bem como as suas metas, e os instrumentos e técnicas adotadas na realização da investigação;
- Capítulo 5 – Resultados - são expostos os resultados obtidos na investigação, neste caso, o processo de validação do questionário e conseqüentemente, os resultados quanto à validação do constructo, onde se recorreu à análise fatorial, de fiabilidade, com os resultados do Alfa Cronbach e, validação do critério, no qual se procede a uma validação preditiva. O capítulo encerra com a discussão dos resultados obtidos.
- Por último, é apresentada a conclusão do estudo – o questionário validado – e são tecidas algumas implicações do estudo para a gestão do desporto.

## **Parte I – Enquadramento Teórico**

## Capítulo 1 – Relação entre desporto, ambiente e turismo

### 1.1 Conceção de desporto

Na literatura são apresentadas várias definições e concepções de desporto. Na perspetiva de Coubertin (1934) como citado em Pires (1997), o desporto é apresentado como um culto voluntário e habitual de exercício muscular intenso, estimulado pelo desejo de progresso e não hesitando em ir até ao risco. Na mesma ótica, McIntosh (1963) define desporto como todas as atividades físicas que não são necessariamente para a sobrevivência do indivíduo ou da raça e que são dominadas por um elemento compulsório.

Na verdade, desporto implica a realização de uma atividade física, podendo ela ser a mais diversa na medida em que existem diversas modalidades desportivas, por isso, é que desporto tanto se pode referir ou ser associado a uma simples caminhada, ou a um jogo de basquetebol. Assim, faz todo o sentido que o desporto integre todas as atividades físicas.

Já no novo século, Correia (2004) como citado em Albuquerque (2007), define desporto como “simultaneamente pelo jogo (ludismo e prazer), pelo agonismo (competição e confronto), pelo movimento (esforço e ação) e pela institucionalização (formalização e padronização), em conforme com a situação concreta de prática” (p. 23). Portanto, para se compreender o desporto não se pode reduzi-lo à prática em si, mas sim perceber o desportista, pois “sem refletir o homem, sem analisar a sua situação e o seu contexto cultural, tornamos insuficiente qualquer teorização sobre o desporto” (Garcia, 2004, p. 211).

Existem vários tipos de desportos, podemos defini-los como desportos radicais, de natureza e aventura. Desporto radical é um conceito difícil de definir, pois não se adequa apenas a um desporto, mas sim a varias modalidades com um maior ou menor risco, na terra ou na água, mas sempre em contacto com a natureza.

Segundo o estudo de Almeida (1999), que compara os desportos radicais aos tradicionais, verifica-se que quando incluídos os atributos em função dos fatores já criados, constata-se que as modalidades tradicionais parecem associar-se mais a

valores de competição, carreira e profissionalização e a valores de saúde, condição física e alívio do *stress*; por outro lado, as modalidades radicais estão mais associadas a valores de risco, aventura, emoções fortes, desafio e valores individualistas.

Contudo, estes desportos conseguem testar os nossos limites físicos e psicológicos, confrontando as capacidades de autodomínio em situações extremas, e não só. É através desta prática desportiva que, ao longo do tempo, se desenvolvem novas linguagens, novos grupos, onde o “estrangeirismo” domina, através de símbolos materiais, como roupa, música e marcas. Como explica Costa (2005) “os jovens aderem aos desportos radicais, pelos valores da aventura, risco e proximidade ao meio natural que lhe são inerentes, valores esses que funcionam como uma mais-valia no panorama das práticas desportivas” (p.20 ).

A este propósito, Lima (1988) e Pires (1990) explicam que as motivações para a prática de atividades desportivas de natureza e de aventura se centram nas sensações, no prazer e no risco proporcionado pela atividade. Miranda, Lacasa e Muro (1995) apontam a busca de outros estados de consciência, a necessidade de contacto com a natureza e a procura de sensações e emoções numa sociedade rotineira e controlada, como motivos que justificam a procura e prática de atividades desportivas em contexto de aventura ou na natureza.

O conceito de natureza surge do povo grego fazendo referência aos fenómenos do mundo físico. Segundo Melo (2003), os desportos realizados neste contexto, na natureza, podem definir-se muito simplesmente pelo espaço em que se praticam, ou seja, têm necessariamente lugar em ambiente natural, onde incluem atividade em todos os recursos naturais desde o ar, à água, à superfície do solo e do subsolo. Segundo o mesmo autor, os desportos de natureza mais populares são: passeio pedestre e orientação, passeio equestre, escalada, montanhismo, esqui e patinagem no gelo, *surf*, *bodyboard*, mergulho, vela, canoagem e *canyoning*.

De facto, os desportos de natureza são atividades extremamente interessantes, mas devem ser praticadas cuidadosamente, pois dependem do estado de “espírito” da natureza, potencializando e evitando os riscos que os atletas podem passar.

Segundo Sung (2004), o desporto de aventura desenvolve-se, regra geral, na natureza, distinguindo-se do desporto de natureza por envolver uma participação ativa

na exploração de uma nova experiência, associada ao desafio pessoal e frequentemente, é inerente ao risco percebido ou um perigo controlado.

Relativamente ao desafio e ao medo, os desportos de aventura despertam emoções e sensações no indivíduo que as pratica e como explicam Costa e Ferreira (2000), estes desportos são encarados como uma aventura com sentidos lúdicos que proporcionam lazer e entretenimento aos seus participantes, em especial, pelos “riscos calculados” e do “poder ser capaz” de realizar. Com estas técnicas tão precisas, o praticante melhora a autoconfiança, devido ao sentimento de prazer por ter realizado a atividade.

Seja qual for o desporto, quem o pratica, pode ou não ter em conta os fatores ambientais. Muitas vezes a pessoa só tem em conta os fatores benéficos e prazerosos para si mesma e não ponderando praticar um desporto mais ecológico, beneficiando tanto o ambiente quanto a sua saúde.

## **1.2 Conceção de ambiente**

O ambiente encontra a sua origem etimológica no latim, derivando do termo *ambiens/ambientis*, e descreve o conjunto das substâncias, circunstâncias ou condições onde existe determinado objeto ou onde ocorre determinada ação. Em conformidade com Shani e Arad (2014, p.1), “a teoria que na maior parte depende dos relatórios do Painel Inter-governamental da ONU sobre a mudança do clima (IPCC), baseia-se em três argumentos: o planeta está a aquecer a um ritmo sem precedentes e destrutivo; a atividade humana é a principal causa do aquecimento global, através do efeito de estufa e de gases (dióxido de carbono); este processo é reversível através de uma mudança de valores humanos e estilo de vida, tais como a adoção da sustentabilidade como princípio orientador para o desenvolvimento humano” e segundo os mesmos autores, na sequência de um relatório do IPCC de 27 de setembro de 2013, foi feito um aviso.

Segundo Gossling (2009), o turismo é considerado um dos contribuintes significativos para a emissão de gases com efeito de estufa, principalmente devido ao turismo de aviação, que se diz ser globalmente responsável por 40% da contribuição industrial para o CO<sub>2</sub>. Existem muitos estudos que focam o desenvolvimento de

estratégias de consciencialização ambiental para o turista; por exemplo, Simpson, Gossling, Scott, Hall e Gladin (2008) incentivam os turistas a implementar medidas drásticas para reduzir a emissão de CO<sub>2</sub> pessoal, como viajar menos e ficar mais tempo no destino, utilização do transporte terrestre, escolhendo destinos que estão mais perto de casa. Para além disto, foi recomendado que os destinos turísticos reformulassem estratégias, tais como a promoção de transportes públicos, a aplicação de fontes de energia alternativas ao combustível fóssil (Müller & Weber, 2008), e a diversificação das ofertas de turismo para as pessoas se adaptarem melhor à mudança das condições climáticas (Gossling, 2009).

### **1.3 Relação entre desporto e ambiente**

Uma vez que no questionário sobre o qual se debruça o presente estudo estão subjacentes temas como desporto e ambiente, pretende-se neste ponto abordar a relação entre eles.

Quase todas as atividades desportivas que têm contacto com a natureza assumem um papel importante na ocupação e dinamização dos tempos livres das pessoas. Segundo Mota (1997) citado em Carvalhinho, Bento e Rosa (2013), o lazer surge como uma componente importante, com um sentido objetivo, como uma forma de encontro e de compensação das necessidades sociais, como espaço e tempo próprio da existência individual, de responsabilização e na construção do seu estilo de vida; já o divertimento, que busca pela qualidade de vida e o prazer, são constantemente procurados e valorizados perante a sociedade.

Relacionando o desporto com o ambiente, verificamos que não existe um conceito único, pois esta relação é multidimensional, considerando-se esta relação em três níveis distintos (Carvalhinho et al., 2013):

- I) O ambiente como suporte físico das práticas desportivas;
- II) O ambiente enquanto fonte de benefícios para o homem através das suas práticas desportivas;
- III) O ambiente enquanto espaço educacional através do desporto e das atividades desportivas.

Posto isto, verifica-se que as atividades ao ar livre são realizadas consoante a tendência ou a imaginação do praticante, independentemente do estado do “pavimento”, ou seja são feitas através de recursos naturais, enquanto que as atividades ditas “convencionais”, são realizadas em infraestruturas artificiais construídas pelo homem, para acolher os treinos e as competições.

A problemática que se coloca nos desportos de natureza é em torno dos impactos causados pelas atividades desportivas, que se traduzem em poluição, nomeadamente pelo abandono de lixo em locais de prática desportiva.

Segundo Marion (1998), McMillan e Larson (2002), Pinto, Oliveira, Almeida-Andrade, Pedrosa, Santana, e Figueiredo (2008) e Quinn e Chernoff (2010) como citado em Carvalhinho et al. (2013), as modalidades como o BTT têm sido alvo de muito estudo na literatura científica, procurando perceber a causa de tantos impactos ambientais, e o porquê de a sociedade não se preocupar com o meio ambiente. Este tipo de estudos deriva de uma área de desenvolvimento mais ligada à gestão, então, houve necessidade de criar espaços reservados para a prática de atividades físicas de natureza, para que estes fossem tratados e cuidados com o devido respeito e ética.

Numa perspetiva ambiental, Carvalhinho et al. (2013) explicam que nos referimos ao ambiente enquanto sentido estético e de bem-estar, criando assim benefícios para os que o procuram e materializam com a prática desportiva.

As atividades desportivas não são só práticas no âmbito do lazer e da diversão, mas também, na medida em que muitas pessoas são capazes de se deslocar para outras cidades, ou até mesmo outros países, para praticar determinada atividade desportiva, para conhecerem e desfrutarem das paisagens e de outras atrações.

De acordo com Carvalhinho et al. (2013), em Portugal, os diferentes governos têm vindo a reconhecer a importância do desenvolvimento turístico estabelecendo estratégias nacionais de desenvolvimento, onde o espaço natural se assume como uma aposta a vários níveis. Além disso, a gestão dos espaços turísticos com apetência para a prática desportiva destaca-se pelos processos de gestão colaborativa ou participativa, pelo que os benefícios destas aproximações, vão mais além do que a vertente económica, surgindo um conjunto de vantagens para os *stakeholders* envolvidos, ligados à educação, desenvolvimento, socialização e a vontade, de, em partilha, lutar por um bem comum (Carvalhinho et al. 2013).

