



thij

**tourism and Hospitality
International Journal**

ISSN: 2183-0800

VOLUME 14 · NÚMERO 1 · MARÇO 2020 [24.ª EDIÇÃO]
VOLUME 14 · NUMBER 1 · MARCH 2020 [24TH EDITION]
VOLUMEN 14 · NÚMERO 1 · MARZO 2020 [24.ª EDICIÓN]

THIJOURNAL.ISCE.PT



Instituto Superior
de Ciências Educativas



Departamento
Turismo@ISCE

INFRAESTRUTURAS DESPORTIVAS HOTELEIRAS: AS PREFERÊNCIAS DOS VIAJANTES

Henrique Santos

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal

114

Maria de Lurdes Calisto

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal | CiTUR - Centre for Tourism Research,
Development and Innovation, Estoril, Portugal

Santos, H. & Calisto, M. de L. (2020) Infraestruturas desportivas hoteleiras: As preferências dos viajantes. *Tourism and Hospitality International Journal*, 14(1), 114-133.

Resumo

O turismo e o desporto têm crescido lado a lado ao longo dos tempos, tanto por o desporto necessitar de recorrer aos serviços e aos conhecimentos do turismo, como por se ver utilidade na utilização dos serviços e conhecimentos do desporto no âmbito da atividade turística. Por outro lado, as tendências de consumo associadas à saúde e ao bem-estar têm também sido amplamente reconhecidas no contexto do turismo. Nesse sentido, muitas empresas hoteleiras ponderam o investimento em infraestruturas para a prática desportiva aos seus hóspedes. Contudo, estas representam muitas vezes um investimento elevado para essas empresas e um dos custos fixos mais expressivos na gestão de um hotel. Com base num inquérito por questionário a uma amostra de 354 residentes em Portugal, este artigo explora como o grau de importância atribuído pelos indivíduos à saúde e bem-estar e ao exercício físico, se relaciona com o seu grau de preferência, quando viaja, por hotéis que disponibilizam infraestruturas desportivas e por determinado tipo de infraestruturas. Os resultados sugerem que a maioria dos turistas portugueses se considera saudável, tem preocupação com a saúde, pratica exercício físico pelo menos uma vez por semana, e viaja uma a duas vezes por ano. Contudo, a maioria não tem intenção de praticar exercício físico durante a estada quando viaja. Os resultados também sugerem que existem infraestruturas desportivas com potencial impacto na escolha do consumidor por hotéis e que o género e a idade podem ser fatores influenciadores na importância dada a determinados tipos de instalações desportivas.

Palavras-chave

Infraestruturas desportivas, Turismo desportivo, Saúde, Bem-estar, Exercício físico, Hotelaria

Abstract

Tourism and sport have grown side by side over time, both because sports need to use tourism services and knowledge, and because it is useful to use sports services and knowledge in the field of tourism. On the other hand, consumption trends associated with health and well-being have also been widely recognized in the context of tourism. In this sense, many hotel companies consider investing in infrastructures for the practice of sports for their guests. However, these often represent a high investment for these companies and one of the highest fixed costs in managing a hotel. Based on a questionnaire survey of a sample of 354 residents in Portugal, this article explores how the degree of importance attributed by individuals to health and well-being and physical exercise, relates to their degree of preference, when travelling, by hotels that offer sports infrastructures and for a specific type of infrastructures. The results suggest that the majority of Portuguese tourists consider themselves healthy, are concerned with health, exercise at least once a week, and travel once or twice a year. However, most have no intention of exercising during their stay when travelling. The results also suggest that there are sports infrastructures with a potential impact on consumer choice for hotels and that gender and age can be influencing factors in the importance given to certain types of sports facilities.

Keywords

Sports infrastructures, Sports tourism, Health, Well-being, Physical exercise, Hotel industry

Introdução

Para além de se desenvolverem de forma individualizada, o turismo e o desporto expandiram-se ao longo dos tempos de forma sistémica, com sinergias e áreas de sobreposição (Carvalho & Lourenço, 2009). Por um lado, o desporto está inserido nas mesmas dinâmicas da sociedade contemporânea, apesar das grandes cidades e dos seus ritmos quotidianos serem cada vez mais intoleráveis, pouco agradáveis e em nada favorecerem a saúde, o bem-estar e a qualidade de vida das populações (Nunes, 2010). Por outro lado, se é verdade que há algumas décadas atrás poucas pessoas podiam ter o prazer de viajar e conhecer sítios novos, hoje em dia esse prazer tornou-se banal, sendo que a viagem turística se transformou em mais do que conhecer novos lugares. Os turistas querem novas experiências e novas vivências (Carvalho & Lourenço, 2009).

Aliás, já no final do século XX, na literatura científica do Turismo, se identificava a necessidade de uma pausa na rotina diária como uma das principais motivações dos turistas (Iso-Ahola, 1982) que os leva a procurar experiências de tranquilidade, aventura, charme, conforto e saúde e bem-estar (Besancenot, 1990). Também mais recentemente, se tem observado um interesse crescente sobre aspetos relacionados com a qualidade de vida e o bem-estar na investigação em turismo, evidenciado por um aumento de publicações sobre este tópico (Uysal, Kruger, & Sirgy, 2018; Uysal, Perdue, & Sirgy, 2012).

