



**Fábio André
Oliveira Tavares**

**Determinantes das despesas dos participantes em
eventos culturais**



**Fábio André Oliveira
Tavares**

**Determinantes das despesas dos participantes em
eventos culturais**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Prof. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

o júri

presidente

Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
professora auxiliar convidada da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Carlos José de Oliveira e Silva Rodrigues
professor auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof^a. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

agradecimentos

A realização desta dissertação não teria sido possível sem o apoio de um conjunto de pessoas. Àqueles que me apoiaram e encorajaram o meu mais sincero agradecimento.

À minha orientadora, Professora Doutora Maria Celeste Eusébio pela excelente orientação científica, constante disponibilidade, apoio e motivação, mesmo nas horas mais críticas. O meu mais sincero obrigado.

À Doutora Márcia Brito pelo apoio na implementação dos inquéritos por questionário e pela transmissão de conhecimentos ao longo destes anos.

À minha mãe e ao meu pai, obrigado pela oportunidade que me deram em realizar este mestrado e pelo constante apoio e motivação demonstrados ao longo da realização desta dissertação.

À Olga, pela constante troca de ideias, motivação e pelas horas de discussão deste trabalho, mas acima de tudo pela amizade ao longo destes anos.

Aos meus amigos, que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho e que compreenderam a minha ausência nestes últimos meses. Agradeço também aos meus amigos da Universidade de Aveiro por todos os momentos de partilha e amizade demonstrada durante estes últimos dois anos.

palavras-chave

Turismo, eventos culturais, impactes económicos, padrões de consumo, despesas turísticas, determinantes da despesa.

resumo

O principal objetivo desta dissertação é contribuir para a investigação em eventos culturais em Portugal, analisando a importância dos eventos no desenvolvimento económico dos destinos, em concreto as despesas turísticas efetuadas pelos participantes.

Pretende-se também analisar o perfil dos participantes em eventos culturais e os seus padrões de consumo e construir um modelo explicativo dos fatores que determinam a variação das despesas realizadas pelos participantes em eventos culturais.

De forma a alcançar todos os objetivos propostos para esta dissertação, procedeu-se a uma revisão de literatura relativa aos eventos e aos principais impactes económicos dos eventos. Foi também alvo de análise a literatura sobre as despesas efetuadas no domínio do turismo e no caso em concreto dos eventos.

Para a realização do estudo empírico foi aplicado um inquérito por questionário aos participantes do evento cultural *Terra dos Sonhos*. Através da aplicação do inquérito por questionário e da análise estatística desses dados foi possível determinar o perfil dos participantes no evento cultural em estudo e os seus padrões de consumo. A análise dos dados permitiu também a construção de um modelo através do qual foram identificados os fatores que influenciam as despesas no evento em estudo, nomeadamente as horas de viagem dos participantes desde o local de residência até ao evento, as motivações para a participação no evento e as emoções.

keywords

Tourism, cultural events, economic impacts, expenditure patterns, tourist expenditures, determinants of tourist expenditures.

abstract

The main objective of this dissertation is to contribute to the research in cultural events in Portugal, analyzing the importance of events in the economic development of destinations, in particular the tourism expenditure made by the participants.

It is also intended to analyze the profile of cultural events' participants and their consumption patterns and build an explanatory model of factors that determine the variance of expenditures of cultural events' participants.

In order to achieve all the objectives proposed for this dissertation we proceeded to a literature review regarding events and their main economic impacts. Expenditures in tourism were also a subject of literature review, specifically the case tourism events.

For the accomplishment of the empirical study, a questionnaire survey was undertaken to the participants of the cultural event of Terra dos Sonhos. Through the application of the questionnaire survey and statistical analysis of the data, it was possible to determine the profile of the participants in the cultural event under study and their expenditure patterns. The analysis of this data made it possible to build a model in order to identify the factors that influenced the expenditures in this event, including participants' travel time from the place of residence to the event, the motivations to participate in the event and emotions.

Índice

Parte I - Introdução

Capítulo 1. Objetivos, Metodologia e Relevância de estudo	1
1.1 - Objetivos	1
1.2 - Metodologia	1
1.3 - Relevância do estudo	2
1.4 – Organização da dissertação	2

Parte II - Revisão da literatura

Capítulo 2. Eventos.....	7
2.1 – Introdução.....	7
2.2 – Conceito de evento em Turismo	7
2.3 – Características dos eventos.....	12
2.4 – Tipologias de eventos em turismo	14
2.4.1 - Classificação dos eventos de acordo com a sua dimensão	14
2.4.2 - Classificação dos eventos de acordo com o tema	18
2.4.3 – Classificação dos eventos de acordo com o tipo de acesso do público	18
2.5 – Tipos de intervenientes nos eventos	19
2.6 – Conclusão	20
Capítulo 3. Impactes económicos dos eventos	23
3.1 – Introdução.....	23
3.2 - Importância dos eventos no desenvolvimento económico dos destinos.....	23
3.3 – Despesas efetuadas pelos participantes em eventos.....	29
3.4 – Metodologias para a obtenção de dados de despesas turísticas.....	41
3.4.1 – Tipo de dados	41
3.4.2 – Metodologias de recolha de dados que podem ser adotadas.....	42
3.4.3 – Aplicação do inquérito por questionário.....	43
3.5 – Conclusão	46
Capítulo 4. Fatores que influenciam o consumo em eventos.....	49
4.1 – Introdução.....	49
4.2 – Comportamento do consumidor em turismo	49
4.3 – Determinantes relacionadas com o participante	55

4.4 – Determinantes relacionadas com as características da viagem	61
4.5 – Conclusão	70

Parte III - Estudo empírico

Capítulo 5. Metodologia e objetivos do estudo empírico	75
5.1 – Introdução.....	75
5.2 – Objetivo do estudo empírico e hipóteses de investigação	75
5.3 – Método de recolha de dados	77
5.4 – Método de análise de dados.....	91
5.5 – Conclusão	92
Capítulo 6. Terra dos Sonhos em Santa Maria da Feira	95
Capítulo 7. Análise e discussão dos resultados	101
7.1 – Introdução.....	101
7.2 – Caracterização dos inquiridos.....	101
7.2.1 - Caracterização sociodemográfica dos inquiridos.....	101
7.2.2 – Comportamento de viagem dos inquiridos	104
7.2.3 – Caracterização dos participantes de acordo com as emoções sentidas na participação no evento.....	109
7.2.4 – Caracterização dos visitantes de acordo com a avaliação da participação no evento e a fidelização.	110
7.3 – Descrição das despesas efetuadas pelos participantes no evento	112
7.4 – Fatores que influenciam as despesas totais no evento	115
7.5 - Conclusão	118

Parte IV - Conclusões e recomendações do estudo

Capítulo 8. Conclusões e recomendações	123
8.1 – Introdução.....	123
8.2 – Conclusões.....	123
8.3 – Contribuições.....	125
8.4 – Principais dificuldades e limitações	127
8.5 – Propostas de investigação.....	127
Referências Bibliográficas	131

Apêndices.....	141
----------------	-----

Apêndices

Apêndice 5.1 – Questionário aplicado aos participantes da Terra dos Sonhos.....	141
Apêndice 7.2 - Linearidade da equação ajustada com $Y=Z_{resid}$ e $X=Z_{pred}$	145
Apêndice 7.3 - Linearidade da equação ajustada com $Y=Z_{pred}$ e $X=Dependent$	145
Apêndice 7.4 - Análise da variância	146
Apêndice 7.5 – Comparação dos resíduos standardizados com a distribuição normal	146
Apêndice 7.6 – Histograma dos resíduos standardizados	147
Apêndice 7.7 – Indicadores dos estudos da multicolinearidade.....	147