Em suma, conclui-se que a sociedade hoje em dia se alimenta cada vez mais de atividades e práticas desportivas, procurando diversidade nas modalidades existentes e nos espaços onde as realizam. Para que se possa realizar estas atividades, surge um problema associado à gestão dos recursos naturais, que é encaminhado a criar processos que permitam um uso sustentado dos espaços protegidos.

## Capítulo 2 – Consumo sustentável

Constantemente se ouve falar do consumo sustentável na televisão, onde são divulgados conselhos para melhorar o meio ambiente, o que é certo, é que os comportamentos das pessoas face a este tipo de informação nem sempre são ecologicamente corretos.

Segundo Ramos (2010), existe um conflito interno, entre a mente racional e o corpo emocional, irracional e inconsciente, ou seja, a pessoa tem consciência que a sua atitude está errada, mas não a muda. Santos (2012), explica que o comportamento do consumidor tem uma dimensão ética que se manifesta em dois níveis, a saber:

1. Nas práticas quotidianas de consumo, isto é, no âmbito das escolhas pessoais de rotina que refletem determinados valores, formados a partir dos sentimentos morais relativamente a si mesmo e aos próximos (familiares, vizinhos, etc.);
2. No consumo ético, isto é, a adesão a um campo emergente de práticas comerciais e de políticas públicas que explicitamente desenvolvem as disposições éticas implícitas nas práticas quotidianas de consumo – o que podemos genericamente designar por consumo sustentável.

MacIntosh, Apostolis e Walker (2013), definiram gestão de sustentabilidade como a formulação, implementação e avaliação de ambas as decisões e ações ambientais socioeconómicas relacionadas com a sustentabilidade, explicando que as considerações socioeconómicas e ambientais são condutoras de gestão sustentável. E segundo Ortigoza (2007), é possível demonstrar que os padrões de produção e consumo dos países desenvolvidos são responsáveis pelos problemas de degradação ecológica e social a nível mundial. O tema consumo sustentável gera uma grande discussão, pois é levado para caminhos de luta contra o desenvolvimento irresponsável e o crescimento económico a todo o custo. Ortigoza (2007) explica que o processo produtivo tem como meta o consumo e que criar um consumidor responsável é muito difícil. Assim, “o ato de consumir é uma questão crucial associada à geração de resíduos, desperdício e à qualidade de vida” (Ortigoza, 2007, p.20 ).

Axelrod e Lehman (1993) examinaram quais os fatores que conduzem a ação individual e comportamental dos indivíduos envolvidos nos esforços de conservação ambiental. Já Kollmuss e Agyeman (2002) consideram que o comportamento pró-ambiental um comportamento é aquele que se adequa a indivíduos que agem para minimizar o impacto ambiental. Recentemente, Meijers e Stapel (2011) propuseram o conceito de comportamento sustentável, indicando que os indivíduos agem ou fazem escolhas com considerações mais sustentáveis (Lee, 2012).

Cada vez mais, hoje em dia, nos deparamos com uma excessiva publicidade televisiva no que diz respeito ao consumo, à compra, à posse de alguma coisa, e as pessoas sentem-se tentadas e criam uma necessidade de ter algo que na verdade, se calhar não lhes faz falta. Muitas destas pessoas compram ou porque é barato, ou simplesmente porque sim, sem pensarem se é benéfico ou não para a sua vida ou para o meio ambiente. Ou seja, o consumo ou a posse de alguma coisa, tornou-se um negócio para uns e uma problemática para outros.

Segundo Ribeiro (2008) citado em Santos (2012, p. 12) ao se observar a evolução da Sociologia do Consumo, são identificadas três perspetivas principais:

- 1)** A primeira é uma teoria da ação racional aplicada ao consumo, em que a ideia principal é a de que o consumidor, consciente das vantagens e desvantagens inerentes às opções que estão à sua disposição, irá optar pela opção que lhe possa trazer maior benefício;
- 2)** A segunda perspetiva considera o consumo como um produto social, realçando o papel da estrutura social, segundo diversos fatores, como a família, amigos, sistema educativo, etc. e na determinação das escolhas de consumo. Nesta perspetiva, encontramos duas ideias distintas. Uma ideia estruturalista, em que os indivíduos são conduzidos, conscientes ou não das suas ações, aos impulsos sociais. Outra ideia assume que o consumidor cria uma identidade/relação através dos bens consumidos e valoriza mais o seu significado simbólico do que a sua função propriamente dita;
- 3)** Por fim, a terceira perspetiva, denominada por pós-modernismo, considera o consumo como um instrumento de afirmação individual, realçando o poder criativo e libertador que o consumo pode representar para o indivíduo, face ao espalhar da sociedade.

Estas três perspetivas demonstram diferentes tipos de ética, mas já Barciotte (2002) citado em Santos (2012), considera que o consumo ético é a capacidade de cada pessoa ou instituição, pública ou privada, de escolher ou produzir serviços ou produtos que contribuam de forma ética para a melhoria de vida da sociedade e do ambiente.

## **2.1 Conceito de desenvolvimento sustentável**

O desenvolvimento sustentável tem sido amplamente discutido e o desenvolvimento do turismo de base comunitária tornou-se uma ferramenta importante para a gestão sustentável (Taylor, 1995).

Existem várias tentativas, realizadas por parte de investigadores, de reduzir os impactos ambientais, percebendo o comportamento dos indivíduos e o porquê de não pensarem no ambiente.

Segundo Hall (1994), Roberts e Simpson (1999), a formação ou criação das redes de política e planeamento são implementadas a partir de uma necessidade de cooperação e colaboração no planeamento do turismo; Hall (1999) defende que a cooperação e colaboração são as principais questões na área de planeamento do turismo.

A forma que os governos arranjaram para chegar à sociedade foi através de redes, estas redes desempenham um papel importante no reforço da participação da comunidade e integração organizacional (Caffyn & Jobbins, 2003; Tosun, 2000), e regular as práticas ambientais, a fim de melhorar padrão de sustentabilidade de uma região na arena global (Erkus-Ozturk, 2009).

Segundo Veiga (2005), o desenvolvimento não deve ser confundido com crescimento económico, para além disso o autor refere que o desenvolvimento não passa de uma ilusão, crença, mito, ou manipulação ideológica.

Numa perspetiva pessoal, acredita-se que o desenvolvimento é um conceito em constante evolução e mudança, pois todos os dias ouvimos sobre o desenvolvimento natural, desenvolvimento empresarial, educacional, ambiental, etc.,

no entanto, é necessário realçar que o desenvolvimento sustentável tem como objetivo vincular ou manter tudo o que foi construído até hoje, seja em que área for.

Segundo Cavalcanti (s/d), a sustentabilidade significa o reconhecimento dos limites biofísicos colocados, pela biosfera no processo económico. Esta é uma perceção que sublinha o fato de que a primeira (a ecologia) sustenta o último (a economia) e dessa forma, obriga-o a operar em sintonia com os princípios da natureza. Neste sentido, o desenvolvimento sustentável pode ser conquistado com crescimento infinito, desde que certas ressalvas de proteção ambiental sejam observadas (Cavalcanti, s/d).

É necessário que o meio ambiente seja compreendido e que deva ser visto como a fonte derradeira de certas funções, sem as quais a economia simplesmente não pode existir ou operar, e cujos ritmos determinam a velocidade do que pode ser feito.

Segundo Cavalcanti (s/d), para ser sustentável, com efeito, o sistema económico deve possuir uma base estável de apoio, requerendo que as capacidades e taxas de regeneração e absorção sejam respeitadas. Se não for desta forma, o processo económico vai se tornar irremediavelmente insustentável. Nesta ordem de ideias, Cavalcanti (s/d) acrescenta ainda que uma estratégia de desenvolvimento sustentável é, portanto, necessária para a formulação de política que leva a natureza em conta como um fator restritivo, cuja produtividade deve ser maximizada no curto prazo, cuja disponibilidade deve ser preservada no futuro distante, e cuja integridade não pode ser deformada.

## **2.2 Consumidor e ambiente**

Agora mais do que nunca os consumidores querem sentir que as empresas estão a trabalhar para um bem maior, em vez de funcionarem para fins de auto serviço que estão vinculados aos lucros e reputação de gestão (Walker & Kent, 2009). A este propósito, Lyon e Maxwell (2008) defenderam que os consumidores ambientalmente conscientes estão frequentemente dispostos a pagar mais por produtos que têm bases ambientalmente responsáveis.

Para que seja possível praticar desporto de neve e de montanha é necessário proceder a várias alterações naturais, tendo como consequências danos nos ecossistemas, e nem sempre tendem a ter benefícios económicos para as empresas turísticas.

Segundo Clifford (2002), os praticantes de desportos de inverno implementaram algumas iniciativas, como a utilização de energias renováveis (eólica e solar), realizando programas de reciclagem, tornando as pessoas ambientalmente mais focadas. Assim, o consumidor é todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional, por pessoa que exerça com carácter profissional uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios (Santos, 2012).

Segundo Ortigoza (2007), conquistar os consumidores é um objetivo central do setor produtivo, devendo criar nos consumidores uma consciência ecologicamente seletiva, desenvolvendo no quotidiano novos hábitos de compras e menos desperdícios. Estes hábitos são difíceis de implementar aos consumidores ativos e que não têm cuidado ou preocupação com os resíduos e produtos que prejudicam o meio ambiente, a responsabilidade para atingir a meta dos “bons hábitos” envolve o setor económico, social e político.

Na perspetiva de Santos (2012), o Centro de Informação e Documentação Anti-Colonial (CIDAC) considera que “a instabilidade do nosso sistema económico e financeiro tem vindo a realçar assimetrias sociais entre ricos e pobres, fazendo emergir uma nova classe média, mas também os novos pobres” (Cadernos de Consumo Justo, 2007, p. 16). Foi através deste caderno que Santos (2012) apresentou as nove principais características escritas pelo CIDAC, do consumo português. Essas características são as seguintes:

1. Poder de compra dependente da conjuntura sócio-económica – aumento da taxa de endividamento;
2. A população envelhecida coloca problemas aos sistemas de saúde social;
3. Prioridades do consumidor: reduzir custos na alimentação, calçado, vestuário e equipamentos domésticos; apostas na habitação, transportes que comunicações;
4. Setores da cosmética, automóveis e produtos de luxo com um consumo igual à média europeia (também no setor dos automóveis de luxo); mais baixo para o

equipamento informático, comércio eletrónico e alimentos processados; bem acima nos telemóveis;

5. Alimentação: o segmento da “*fast food*” estabilizou, enquanto se registou um tímido aumento no setor da alimentação saudável; grande aceitação dos conceitos de promoção, redução e *outlet*;
6. Saúde: diminuiu a procura dos medicamentos pela população idosa, mas aumentou perigosamente a auto-medicação com anti-depressivos, analgésicos e anti-inflamatórios;
7. Habitação: o crédito para compra baixou, o mobiliário e decoração estabilizaram, embora os equipamentos domésticos tivessem aumentado;
8. Cultura e lazer cresceram, desde os jogos eletrónicos e o vídeo à democratização no setor das viagens;
9. Por último, a poupança deu lugar à aquisição de produtos financeiros, possivelmente devido à insegurança dos cidadãos quanto ao Estado-Providência.