A tendência de consumo relacionada com a preocupação com o bem-estar, que se tem vindo a intensificar nos últimos anos, é uma oportunidade para o turismo. No caso da hotelaria, a oferta relacionada com o *fitness* está a tornar-se numa forma de os hotéis ganharem vantagem num mercado muito competitivo (Ferroni, 2016). Contudo, o investimento em infraestruturas para a prática desportiva dos seus hóspedes pode ser muito elevado para as empresas hoteleiras e um dos custos fixos mais expressivos na gestão de um hotel. As infraestruturas desportivas ocupam espaços, normalmente de grande dimensão, nos estabelecimentos hoteleiros que podiam estar a ser ocupados com mais quartos, ou por outras infraestruturas não desportivas que eventualmente pudessem gerar maior receita. Como tal, a decisão de investir neste tipo de infraestruturas deve ser bem fundamentada no conhecimento das necessidades e desejos dos consumidores. Apesar de o Turismo de Portugal (2006) ter identificado que os principais fatores para o sucesso de uma empresa que ofereça serviços nesta área são, entre outras, a disponibilidade de uma quantidade mínima de instalações e equipamentos, e uma suficiente oferta de serviços especializados, não se conhecem estudos sobre esta matéria no contexto Português. É essencial estudar a importância destas infraestruturas para os consumidores, o que nos levou à seguinte questão de investigação: “Qual a importância das infraestruturas desportivas, nos hotéis, para a escolha do consumidor português?”

Do ponto de vista teórico, este estudo enquadra-se na teoria da identidade eudemónica ou da expressividade pessoal (Waterman, 2005; Waterman, Schwartz & Conti, 2008). De acordo com esta teoria, a motivação intrínseca para um indivíduo desenvolver atividade física é guiada por duas componentes de necessidade: a expressividade pessoal (eudemonia) e o prazer hedónico. Esses motivos, consistem na

procura de desenvolver o melhor de si próprio (orientação eudemónica) e/ou na procura de prazer e conforto (orientação hedónica).

Este estudo apresenta contributos, quer práticos, quer teóricos. Do ponto de vista prático, disponibiliza aos gestores hoteleiros indicação sobre as preferências dos turistas relativamente à intenção de prática de desporto durante a estada em hotéis, e sobre quais as infraestruturas com potencial impacto na escolha do consumidor por hotéis, bem como assinala diferenças de género e idade na preferência por determinados tipos de instalações desportivas. Do ponto de vista teórico, este estudo contribui para a diminuição de uma lacuna no conhecimento sobre o turista português relacionada com a intenção de prática desportiva durante a viagem, sugerindo novas interpretações do impacto para a hotelaria das tendências relacionadas com a saúde e bem-estar.

O Consumidor e o Bem-Estar e a Saúde – Influências no Turismo

O interesse pelo *fitness* tem-se vindo a desenvolver, e uma das principais razões é a disponibilidade de informação acerca da influência dos desportos, e exercício físico em geral, para o bem-estar físico e psicológico (McGrath, Scanail & Nafus, 2014). A inatividade física é considerada um dos maiores problemas de saúde pública das sociedades modernas, por parte das organizações científico-médicas (Seabra et al., 2008). A prática de exercício físico, para além de ser imprescindível para o bem-estar físico, é também preponderante para o bem-estar social e psicológico num indivíduo de qualquer idade (Lemos, 2016).

A atividade física pode ser influenciada por dois tipos de características, individuais e ambientais. As características sociodemográficas, como o género, a idade, a escolaridade, estado civil, entre outras, podem influenciar a prática de exercício físico (Camões & Lopes, 2008). Também a motivação, a autoeficácia, as habilidades motoras e outros comportamentos de saúde fazem parte das características individuais, enquanto que o acesso ao trabalho ou espaços de lazer, os custos, as barreiras de disponibilidade temporal e o suporte sociocultural fazem parte das características ambientais (Sherwood & Jeffery, 2000).

O modo de vida ligado ao desporto e à saúde e bem-estar que muitas pessoas estão a adotar, leva a que o mercado se desenvolva no sentido de acompanhar os seus interesses. Este também é o caso do Turismo. Independentemente do objetivo da viagem (trabalho ou férias), é cada vez maior o número de viajantes que tentam manter o seu regime de treino fora de casa, e para muitos isto significa dirigirem-se aos ginásios dos hotéis (Ferroni, 2016).

As pessoas procuram atividades que permitam a libertação do stress e ao mesmo tempo, fugir à rotina (De Knop, 1990). Assim, a procura por viagens de saúde e bem-estar já há algum tempo que tem vindo a crescer na Europa (Turismo de Portugal, 2006). As principais razões para este crescimento são o envelhecimento da população e a maior atenção orientada para os tratamentos termais e prevenção de doenças, a exposição dos consumidores a fatores externos que afetam o seu bem-estar físico e psicológico, e o crescente interesse pelo “culto do corpo”.

Apesar das férias serem uma forma de aliviar o stress acumulado na rotina do dia-a-dia, nem sempre os turistas obtêm sensações de relaxamento sendo passivos durante a estada. Por vezes, participar em atividades e em desafios pode ser muito benéfico fisicamente e psicologicamente para o turista, obtendo-se as mesmas sensações de relaxamento (Mermet, 1996). Por outro lado, os turistas, atualmente, são em geral adeptos de novas experiências, especialmente quando vivem uma rotina diária, aproveitando as viagens para descobrir novas atividades e prazeres. Cada vez mais os turistas se preocupam em adicionar valores intangíveis às suas viagens, como os sentimentos e as sensações, e estão dispostos a pagar mais por estes (Cortada, 2006). A Estratégia Turismo 2027 (Turismo de Portugal, 2017), aponta algumas das tendências do turismo para o futuro que incluem a alteração dos padrões de consumo e motivações, que privilegiam destinos que ofereçam experiências diversificadas, autênticas e qualidade ambiental e a procura crescente por hábitos saudáveis e produtos de saúde e bem-estar.