Índice de figuras

Capítulo 2

Figura 2.1 - Características dos eventos.....	13
Figura 2.2 - Relação entre o tipo de evento e a dimensão da procura turística	16
Figura 2.3 - Categorização dos eventos de acordo com a sua dimensão de Allen <i>et. al.</i> , (2011).....	17
Figura 2.4 - Intervenientes dos eventos.....	19

Capítulo 3

Figura 3.1 - Classificação das despesas dos visitantes	30
--	----

Capítulo 4

Figura 4.1 - Modelo de tomada de decisão de Moutinho (1987)	51
Figura 4.2 - A complexidade do comportamento do consumidor em turismo	52

Capítulo 5

Figura 5.1 – Modelo teórico das hipóteses de investigação	76
---	----

Capítulo 6

Figura 6.1 – Imagem do cartaz do evento no ano de 2012.....	95
---	----

Figura 6.2 – Mapa do recinto do evento no ano de 2012.....	98
--	----

Índice de tabelas

Capítulo 2

Tabela 2.1 - Elementos comuns nas definições de evento	10
Tabela 2.2 - Tipologias comuns de eventos	17
Tabela 2.3 - Tipologia de eventos de acordo com o tema segundo Getz (2008).....	18
Tabela 2.4 - Benefícios na participação em eventos segundo Hall (1992)	20

Capítulo 3

Tabela 3.1 - Impactes económicos dos eventos.....	25
Tabela 3.2 - Classificação das despesas dos visitantes	30
Tabela 3.3 - Tipos de bens e serviços de consumo turístico incorporados na preparação da viagem.....	31
Tabela 3.4 – Categorização de despesas realizadas em turismo, eventos e festivais analisadas em artigos	40
Tabela 3.5 - População em estudo apresentada em vários estudos de impacte económico .	44

Capítulo 4

Tabela 4.1 – Características do comportamento do consumidor em turismo	53
Tabela 4.2 - Determinantes mais frequentes das despesas turísticas em estudos publicados no período de 1995-2009.....	55
Tabela 4.3 - Domínios motivacionais segundo Crompton e Mckay (1979)	65
Tabela 4.4 - Determinantes analisadas em artigos que estudaram as despesas dos visitantes e participantes em turismo e em eventos.....	69

Capítulo 5

Tabela 5.1 – Hipóteses de investigação	77
Tabela 5.2 – Técnicas de amostragem	79
Tabela 5.3 - Informação a recolher aos visitantes inquiridos da <i>Terra dos Sonhos</i>	82

Tabela 5.4 – Questões sobre as fontes de informação, duração da viagem, meio de transporte, dimensão e composição do grupo, atividades e duração da visita	83
Tabela 5.5 – Informação a recolher da despesa efetuada pelos participantes	84
Tabela 5.6 – Grelha dos produtos incluídos no questionário para quantificar as despesas dos participantes residentes	84
Tabela 5.7 – Grelha dos produtos incluídos no questionário para quantificar as despesas dos participantes	85
Tabela 5.8 – Questões acerca do perfil sociodemográfico dos inquiridos	86
Tabela 5.9 – Variáveis com escala incluídas no questionário	87
Tabela 5.10 – Itens utilizados nas motivações dos participantes à Terra dos Sonhos	87
Tabela 5.11 – Escala utilizada para medir as emoções dos participantes no evento	88
Tabela 5.12 – Itens utilizados para avaliar a satisfação dos inquiridos	89
Tabela 5.13 – Itens utilizados para avaliar o nível de fidelização dos participantes com o evento	89
Tabela 5.14 - Modelo de Investigação utilizado na aplicação do inquérito por questionário	91
Tabela 5.15 – Descrição dos métodos da análise univariada	92
Tabela 5.16 – Descrição dos métodos de análise de dados multivariada utilizados.....	92

Capítulo 6

Tabela 6.1 - Evolução do evento Terra dos Sonhos	97
Tabela 6.2 – Áreas temáticas, diversões e cenários que compõem o evento	97
Tabela 6.3 - Política de preços da Terra dos Sonhos	99

Capítulo 7

Tabela 7.1 – Perfil sociodemográfico dos inquiridos na Terra dos Sonhos	101
Tabela 7.2 – Fontes de informação utilizadas pelos participantes do evento.....	105
Tabela 7.3 - Análise de componentes principais das motivações dos inquiridos da Terra dos Sonhos	106
Tabela 7.4 - Caracterização da amostra de acordo com o tipo de transporte utilizado pelos inquiridos.....	107

Tabela 7.5 - Caracterização da amostra de acordo com a composição do grupo de viagem	107
Tabela 7.6 - Caracterização da amostra de acordo com a duração da visita	108
Tabela 7.7 - Áreas temáticas e atividades em que os inquiridos participaram.....	109
Tabela 7.8 - Análise de componentes principais das emoções dos inquiridos da Terra dos Sonhos	110
Tabela 7.9 - Satisfação dos inquiridos com a participação no evento	111
Tabela 7.10 - Fidelização dos inquiridos com a participação no evento	111
Tabela 7.11 – Despesas realizadas pelos participantes residentes na preparação da viagem	112
Tabela 7.12 – Despesas realizadas durante a visita por dia e por participante.....	113
Tabela 7.13 – Despesas realizadas durante a visita por dia para o grupo	114
Tabela 7.14 – Despesas totais realizadas pelos inquiridos no evento Terra dos Sonhos ...	114
Tabela 7.15 – Resultados da estimação da despesa total realizada pelos participantes no evento	116
Tabela 7.16 – Indicadores da qualidade de ajustamento do modelo estimado.....	117
Tabela 7.17 – Resultados das hipóteses de investigação de acordo com a análise de regressão aplicada	118

Parte I - Introdução

Capítulo 1. Objetivos, Metodologia e Relevância de estudo

1.1 - Objetivos

Pretende-se com esta dissertação analisar a importância dos eventos no desenvolvimento económico dos destinos, analisando o caso concreto das despesas turísticas que são efetuadas pelos participantes de eventos culturais nesses destinos e os fatores que influenciam essas despesas. Para a concretização deste objetivo é objeto de análise desta dissertação um evento cultural realizado em Portugal – a *Terra dos Sonhos*. Assim, no estudo empírico realizado pretende-se avaliar as despesas turísticas que são realizadas pelos participantes da *Terra dos Sonhos* e identificar os fatores que influenciam essas despesas

1.2 - Metodologia

A primeira parte da dissertação de mestrado será composta por uma revisão de literatura relativamente aos eventos. Aqui, serão abordados os principais conceitos, tipologias de eventos, a importância dos eventos para os destinos, impactos económicos dos eventos, a importância dos eventos no desenvolvimento económico dos destinos de acordo com vários autores, bem como os padrões de consumo dos participantes em eventos. Esta revisão da literatura irá ser realizada recorrendo a vários artigos científicos e livros relacionados com a temática. A segunda parte integra a realização de um estudo empírico que será realizado sobre o evento *Terra dos Sonhos* que se realiza em Santa Maria da Feira. A recolha de dados para a realização deste estudo irá implicar aplicação de um inquérito por questionário a uma amostra de participantes deste evento. Com este questionário pretende-se obter informação sobre as características dos participantes no evento, as despesas efetuadas no destino por tipo de bens e serviços consumidos, as motivações para participar neste evento, as emoções sentidas com a participação, a avaliação do evento e a sua satisfação e fidelização com o evento.

Os dados obtidos no questionário a aplicar irão ser objeto de uma análise estatística, recorrendo para o efeito a análises univariadas e multivariadas.