Segundo Marques (2013), vamos estar na presença de um consumidor ecologicamente correto se conseguirmos identificar que a tomada de decisão na compra de um dado produto/serviço é pautada por critérios que incluem a consideração dos problemas ambientais, havendo uma preocupação com o bem-estar da sociedade. Ou seja, “para além do desejo de satisfazer necessidades pessoais, o comportamento de consumo é condicionado pelo desejo de não afetar negativamente a sociedade em que se vive, subjugando o individualismo ao senso coletivo” (Baisch, 2008 citado em Marques, 2013, p. 12).

## **2.2 Consumidor verde**

De acordo com Hailes, citado em Afonso (2010), o consumidor verde é aquele que associa os seus atos de compra ou de consumo de produtos à possibilidade de agir em conformidade com a preservação ambiental.

Para além do consumidor verde, podemos denominar alguns produtos de produtos “verdes”, ou seja, estes produtos são aqueles que causam um menor impacto negativo no meio ambiente. Para Peattie e Crane (2005), como citado em

Simões (2012), certas pesquisas têm demonstrado que os consumidores estão cada vez mais preocupados com o meio ambiente, e desejam comprar produtos mais “verdes”, dependendo do seu valor.

No que diz respeito a estas preocupações ambientais, Zimmer, M. R.; Sttaford, T. F. e Sttaford, M. R. (1994), identifica sete categorias que sensibilizaram as pessoas para uma consciência ambiental responsável, são elas: preocupação com desperdício, vida selvagem, biosfera, população, saúde, consciência de energia e tecnologia ambiental.

Devido a estas mudanças comportamentais, surgiu o chamado consumidor verde, ou seja, aquele que consome em prol do ambiente e não só da sua satisfação pessoal. Este mercado de consumidores ainda é pequeno, pois nem toda a população está informada ou sensibilizada para um consumo saudável. Segundo D’Souza et al. (2007) citado em Simões (2012), não há consenso sobre o que seria o “verdadeiro” perfil de um consumidor “verde”, mas sim uma diversidade de resultados que emergem de diferentes estudos que buscam descrever o consumidor “verde”. Existem vários artigos que estabelecem o perfil do consumidor verde e muitos deles apresentam uma tipologia de perfil. Isto acontece porque se trata de um assunto novo, o que faz com que não haja conceitos concretos de respetivo comportamento “verde”. Makower (1993) e Portilo (2005), defende que um das definições do consumidor diz que o consumidor «verde» é aquele que, além da variável qualidade/preço, considera também, no momento da escolha de um produto, a variável ambiental, optando por produtos que não agriam ou que sejam percebidos como não agressivos ao meio ambiente, no lugar dos percebidos como agressivos.

Conforme Afonso (2010), em Julho de 1989, foi feita uma sondagem por parte da Market and Opinion Research International (MORI) que revelou que a proporção de clientes que selecionavam produtos com base na performance ambiental aumentou de 19% para 42% em menos de um ano (Elkington citado em Afonso, 2010), e em 1992, um estudo da Nielsen revelou que 4 em cada 5 consumidores expressaram as suas opiniões sobre o ambiente através do seu comportamento de compra (Afonso, 2010).

De acordo com o estudo de Lambin (2000) citado em Santos (2012), marketing é o ato de compra que engloba todo um conjunto de atividades que precedem, acompanham e seguem as decisões de aquisição do produto, e ao longo das quais o

consumidor intervém ativamente com o objetivo de efetuar as suas escolhas com conhecimento de causa e não de forma errada ou aleatória.

Já Callado (2003), citado em Medeiros (2007), afirma que o marketing verde surgiu para melhorar a imagem institucional, garantindo não só os lucros no processo produtivo como também a proteção do meio ambiente, visando um equilíbrio ecológico, com especial interesse no uso de recursos não poluentes, reciclagem de materiais, replaneamento de produtos, expansão da tecnologia de recuperação e reciclagem de detritos de consumo e de indústria.

Shrum, MacCarty e Lowrey (1995) debruçaram-se sobre o perfil deste tipo de consumidores, tendo verificado que é um consumidor cauteloso e que procura informar-se sempre sobre os produtos. No entanto, segundo Engel, Blackwell e Miniard (2000) citado em Severino (s/d), as atitudes podem ser utilizadas para prever comportamentos, mas também o comportamento pode ser usado para inferir atitudes. Resumindo, “os comportamentos dos consumidores ecológicos podem influenciar as atitudes de outros consumidores quanto à escolha dos produtos e/ou serviços disponibilizados para consumo pelos diferentes mercados” (Santos, 2012, p.42).

### **2.3 Responsabilidade social e ambiental**

Segundo Cottrell (2003) atitude ambiental é considerada como um fator determinante para o meio ambiente que deriva de um comportamento responsável. A atitude ambiental é visto como uma tendência psicológica caracterizada pela avaliação cognitiva e afetiva relacionadas com o ambiente atividades ou questões ambientais gerais dos turistas (Eagly & Chaiken, 1993; Fairweather, Maslin & Simmons, 2005).

Apesar de não haver uma definição universalmente aceite, é mais citada a ênfase de ir além da obediência legal (McWilliams & Siegel, 2001). Dado o aumento da focalização sobre o meio ambiente natural, muitas mensagens de "responsabilidade" tendem a refletir esforços ambientais genuínos e tangíveis, em contra de outros superficiais e cosméticos de tentativas de caminhos amigáveis (Laufer, 2003).

A responsabilidade social face ao ambiente tem muitos pontos de discussão, pois a população não está consciencializada de que o ambiente e a sua melhoria

dependem das suas ações e comportamentos diários. Para que a sociedade ganhe responsabilidade nos seus atos são necessárias algumas intervenções por parte das empresas, mesmo que os resultados de um ambiente melhor tardem a ser conquistados.

Segundo Cabral-Cardoso (2002) citado em Santos (2012), o conceito de responsabilidade social pode ser entendido a dois níveis, o nível interno, que se relaciona com os trabalhadores e mais genericamente, com todas as partes interessadas (*stakeholders*) afetadas pela empresa e que, por sua vez, podem influenciar os resultados, e o nível externo, que tem em consideração as consequências das ações de uma determinada organização sobre os seus elementos externos, nomeadamente, o ambiente e o meio envolvente.

Com base no conceito da Responsabilidade Social das Empresas (RSE), define-se que este conceito pode ser seguido pelas empresas, numa base de participação voluntária, de forma a contribuir para uma sociedade mais ecológica e por conseguinte, para um ambiente mais limpo. A gestão das organizações não deve ser direcionada apenas para os interesses dos seus proprietários, mas também pelos outros detentores de interesses, tais como, os colaboradores, as comunidades locais, os clientes, os fornecedores, as organizações públicas e a sociedade em geral (Santos, 2012).

Posto isto, toda a população, seja empresarial ou não deve dar largas à divulgação dos atos para o bem da sociedade e do ambiente, e implementar a responsabilidade social em cada um de nós, pois aos poucos talvez se consiga mudar os pensamentos e as atitudes de cada indivíduo, face ao ambiente.

Segundo Santos (2012), o caminho face a esta problemática ainda é longo a percorrer e Sardinha (2005) sugere que é necessário fazer alterações para se passar para a prática de responsabilidade inovadora, dinâmica e coerente com os interesses de melhoria da competitividade nacional. A investigadora defende que ao reconhecermos a ligação entre a Inovação, Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável, será possível pensar num sistema sócio-tecnológico nacional de Responsabilidade Social e de Inovação, explicando ainda que não seria uma revolução a curto prazo, mas seria possível, estruturar um sistema que pudesse gerar políticas e

programas horizontais/transversais, estimulando os empresários e o setor público a apresentar responsabilidades, transparência e exclusividade (Santos, 2012).

## **Capítulo 3 – Importância da análise psicométrica de um questionário**

### **3.1. Validação do instrumento**

O objetivo da validação do questionário é adaptá-lo para que possa ser utilizado para outros casos de estudo, pois no caso concreto de Portugal, não abundam os instrumentos de avaliação desenvolvidos especificamente para o eco-consumo no desporto.

Segundo Fonseca e Brito (2005) citado em Cid, L., Rosado, A., Alves, J., & Leitão, J. (2012), os investigadores têm duas opções de ação, ou desenvolver novos instrumentos de estudo, ou fazer adaptações de outros instrumentos para outras línguas. Segundo Ostrow (1996) citado em Cid et al (2012), até à presente data existiam cerca de 300 testes que eram utilizados no contexto do desporto e do exercício, embora só cerca de metade fossem desenvolvidos ou validados especificamente para a área.

Um teste ou questionário serve para determinar e analisar as diferenças pessoais, reações ou opiniões, em diferentes pessoas e ocasiões, permitindo a recolha de informação de forma bastante simples e rápida. Trata-se de um instrumento metodológico bastante utilizado, onde características como a validade, fiabilidade, sensibilidade, economia, objetividade, standardização e aferição têm que ser sistematicamente cumpridas. Como tal, toda a investigação sobre a validação de instrumentos de medida deve abordar de forma sistemática as principais questões que se colocam em termos dos diversos aspetos de validade de medidas (Cid et al., 2012).

### **3.2. Questionário**

O questionário é um instrumento constituído por um conjunto de questões que são postas de forma adequada para medir um determinado atributo psicológico e está

dividido em dois tipos de variáveis: latentes (não observadas) e manifestas (observadas).

É um instrumento importante que se traduz numa “técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc.” (Gil, 2006, p. 128). Na perspetiva de Fortin (2003), o questionário ajuda na organização, normalização e controlo de dados, para que as informações que se pretendem recolher possam ser recolhidas de forma rigorosa.

A elaboração do questionário deve seguir várias regras ou procedimentos, de modo a não enviesar as respostas, as quais permitirão responder ao problema de investigação e pode optar-se por três tipos de questões: questões fechadas, questões abertas e questões dependentes. A escolha do tipo de questões a incluir no questionário “está condicionada a inúmeros fatores, tais como: a natureza da informação desejada, o nível sociocultural dos interrogados, etc.” (Gil, 2006, p. 133).

Na perspetiva de Gil (2006) são várias as vantagens da utilização do questionário enquanto técnica de recolha de dados, salientando-se:

- Abranger um grande número de inquiridos, mesmo no caso de haver uma grande dispersão geográfica, tendo em conta que o questionário pode ser enviado por correio;
- Poucos gastos com pessoal;
- Anonimato das respostas;
- Pessoas podem escolher o momento mais adequado para responderem ao questionário, sem se sentirem intimidadas;
- Não influencia os inquiridos pois não estão em contacto com os entrevistadores.

No que respeita às limitações deste instrumento de recolha de dados, Gil (2006) elenca as seguintes:

- Exclui inquiridos que não sabem ler nem escrever, podendo enviesar os resultados da investigação;

- Quando o inquirido não entende corretamente as questões ou as instruções de resposta;
- Não é garantia que todas as pessoas devolvam o questionário devidamente preenchido, logo pode haver uma diminuição representativa da amostra;
- Como não deve ser extenso, para não correr o risco de não ser respondido, deve englobar um pequeno conjunto de questões;
- Proporciona resultados muito críticos em relação à objetividade, pois os itens podem ter significado diferente para cada sujeito pesquisado.