Apesar de alguns autores (e.g., Kazimierczak & Malchrowicz-Mosko, 2013) proporem que se deve perceber as diferenças entre praticar desporto diariamente e praticar desporto durante a viagem/férias, outros (e.g., Gibson, 1998) defendem que se uma pessoa pratica desporto no seu dia-a-dia, é muito provável que queira praticar desporto quando está de férias ou em viagem. Os desportistas ativos têm normalmente uma motivação relacionada com a saúde e bem-estar, e que provavelmente farão desporto quando viajam.

O enquadramento descrito nesta secção leva-nos às seguintes hipóteses:

H1 - A preocupação com a saúde e bem-estar relaciona-se positivamente com a prática de exercício físico.

H2 - A frequência da prática de exercício físico durante o ano está positivamente relacionada com a intenção de praticar exercício físico durante a estada.

H3 - A existência de infraestruturas desportivas nos hotéis tem importância na escolha do consumidor.

O Turismo Desportivo

Turismo desportivo representa a interdependência entre o desporto e o turismo. A relação entre o turismo e o desporto fortificou-se porque o fenómeno desportivo cresceu de tal forma que se teve necessidade de recorrer aos serviços e aos conhecimentos do turismo e este cresceu num sentido que torna útil a utilização dos serviços e dos conhecimentos do desporto (Carvalho & Lourenço, 2009, p.125).

Em estudo iniciais, turismo desportivo é definido como “holidays involving sporting activity either as a spectator or participant” (Weed & Bull, 1997, p.5) e como “travel for non-commercial reasons to participate or observe sporting activities” Hall (1992, p.147). Assim, os turistas desportivos são indivíduos e/ou grupos que ativamente ou passivamente participam em desportos competitivos ou recreacionais, enquanto viajam para, e/ou ficam, em locais fora do seu ambiente usual (Gammon & Robinson, 2003, p.23). Para Pereira e Carvalho (2004), existem duas vertentes do turismo desportivo: a

vertente eminentemente desportiva, em que o desporto é a motivação para viajar; e a vertente eminentemente turística, onde o fator que desencadeia a relação entre o desporto e turista é a viagem. Neste caso, os turistas praticam desporto, normalmente, numa ótica de recreação. Carvalho e Lourenço (2009) afirmam que existem dois tipos de turista desportivo, o entusiasta e o esporádico. O turista entusiasta viaja tendo a prática desportiva como principal motivação, enquanto que o turista esporádico pode praticar atividades desportivas nas suas viagens, no entanto a prática desportiva não é a sua principal motivação. Mesmo que um turista se desloque com o objetivo de fazer turismo de sol e mar e acabe por jogar golfe, ele será considerado turista desportivo, mas neste caso, esporádico, pois a sua motivação maior não é a prática desportiva.

Mais recentemente, durante a década de 2010, foram realizados trabalhos adicionais elaborando a visão de que a participação física no desporto é o fator diferenciador entre o turismo desportivo ativo e passivo (Gibson et al., 2018). Numa revisão sistemática da literatura desenvolvida por Rheenena, Cernaianub e Sobryc (2017) foram analisadas 30 definições de turismo desportivo, tendo os autores identificado que nessas definições predomina o desporto como o fator que motiva a viagem.

Gammon e Robinson (2003) preferem classificar os turistas desportivos como “*hard*” e “*soft*” considerando que o primeiro procura ativamente o desporto quando viaja, enquanto que o segundo está mais preocupado com a recreação e lazer. Esta dicotomia relativamente aos tipos de turista desportivo pode estar fundamentada nas duas componentes de necessidade - a expressividade pessoal (eudomonía) e o prazer hedónico (Waterman, 2005; Waterman, Schwartz, & Conti, 2008). Os turistas desportivos ‘hard’ serão mais motivados pela expressividade pessoal, enquanto os ‘soft’ pelo prazer hedónico. Sirgy (2019) clarifica como estas componentes se relacionam com a prática de exercício físico por turistas.

A expressividade pessoal associada ao exercício físico em locais turísticos refere-se à medida em que o exercício físico ajuda o indivíduo a identificar seu potencial e leva o indivíduo a concretizar esse potencial. Assim, os turistas desenvolverão exercício físico quando este contribuir para a sua expressão pessoal - exercício como forma de concretizar a autoimagem ideal de cada indivíduo. A autoexpressão através do exercício físico terá um impacto positivo e duradouro no estado de saúde do turista. O prazer hedónico associado ao exercício físico consiste no grau em que o exercício físico que o turista deseja praticar está associado a um aumento de emoções positivas e à diminuição de emoções negativas. É provável que os turistas desenvolvam atividade física por motivações hedónicas já que essas atividades oferecem aos turistas uma oportunidade de diversão e uma sensação de prazer - i.e., exercício como forma de diversão (Sirgy, 2019).