1.3 - Relevância do estudo

Os eventos são considerados como um importante fator motivacional no turismo, sendo uma figura chave no desenvolvimento e no marketing de vários destinos (Getz, 2008). No entanto, segundo o mesmo autor Getz (2008), a afirmação dos eventos tanto na indústria do turismo como na investigação científica é relativamente recente e é dada uma maior atenção ao estudo de eventos de grande dimensão que eventos de pequena dimensão.

Atualmente, o desenvolvimento turístico de muitos destinos passa pela dinamização de eventos. Este tipo de iniciativas tem estado a ganhar relevância, não apenas a nível internacional, como também no caso de Portugal. No entanto, na literatura ainda existem algumas lacunas relativamente à relevância económica destes eventos. Esta lacuna ainda é mais acentuada no caso de Portugal, onde existe um número muito limitado de estudos nesta área. Neste contexto, optou-se por analisar nesta dissertação o papel de eventos culturais no desenvolvimento económico de destinos de pequena dimensão, estudando o caso concreto do evento *Terra dos Sonhos*, em Santa Maria da Feira.

Na presente dissertação é também alvo de estudo os fatores que contribuem para as diferenças existentes nas despesas realizadas em eventos culturais por parte dos participantes, sendo que em Portugal o único estudo que caracteriza os padrões de consumo dos participantes e a identificação das determinantes das despesas é o estudo desenvolvido por Pelicano (2009), aplicado a dois festivais de música.

Santa Maria da Feira cada vez mais se afirma como uma marca, devido à qualidade dos eventos organizados, como por exemplo a *Viagem Medieval* e a *Terra dos Sonhos*. Como tal, é de interesse analisar a importância dos eventos para o desenvolvimento económico de Santa Maria da Feira, cujo evento a analisar é a *Terra dos Sonhos*, realizado na Quinta do Castelo em Santa Maria da Feira.

1.4 – Organização da dissertação

A presente dissertação está organizada em quatro partes, sendo que a primeira parte compreende o presente capítulo, onde são apresentados os objetivos da dissertação, a metodologia utilizada, a relevância do estudo e por fim a sua estrutura.

A segunda parte da dissertação é composta pela revisão da literatura onde são descritos conceitos relativos a eventos em turismo e ao estudo das despesas dos visitantes, quer no

domínio do turismo, quer no domínio dos eventos. Sendo assim, esta parte divide-se em três capítulos:

- Capítulo 2: Eventos;
- Capítulo 3: Impactes económicos dos eventos;
- Capítulo 4: Fatores que influenciam o consumo em eventos;

No **segundo capítulo** são analisados conceitos de eventos, as suas características, as diferentes tipologias de eventos em turismo, os seus intervenientes e os impactes económicos dos eventos no destino turístico.

No **terceiro capítulo** apresentam-se os principais benefícios potenciais dos eventos, nomeadamente os impactes económicos dos eventos gerados no destino turístico e na comunidade. De seguida são descritos os padrões de consumo em turismo e os padrões de consumo realizados em eventos, analisando o caso em concreto das despesas turísticas que são realizadas. Por fim, são apresentadas as principais metodologias que têm sido utilizadas em diversos estudos para quantificar os padrões de consumo em turismo e no caso em concreto dos eventos.

O **quarto capítulo** tem como principais objetivos apresentar os fatores que contribuem para a variação das despesas realizadas pelos participantes em eventos culturais. Inicialmente foram apresentados dois modelos que descrevem o comportamento do consumidor em turismo, para depois ser realizada uma análise dos principais fatores que influenciam o consumo, nomeadamente as determinantes da despesa turística alvo de estudo nesta dissertação.

A terceira parte da dissertação corresponde ao estudo empírico, constituído pelos seguintes capítulos:

- Capítulo 5: Metodologias e objetivos do estudo empírico;
- Capítulo 6: Terra dos Sonhos em Santa Maria da Feira;
- Capítulo 7: Análise e discussão dos resultados;

No **capítulo cinco** são definidos os objetivos que se pretendem alcançar com a presente dissertação e definidas as hipóteses de investigação, com base na revisão de literatura efetuada, sendo descritos também quais os métodos de recolha e análise de dados.

No **sexto capítulo** é realizada uma breve caracterização do evento alvo de estudo da presente dissertação – *Terra dos Sonhos*, em Santa Maria da Feira, no ano 2012.

O **capítulo sete** é destinado a uma caracterização dos inquiridos de acordo com o seu perfil sociodemográfico, comportamento de viagem, emoções sentidas na participação do evento, avaliação da participação e fidelização com o evento. Após a caracterização dos inquiridos é feita uma descrição das despesas efetuadas pelos participantes em eventos culturais antes da viagem (no caso de participantes residentes no concelho de realização do evento) e durante a viagem (para participantes residentes e não residentes), sendo apresentada a estrutura das despesas que são realizadas. A parte final do capítulo é destinada à identificação dos fatores que influenciam as despesas dos participantes no evento a *Terra dos Sonhos*.

A quarta parte da dissertação é constituída pelo **capítulo 8**, onde são apresentadas as conclusões e recomendações do estudo. Neste capítulo são apresentadas algumas conclusões retiradas da revisão da literatura e dos resultados obtidos no estudo empírico, de forma a comparar o que foi analisado. Na parte final do capítulo são apresentadas as principais contribuições do estudo, limitações encontradas e possíveis investigações futuras.

Parte II - Revisão da literatura

Capítulo 2. Eventos

2.1 – Introdução

Os eventos são um importante impulsionador do turismo e é uma figura de destaque em grande parte dos planos de desenvolvimento e de marketing da maioria dos destinos (Getz, 2008). Embora o seu papel seja fundamental para os destinos turísticos, apenas recentemente começaram a ser alvo de estudo, sendo apontados como um dos segmentos de maior crescimento na indústria do turismo (Getz, 2008; Weidenfeld & Leask, 2013)

Na presente dissertação, é fundamental fornecer uma base teórica sólida no domínio dos eventos, onde serão desenvolvidos quatro temas, nomeadamente o **conceito de evento**, as **características dos eventos**, as **tipologias de eventos** em turismo de acordo com a dimensão, tema e tipo de acesso ao público e por fim os **intervenientes dos eventos**.

O desenvolvimento dos temas anteriormente mencionados implicará uma vasta revisão de literatura. Esta revisão de literatura é fundamental para dar respostas aos seguintes objetivos:

- apresentação e análise dos diversos conceitos de eventos propostos pelos diversos autores, definindo aquilo que se considera um conceito de evento relevante para a presente dissertação;
- análise das diversas características dos eventos enquanto produtos turísticos;
- identificação das diferentes tipologias de eventos e do tipo de evento que é objeto de análise no presente estudo;
- identificação dos possíveis intervenientes dos eventos, bem como das suas funções.

Para que seja possível atingir todos os objetivos anteriormente propostos, considerou-se como metodologia uma revisão bibliográfica de livros e artigos científicos cuja principal temática são os eventos.

2.2 – Conceito de evento em Turismo

Desde 476 a.C., os eventos são atos ou *performances* organizadas, tendo uma importante função na sociedade, proporcionando aos participantes a oportunidade de afirmarem a sua identidade e a possibilidade de participar em cerimónias e rituais com outras pessoas (Raj, Walters e Rashid, 2009).

A dimensão e o âmbito da indústria dos eventos tiveram um crescimento significativo nos últimos anos, segundo Robinson, Wale e Dickson (2010), devido a um maior

profissionalismo, a recentes inovações na formação em eventos e a um maior reconhecimento da importância da indústria dos eventos a nível político, social, cultural, económico e ambiental. O termo evento, segundo Allen, *et. al.* (2011) pode ser aplicado a vários tipos de atividades, tais como: concertos, eventos de caridade, eventos desportivos, festivais, teatro, ópera, performances de dança e drama, angariação de fundos, lançamento de produtos, conferências, feiras, celebrações, casamentos, eventos de arte, eventos familiares e encontros.