De acordo com Rodríguez, Flores, e Jiménez (1999) o questionário não é das técnicas mais representativas na investigação qualitativa, estando a sua utilização mais associada a técnicas de investigação quantitativa. No entanto, enquanto instrumento e técnica de recolha de dados, o questionário é um importante auxílio, baseando-se na criação de um formulário, já elaborado e normalizado.

### **3.3. Fiabilidade/Garantia**

De acordo com Cid et al. (2012), a fiabilidade corresponde à garantia com um determinado grau de confiança, da exatidão das medidas efetuadas; já a fiabilidade de um instrumento de recolha de dados, como é o caso de um questionário, refere-se à propriedade de consciência e retroatividade da medida. Segundo Hill & Hill (2000), ao falarmos de fiabilidade temos de ter em conta dois aspetos, a estabilidade e a consciência dos resultados das variáveis observáveis. Assim, entende-se por fiabilidade a medida de erro associada a uma medição e para se dizer que um instrumento é fiável, este tem de medir um determinado fator. Um instrumento fiável é aquele que produz sempre um resultado semelhante para o mesmo sujeito (Schutz & Park, 2004), dizendo também respeito à equivalência de formas, assegurando que, independentemente do suporte, o constructo é medido sem erros assinaláveis (Cid et al., 2012).

Posto isto, segundo Cid et al. (2012), é sempre necessário avaliar dois tipos de fiabilidade, temporal e interna. Na fiabilidade temporal, a avaliação ou aplicação do questionário deve ser feita em dois momentos distintos e em condições de aplicação

semelhantes. A maior parte das vezes os questionários baseados em escalas tipo Likert, assumem uma escala de avaliação quantitativa.

Para Fachel e Camey (2003) e Moreira (2004), o que diz respeito à definição de intervalo de tempos entre duas aplicações do mesmo questionário ou teste, levantam dois problemas:

- 1) Intervalos de tempo menores aumentam o risco de interferência da memória e de os inquiridos ainda se lembrarem das respostas dadas na primeira aplicação, o que pode influenciar as respostas da segunda avaliação em função da primeira;
- 2) Intervalos de tempo maiores aumentam o risco de maturação, afetivas ou comportamentais dos sujeitos, sendo que pode haver uma mudança considerável nos resultados.

A fiabilidade interna, baseia-se na avaliação realizada através do Alfa de Cronbach (Vallerand, 1989); segundo o mesmo autor, se o valor de alfa for 1, estamos perante uma fiabilidade interna perfeita, mas os valores de alfa elevados podem indicar uma redundância entre os vários itens do questionário. Segundo Cid et al. (2012), para além do valor da fiabilidade, é necessário calcular a fiabilidade individual dos itens que o compõem. A fiabilidade dos itens é dada pela fração da variância dessa variável, que é explicada pelo fator latente, ou seja a correlação do item com o fator deverá ser superior a 0.50.

### **3.4. Análise fatorial exploratória**

Segundo Marôco (2010) a análise fatorial é uma técnica de análise exploratória de dados que tem como objetivo analisar e descobrir a estrutura de um conjunto de variáveis interrelacionadas de forma a construir uma escala de medida de fatores, controlando assim as variáveis originais.

Leitão (2002) citado em Cid et al. (2012) defende que a análise fatorial é utilizada quando os investigadores não têm qualquer suposição acerca da natureza da estrutura fatorial dos seus dados. Marôco (2010) aponta como principal objetivo da análise fatorial a atribuição de um *score* aos fatores que não são diretamente observáveis, por outro lado, a análise fatorial produz um *score* que pondera as respostas altamente correlacionadas.

Segundo Maroco (2007), a análise fatorial exploratória é uma análise que permite que grande quantidade de variáveis seja reduzida em fatores, ou seja, possibilita o agrupamento em dimensões, de forma a estimar um número necessário de fatores que explica a variância dos itens, bem como as relações que os ligam entre si.

Segundo vários autores (Hill & Hill, 2000; Maroco, 2007; Pestana & Gageiro, 2005; Worthington & Whittaker, 2006), citados em Cid et al. (2012), deve existir uma grande correlação entre as variáveis para que a Análise Fatorial Exploratória (AFE) tenha utilidade na estimação de fatores comuns, sendo uma medida de amostragem dos testes *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e do teste de *Bartlett*. Estes testes são os mais utilizados para aferir a qualidade das correlações da forma a prosseguir com a AFE. É importante que o valor do teste *KMO* seja superior a 0.6 e o teste *Bartlett* esteja associado a um valor significativo (Pestana & Gageiro, 2005, citado em Cid et al. 2012).

Segundo vários autores (Hair, Black, Anderson & Tatham, 2005; Henson & Roberts, 2006; Kahn, 2006; Tabachnick & Fidell, 1989; Whorthington & Whittaker 2006), citados em Cid et al. (2012), existem dois métodos para extração de fatores, são eles:

- Análise dos fatores comuns (FA – *Common factor analysis*);
- Análise das componentes principais (PCA – *principal components analysis*).

Num ponto de vista teórico, a principal diferença entre estes fatores reside no fato de que a PCA tem como objetivo a análise da variância total, enquanto a FA tem como objetivo analisar a variância comum num conjunto de variáveis para compreender ou explicar as correlações entre eles (Hill & Hill, 2000, citado em Cid et al., 2012).

A rotação dos fatores é a ferramenta mais importante pois os resultados da AFE normalmente não produzem uma estrutura fácil de interpretar, então a rotação é a solução fatorial mais clara e objetiva que maximiza os passos fatoriais dos itens (Kahn, 2006; Hair et al. 2006; citado em Cid et al., 2012).

Quando são escolhidos os métodos da análise a utilizar, coloca-se uma questão de resposta difícil: “Qual/quais o(s) critério(s) para determinação dos fatores e retenção ou eliminação de itens?” (Blunch, 2008; Brown, 2006; Hair et al., 2006;

Henson & Roberts, 2006; Kahn, 2006; Leitão, 2002; Preacher & MacCallum, 2003; Tabachnick & Fidell, 1989; Worthington & Whittaker, 2006, citado em Cid et al., 2012).

Para decidir e responder à questão anterior é proposto ter-se em consideração uma combinação de critérios, são elas (Cid et al., 2012):

1. Critério de Kaiser: medida de variância definida na mesma métrica dos itens. A escolha da retenção dos fatores é feita se o valor for igual ou superior a 1.
2. Comunalidades: valores acima de 0.50 indicam que a variância dos resultados de cada item é explicada pela solução factorial.
3. Pesos fatoriais: correlação entre o item e o fator. Os pesos fatoriais são considerados significativos quando o valor é igual ou superior a 0.50.
4. Pesos fatoriais cruzados: deixam de existir itens com pesos fatoriais relevantes, como por exemplo, 0.30, em mais do que um fator.
5. Percentagem da variância explicada pelos fatores: tem como objetivo que a extração dos fatores assegure uma quantidade elevada da variância dos itens.
6. Fiabilidade interna: o Alfa de *Cronbach* deve ser igual ou superior a 0.70.
7. Retenção de fatores com pelo menos três itens: esta regra é muito importante numa fase posterior da validação do instrumento (Hair et al., 2006).

## **Parte II – Estudo Empírico**

## Capítulo 4 – Metodologia

O presente estudo debruça-se sobre a validação preliminar do questionário desenvolvido por Santos (2012) no âmbito da investigação realizada com utilizadores e não utilizadores de bicicleta, com foco na consciencialização ambiental e consumo sustentável no desporto.

Para que o questionário possa ser aplicado noutras áreas é necessário ser sujeito a um processo de validação, que exige a análise deste instrumento metodológico. Desta forma, o estudo encontra-se dividido em duas partes. Inicialmente é feita uma revisão da literatura, o que permite construir um quadro conceptual que suporta a investigação e que aborda os temas que lhe subjazem. A segunda parte subordina-se ao estudo empírico realizado e, além de explicar a metodologia de estudo, são apresentados os resultados do processo de validação, procedendo-se à sua discussão.

Quanto ao tipo de estudo realizado, e de forma a concretizar os objetivos do mesmo, podemos dizer que se trata de uma investigação de cariz quantitativa.

### 4.1 Amostra

A amostra deste estudo é composta por 241 indivíduos residentes no concelho de Oeiras. Dos 241 indivíduos inquiridos, 107 são do género masculino e 134 são do género feminino. Em termos de idades, após efetuado o agrupamento dos indivíduos em escalões etários, a amostra em estudo é representada do seguinte modo: 48,5% dos inquiridos está situado na faixa etária dos 20 aos 29 anos; 20,7% é representada por indivíduos englobados no intervalo etário entre os 30 e os 39 anos; o intervalo correspondente aos indivíduos com idades compreendidas entre os 40 e os 49 anos representa 16,2% da amostra. Por fim, os três grupos com menos percentagem são os que constituem a faixa etária mais nova - até aos 19 anos (4,1%) - e os dois grupos de faixa etária mais velha: 9,1% está entre os 50 e os 59 anos e 1,2% tem idade superior a 60 anos. A idade máxima da amostra é de 66 anos e a mínima é de 16 anos.

Relativamente ao nível de escolaridade, 53,9% da amostra é representada por pessoas que completaram o ensino secundário, 27,8% dos indivíduos completou uma

licenciatura, 6% dos inquiridos tem o grau de mestre e o bacharelato, 5% dos pessoas apenas concluíram o ensino obrigatório, e 1,3% possui o grau de doutoramento.

Em termos de ocupação principal dos 241 inquiridos que constituem a amostra, 82,4% são empregados, 2,8% são desempregados, 0,5% são reformados, e 14,3% são estudantes.

Relativamente à utilização da bicicleta, a amostra divide-se de forma equilibrada e do seguinte modo: 115 inquiridos responderam positivamente quanto à utilização da bicicleta (47,7%), face a 126 inquiridos que se declararam como não utilizadores de bicicleta (52,3%).

No que concerne ao tempo de prática dos utilizadores de bicicleta, a amostra tem a seguinte distribuição: a classe dos utilizadores que praticam há mais de 10 anos constitui-se como a de maior destaque (53,9%); 15,7% dos utilizadores de bicicleta refere um tempo de prática entre 1 a 3 anos; 14,8% dos inquiridos utiliza a bicicleta há mais de 5 anos mas há menos do que 10 anos; 9,6% dos utilizadores de bicicleta indica um tempo de prática entre 3 a 5 anos; finalmente, há menos de um ano apenas 6,1% dos inquiridos indicaram como tempo de prática da utilização de bicicleta.

Relativamente à frequência da prática, verifica-se que o número de utilizadores de bicicleta diminui à medida que aumenta o número semanal de utilizações da bicicleta: 68,7% das pessoas inquiridas utiliza a bicicleta nas suas deslocções de 1 a 2 vezes por semana; 19,1% dos inquiridos refere que o faz de 2 a 4 vezes por semana; por fim, 12,2% dos utilizadores de bicicleta refere uma frequência da prática superior a 4 vezes por semana.