Assim, chega-se à seguinte hipótese:

H4 – A prática de desporto é uma motivação de viagem para uma parte dos viajantes.

O Desporto e a Oferta nos Estabelecimentos Hoteleiros

Para Hudson (2003) a oferta turística desportiva divide-se em cinco áreas: as atrações turísticas desportivas; os resorts desportivos; os cruzeiros; os *tours*; e, os eventos. Um resort de turismo desportivo tanto pode ser mais direcionado para a saúde (por exemplo, resorts com oferta de spa), como para a prática desportiva (por exemplo, resorts de golfe ou ténis, resorts de desportos aquáticos ou de neve, e ainda os resorts orientados para a natureza, caminhadas ao ar livre, entre outros) (Hudson, 2003). Grande parte destes resorts oferecem instalações e serviços de muita qualidade ao turista desportivo.

Para além dos resorts desportivos, vários hotéis têm investido recursos na oferta de infraestruturas desportivas para os seus clientes (Ferroni, 2016). Por infraestrutura desportiva entende-se “... primary physical and organizational construction needed to facilitate sport participation” (Hallman et al., 2012, p.2). A infraestrutura desportiva é importante para a atividade desportiva porque muitos desportos não podem ser praticados sem instalações desportivas adequadas (Hallman et al., 2012). Por outro lado, quanto maior for a experiência do praticante desportivo, mais importância é atribuída à qualidade dos recursos relacionados com a modalidade desportiva praticada; em contraste, quando os desportistas são menos experientes, são mais influenciados pelo preço e alojamento (Pereira, 2006; Richards, 1996).

Diferenças na prática desportiva também podem resultar de variáveis como a idade, o género e a nacionalidade (Stamm & Lamprecht, 2005). Por exemplo, num estudo no contexto norte-americano, Ifedi (2008) demonstrou que os praticantes masculinos preferem hóquei no gelo, golfe, basquetebol, basebol ou futebol, enquanto que as mulheres tendem a preferir a natação, o golfe, o futebol, o voleibol e o esqui. Em relação à idade, um estudo no contexto europeu, indica que a frequência da prática desportiva tende a decrescer com o avanço da idade (Comissão Europeia, 2013). Sirgy (2019) propõe que expressividade pessoal experienciada numa atração turística contribuirá mais para a felicidade pessoal dos turistas mais jovens do que para a dos turistas noutros estágios de desenvolvimento (por exemplo, idade adulta média e tardia).

Decorreram do atrás exposto as seguintes hipóteses:

H5 – A intenção de praticar exercício físico durante a viagem está positivamente relacionada com a preferência por hotéis que ofereçam atividades desportivas.

H6 – Existem diferenças entre géneros na importância atribuída às infraestruturas desportivas de um hotel.

H7 – Existem diferenças entre os consumidores mais novos e os mais velhos na importância atribuída às infraestruturas desportivas de um hotel.

Metodologia

Este estudo é de natureza exploratória e tem como objetivo avaliar a importância das infraestruturas desportivas, nos hotéis, para o turista português.

O método escolhido para a recolha de dados foi o inquérito por questionário. O questionário é composto por texto de introdução, perguntas de resposta fechada de

escolha múltipla e, por último, por questões de carácter demográfico: idade e género. As perguntas de resposta fechada iniciam-se pelo tema saúde, depois têm continuação para o desporto e posteriormente para o turismo desportivo. Na maioria das questões é utilizada uma escala de concordância ou de importância, de sete pontos.

O questionário disponibilizado online, entre 15 de julho e 9 de setembro de 2019, foi disseminado nas redes sociais através do método *snowball*. Trata-se por isso de uma amostra por conveniência. Foi obtido um total de 354 respostas, 51,7% do género feminino e 48,3% do género masculino, com idades entre os 15 e os 75 anos e média aproximada de 39 anos (DP=16,44). Contudo, apenas foram consideradas 311 respostas, pois 43 dos inquiridos responderam “0” à pergunta “*Quantas viagens faz por ano?*”. As 311 respostas válidas ultrapassam o valor mínimo desejado de 269 respondentes, para um nível de confiança de 90%, com base numa população que corresponde ao número de pessoas com residência em Portugal que viajaram em 2018, 4 920 000 pessoas (PORDATA).

A análise dos dados foi feita utilizando o programa IBM SPSS Statistics 22, com recurso a estatísticas descritivas, análise de correlação e testes de hipóteses. Foram executados testes de normalidade, não se conseguindo provar a normalidade das variáveis, o levou à escolha das medidas e testes a utilizar. Sendo assim, o método de Spearman foi utilizado para testar a existência de correlação entre a “preocupação com a saúde” e a “frequência da prática de exercício físico” dos inquiridos. A medida de associação V de Cramer foi utilizada para analisar o nível de associação entre a “frequência da prática de exercício físico ao longo do ano” e a “intenção de praticar exercício em viagem”, e também entre a “intenção de praticar exercício físico durante a viagem” e a “escolha do hotel tendo em conta as atividades desportivas”. O teste de Mann-Whitney U foi utilizado para testar se indivíduos de géneros diferentes atribuem graus de importância diferentes às infraestruturas desportivas, e para testar se indivíduos de faixas etárias diferentes atribuem graus de importância diferentes às infraestruturas desportivas.