Atualmente os eventos são fulcrais para a nossa cultura, devido ao aumento do tempo de lazer. Cada vez mais os eventos são usados, como por exemplo, por entidades governamentais, como parte das suas estratégias de desenvolvimento económico e promoção de um destino (Allen, *et. al.*, 2011).

Getz (2004) considera ainda que os eventos são cada vez mais importantes na competitividade dos destinos e têm cada vez mais a atenção de países, cidades e até *resorts* como fonte de um aumento de volume de turistas e de despesas por parte dos visitantes, funcionando também, segundo Getz (1997), como catalisadores para a melhoria de infraestruturas.

Damsters & Tassiopoulos (2006) referem que eventos são considerados como essenciais no desenvolvimento do turismo e fulcrais no desenvolvimento de estratégias de marketing. As metas referentes aos eventos em turismo são:

- criar uma imagem favorável para um destino;
- expandir a temporada turística tradicional;
- distribuir a procura turística uniformemente numa área;
- atrair visitantes nacionais e estrangeiros.

Ao contrário das atrações turísticas permanentes, os eventos são ocorrências temporárias, geralmente com um tema específico, cujo objetivo é atrair pessoas tais como espectadores, visitantes e residentes (Light, 1996), apresentando aos visitantes uma oportunidade de participar numa experiência coletiva, onde a novidade é garantida, pois os eventos ocorrem com pouca frequência ou em diferentes momentos (Damsters & Tassiopoulos, 2006).

Para Getz (1997) eventos são considerados ocorrências temporais, que podem ou não ser planeados. Eventos planeados são caracterizados como tendo uma duração finita que é previamente definida e publicitada. Embora se realizem de acordo com um limite temporal, cada um possui um ambiente único devido a um conjunto de fatores como a duração, o

local, equipa de gestão e grupos de participantes. O local é descrito pelo autor (Getz, 1997) como um dos fatores que mais contribui para que o evento seja único. Outro dos fatores mais importantes para que o evento seja único são os próprios participantes.

Os eventos são cada vez mais importantes para as localidades e para a indústria do Turismo, especialmente em regiões (ou localidades), onde as oportunidades para gerar rendimento são mais limitadas (Pasanen, Taskinen & Mikkonen, 2009). Neste sentido, os eventos são vistos como uma atividade que permitirá aumentar a procura turística dos destinos, diminuindo ao mesmo tempo a sazonalidade destes destinos (Esu, Arrey, Basil, & Eyo, 2011). Também Light (1996) refere que a função principal de um evento é também combater a sazonalidade e numa perspetiva de marketing, um evento é fundamental para a promoção do destino.

O objetivo principal de um evento é criar atrações turísticas, capazes de gerar procura turística, satisfazendo as necessidades dos visitantes (Getz, 1991).

O que define eventos é a sua frequência de realização, com duração limitada e que oferece aos seus participantes oportunidades de lazer, oportunidades sociais e uma experiência alternativa ao quotidiano. Desenvolver eventos culturais ou outro tipo de eventos é algo atraente para pequenas comunidades e para pequenas e médias empresas. (Pasanen, *et. al.* 2009).

Sendo assim, a celebração de eventos, nomeadamente eventos culturais, pode desempenhar várias funções no destino, sendo que o aumento do número referente à realização deste tipo de eventos deve-se às novas tendências na procura de atividades culturais, mas também pelo crescimento da oferta (Ribeiro, Vareiro, Fabeiro & Blas, 2006).

Carmichael (2002), reforça também a ideia que os eventos em turismo, além de serem uma forma de turismo cultural, tiveram um crescimento considerável nos últimos anos. Para o desenvolvimento do turismo, os eventos são frequentemente vistos como uma solução para problemas de diferenciação de produtos e para a sazonalidade, tornando o mercado turístico mais competitivo. Além disso, os eventos podem proporcionar um nível de atracção nacional e internacional suficiente para melhorar a imagem do local como destino turístico.

Getz (1991) apresenta também uma série de características consideradas como mais importantes nos eventos:

- aberto ao público;

- o principal objetivo é a celebração ou a exposição de um tema específico;
- têm lugar uma vez por ano, ou então uma menor frequência de realização;
- têm data de início ou fim definidas;
- não possuem estruturas permanentes;
- o programa pode integrar várias atividades realizadas separadamente;
- todas as atividades têm lugar no mesmo local ou na mesma região;

De todas as definições de evento anteriormente abordadas, destacam-se vários elementos comuns apresentados pelos diversos autores (Tabela 2.1):

Tabela 2.1 - Elementos comuns nas definições de evento

Elementos comuns	Autores
Duração limitada	Light, 1996; Passanem <i>et. al.</i> , 2009; Getz, 1991; Getz, 1997
Tema específico	Getz, 1991; Light, 1996
Atraem visitantes	Getz, 2004; Damsters e Tassiopoulos, 2006; Light, 1996; Getz, 2008
Diminuição da sazonalidade e aumento da procura turística	Damster & Tassiopoulos, 2006; Esu <i>et al.</i> , 2011; Light, 1996;
Imagem positiva do destino	Damsters e Tassiopulos, 2006; Esu <i>et al.</i> , 2011; Getz, 2008
Proporcionam benefícios à população	Hodur e Leistriz, 2006; Esu, <i>et. al.</i> 2011

A **duração limitada** de um evento é um elemento comum em definições apresentadas por quatro dos autores analisados nesta dissertação. Light (1996) refere que os eventos são ocorrências temporais, ao contrário de atrações turísticas, que são de carácter permanente. Getz (1997) aponta como principal característica dos eventos a sua ocorrência temporal, nomeadamente a sua duração finita. Passanem *et. al.* (2009) caracterizam um evento de acordo com a sua frequência de realização. Getz (2007) considera que grande parte dos eventos apenas tem lugar uma vez por ano ou uma menor frequência de realização, com data de início ou fim previamente definidas.

A **temática** do evento apenas é referida por dois autores. Getz (1991) apresenta que um dos principais objetivos da realização de um evento é a celebração de algo, de acordo com um tema específico. Já Light (1996) refere a temática do evento como catalisador na atração de pessoas.

O poder que os eventos exercem na **atração de visitantes** é também explorada por grande parte dos autores anteriormente referidos. Getz (2004) considera que a atração de visitantes é cada vez mais importante na competitividade do destino. Damster e Tassiopoulos (2006) referem os eventos como essenciais no desenvolvimento do turismo e uma das metas é atrair visitantes nacionais e estrangeiros para o destino. Light (1996) considera o objetivo do evento atrair espectadores, visitantes e residentes.

Algumas das consequências apresentadas face à realização de eventos, são a **diminuição da sazonalidade e o aumento da procura turística**, conceito presente nas definições da maioria dos autores. Damster e Tassiopoulos (2006) apresentam como umas das principais metas resultantes da realização de um evento, a sua capacidade no combate à sazonalidade, aliado a um aumento da procura turística. Esu *et. al.* (2011) apresentam os eventos como uma atividade, que permitirá aos destinos aumentar a procura turística, diminuindo ao mesmo tempo a sazonalidade nesses mesmos destinos. Light (1996) partilha também que a principal função de um evento, na perspetiva dos organizadores, é o combate à sazonalidade. Getz (2008) refere ainda que os destinos devem promover eventos de todos os tipos para atender a vários objetivos, nomeadamente atrair turistas principalmente em época baixa.

A criação de uma **imagem positiva do destino** é considerada por Damster e Tassiopoulos (2006) e Getz (2008) resultado da realização do evento. Esu *et. al.* (2011) refere que o papel dos organizadores e dos responsáveis pelo desenvolvimento dos destinos turísticos é criar uma imagem cultural do destino, proporcionando uma partilha de cultura entre residentes e visitantes.