## **4.2 Procedimentos de recolha e análise de dados**

Todos os sujeitos auscultados são residentes do Concelho de Oeiras à data de 2011, num universo de cerca de 170.000 habitantes (CMO, n.d.).

O processo de recolha de dados ocorreu durante os meses de junho a setembro de 2012, tendo sido enviado por email o questionário a endereços electrónicos fornecidos pela Federação de Ciclo-turismo e de contactos pessoais de amigos e familiares do investigador que voluntariamente se disponibilizaram a participar no estudo.

Para a análise e tratamento de dados recorreu-se ao *software* estatístico IBM SPSS (*versão 22.0*), o qual oferece um conjunto de software de análise estatística com recursos que suportam e facilitam a análise dos dados por parte do investigador, abrangendo todo o processo analítico. Portanto, trata-se de um software que dispõe de várias técnicas e métodos estatísticos que: facilitam o acesso aos dados; os transforma em função dos pressupostos analíticos da técnica que se pretende utilizar; permite a seleção e aplicação de um procedimento estatístico e a obtenção de um resultado. As técnicas utilizadas para o tratamento de dados foram a análise fatorial exploratória e a análise da consistência interna via *Alfa de Cronbach*.

#### **4.3 Instrumento**

Neste trabalho, como já se referiu, recorreu-se a um único instrumento, o questionário desenvolvido por Santos (2012), direcionado para utilizadores e não utilizadores de bicicleta, com o objetivo de perceber qual a relação destes com o ambiente e consumo sustentável no desporto. No anexo I é possível consultar este questionário.

O questionário aplicado por Santos (2012) foi adaptado de um questionário concebido e aplicado por Baptista (2007), na investigação realizada para obtenção do grau de doutora, intitulada de "Golfe e Ambiente: A Componente Ambiental no Consumo e na Oferta de Golfe. Estudo aplicado aos gestores e consumidores dos campos de golfe de Lisboa", tendo sido já aplicado a outras áreas do consumo desportivo, designadamente ao surf, ao fitness e ao BTT em outras teses de mestrado.

O questionário que procuramos validar (Santos, 2012), é constituído por três partes, a saber:

- Parte I – Identificação do inquirido: é composta por cinco questões, sendo que duas (idade e profissão) são de resposta aberta e três são de resposta fechada (género, grau de escolaridade e zona de residência);
- Parte II – Aspetos da prática desportiva: composta por cinco perguntas, integra quatro de resposta fechada (modalidade, tempo de utilização de bicicleta, frequência de utilização e agradabilidade na prática da modalidade), das quais uma integra a escala de *Likert*, com cinco parâmetros (0 a 4, com 0 a corresponder a *sem*

*opinião e 4 a muito agradável*). A quinta pergunta é de resposta aberta e subordina-se à prática de outras modalidades;

- Parte III – O consumidor e o ambiente: dimensão do questionário constituída por um conjunto de treze questões, nas quais sete são de resposta fechada onde foi utilizada a escala de *Likert*. Estas questões visam medir o nível de preocupação ambiental, a disposição em alterar algo na utilização da bicicleta com vista a um melhor meio ambiente, concordância na aplicação de uma taxa ecológica, atenção prestada aos rótulos ecológicos, frequência de aquisição de produtos ecológicos, disposição em pagar mais por serviço ecológico e por fim, o grau de modificação de atitudes face aos problemas ambientais desde que passou a usar a bicicleta (Santos, 2012).

## Capítulo 5 – Resultados

### 5.1 Apresentação dos resultados

De forma a alcançar o principal objetivo traçado para este estudo, a validação do questionário, procedeu-se à validação do constructo através da análise fatorial exploratória, permitindo perceber a importância dos itens do questionário.

Assim, para estudar a validade do constructo foi realizada uma análise fatorial, avaliando as principais componentes *Varimax* com a normalização de *Kaiser*, identificando-se seis fatores que explicam a variância:

- Fator 1: valorização do ambiente;
- Fator 2: condição física;
- Fator 3: melhoria do ambiente;
- Fator 4: benefícios da prática;
- Item 5: desafio;
- Item 6: interação social.

Após a análise estatística destes fatores, foram obtidos os resultados expostos na tabela 1, com os valores dos testes *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e Bartlett's.

**Tabela 1 - KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,706
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	611,073
	Df	153
	Sig.	,000

Em seguida foram removidos os itens com fator de carga abaixo de 0,45, pelo que em relação ao fator 1, todas as perguntas retiradas encontram-se na parte III do questionário e são as seguintes:

- Qual o seu nível de preocupação face ao ambiente? (item 1)
- Concorda que as atividades desportivas que prejudicam o ambiente deviam pagar uma taxa a reverter para a preservação do ambiente? (item 6)
- Dá atenção aos rótulos de informação ambiental dos produtos que adquire? (item 10)
- Considera que modificou a sua atitude face aos problemas ambientais desde que passou a utilizar a bicicleta? (item 11)

Relativamente aos fatores 2 e 3, apenas uma pergunta, em cada um dos fatores, apresenta uma carga menor ao valor inicialmente estipulado, e encontram-se na segunda parte do instrumento em análise. No fator 2 retira-se a pergunta “O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Possibilidade de desfrutar da natureza” (item 4.6) e no fator 3 retira-se a pergunta “O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Possibilidade de viver num ambiente de qualidade” (item 4.9).

Contrariamente ao que se tem verificado no fator 4 não há nenhuma questão a retirar, salientando-se que é o fator 1 que apresenta mais questões com baixa carga e por essas razões, é o fator onde são retiradas mais questões.

Quanto ao fator 5, é retirado o quinto item da terceira parte do questionário (“Está disposto a alterar algo na utilização da bicicleta em prol da melhoria da qualidade do ambiente?”) e no fator 6 é retirado o item 4.1 da segunda parte (“O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Convívio com os amigos”).

Na tabela 2 são expostos os itens que constituem o questionário, com os respetivos fatores e carga.

**Tabela 2 – Análise fatorial dos itens do questionário**

Itens	Fator					
	1	2	3	4	5	6
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Prazer da prática desportiva				0,613		
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? O desafio que a modalidade coloca					0,808	
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Relaxamento psíquico durante a prática				0,647		
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Estabelecer novos contactos sociais						0,942
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Melhoria da Condição Física		0,902				
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Esforço Físico empreendido ao longo da prática		0,579				
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Contribuir ativamente para a redução da emissão de CO2			0,959			
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Redução das despesas de transporte			0,526			
Dá atenção aos rótulos de informação ambiental dos produtos que adquire?	0,821					

A tabela 3 permite fazer uma análise comparando os fatores e os itens do questionário original com os do questionário adaptado. O questionário original tinha um total de 19 de perguntas, pelo que o adaptado passa a ser composto por 12 questões.

Quando se presta atenção a cada fator, verificamos que o fator 1, tal como já se tinha referido anteriormente, é o fator que perde mais itens (4) e o fator 4 permanece exatamente igual, sendo o único nesta situação. Quanto aos fatores 2 e 3 constata-se que cada um destes fatores perde um item.

**Tabela 3 – Comparação dos fatores e itens**

Questionário original		Questionário adaptado	
Fatores	N.º itens	Fatores	N.º Itens
1	6	1	2
2	3	2	2
3	3	3	2
4	2	4	2
Item 5	2	5	1
Item 6	2	6	1

De forma a se realizar uma análise fatorial exploratória completa, teve-se em conta a correlação entre os fatores. Esta informação é esplanada na tabela 4.

**Tabela 4 – Correlação entre fatores**

Fatores	1	2	3	4	5	6
1	0,131	0,150	0,748	0,204	0,113	0,589
2	-0,008	0,001	0,601	0,030	0,105	-0,792
3	0,004	0,692	-0,244	0,334	0,583	-0,095
4	0,357	0,650	0,040	-0,371	-0,555	-0,060
Item 5	0,921	-0,275	-0,109	0,038	0,243	-0,058
Item 6	0,082	-0,013	-0,083	0,841	-0,519	-0,101

## 5.2 Fiabilidade

Em relação à fiabilidade dos fatores de escala adaptados, os Alfa *scores* de *Cronbach* são relativamente satisfatórios.

Como é possível observar através da tabela 5, os resultados Alfa *Cronbach* fornecem a fiabilidade dos fatores da escala. O mesmo não se verifica para os itens 5 e 6. Verificamos então que em relação à fiabilidade da escala na sua totalidade, o coeficiente de fiabilidade questionário original é muito próximo do questionário adaptado. Apenas os itens 5 e 6 não apresentam uma fiabilidade, na medida em que não apresentam nenhuma pontuação, pois não são considerados fatores.

**Tabela 5 – Alfa Cronbach**

Fator	Alfa Cronbach	Número de Itens
1 – valorização do ambiente	0,604	6
2 – condição física	0,632	3
3 – melhoria do ambiente	0,678	3
4 – benefícios da prática	0,595	2
Item 5 – desafio	-	-
Item 6 – interação social	-	-

### 5.3. Discussão dos resultados

O objetivo da validação do questionário em causa é adaptá-lo, de forma a que possa ser utilizada para outros casos de estudo, pois no caso concreto de Portugal, não abundam os instrumentos de avaliação desenvolvidos para o eco-consumo no desporto. Para esta validação ser concretizada foram necessários três passos estatísticos fundamentais: análise fatorial exploratória, fiabilidade, validade critério, onde cada um deles foi realizado com um propósito.

Para se estudar o constructo optou-se pela análise fatorial que, segundo Marôco (2010), é uma técnica de análise exploratória de dados com a finalidade de descobrir e analisar a estrutura de um conjunto de variáveis interrelacionadas de modo a construir uma escala de medida para fatores (intrínsecos) que de alguma forma (mais ou menos explícita), controlando as variáveis originais. Esta análise permitiu perceber a importância dos itens do questionário. Através da análise fatorial, identificaram-se seis fatores que explicam a variância:

- Fator 1: valorização do ambiente;
- Fator 2: condição física;
- Fator 3: melhoria do ambiente;
- Fator 4: benefícios da prática;
- Item 5: desafio;
- Item 6: interação social.

A análise fatorial é um processo estatístico bastante complexo e moroso, permitiu a redução do questionário de 19 itens para 12. De acordo com Maroco (2007) a análise fatorial exploratória permite analisar uma grande quantidade de variáveis e que estas sejam reduzidas em fatores, possibilitando o agrupamento em dimensões, de forma a estimar um número necessário de fatores que explica a variância dos itens, bem como as relações que os ligam.

Quando se presta atenção a cada fator, verificamos que o fator 1, tal como já se tinha referido anteriormente, é o fator que perde mais itens (4) e o fator 4 permanece exatamente igual, sendo o único nesta situação. Quanto aos fatores 2, 3, 5 e 6 constata-se que cada um destes fatores perde um item.

Em relação à fiabilidade dos fatores de escala adaptados, os Alfa *scores* de *Cronbach* são relativamente satisfatórios.