Resultados

Estatísticas Descritivas e Frequências de Resposta

Na tabela 1 são apresentadas as frequências e as estatísticas descritivas relativas às questões relacionadas com aspetos de saúde e prática de exercício físico dos respondentes.

Em relação à afirmação “*Considero-me uma pessoa que se preocupa com a saúde e bem-estar*”, 72.9% da amostra respondeu que concordava total ou parcialmente com a mesma. No entanto, 18.1% está em desacordo e considera não se preocupar com a sua saúde e bem-estar. Ainda relacionado ao tema saúde, aproximadamente 65% dos inquiridos consideram-se pessoas saudáveis, sendo que 25.7% do total respondeu “*Concordo totalmente*”. Ainda assim, 20.4% discordam, enquanto que 15.3% não concordam nem discordam. Em relação à frequência com que os inquiridos praticam

exercício físico, 29.4% pratica exercício 2 a 3 vezes por semana, enquanto 15.5% fá-lo apenas 1 vez por mês ou até menos, e 19.2% afirma mesmo não praticar exercício.

No que se refere ao número de viagens que cada pessoa costuma fazer por ano (tabela 2), a moda corresponde a uma viagem por ano (28,2%). Por outro lado, existe uma percentagem de 11,9% que afirma não viajar. A maioria dos inquiridos viaja 1 a 2 vezes por ano (54.2%). Relativamente ao exercício físico ser a principal motivação da viagem, mais de metade dos 311 respondentes discorda, sendo que 38.3% respondeu “*Discordo totalmente*” e 19,0% assinalou “*Discordo parcialmente*”. Considerando que 25.1% dos inquiridos afirma que o exercício físico é uma motivação de viagem, não se rejeita H4.

Na tabela 3, verifica-se que a maioria dos inquiridos (58,5%) não tem intenção de praticar exercício físico durante a estada. Aos inquiridos que quando viajam têm intenção de praticar exercício físico, foi perguntado: “*Com que frequência pratica exercício durante a estada?*”, sendo que a maioria desses (51.9%) respondeu que pratica exercício duas ou mais vezes por semana.

Sobre a escolha do hotel tendo em conta as atividades desportivas que este apresenta (tabela 4), a amostra de 311 respondentes está dividida, com mais de 41% a indicar “*Concordo parcialmente*” ou “*Concordo totalmente*” e mais de 41% que discorda parcial ou totalmente.

Em relação à importância de cada tipo de infraestrutura desportiva para a escolha do hotel, que pode ser observada na tabela 5, as infraestruturas como maiores frequências de resposta, nas opções “muito importante” ou “extremamente importante”, são a piscina (60,8%), o spa (47.6%) e o ginásio (28.3%). Por outro lado, se forem acumuladas as percentagens referentes a “*Nada importante*” e “*Pouco importante*”, existem seis infraestruturas que ultrapassam os 60%, sendo por isso pouco relevantes para a maioria dos inquiridos. Estas são, o court de ténis (62.7%), o court de pádel (66.2%), o campo de golfe (62.7%), o campo de basquetebol (65.2%), o campo de futsal (61.4%) e a pista de atletismo (63%).

Da tabela 5 pode concluir-se que existem infraestruturas favoritas para a maioria dos respondentes e que existem nichos de mercado em que pode valer a pena investir em infraestruturas desportivas específicas. Considerando os dados acima analisados, não se rejeita H3. De facto, algumas infraestruturas têm uma grande importância na escolha do consumidor. São o caso da piscina, do spa e do ginásio. No entanto, e dependendo do nicho de mercado que o hotel queira cativar, todas as infraestruturas desportivas têm o potencial de serem importantes.

Correlações

Os resultados relativos à correlação entre variáveis, utilizando o teste não paramétrico de Spearman, permite concluir que a preocupação com a saúde está positivamente relacionada com a prática de exercício físico ao longo do ano, ou seja, as pessoas que se preocupam mais com a saúde e bem-estar também praticam mais exercício durante o ano. Verifica-se um coeficiente de correlação de 0.184 (sig. 0,001),

o que significa que a correlação entre as duas variáveis é positiva apesar de muito fraca. Assim, não se rejeita H1.

Relativamente à associação entre a frequência da prática de exercício físico durante o ano e a intenção de praticar exercício físico durante a viagem, os resultados (utilizando a medida de associação V de Cramer) indicam uma associação positiva, (0,289; sig = 0,000), apesar de fraca. Assim, não se rejeita H2.

No caso da associação entre as variáveis “intenção de praticar exercício físico” e “escolha do hotel tendo em conta as atividades desportivas”, a medida de associação V de Cramer, revela uma associação fraca de 0,205 (sig = 0,011) mas positiva, pelo que não se rejeita H5.

Teste de Hipóteses

Para estudar se existem diferenças de género em relação à importância que é atribuída a cada infraestrutura hoteleira pelo consumidor, foi realizado o teste de Mann-Whitney. As infraestruturas onde se verificaram diferenças estatisticamente significativas são o campo de futebol (sig = 0.004), o campo de golfe (sig = 0.007) e campo de futsal (sig = 0.001). Nesse sentido, não se rejeita H6. Nos três casos verifica-se que o género masculino atribui maior importância a estas infraestruturas. No que se refere ao género masculino, 23.8% considera “muito importante” ou “extremamente importante” a existência de campo de futsal, enquanto que do género feminino, apenas 14.3% atribui esses graus de importância. No que se refere ao campo de futebol e ao campo de golfe verifica-se praticamente a mesma distribuição.