Finalmente, eventos proporcionam uma série de **benefícios à população**. Hodur e Leistriz (2006) apontam como principais benefícios à população, impactes de cariz económico, como por exemplo a criação de emprego e o aumento de rendimento. Esu *et. al.* (2011) referem alguns desses impactes a nível cultural, permitindo uma troca de culturas entre residentes e visitantes.

Após a exposição das várias definições de evento, citadas pelos diversos autores, no âmbito da realização desta dissertação, é possível apresentar uma definição completa de evento. Sendo assim, um evento é aberto ao público, com uma duração limitada e um tema base, capaz de atrair visitantes para a região acolhedora do mesmo, diminuindo a

sazonalidade do destino através de um aumento da procura turística, transparecendo uma imagem positiva do destino e gerando benefícios para a população.

2.3 – Características dos eventos

Eventos possuem uma série de características-chaves, relacionadas com características idênticas a outros serviços, principalmente no domínio do turismo - o lazer. Essas características, para Shone e Parry, (2010) são a singularidade, percipiabilidade, intensidade de trabalho, calendário fixo, intangibilidade, interação e contacto pessoal, ambiente e ritual ou cerimónia (Figura 2.1).

O elemento-chave de todos os eventos é a sua **singularidade**, pois cada evento é diferente, ou seja, único. É importante referir que esta singularidade não diz respeito à probabilidade de o evento ser repetido várias vezes, mas sim aos participantes, ao ambiente, ao público ou a outra qualquer variável que torna o evento único. Os Jogos Olímpicos são um exemplo desta repetição de edições. Realizado de 4 em 4 anos, atualmente os Jogos Olímpicos já passaram as 300 edições. No entanto, cada edição é única, pois diferem os atletas, público e a organização.

Ao considerarmos o evento como único, o evento é extremamente **percível**, pois não pode ser repetido exatamente da mesma maneira, independentemente do seu nível de padronização.

Segundo os autores Shone e Parry (2010), outra das características dos eventos é a **intangibilidade**. Os organizadores devem criar estratégias para que o evento permaneça na mente do participante, como por exemplo, uma lembrança ou brindes referentes à experiência, para os participantes mostrarem aos amigos ou familiares, ou então através de outras estratégias que tornem a experiência no evento mais tangível.

Relativamente às características destes eventos, os que os torna especiais são os **rituais e as cerimónias**. Estas características aplicam-se quando o evento é relativo a uma tradição.

De todas as características apresentadas, o **ambiente** é considerada uma das mais importantes. Um evento repleto de um bom ambiente pode ter um enorme sucesso.

Em algumas empresas, os clientes não têm contacto com a equipa responsável pela produção do produto e somente têm algum tipo de contacto com a equipa de vendas. Num serviço, os clientes já entram em contacto com as equipas das empresas, o que determina a experiência, devido à **interação e ao contacto pessoal**. Num evento, os participantes

fazem parte do processo. Por exemplo, num torneio desportivo, são os participantes que criam o ambiente, interagindo com outros participantes, integrando parte de toda a experiência.

Quanto mais complexo e exclusivo for o evento, maior é a **intensidade de trabalho**, tanto em termos de organização e funcionamento. A questão organizacional relaciona-se com a necessidade de um planeamento, para permitir o fornecimento de serviços de uma forma eficiente. A singularidade deste tipo de serviço implica um elevado nível de comunicação entre cliente e o responsável pela organização do evento. O elemento operacional também é importante, principalmente devido ao *staff*, pois nem todos os eventos necessitam do mesmo número. Tudo depende do tipo de evento, dos objetivos e das necessidades.

Os eventos têm também um **calendário fixo** de tempo, composto por uma sequência de atividades, com pausas ou quebras pelo meio. A questão de *timing* deve ser mantida em mente, para que o evento seja bem-sucedido e marcante (Shone & Parry, 2010).

Figura 2.1 - Características dos eventos



Fonte: Shone e Parry (2010)

2.4 – Tipologias de eventos em turismo

Segundo Getz (2007), os eventos têm um início e um fim, sendo compreendidos como fenômenos temporais. Eventos planejados, ou com a sua programação detalhada, são divulgados com antecedência e confinados a determinados locais. Estes são criados para atingir resultados específicos, incluindo resultados relacionados com a economia, cultura, sociedade e o meio ambiente. O planejamento de eventos envolve a concepção e implementação da temática, serviços e programas, que facilitam ou restringem a experiência dos participantes e espectadores.

Vários tipos de eventos são encontrados na literatura, sendo que os próximos subcapítulos são destinados à exposição de várias tipologias de eventos de acordo com os principais autores que estudam esta temática.

2.4.1 - Classificação dos eventos de acordo com a sua dimensão

Getz (2007) apresenta uma tipologia de eventos, relacionada com as funções que estes desempenham. Após a exposição das diferentes tipologias, estas podem ser também enquadradas como uma classificação de eventos segundo a sua dimensão:

1. Os *Hallmark and Iconic Events* (eventos de marca e icônicos) são símbolo de qualidade e autenticidade de determinado lugar ou cultura, associados ao destino e à comunidade local, formando uma importante imagem e marca no destino. Possuem muito significado em termos de tradição, atratividade ou publicidade que proporciona ao local, à comunidade ou ao destino, funcionando como uma vantagem competitiva desse destino quando comparado com outros destinos.

2. Os *Premier or Prestige Events* (eventos de prestígio) são eventos com prestígio inigualável, como por exemplo, o Campeonato do Mundo de Futebol.

3. Os *Mega Events* (mega eventos) são eventos que devido à sua importância e dimensão atraem um elevado número de visitantes, têm cobertura dos *media* e têm impacto económico significativo no local, bem como na comunidade.

4. *Media Event* (eventos media) são eventos ligados à televisão para alcançar audiências mundiais, com recurso a patrocínios, subsídios de turismo e agências governamentais.

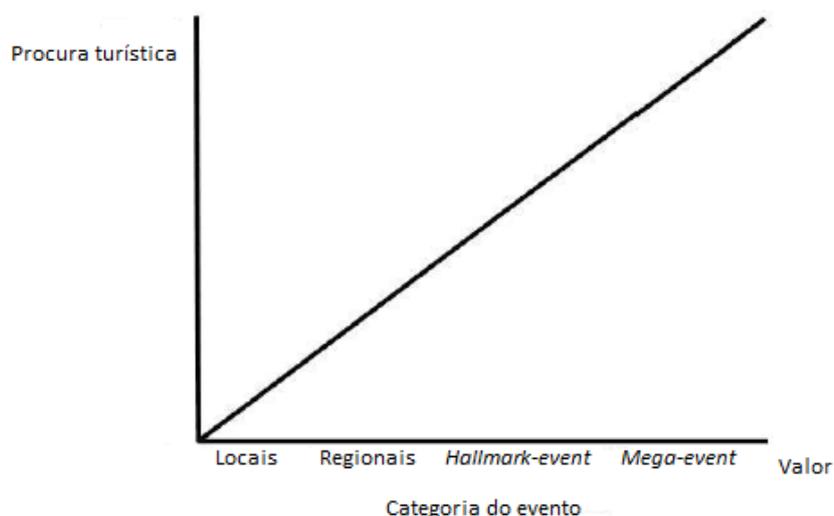
5. *Cause-related Event* (eventos de causas ou angariação de fundos) tem como objetivo angariar fundos ou promover uma causa.

6. Os *Corporate Event* (eventos corporativos e de negócios) são produzidos por empresas, onde a forma mais comum é lançamento de novos produtos, reuniões ou grandes inaugurações. Uma alternativa com cada vez mais importância, é a ligação a eventos desportivos de grandes dimensões, como por exemplo, o *Superbowl*.