Como vários autores explicam (Allworth & Passmore, 2008; Nideffer & Sagal, 2001), quanto mais alto for o coeficiente de correlação, maior será a fiabilidade temporal e a este respeito os valores requeridos na literatura apontam como mínimo aceitável 0.70; Vallerand (1989) aponta o valor de 0.60 como satisfatório.

Os resultados Alfa *Cronbach* fornecem a confiabilidade dos fatores da escala, verificando-se que do fator 1 ao fator 4 as pontuações entre o Alfa *Cronbach* e o Alfa *Cronbach* nos itens standardizados é bastante próxima. O mesmo não se verifica para os itens 5 e 6. Verifica-se então que em relação à confiabilidade da escala na sua totalidade, o coeficiente de confiabilidade questionário original é muito próximo do questionário adaptado.

Os itens dos restantes fatores apresentam pontuações de correlação muito positivas.

Este estudo vai contribuir para análises estatísticas noutras áreas de estudo, ou noutro tipo de trabalhos, mestrados ou doutoramentos, e vai permitir que profissionais da área do ambiente percebam qual a consciencialização da população face ao ambiente para que estes possam vir a tomar medidas de melhoria, se for o caso.

## Conclusão

No presente trabalho procurou-se contribuir para a validação preliminar do questionário aplicado por Santos (2012) visando a consciencialização ambiental, o consumo e o desporto. O questionário validado serve para ser aplicado como instrumento de recolha de dados no âmbito do estudo do eco consumo no desporto. Para esta validação ser concretizada foram realizados dois passos estatísticos cruciais: a análise fatorial exploratória e fiabilidade, cada um deles realizado com um propósito específico.

Através da validação do questionário foram retirados vários itens (o fator 1, perde 4 itens, o fator 4 permanece exatamente igual, e os fatores 2, 3, 5 e 6 perdem um item) por não terem mostrado relevância nos dados estabelecidos. O questionário validado contém os fatores positivos.

Após a realização do processo de validação do questionário, obtiveram-se resultados positivos, sendo o *Cronbach Alpha* do fator 1 (0,6), fator 2 (0.632), fator 3 (0.678), fator 4 (0.595).

É inevitável a importância que o desporto estabelece no quotidiano das nossas vidas e no dia-a-dia, pois não só é uma forma de bem-estar físico e psicológico, como é associado a algo prazeroso, divertido, relaxante e motivante. O desporto (tal como a atividade física) está diariamente envolvido na nossa rotina, e em relação à temática sobre a qual este estudo debruça, verifica-se, através de estudos de outros autores citados ao longo do trabalho, que é praticado cada vez requerendo, simultaneamente, uma melhor qualidade ambiental, por um lado, e sendo chamado a intervir na sua preservação, por outro lado.

Este instrumento fica agora como contributo à sua posterior aplicação, quer a outras áreas do desporto, quer em outras regiões de Portugal. Por exemplo, é possível reverter o estudo para os desportos náuticos, ou pedestres, em regiões onde diferentes modalidades são praticadas, percebendo se as pessoas praticam as atividades desportivas em prol do seu bem-estar ou por competição, ou se utilizam estas atividades pensando no meio ambiente. Ou seja perceber através deste instrumento quais os comportamentos das pessoas, perante uma nova modalidade,

face ao ambiente, auxiliando tanto as organizações desportivas como políticas, a gerir os melhores métodos para consciencializar e sensibilizar os consumidores em geral para a importância do ambiente e em particular, do consumo sustentável no desporto.

Este questionário fica agora como um utensílio de estudo e deverá voltar a ser testado com maiores amostras, e mais variada, utilizando métodos mais robustos de validação para que seja possível compreender a sua aplicabilidade.

Para terminar, importa referir que este foi mais um momento didático e pedagógico, tendo-se revelado uma experiência enriquecedora que serviu para aprofundar ainda mais os conhecimentos adquiridos ao longo deste ciclo de formação.

## Referências bibliográficas

- Afonso, A. (2010). *O Consumidor Verde: Perfil e Comportamentos de Compra*. Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa.
- Albuquerque, B. (2007). *O Associativismo Desportivo: um estudo realizado no Concelho da Póvoa do Varzim*. Dissertação de Mestrado. Porto: Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.
- Alexandre, J. & Ferreira, J. (2001). Um estudo empírico da aplicação da GQT nas empresas manufactureiras de portes médio e grande do estado do Ceará. *Revista Produto & Produção*, 5(3), 33-38.
- Alexandre, J., Andrade, D., Vasconcelos, A., Araújo, A. & Batista, M. (2003). Análise do número de categorias da escala de Likert aplicada à gestão pela qualidade total através da teoria da resposta ao item. *XXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção*. Brasil.
- Allworth, E. & Passmore, J. (2008). "Using psychometrics and psychological tools in coaching". In Passmore, J. (Ed.), *Psychometrics in Coaching. Using Psychological and Psychometric Tools for Development (7-25)*. London: Kogan Page.
- Almeida, C. (1999). Contributos para a compreensão dos desportos radicais. *Ludens*, 16(2), 53-63.
- APA (1985). *Standards for Educational and Psychological Testing*. Washington: APA Editions.
- Axelrod, L. & Lehman, D. (1993). Responding to environmental concern: what factors guide individual action? *Journal of Environmental Psychology* 13, 149-159.
- Baptista, M. (2007). *Golfe e Ambiente: A Componente Ambiental no Consumo e na Oferta de Golfe. Estudo aplicado aos gestores e consumidores dos campos de golfe de Lisboa*. Tese de Doutoramento. Lisboa: Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa.
- Blunch, N. (2008). *Introduction to structural equation modelling using SPSS and AMOS*. London: SAGE Publications.

- Brown, T. (2006). *Confirmatory factor analysis for applied research*. New York: The Guilford Press.
- Caffyn, A., & Jobbins, G. (2003). Governance capacity and stakeholder interactions in the development and management of coastal tourism: examples from Morocco and Tunisia. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2-3), 224-245.
- Carvalho, P. & Lourenço, R. (2009). Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 9(2), 122-132.
- Carvalhinho, L., Bento, T., & Rosa, P. (2013). Desporto, ambiente e turismo ativo: estado de arte e relações emergentes. *Revista da UIIPS*, 1(1), 174-193.
- Cater, E. (1994). "Ecotourism in the Third World – Problems and Prospects for Sustainability". In Cater, E. & Lowman, G. (Eds.), *Ecotourism: A Sustainable option?* (pp. 69-86). Reino Unido: Royal Geographical Society.
- Cavalcanti, C. (n.d.). Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas. *Curso Instituto - Agenda 21*, 1-14. Disponível em: [http://www.institutoembratel.org.br/cursos/curso\\_instituto/site/pdf/meio\\_ambiente.pdf](http://www.institutoembratel.org.br/cursos/curso_instituto/site/pdf/meio_ambiente.pdf). [Consultado em 08/03/2015].
- Ceballos-Lascuráin, H. (1995). "O ecoturismo como um fenômeno mundial". In Lindberg, K. & Hawkins, D. (Eds.), *Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão* (pp. 23-29). São Paulo: Editora SENAC.
- Cid, L., Rosado, A., Alves, J., & Leitão, J. (2012). "Tradução e Validação de Questionários em Psicologia do Desporto e do Exercício". In Rosado, A., Mesquita, I. & Colaço, C. (Eds.), *Métodos e Técnicas de Investigação Qualitativa* (29-64). Lisboa: Edições FMH.
- Clinford, J. (2002). *A experiência etnográfica: antologia e literatura no século XX*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Costa, A. (1985). Desporto e análise social. Disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/artigo6671.pdf>. [Consultado em 09/03/2015].
- Costa, L. (1997). *Meio Ambiente e Desporto. Uma Perspectiva Internacional*. Porto: UP-FCDEF.

- Costa, V. & Ferreira, N (2000). *O imaginário social de aventura e de risco na publicidade de esportes vinculados à natureza*. In 15º Congresso Internacional de Educação Física. Foz do Iguaçu: Edições Brasil.
- Costa, P. (2002). *Ecoturismo*. São Paulo: Aleph.
- Costa, P. (2005). *Motivação para a prática de actividade física de aventura na natureza*. Dissertação de Licenciatura. Coimbra: Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade de Coimbra.
- Cottrell, S. (2003). Influence of sociodemographic and environmental attitudes of general responsible environmental behavior among recreational boaters. *Environment and Behavior*, 35, 347-375.
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Domingues, C. (1990). *Dicionário Técnico de Turismo*. Lisboa: D. Quixote.
- Dowling, R., Moore, S., & Newsome, D. (2013). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Ontario: Channel View Publications (WP).
- Eagly, A. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Orlando: Harcourt, Brace & Jovanovich.
- Erkus-Ozturk, H. (2009). The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: the experience of the Antalya region. *Tourism Management*, 30, 589-597.
- Esteves, M. (2006). "Análise de conteúdo". In Lima, J. & Pacheco, J. (Eds.), *Fazer Investigação: Contributos para a elaboração de dissertações e teses*. Porto: Porto Editora.
- Ewert, A. (1994). Playing the Edge: Motivation and Risk Taking in a HighAltitude Wilderness like Environment. *Environment and Behavior*, 26, 3–24.
- Fachel, J. & Camey, S. (2003). "Avaliação Psicométrica: A qualidade das medidas e o entendimento dos dados". In Cunha, J. et al. (Eds.), *Psicodiagnóstico*. Porto Alegre: Artmed.
- Fairweather, J., Maslin, C. & Simmons, D. (2005). Environmental Values and Response to Ecolabels Among International Visitors to New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 1, 82-98.
- Firmino, M. (2007). *Turismo: organização e gestão*. Lisboa: Escola Editora.

- Fortin, M. (2003). *O processo de investigação: da concepção à realização*. Loures, Lusodidacta.
- Gammon, S. & Robinson, T. (2003). Sport and Tourism: A Conceptual Framework. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 21-26.
- Gandek, B., Ware, J., Aaronson, N., Apolone, G., Bjorner, J., Brazier, J., Bullinger, M., Kaasa, S., Leplege, A., Prieto, L., Sullivan, M. (1998). Cross-validation of item selection and scoring for the SF-12 Health Survey in nine countries: results from the IQOLA Project. *Journal of Clinical Epidemiology*, 51(11), 1171-1178.
- Garcia, R. (2004). Atropologia do Desporto: O reencontro com Hermes. *Povos e Culturas, Cultura e Desporto*, 9, 205-225.
- Gil, A. (2006). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Editora Atlas.
- Gössling, S. (2009). Carbon neutral destinations: A conceptual analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 17-37.
- Hair, J., Black, W., Babin. B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis* (6ª ed.). New Jersey; Pearson Educational, Inc.
- Hall, C. (1994). *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. Chichester: John Wiley.
- Hall, D. (1999). Destination branding, niche marketing and national image projection in Central and Eastern Europe. *Journal of Vacation Marketing*,. 5(3), 227-237.
- Henson, R., & Roberts, J. (2006). Use of exploratory factor analysis in published research. Common errors and some comment on improved practice. *Educational and Psychological Measurement*, 66(3), 393-416.
- Higgins, J. & Green, S. (2011.). *Cochrane Handbook for Systematic Reviews of Interventions*. The Cochrane Collaboration.
- Hill, M. & Hill, A. (2000). *Investigação por questionário*. Lisboa, Portugal: Edições Sílabo.
- Kahn, J. (2006). Factor analysis in counselling psychology. Research, training, and practice: Principles, advances and applications. *The Counseling Psychologist*, 34(5), 684-718.
- Hudson, S. (2003). *Sport and adventure tourism*. New York: Haworth Hospitality Press.
- Kollmuss, A. & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research, London*, 8(3).