Para estudar se existem diferenças na importância dada às infraestruturas de um hotel entre os consumidores com mais idade, e os consumidores mais jovens, utilizou-se também o teste de Mann-Whitney. Identificou-se diferenças entre as faixas etárias apenas no que se refere à infraestrutura desportiva piscina (sig = 0.033), pelo que não se rejeita H7. Segundo os dados obtidos, a piscina tem mais importância para as gerações mais novas do que para as mais velhas. A percentagem de pessoas mais jovens a considerar a piscina como uma infraestrutura “*muito importante*” ou “*extremamente importante*” é de 62.9%, enquanto que da geração mais velha 50.7% tem a mesma opinião.

Discussão de Resultados

Os resultados sugerem que a maioria dos turistas portugueses, mais de 60%, se preocupa com a saúde e bem-estar e se considera uma pessoa saudável. Apesar de a disponibilidade de informação acerca dos benefícios do desporto e exercício físico para a saúde, assim como as campanhas de consciencialização, estar a influenciar as pessoas e a elevar o interesse da população pelo exercício físico, de acordo com McGrath et al. (2014), neste estudo verificou-se que existe uma correlação positiva mas fraca entre a preocupação com a saúde e bem-estar e a prática de exercício físico, sugerindo que algumas das pessoas que se preocupam com a sua saúde não praticam exercício físico.

Estes resultados são consistentes com o estudo Eurobarometer 412 (Comissão Europeia, 2013), que indica que 37% dos homens e 47% das mulheres nunca praticam exercício físico. Na nossa amostra, cerca de 34% dos inquiridos não pratica exercício físico, ou fá-lo menos de uma vez por mês, em média.

O facto de ser ter verificado uma associação positiva entre a frequência da prática de exercício físico durante o ano e a intenção para praticar exercício físico durante a viagem, é consistente com autores que defendem que a população tende a manter as rotinas de exercício físico quando viaja. Contudo, na nossa amostra essa relação é fraca, sugerindo que algumas das pessoas que praticam exercício físico durante o ano não tem intenção de o praticar durante a estada.

Do total da amostra, apenas uma pequena parte afirma que a prática de exercício físico é a sua principal motivação de viagem. Apesar de ser uma reduzida parte, estes turistas enquadram-se no perfil definido por Pereira e Carvalho (2004) como o turista desportivo na vertente eminentemente desportiva. A maioria dos inquiridos que praticam exercício físico durante a estada enquadra-se, pelo contrário, no perfil do turista desportivo na vertente eminentemente turística (Pereira & Carvalho, 2004). Ou seja, os resultados sugerem prevalência dos motivos hedónicos sobre os eudemónicos. Contudo, a maioria dos inquiridos não tem intenção de praticar exercício físico durante a viagem.

Os resultados indicam também que existe uma fraca associação positiva entre a intenção de praticar exercício físico durante a viagem e a escolha do hotel tendo em conta as atividades desportivas. Considerando que apenas uma pequena parte dos turistas são da vertente eminentemente desportiva, o resultado é consistente com a proposta de que apenas os turistas com mais experiência de praticante desportivo atribuem mais importância à qualidade das infraestruturas desportivas (Pereira, 2006; Richards, 1996). A maior parte dos turistas é mais influenciado pelo preço e pela qualidade do alojamento.

Neste estudo, verificam-se também diferenças de género, na importância dada a algumas infraestruturas desportivas, como é o caso do campo de golfe e do campo de futebol, sendo que o género masculino atribui maior importância a estas infraestruturas do que o género feminino. Existem também diferenças entre os mais velhos e os mais novos na importância atribuída à existência de piscina. Ambos os resultados, são consistentes com Stamm e Lamprecht (2005), que defendem que a participação nos vários desportos está dependente de algumas variantes, como a idade e o género. Apesar da referência do Turismo de Portugal (2006) de os turistas mais jovens tenderem a optar por serviços de fitness, enquanto que os adultos e seniores têm maior tendência para os serviços de spa, no presente estudo não se encontram diferenças entre faixas etárias na importância atribuída às infraestruturas ginásio e de spa. Assim como não existem diferenças no que se refere à preferência por campo de golfe, campo de basquetebol e campo de futebol.

Conclusões

Turistas desportivos são indivíduos e/ou grupos que ativamente ou passivamente participam em desportos competitivos ou recreacionais, quando viajam. O turismo desportivo tem vindo a crescer devido à exposição dos consumidores a fatores externos que afetam o seu bem-estar físico e psicológico, o que por sua vez leva a que estes procurem por viagens de bem-estar e saúde, para relaxar e para aliviar o stress. Nesse sentido, a literatura tem sugerido que é importante, do ponto de vista competitivo, que os hotéis disponham de infraestruturas, para dar resposta às mudanças no estilo de vida das populações e ao cuidado com o físico e saúde. Contudo, o investimento em infraestruturas para a prática desportiva pode ser muito elevado para as empresas hoteleiras e um dos custos fixos mais expressivos na gestão de um hotel.