7. *Special Events* (eventos especiais) cujos atributos mais importantes resumem-se à atenção internacional dada ao evento, melhoria da imagem da região, maior orgulho da população da região de acolhimento e o facto de ser uma experiência emocionante. Os atributos mais importantes referem-se sobretudo à hospitalidade, simbolismo, espírito festivo e autenticidade.

São também descritas diferentes tipologias de eventos, segundo Getz (2008), assentes no contexto do portfólio para a elaboração de estratégias e avaliação de eventos em turismo, nomeadamente os *mega events* e *hallmark event*, referindo que estas duas tipologias são as que mais se destacam, sendo o seu conceito o mesmo referente às tipologias apresentadas por Getz (2007). No entanto, o autor, Getz (2008) apresenta mais dois tipos de eventos designados por **eventos locais** e **eventos regionais**. Os **eventos regionais** (procura turística média) e **locais** (procura turística baixa) podem ter ou não potencial turístico, mediante investimento, representados na figura 2.2, de acordo com as possíveis medidas de quantificação do valor do evento, nomeadamente através do potencial de crescimento, quota de mercado, qualidade, melhoria da imagem do destino, apoio à comunidade, valor ambiental, benefícios económicos e sustentabilidade. Alguns destes eventos têm potencial de crescimento, o que requer investimento, enquanto que outros eventos locais e regionais são orientados para a comunidade, de forma a preservar a autenticidade do evento e do local, não havendo por vezes qualquer tipo de interesse por parte das entidades responsáveis pela organização de eventos num investimento.

Figura 2.2 - Relação entre o tipo de evento e a dimensão da procura turística



Fonte: Adaptado de Getz (2008)

Allen *et. al.* (2002), classifica também os eventos de acordo com a sua dimensão, diretamente interligados com os seus impactes. Os autores classificam os eventos como *Mega-events*, *hallmark events* e *major-events*.

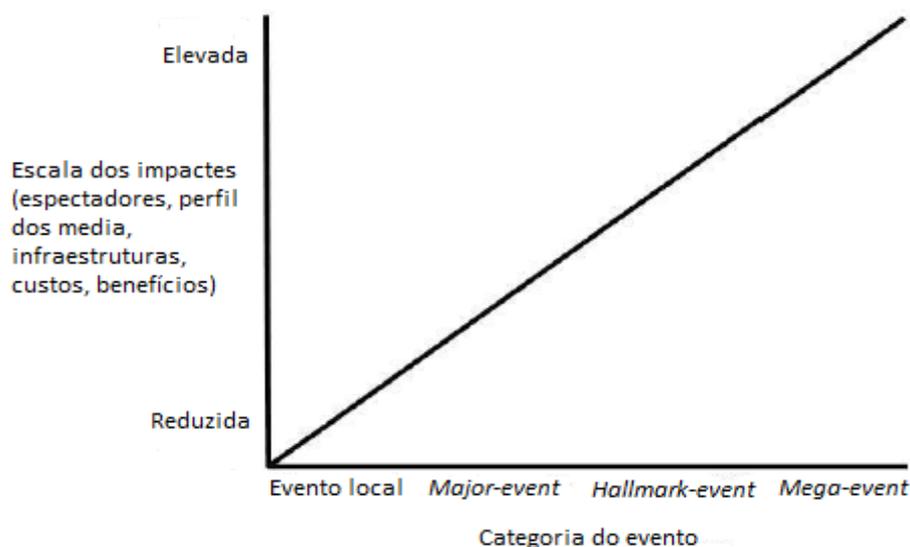
- **Mega-events** (mega eventos) são eventos de grande dimensão, com efeitos na economia global, sendo de interesse para os meios de comunicação. Exemplos deste tipo de eventos são os Jogos Olímpicos e Feiras Mundiais.

- **Hallmark events** (eventos de marca) caracterizam-se por serem eventos, que ao longo do tempo são característicos da cidade ou da região e proporcionam reconhecimento ao local, como por exemplo, o Carnaval no Rio de Janeiro.

- **Major-events** (grandes eventos) são eventos que, devido à sua dimensão e pelo nível de interesse mediático, atraem um significativo número de visitantes, bem como interesse mediático e proporcionam também benefícios económicos na região.

Além destes três tipos de eventos, os autores Allen *et. al.* (2011), fazem referência a outro tipo de evento de acordo com a sua dimensão – **evento local**. Os autores definem este tipo de evento como sendo direcionado para comunidades locais e são essencialmente criados para diversão ou entretenimento.

Figura 2.3 - Categorização dos eventos de acordo com a sua dimensão de Allen *et. al.* (2011)



Fonte: Allen *et. al.* (2011)

Para a classificação deste tipo de eventos, através da figura 2.3, os autores distinguem estes quatro tipo de eventos através da sua dimensão e do tipo e escala dos impactes.

Após a análise das várias tipologias de eventos segundo a sua dimensão, de acordo com os autores (Tabela 2.2) – Getz (2007), Getz (2008), Allen *et. al.* (2011), constatamos tipologias comuns às apresentadas por estes autores, nomeadamente o conceito de *Hallmark-event* (símbolo de qualidade e autenticidade, proporcionando reconhecimento ao local e funcionando como uma vantagem competitiva do destino), *Mega-events* (eventos de grande dimensão que atraem um grande número de visitantes, capaz de surtir efeitos na economia global) e eventos locais (podem ter ou não potencial turístico, sendo vocacionados para a comunidade local).

Tabela 2.2 - Tipologias comuns de eventos

Allen <i>et. al.</i> (2011)	Getz (2008)	Getz (2007)
<i>Hallmark-event</i>	<i>Mega-event</i>	<i>Hallmark-event</i>
<i>Mega-event</i>	<i>Hallmark-event</i>	<i>Premier or Prestige Events</i>
<i>Major event</i>	Eventos locais	<i>Mega Events</i>
Eventos locais	Eventos regionais	<i>Media Event</i>
		<i>Cause-related Event</i>
		<i>Corporate Event</i>
		<i>Special Events</i>

Fonte: Elaboração própria com base nos autores enunciados

2.4.2 - Classificação dos eventos de acordo com o tema

Getz (2008), apresenta também uma tipologia de eventos, baseada principalmente na sua forma, ou seja, nas diferenças nos seus programas e objetivos. Alguns dos eventos têm como objetivo uma determinada celebração pública e outros têm como objetivo a competição, divertimento, negócios ou socialização. De acordo com este critério são descritos na seguinte tabela alguns dos eventos que podem ocorrer em destinos turísticos.