- Krüger, O. (2005). The role of ecotourism in conservation: panacea or Pandora's box? *Biodiversity and Conservation*, 14, 579-600.
- Laufer, W. (2003). Social accountability and corporate greenwashing. *Journal of Business Ethics*, 43(3), 253-261
- Leimgruber, W. (2003). "A Paisagem Humanizada Face aos Valores Humano". In *Território, Ambiente e Trajetórias de Desenvolvimento* (23-34). Coimbra: Centro de Estudos Geográficos.
- Leitão, C. (2002). Metodologia de investigação em educação física e desporto. *Estatística multivariada e introdução à análise fatorial*. Vila Real: UTAD.
- Lima, J. (1988). "As novas Modalidades Desportivas". In Lima, J. (Ed.) *O Desporto está nas suas mãos* (pp. 107-113). Lisboa: Livros Horizonte.
- Lourenço, R. (2008). *Turismo de Prática Desportiva. Estudo de caso: Os percursos Pedestres e os Termalistas Clássicos em Monfortinho*. Dissertação de Mestrado. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Lyon, T. & Maxwell, J. (2008). Corporate social responsibility and the environment: A theoretical perspective. *Review of Environmental Economics and Policy*, 2(2), 240-260.
- Magname, G. (1964). *Sociologie du sport - Situation du loisir sportif dans la culture contemporaine*. France: Gallimard.
- Maroco, J. (2007). *Análise Estatística com Utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Marôco, J. (2010). *Análise Estatística Com o Pasw Statistics (ex-SPSS)*. Pêro Pinheiro.
- Marques, A. L. (2013). *Consciencialização Ambiental e Consumo Sustentável no Desporto: Desporto Natureza (BTT) e Desporto Urbano (Natação)*. Dissertação de Mestrado. Oeiras: Faculdade de Motricidade Humana da Universidade Técnica de Lisboa.
- Marx, K. (1981). *A ideologia Alemã*. Lisboa: Avante.
- McIntosh, P. (1963). *Sport in society*. London: C. A. Watts and Company.
- McIntosh, E., Apostollis, N., & Walker, M. (2013). Environmental responsibility: internal motives and customer expectations of a winter sport provider. *Journal of Sport & Tourism*, 18(2) 100-102.

- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?. *Strategic Management Journal*, 21(5), 603-609.
- Medeiros, M. (2007). *A Gestão Ambiental como estratégia empresarial*. 5º Congresso de Pós-Graduação UNIMEP. Disponível em: <http://www.unimep.br/phpg/mostraacademica/anais/5mostra/5/76.pdf>. [Consultado em 9/03/2015].
- Meijers, M. & Stapel, D. (2011). Me tomorrow, the others later: How perspective fit increases sustainable behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 31, 14-20
- Melo, J. (2003). *O Desporto para além do obvio - Educação, Ambiente e Desportos de Natureza - uma simbiose possível*. Porto: Instituto de Desporto de Portugal.
- Miranda, J., Lacasa, E., & Muro, I. (1995). Actividades físicas en la naturaleza. Un objecto a investigar. Dimensiones científicas. *Apunts: Educacion Física y Deportes*, 41, 53-69.
- Moreira, J. (2004). *Questionários: Teoria e Prática*. Coimbra: Almedina.
- Mota, J. & Sallis, J. (2002). *Atividade Física e Saúde: Fatores de Influência da Atividade Física nas Crianças e Adolescentes*. Porto: Campo das Letras, Editores S.A.
- Müller, H. & Weber, F. (2008). *Der Schweizer Tourismus im Klimawandel*. Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus.
- Nideffer, R. & Sagal, M. (2001). *Assessment in Sport Psychology*. Morgantown: Fitness Information Technology.
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Neves, C. (2005). *Ecoturismo: um contributo para o desenvolvimento sustentável de Marvão*. Dissertação de Mestrado em EHPSC. Lisboa: FCSH-UNL.
- OMT (2002). *Cumbre Mundial del Ecoturismo*. Madrid: Ed. PNUMA.
- OMT & ONU (1994). *Recommendations on Tourism Statistics*. New York: ONU.
- Ortigoza, A. (2007). *Consumo Sustentável: Conflitos entre necessidade e desperdício*. São Paulo.
- Paixão, J. & Costa, V. (2009). Esporte de aventura e turismo de aventura: aproximações e distanciamentos. *Revista Digital Buenos Aires*, 139. Disponível em:

<http://www.efdeportes.com/efd139/esporte-de-aventura-e-turismo-de-aventura.htm>. [Consulta em 10/03/2015].

- Pereira, E. (1999). *Desporto e Turismo. Análise Estratégica dos Meios de Alojamento de Categoria Média e Superior da Região do Algarve*. Lisboa: UTL-FMH.
- Pereira, E. (2003). “Serviços de desporto e turismo”. In *Marketing do desporto: curso de pós-graduação* (pp. 175-191). Lisboa: Cruz Quebrada.
- Pereira, E., Batista, M., & Pires, G. (2010). “Desporto e Turismo: a importância dos eventos desportivos”. In Bento *et al.* (Eds.), *Desporto e Educação Física em Português* (pp. 406-426). Porto: Centro de Investigação, Formação, Inovação e Intervenção em desporto, Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.
- Pestana, M. & Gageiro, J. (2005). *Análise de Dados para Ciências Sociais. A complementaridade do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Pigeassou, C. (2004). Contribution to the definition of Sport Tourism. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 287-289.
- Pinto, L., Oliveira, F., Almeida-Andrade, L., Pedrosa, H., Santana, W., & Figueiredo, M. (2008). *Atividade Erosiva em Trilhas de Unidades de Conservação: Estudo de Caso no Parque Nacional da Serra do Cipó, Minas Gerais, Brasil*. *e-scientia*, 1(1).
- Pires, G. (1990). *A Aventura Desportiva. O Desporto para o 3º Milénio*. Oeiras: Câmara Municipal de Oeiras.
- Pires, G. (1994). Do Jogo ao Desporto: Para uma Dimensão Organizacional do Conceito de Desporto. Um Projecto Pentadimensional de Geometria Variável. *Ludens*, 14(1), 43-60.
- Pires, G. (2007). *Ágon – Gestão do Desporto*. Porto: Porto Editora.
- Pomfret, G. (2010). Package mountaineer tourists holidaying in the French Alps: An evaluation of key influences encouraging their participation. *Tourism Management*, 32 (3), 501-510.
- Ponting, C. (1995). *Uma História Verde do Mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Preacher, K., & MacCallum. R. (2003). Repairing Tom Swift’s electric factor analysis machine. *Understanding Statistics*, 2(1), 13-43.
- Ramos, R. (2010). *Porque é tão difícil mudar um comportamento?* Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Mudanca/Artigo/6910/por-que-e-tao-dificil-mudar-umcomportamento.html>. [Consultado 11/03/2015].

- Roberts, L., & Simpson, F. (1999). Developing Partnerships Approaches to Tourism in Central and Eastern Europe. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3&4), 314-330.
- Rodríguez, G., Flores, J. & Jiménez, E. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Ediciones Aljibe.
- Santos, C. & Cabral, M. (2005). *Manual para o investidor em Turismo de Natureza*. Bensafrim: VICENTINA – Associação para o Desenvolvimento do Sudoeste.
- Santos, P. (2012). *Consciencialização Ambiental e Consumo Sustentável no Desporto: Utilizadores de Bicicleta e Não Utilizadores de Bicicleta*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Faculdade de Motricidade Humana da Universidade Técnica de Lisboa.
- Sahni, A. & Arad, B. (2014). Climate Change and Tourism: Time for Environment Skepticism. *Tourism Manegement*, 44, 82-85.
- Sardinha I. (2005). Responsabilidade social nas empresas: a sua contribuição para o desenvolvimento sustentável. *Associação Portuguesa de Engenharia do Ambiente*, 162-163.
- Schutz, R. & Park, I. (2004). Some Methodological Considerations in Developmental Sport and Exercise Psychology. In Maureen, W. (Ed.), *Developmental Sport and Exercise Psychology: A Lifespan Perspective* (pp. 73-99). Morgantown: Fitness Information Technology.
- Severino, P. (s/d). *O Consumidor consciente e o impacto do Argumento Ecológico na Atitude em relação à Marca*. Disponível em: [http://www.ethos.org.br/docs/comunidade\\_academica/pdf/pev41702.pdf](http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/pdf/pev41702.pdf). [Consultado 11/03/2015].
- Shrum, J., McCarty, A. & Lowrey, M., (1995). Buyer characteristics of green consumer and their implication for advertising strategy. *Journal of Advertising*, 24(2), 71-82.
- Simões, J. G. (2012). Influência dos valores pessoais no comportamento "verde" do consumidor. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 26-37.
- Simpson, M., Gössling, S., & Scott, D. (2008). *Report on the International Policy and Market Response to Global Warming and the Challenges and Opportunities that Climate Change Issues Present for the Caribbean Tourism Sector*. Barbados: Caribbean Regional Sustainable Tourism Development Programme: European Commission and the Caribbean Tourism Organization.
- Standeven, J., & Knop, P. (1999). *Sport tourism Human*. Kinetics Publishers.

- Sung, H. (2004). Classification of adventure travelers: behaviour, decision making and target markets. *Journal of Travel Research*, 42, 343-356.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (1989). *Using Multivariate Statistics* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Harper Collins Publishers.
- Tamini, N., Gershon, M. & Currall, S. (1995). Assessing the psychometric properties of Deming's 14 principles. *Quality Management Journal*, spring, 2(3), 38-52.
- Taylor, G. (1995). The community approach: Does it really work? *Tourism Management* 16(7), 487-489.
- Toron, K. (2012). *Ecoturismo em Portugal: Práticas sustentáveis no Alentejo*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Faculdades de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613-633.
- Tsung Hung Lee, F.. (2012). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourists. *Tourism Management*, 454-468.
- Vallerand, R. (1989). Vers une méthodologie de validation transculturelle de questionnaires psychologiques: Implications pour la recherche en langue française. *Canadian Psychology*, 30(4), 662-680.
- Veiga, J. (2005). *Desenvolvimento sustentável: o Desafio do Século XXI*. Rio de Janeiro.
- Walker, M. & Kent, A. (2009). CSR on tour: Attitudes towards corporate social responsibility among golf fans. *International Journal of Sport Management*.
- Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 360-377.
- Weed, M. (2008). *Sport & Tourism: A reader*. London: Routledge.
- Worthington, R., & Whittaker, T. (2006). Scale development research. A content analysis and recommendations for best practices. *The Counseling Psychologist*, 34(6). 806-838.
- ZIMMER, M. R.; STTAFORD, T. F. e STTAFORD, M. R. (1994), «Green issues: dimensions of environmental concern». *Journal of Business Research*, vol. 30, n.º 1, pp. 63-74.