Não se conhecendo estudos sobre a realidade portuguesa nesta matéria, neste estudo avalia-se a importância das infraestruturas desportivas nos hotéis, para o turista português em termos de decisão de compra. De acordo com os resultados obtidos, pode-se concluir que a maioria das pessoas tem cuidado e preocupação com a sua saúde, e que a maior parte dos inquiridos afirma praticar exercício físico regularmente. Ainda assim, a generalidade dos participantes não tem intenção de praticar exercício físico durante a viagem. Apesar disso, verifica-se que existem infraestruturas desportivas muito importantes na escolha de alguns consumidores, nomeadamente, a piscina, o spa e o ginásio. Concluiu-se também que existem diferenças de género e de idade no que diz respeito à importância atribuída ao tipo de infraestruturas desportivas, sendo que as gerações mais velhas têm tendência para dar menos importância a infraestruturas como piscina, e o género feminino tem tendência para dar menos importância a campos de futebol, de futsal e de golfe.

Este estudo apresenta limitações. Uma das limitações está relacionada com a amostra obtida. Sendo uma amostra com dimensão aceitável, não deixa de ter sido obtida por conveniência, pelo que não se podem generalizar os resultados para a população. Por outro lado, o estudo analisou dados recolhidos apenas num limitado período de tempo, não permitindo a análise da evolução dos consumidores ao longo do tempo.

O leque de linhas de investigação que poderão emergir deste trabalho é abrangente. Seria, por exemplo, interessante analisar a questão do lado da oferta, analisando os resultados que estabelecimentos hoteleiros focados em determinados segmentos ligados ao turismo desportivo têm tido em Portugal, a taxa de utilização dos diferentes tipos de infraestruturas pelos hóspedes e o seu reflexo em termos de rentabilização do investimento das empresas hoteleiras. Seria também importante a aferir que aspetos das infraestruturas mais influenciam a perceção de qualidade dos hóspedes e a sua satisfação. Futuras investigações, poderão também explorar melhor o perfil psicográfico do turista desportivo e a sua relação com as questões da saúde e do bem-estar.

Referências

- Besancenot, J. P. (1990). *Climat et tourisme*. Masson.
- Camões, M. & Lopes, C. (2008). Fatores associados à atividade física na população portuguesa. *Revista Saúde Pública*, 42(2), 208-224.
- Carvalho, P. & Lourenço, R. (2009). Sport practice tourism: a segment of sport tourism market. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 9(2), 122-132.
- Comissão Europeia (2013). *Sport and physical activity. Special eurobarometer 412 / Wave EB80.2 – TNS opinion & social*. Disponível em: https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/nutrition_physical_activity/docs/ebs_412_en.pdf
- Cortada, D. M. (2006). El diálogo turismo y cultura. *Pensar Iberoamérica: Revista de Cultura*, (8), 2.
- De Knop, P. (1990). Sport for all and active tourism. *World Leisure & Recreation*, 32(3), 30-36.
- Ferroni, L. (2016, June 1) in *Hotels up their game to satisfy fitness-conscious guests*. https://www.hotel-online.com/press_releases/release/hotels-up-their-game-for-fitness-conscious-guests/
- Gammon, S. & Robinson, T. (2003) Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 21-26.
- Gibson, H. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 45–76.
- Gibson, H. (2017). Sport tourism and theory and other developments: Some reflections. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 153-158.
- Hall, C. M. (1992). Adventure, sport and health tourism. *Adventure, sport and health tourism*, 141-158.
- Hallmann, K., Wicker, P. Breuer, C. & Schönherr, L. (2012). Understanding the importance of sport infrastructure for participation in different sports – findings from multi-level modeling. *European Sport Management Quarterly*, 12(5), 525-544
- Hudson, S. (2003). *Sport and adventure tourism*. Oxford: The Haworth Hospitality Press, Inc.
- Ifedi, F. (2008). *Sport participation in Canada, 2005*. Ottawa, Ontario, Canada: Statistics Canada, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of tourism research*, 9(2), 256-262.
- Kazimierczak, M. & Malchrowicz-Mosko, E. (2013). Specific and developmental trends of sport tourism. *Folia Turistica*, 28(2), 71-92.
- Lemos, F. (2016). *Motivação e prática de exercício físico em estudantes do ensino superior*. Tese de Doutoramento em Ciências do Desporto. Faculdade de Desporto – Universidade do Porto.
- McGrath, M. J., Scanail, C. N., & Nafus, D. (2014). *Sensor technologies: healthcare, wellness and environmental applications*. Apress.
- Mermet G (1996) *Tendances, le nouveau consommateur*. Paris: Larousse.