Tabela 2.3 - Tipologia de eventos de acordo com o tema segundo Getz (2008)

Designação	Tipos
Celebrações culturais	Festivais, comemorações e eventos religiosos
Política e Estado	Cimeiras, ocasiões especiais, eventos políticos e visitas VIP (<i>Very Important Person</i>)
Arte e entretenimento	Concertos, outros espetáculos e cerimónias de entrega de prémios
Negócios e comércio	Reuniões, convenções, feiras e exposições
Educacionais e científicos	Conferências, seminários, ações de formação
Competição desportiva	Amadores / profissionais e espetador / participante
Recreativos	Desportos e jogos para divertimento
Eventos privados	Casamentos, festas e eventos sociais

Fonte: Getz (2008)

2.4.3 – Classificação dos eventos de acordo com o tipo de acesso do público

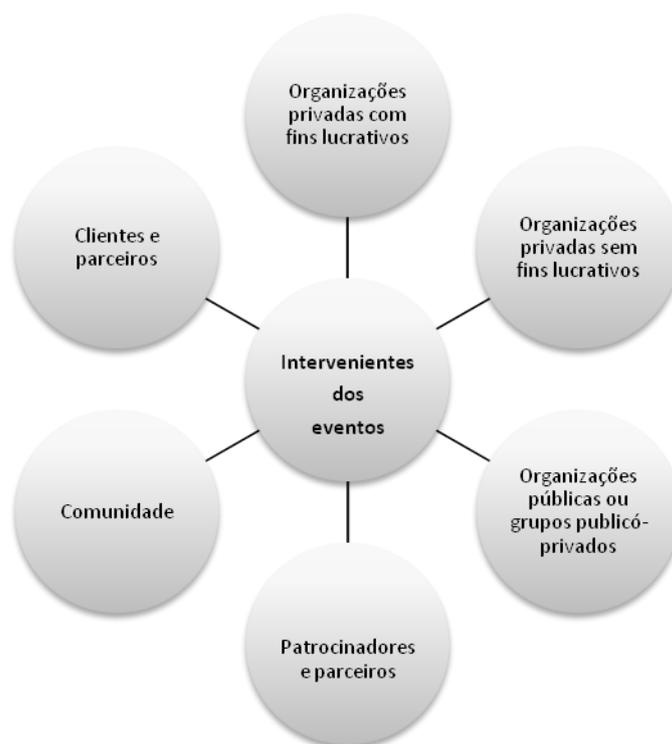
Eventos podem ser classificados de acordo com o tipo de acesso por parte do público. Sendo assim, os eventos podem ser de **carácter público**, que se caracterizam pelo livre acesso de entrada de público, geralmente com entrada livre ou mediante o pagamento respeitante à aquisição de entrada. Por sua vez, os eventos podem também ser de carácter **privado**, nomeadamente festas e celebrações restritas nas quais se pode entrar mediante convite (Getz, 1997).

O mesmo autor, Getz (1997) apresenta ainda diferentes estratégias de preços fomentadas pelas entidades responsáveis pela organização de eventos. Estas estratégias de preços variam de acordo com o tipo ou propósito do evento. Das várias estratégias que poderão ser adotadas destacam-se a entrada livre, entrada paga com um preço único e a entrada paga com preços diferentes, cujos fatores a ter em conta são, por exemplo, a idade dos participantes ou o tamanho do grupo.

2.5 – Tipos de intervenientes nos eventos

Getz (1997) propõe uma divisão de entidades organizadoras de eventos em três grandes grupos – organizações privadas com fins lucrativos, organizações privadas sem fins lucrativos e organizações públicas ou grupos público-privados (Figura 2.4).

Figura 2.4 - Intervenientes dos eventos



Fonte: Getz (1997)

Organizações privadas com fins lucrativos são empresas que produzem eventos com o objetivo de aumentar as suas receitas diretas e aumentar a sua notoriedade. Por sua vez, fazem parte das **organizações privadas sem fins lucrativos** organizações responsáveis pela organização de eventos de solidariedade e eventos diretamente associados a causas humanitárias. Por fim, as **organizações públicas ou grupos público-privados** são associações de cariz social e de lazer com a finalidade de desenvolver socialmente os participantes. Fazem parte também destas organizações associações culturais ou artísticas para a promoção das atividades organizadas pelas mesmas e associações de desenvolvimento económico e turístico cujo objetivo é a criação de emprego e rendimento.

Outro importante interveniente apresentado por Getz (1997) corresponde aos **patrocinadores e parceiros** cujos objetivos são os mesmos que as organizações responsáveis pela organização dos eventos anteriormente apresentados. A **comunidade** é também referida pelo mesmo autor como um dos intervenientes dos eventos mais importantes, devido aos potenciais impactes gerados pelo evento na comunidade acolhedora, podendo a comunidade contribuir também para a satisfação dos participantes. Por fim, Getz (1997) apresenta outro importante interveniente dos eventos – **clientes e parceiros**, que procuram benefícios provenientes dos eventos. Do ponto de vista do cliente/consumidor, o evento é uma oportunidade para realizar uma atividade social, cultural, de lazer ou de educação fora do âmbito normal de escolhas ou da vivência do quotidiano. Hall (1992), apresenta uma série de benefícios que os clientes/parceiros esperam obter através da sua participação em eventos (Tabela 2.4)

Tabela 2.4 - Benefícios na participação em eventos segundo Hall (1992)

Tipos de benefícios	
Diferença	Experimentar algo diferente daquilo que podem fazer em casa
Escape	Fuga da monotonia do dia-a-dia
Satisfação	Ser esperado e “mimado”
Aprendizagem	Procura pela aprendizagem de algo novo e diferente, conhecer novas culturas ou novos estilos de vida.
Aventura	Fazer algo emocionante, ousado e desafiante
Convivência	Fazer novos contactos e novos amigos

Fonte: Hall (1992)

Segundo Hall (1992), os benefícios descritos na tabela 2.4 dependerão da natureza do evento.

O sucesso dos eventos, está diretamente interligado com a colaboração e coordenação de todos os intervenientes envolvidos, desde agentes públicos ou privados a residentes do território em causa (Ribeiro, *et. al.* 2006).

2.6 – Conclusão

Neste capítulo procurou-se definir o conceito de evento, as características dos eventos, tipologias de eventos em turismo, classificações de eventos de acordo com a sua dimensão, tema, acesso ao público e aos tipos de intervenientes.

Relativamente à **definição de evento**, foi possível compreender que não há uma uniformização do conceito entre os autores referenciados, impossibilitando assim uma definição genérica. No entanto, no âmbito desta dissertação, considerando-se que um **evento** é uma ocorrência temporal, podendo ou não ser planejado, com um tema específico, com uma duração limitada, pois pode ter lugar apenas uma vez por ano ou com uma menor frequência de realização já com uma data de início e fim definidas, atraindo assim visitantes à região palco de determinado evento. Com a realização do evento é possível diminuir a sazonalidade, transparecendo uma imagem positiva do destino e proporcionando benefícios à população.

Por sua vez, os **eventos** estão relacionados com algumas das **características dos serviços**, no domínio do turismo, nomeadamente a singularidade, pois cada evento é único, perecibilidade pois não tem um nível de padronização, não podendo assim ser reproduzido várias vezes de igual forma, intangibilidade, tornando a experiência da participação no evento em algo único capaz de permanecer na mente do participante.

Foram também apresentadas várias **tipologias de eventos** em turismo propostas por diversos autores, sendo que os eventos podem ser classificados de acordo com a sua dimensão, tema e o tipo de acesso ao público. Por fim são também apresentados os **tipos de intervenientes** nos eventos.

De acordo com a tipologia de eventos de acordo com a sua dimensão, o evento em estudo – *Terra dos Sonhos*, pode ser considerado um **evento regional**, caracterizado por ser um evento com procura turística média e com reduzidos impactes para a região.

Por fim, os **intervenientes** objeto de estudo nesta dissertação são a **comunidade**, pois têm de conviver com os potenciais impactes que são gerados pelo evento, podendo estes também contribuir para a satisfação dos participantes. Outro importante interveniente alvo de estudo são os clientes\parceiros, pois de um ponto de vista do cliente\consumidor, o evento é considerado como uma oportunidade para realizar uma atividade social, cultural, de lazer ou de educação fora das escolhas ou vivências do quotidiano, através do qual são esperados benefícios com a participação, nomeadamente diferença, escape, satisfação, aprendizagem, aventura e convivência.

Capítulo 3. Impactes económicos dos eventos

3.1 – Introdução

Neste capítulo pretende-se compreender porque razão os eventos são tidos como importantes fatores de desenvolvimento dos destinos.