## **Anexos**

## Anexo I – Questionário a Validar

Retirado de: Santos (2012)

### PARTE I – IDENTIFICAÇÃO DO INQUIRIDO

<b>Idade</b>		<b>Sexo</b>	F	M	<b>Profissão</b>	
<b>Grau de Escolaridade</b>						
Obrigatório	Secundário	Bacharelato	Licenciatura		Mestrado	Doutoramento
<b>Zona de Residência</b>						
Urbano		Rural			Misto	

### PARTE II – ASPETOS DA PRÁTICA DESPORTIVA

<b>Modalidade</b>	Ciclo turismo/Utilizador de Bicicleta		Não Utilizador			
<b>Há quanto tempo utiliza a bicicleta?</b>						
Menos de 1 ano	De 1 a 3 anos	De 3 a 5 anos	De 5 a 10 anos	Mais de 10 anos		
<b>Quantas vezes por semana utiliza a bicicleta?</b>						
1 a 2 vezes por semana		2 a 4 vezes por semana		Mais de 4 vezes por semana		
O que lhe mais agrada na prática da modalidade? (1 a 4)  0 – 1 $\longrightarrow$ 4  0 – Sem opinião 1 - Nada agradável 4 - Muito agradável	Convívio com os amigos	0	1	2	3	4
	Prazer da prática desportiva	0	1	2	3	4
	O desafio que a modalidade coloca	0	1	2	3	4
	Relaxamento psíquico durante a prática	0	1	2	3	4
	Estabelecer novos contactos sociais	0	1	2	3	4
	Possibilidade de desfrutar da natureza	0	1	2	3	4
	Melhoria da condição física	0	1	2	3	4
	Esforço físico empreendido ao longo da prática	0	1	2	3	4
	Possibilidade de viver num ambiente de qualidade	0	1	2	3	4
	Contribuir activamente para a redução da emissão de CO2	0	1	2	3	4
	Redução das despesas de transporte	0	1	2	3	4
	<b>Pratica outras modalidades? Quais?</b>					

### PARTE III – O CONSUMIDOR E O AMBIENTE

<b>Qual o seu nível de preocupação face ao ambiente?</b>										
Escala crescente de 0 a 4 (0 – Sem Opinião; 1 – Nada Preocupado; 4 Muito Preocupado)										
0	1	2	3	4						
<b>Já alguma vez tomou alguma acção em prol do ambiente?</b>					Sim		Não			
Se sim, assinale quais:					Se não, porquê?					
Limpeza de florestas/percursos					Falta de tempo					
Reciclagem do lixo doméstico					Desconhecimento					
Utilização de lâmpadas de baixo consumo					Não se interessa					
Utilização de painéis solares					Outras, quais?					
Outras, quais?										
<b>Troca frequentemente o uso do automóvel pela bicicleta?</b>					Sim		Não			
Se sim, quantas vezes por semana					Se não, porquê?					
<b>Troca frequentemente o uso do automóvel pela caminhada?</b>					Sim		Não			
Se sim, quantas vezes por semana					Se não, porquê?					
<b>Está disposto a alterar algo na utilização da bicicleta em prol da melhoria da qualidade do ambiente?</b>										
Escala crescente de 0 a 4 (0 – Sem Opinião; 1 – Nada disposto; 4 - Muito disposto)										
0	1	2	3	4						
<b>Concorda que as actividades desportivas que prejudicam o ambiente devam pagar uma taxa a reverter para a preservação do ambiente?</b>										
Escala crescente de 0 a 4 (0 – Sem Opinião; 1 – Completamente em Desacordo; 4 - Totalmente de Acordo)										
0	1	2	3	4						
<b>Tendo em conta o crescimento económico e a qualidade ambiental, qual beneficiaria em sacrifício do outro?</b>										
Ambiente					Indiferente		Crescimento económico			
<b>Dá atenção aos rótulos de informação ambiental dos produtos que adquire?</b>										
Escala crescente de 0 a 4 (0 – Sem Opinião; 1 – Nada Atento; 4 – Muito Atento)										
0	1	2	3	4						
<b>Costuma adquirir produtos pelas suas características ambientais?</b>										
Sempre		Frequentemente		Esporadicamente		A depender do preço		Nunca		
<b>Estaria disposto a pagar mais em função de um serviço desportivo ecologicamente mais aceitável?</b>										
Escala crescente de 0 a 4 (0 – Sem Opinião; 1 – Nada disposto; 4 – Muito disposto)										
0	1	2	3	4						
<b>Considera que modificou a sua atitude face aos problemas ambientais desde que passou a utilizar a bicicleta?</b>										
Escala crescente de 0 a 4 (0 – Sem Opinião; 1 – Nada Modificado; 4 – Muito Modificado)										
0	1	2	3	4						
<b>Quais as fontes de informação ambiental a que recorre?</b>										
Televisão					Internet					
Jornais					Rádio					
Revistas					Outras, quais?					
<b>Quais as fontes de informação ambiental que lhe oferecem maior nível de credibilidade?</b>										
Televisão					Internet					
Jornais					Rádio					
Revistas					Outras, quais?					

## Anexo II – Questionário Validado

Adaptado de: Santos (2012).

### PARTE I – IDENTIFICAÇÃO DO INQUIRIDO

<b>Idade</b>		<b>Sexo</b>	F	M	<b>Profissão</b>	
<b>Grau de escolaridade</b>						
Obrigatório	Secundário	Bacharelato	Licenciatura	Mestrado	Doutoramento	
<b>Zona de residência</b>						
Urbano		Rural			Misto	

### PARTE II – ASPETOS DA PRÁTICA DESPORTIVA

<b>Modalidade</b>	<b>Ciclo turismo / Utilizador de bicicleta</b>		<b>Não Utilizador</b>				
<b>Há quanto tempo utiliza a bicicleta?</b>							
Menos de 1 ano	De 1 a 3 anos	De 3 a 5 anos	De 5 a 10 anos	Mais de 10 anos			
<b>Quantas vezes por semana utiliza a bicicleta?</b>							
1 a 2 vezes por semana		2 a 3 vezes por semana		Mais de 4 vezes por semana			
<b>O que mais lhe agrada na prática da modalidade?</b>  0 – Sem opinião 1 – Nada agradável 4 – Muito agradável		Prazer da prática desportiva	0	1	2	3	4
		Relaxamento psíquico durante a prática	0	1	2	3	4
		Melhoria da condição física	0	1	2	3	4
		Esforço físico empreendido ao longo da prática	0	1	2	3	4
		Contribuir ativamente para a redução da emissão de CO2	0	1	2	3	4
		Redução de despesas de transporte	0	1	2	3	4
<b>Pratica outras modalidades? Quais?</b>							

### PARTE III – O CONSUMIDOR E O AMBIENTE

<b>Já alguma vez tomou alguma ação em prol do ambiente?</b>				Sim		Não	
<b>Se sim, assinale quais:</b>				<b>Se não, porquê?</b>			
Limpeza de florestas / percursos				Falta de tempo			
Reciclagem do lixo doméstico				Desconhecimento			
Utilização de lâmpadas de baixo consumo				Não se interessa			
Utilização de painéis solares				Outras, quais?			
Outras, quais?							
<b>Troca frequentemente o uso do automóvel pela bicicleta?</b>				Sim		Não	
<b>Se sim, quantas vezes por semana?</b>				<b>Se não, porquê?</b>			
<b>Troca frequentemente o uso do automóvel pela caminhada?</b>				Sim		Não	
<b>Se sim, quantas vezes por semana?</b>				<b>Se não, porquê?</b>			
<b>Tendo em conta o crescimento económico e a qualidade ambiental, qual beneficiaria em sacrifício do outro?</b>							
Ambiente		Indiferente		Crescimento económico			
<b>Dá atenção aos rótulos de informação ambiental dos produtos que adquire?</b>							
Escala crescente de 0 a 4 (0 – sem opinião; 1 – Nada atento; 4 – Muito atento)							
0	1	2	3	4			
<b>Costuma adquirir produtos pelas suas características ambientais?</b>							
Sempre	Frequentemente	Esporadicamente	A depender do preço	Nunca			
<b>Quais as fontes de informação ambiental a que recorre?</b>							
Televisão				Internet			
Jornais				Rádio			
Revistas				Outras, Quais?			
<b>Quais as fontes de informação ambiental que lhe oferecem maior nível de credibilidade?</b>							
Televisão				Internet			
Jornais				Rádio			
Revistas				Outras, Quais?			

**Anexo III – Correlação entre Itens**

<b>Fator 1 – Valorização do Ambiente</b>	Concorda que as atividades desportivas que prejudicam o ambiente devam pagar uma taxa a reverter para a preservação do ambiente?	Dá atenção aos rótulos de informação ambiental dos produtos que adquire?	Estaria disposto a pagar mais em função de um serviço desportivo ecologicamente mais aceitável?	Costuma adquirir produtos pelas suas características ambientais?	Qual o seu nível de preocupação face ao ambiente?	Considera que modificou a sua atitude face aos problemas ambientais desde que passou a utilizar a bicicleta?
Concorda que as atividades desportivas que prejudicam o ambiente devam pagar uma taxa a reverter para a preservação do ambiente?	1,000	0,317	0,081	0,255	0,227	0,095
Dá atenção aos rótulos de informação ambiental dos produtos que adquire?	0,317	1,000	0,425	0,504	0,268	0,166
Estaria disposto a pagar mais em função de um serviço desportivo ecologicamente mais aceitável?	0,081	0,425	1,000	0,225	0,144	0,217
Costuma adquirir produtos pelas suas características ambientais?	0,255	0,504	0,225	1,000	0,280	0,180
Qual o seu nível de preocupação face ao ambiente?	0,227	0,268	0,144	0,280	1,000	-0,043
Considera que modificou a	0,095	0,166	0,217	0,180	-0,043	1,000

sua atitude face aos problemas ambientais desde que passou a utilizar a bicicleta?					
<b>Fator 2 – Condição Física</b>	Considera que modificou a sua atitude face aos problemas ambientais desde que passou a utilizar a bicicleta?	O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Melhoria da Condição Física	O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Esforço Físico empreendido ao longo da prática		
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Possibilidade de desfrutar da natureza	1,000	0,386	0,246		
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Melhoria da Condição Física	0,386	1,000	0,557		
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Esforço Físico empreendido ao longo da prática	0,246	0,557	1,000		
<b>Fator 3 – Melhoria do Ambiente</b>	O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Possibilidade de viver num ambiente de qualidade	O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Contribuir ativamente para a redução da emissão de CO2	O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Redução das despesas de transporte		
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Possibilidade de viver num ambiente de qualidade	1,000	0,549	0,230		
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Contribuir ativamente para a redução da emissão de	0,549	1,000	0,535		

C02			
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Redução das despesas de transporte	0,230	0,535	1,000
<b>Fator 4 – Benefícios da Prática</b>	O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Prazer da prática desportiva		O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Relaxamento psíquico durante a prática
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Prazer da prática desportiva	1,000		0,425
O que mais lhe agrada na prática da Modalidade? Relaxamento psíquico durante a prática	0,425		1,000