- Nunes, P. (2010). *O turismo de natureza como polo de atração turística complementar ao produto sol e mar na sub-região do litoral alentejano*. Tese de Doutoramento em Ciências do Desporto. Faculdade de Motricidade Humana. Universidade Técnica de Lisboa.
- Pereira, E. (2006). Serviços de desporto, desporto e turismo. *Revista Portuguesa de Gestão do Desporto*, 3(1), 33-56.
- Pereira, E. & Carvalho, J. (2004). Desporto e turismo: Modelos e tendências. *Povos e Culturas*, 9, 233-248.
- PORDATA. Disponível em:
<https://www.pordata.pt/Portugal/Popula%a7%a3o+residente+que+viagou+em+turismo+total+e+por+destino+da+viagem-2616>
- Richards, G. (1996). Skilled consumption and UK ski holidays. *Tourism Management* 17(1), 25–34
- Seabra, A. F., Mendonça, D. M., Thomis, M. A., Anjos, L. A. & Maia, J. A. (2008). Determinantes biológicos e sócio-culturais associados à prática de atividade física de adolescentes. *Cadernos de Saúde Pública*, 24, 721-736.
- Sherwood, N., & Jeffery, R. (2000). The behavioral determinants of exercise: implications for physical activity interventions. *Annual Review of Nutrition*, 20, 21-44.
- Sirgy (2019). Promoting quality-of-life and well-being research in hospitality and tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(1), 1-13.
- Stamm, H. & Lamprecht, M. (2005). Structural and cultural factors influencing physical activity in Switzerland. *Journal of Public Health*, 13(4), 203-211.
- Turismo de Portugal (2006). *10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do Turismo em Portugal: Saúde e Bem-estar*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P
- Turismo de Portugal (2017). *Estratégia Turismo 2027. Liderar o Turismo do Futuro*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P. Disponível em: https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET27.pdf
- Uysal, M., Perdue, R. & Sirgy, M. J. (Eds.). (2012). *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities*. Springer Science & Business Media.
- Uysal, M., Sirgy, M. J. & Kruger, S. (Eds.). (2018). *Managing quality of life in tourism and hospitality*. CABI.
- Van Rheenen, D., Cernaianu, S. & Sobry, C. (2017). Defining sport tourism: A content analysis of an evolving epistemology. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 75-93.
- Waterman, A. S. (2005). When effort is enjoyed: Two studies of intrinsic motivation for personally salient activities. *Motivation and Emotion*, 29, 165–188.
- Waterman, A. S., Schwartz, S. J. & Conti, R. (2008). The implications of two conceptions of happiness (hedonic enjoyment and eudaimonia) for the understanding of intrinsic motivation. *Journal of Happiness Studies*, 9, 41–79.
- Weed, M. & Bull, C. (1997). Influences on sport-tourism relations in Britain: The effects of government policy. *Tourism Recreation Research*, 22(2), 5-12.

Tabela 1
Saúde e prática de exercício físico

	N	1	2	3	4	5	Moda	Média	Desvio padrão
Considero-me uma pessoa que se preocupa com a saúde e bem-estar ^a	354	9,3%	8,8%	9,0%	29,4%	43,5%	5	3,88	1,31
Considero-me uma pessoa saudável ^a	354	8,5%	11,9%	15,3%	38,7%	25,7%	4	3,61	1,23
Qual a frequência com que pratica exercício físico ao longo do ano? ^b	354	19,2%	15,5%	20,3%	29,4%	15,5%	4	3,05	1,37

^a 1= Discordo totalmente; 5= Concordo totalmente

^b 1 = Não pratico; 2 = 1 x por mês ou menos; 3 = 1 x por semana; 4 = 2 a 3 x por semana; 5 = 4 x por semana ou mais

Tabela 2
Frequência e motivo para viajar

	N	1	2	3	4	5	Moda	Média	Desvio padrão
Quantas viagens faz por ano? ^a	354	11,9%	28,2%	16%	15,3%	18,6%	2	2,99	1,29
A principal motivação quando viajo é a prática de exercício físico ^b	311	38,3%	19%	17,7%	15,8%	9,3%	1	2,39	1,37

^a 1 = Nenhuma; 2 = 1 viagem/ano; 3 = 2 viagens/ano; 4 = 3 viagens/ano; 5 = 4 ou mais viagens/ano

^b 1 = Discordo totalmente; 5 = Concordo totalmente

Tabela 3
Prática de exercício físico durante a estada

	N		Sim	Não
Quando viaja, tem intenção de praticar exercício físico durante a estada?	311	41,5%		58,5%
Com frequência pratica exercício físico durante a estada?	311	1x por semana ou menos (48,1%)	2 a 3x por semana (33,3%)	4x por semana ou mais (18,6%)

Tabela 4

Relevância das infraestruturas desportivas do hotel no momento da compra

	N	1	2	3	4	5	Moda	Média	Desvio padrão
Quando escolho um hotel, tenho em conta as atividades desportivas que o hotel apresenta ^a	311	23,8%	18,6%	16,1%	27,7%	13,8%	4	2,89	1,40

^a 1= Discordo totalmente; 5= Concordo totalmente

Tabela 5
Preferência por tipo de infraestrutura desportiva

Tipo de infraestrutura desportiva	Frequência de resposta ^a					Mod a	Médi a	Desvio padrão
	1	2	3	4	5			
Ginásio	17.7%	26.4%	27.7%	13.8%	14.5%	3	2,81	1,28
Court de Ténis	31.2%	31.5%	19.9%	9.6%	7.7%	2	2,31	1,22
Court de Pádel	33.4%	32.8%	14.8%	10%	9%	1	2,28	1,27
Campo de Golfe	35.4%	27.3%	17%	10.9%	9.3%	1	2,32	1,31
Campo de Basquetebol	33.4%	31.8%	16.1%	7.7%	10.9%	1	2,48	1,30
Campo de Futebol	28%	28.9%	20.9%	11.6%	10.6%	2	2,36	1,24
Campo de Futsal	29.6%	31.8%	19.9%	10%	8.7%	2	3,63	1,27
Piscina	8%	12.9%	18.3%	29.3%	31.5%	5	3,39	1,28
Spa	10.3%	13.2%	28.9%	22.2%	25.4%	3	2,31	1,30
Pista de atletismo	35.7%	27.3%	16.7%	11.3%	9%	1	2,31	1,30

^a 1 = Nada importante; 5 =Extremamente importante