Após a apresentação dos benefícios potenciais proporcionados pelos eventos, são apresentadas as despesas efetuadas pelos participantes em eventos, caracterizando-se então **os padrões de consumo dos participantes em eventos culturais**, através das várias formas de consumo em turismo apresentadas pela Organização Mundial do Turismo e pela Conta Satélite do Turismo, nomeadamente o **consumo turístico** efetuado na **preparação da viagem, durante a viagem e depois da viagem**.

Uma vez que um dos principais objetivos da presente dissertação é analisar a importância dos eventos no desenvolvimento económico dos destinos, analisando em concreto as despesas turísticas que são realizadas pelos participantes no desenvolvimento do destino, irá ser dada especial atenção às despesas realizadas pelos participantes na preparação da viagem e durante a viagem, analisando também as principais metodologias utilizadas para a obtenção de dados em despesas turísticas e despesas em eventos.

A metodologia escolhida para a concretização dos objetivos deste capítulo passa pela análise de artigos científicos, cuja temática principal são as despesas efetuadas em turismo de um modo geral e posteriormente são estudadas as despesas realizadas em várias tipologias de eventos.

3.2 - Importância dos eventos no desenvolvimento económico dos destinos

O turismo só recentemente começou a ser alvo de investigação, relativamente ao seu papel determinante no desenvolvimento económico do destino, sendo que os benefícios económicos potenciais devem-se principalmente ao aumento de número de viagens e consequentemente a um aumento de salários e receita fiscal, o que levou muitas comunidades a intensificar esforços de desenvolvimento turístico, como por exemplo, através da criação de eventos (Fleming & Toepper, 1990).

Segundo Light (1996) os eventos são utilizados para estimular a procura, atrair novos visitantes (que sem a realização do evento não visitariam o destino) ou para atrair visitantes que anteriormente visitaram o destino. Já para os visitantes, o mesmo autor, Light, (1996)

refere que os eventos oferecem um vasto leque de experiências, atendendo às necessidades físicas dos mesmos, entretenimento, benefícios interpessoais ou sociais, como por exemplo, a interação com a família e amigos ou o facto de proporcionar aos visitantes experiências de valorização, compreensão e autoestima.

Através dos benefícios dos eventos, os organizadores e os responsáveis pelo desenvolvimento dos destinos turísticos criam em conjunto, agendas culturais anuais, proporcionando um aumento do fluxo turístico e simultaneamente criam uma imagem cultural do destino. Os eventos também proporcionam à população local, uma oportunidade para a partilha de cultura, o intercâmbio de experiências e informação. Os eventos oferecem então, a possibilidade de os turistas verem como as comunidades locais festejam a sua cultura e como isso afeta o desenvolvimento da própria comunidade. No entanto, alguns eventos têm impactes negativos, principalmente sobre a comunidade local, pois quando um evento atrai grande número de visitantes numa área relativamente pequena, aumenta o ruído, o tráfego e a criminalidade (Esu, *et. al.* 2011).

Eventos culturais e atrações são considerados como um fator-chave para a continuação da existência de comunidades rurais. O impacte económico de um evento cultural é considerado como a quantidade de atividade económica que a comunidade não teria sofrido se o evento não se realizasse (Young, Young, Parkin & Diamond, 2010).

As comunidades usam um vasto leque de estratégias para atrair um crescente número de visitantes, centrando-se em recursos naturais ou atrações históricas, enquanto que outras optam em melhorar ou desenvolver infraestruturas para acolher diversos eventos. Os eventos têm impactes a longo prazo, devido a investimentos efetuados nessa área e também devido ao aumento do número de visitantes. Estas alterações poderão também resultar num aumento da **atratividade do destino** o que contribuirá para uma melhoria da sua **competitividade** (Hernández-Martin, 2007). Segundo Gursoy, Kim e Uysal (2004), a realização de eventos pode também ser vista como um incentivo para a comunidade local no desenvolvimento de novas infraestruturas.

Brown, Var e Lee (2002) apresentam também alguns impactes económicos dos eventos ou festivais em pequenas comunidades. Segundo os autores, o impacte económico positivo mais comum é o **aumento de atividade comercial**. Os impactes económicos positivos menos referenciados são o aumento do número de horas de trabalho e o conseqüente **aumento do rendimento**, que significa renda adicional, o aumento da disponibilidade de

produtos para venda que não são comuns para a comunidade e um aumento na venda de produtos de artesanato. No entanto, os mesmos autores Brown, *et. al.* (2002) apresentam impactes que têm em simultâneo aspetos positivos e negativos, como por exemplo, um aumento da presença de polícia devido à realização do evento, que significa um aumento de custos com pessoal para o município, mas por outro lado representa rendimento adicional a polícias fora de serviço, que são destacados especialmente para o evento. Por sua vez, impactes negativos menos relatados incluem o aumento da recolha de lixo e o aumento de tratamento de águas residuais, que podem corresponder a um aumento de custos para o município. No entanto, como referido anteriormente por outros autores (Light, 1996; Passanem *et. al.*, 2009; Getz, 1991; Getz, 1997) como a duração do evento é geralmente curta, os impactes económicos positivos são o foco principal.

O **fluxo positivo de receita** gerado pelo evento numa região, não deve de ser o único fator chave de sucesso de um evento. É necessário ter em conta os impactes sociais negativos de um evento que podem pôr em risco o futuro do evento na região acolhedora, bem como os impactes negativos ambientais. No entanto, os impactes positivos podem contrariar os negativos. Os eventos são um modo de combater a **sazonalidade**, distribuindo receitas e contribuindo para um **aumento das oportunidades de emprego**. Outros fatores que podem contribuir para o sucesso de um evento, são o **aumento da permanência do visitante** no destino, aumentar as despesas dos visitantes, melhorar a perceção do destino e aumentar o orgulho cívico da população. No entanto, apenas os efeitos económicos dos eventos são de interesse para esta dissertação. Sendo assim, na tabela 3.1 são identificados os principais efeitos económicos dos eventos para as comunidades recetoras (Jacneczko *et. al.*, 2002; Allen *et. al.* 2011).

Tabela 3.1 - Impactes económicos dos eventos

Impacte económico dos eventos	Positivos	Negativos
	Aumento do rendimento Aumento da receita fiscal Aumento das oportunidades de negócio Crescimento da atividade comercial Criação de emprego Melhoria das condições de vida da comunidade Aumento do investimento em infraestruturas	Preços inflacionados durante o evento Custos de oportunidade Inadequada gestão financeira Prejuízos financeiros Especulação imobiliária

Fonte: Jacneczko *et. al.* (2002), Gursoy *et. al.* (2004) e Allen *et. al.* (2011)

A magnitude do impacte económico do consumo de visitantes num determinado destino, segundo Saayman (2007, citado por Saayman e Rossouw 2011) depende principalmente de:

- o número total de visitantes que visitam um determinado turístico;
- a duração da estada;
- a despesa média dos turistas na área ou país;
- a circulação das despesas efetuadas na economia do destino turístico;

Neste sentido, os impactes económicos do consumo efetuado pelos participantes (visitantes e residentes) de um determinado evento dependerão: do número total de participantes no evento, da duração da permanência no evento, da despesa diária efetuada por cada participante no evento e do efeito multiplicador da despesa efetuada.

As despesas efetuadas pelos participantes dos eventos poderão ser realizadas em transportes, alojamento, refeições ou outros gastos motivados pela realização do evento (Hodur e Leistritz, 2006), sendo os impactes económicos diretos gerados pelos eventos dependentes desta despesa (Della Lucia, 2013).

Embora os eventos possam ter uma série de objetivos, em destinos de pequena dimensão desempenham um papel importante no desenvolvimento do turismo e, conseqüentemente, no desenvolvimento económico desses destinos.

A aposta na dinamização de eventos é uma forma de crescimento rápido, cada vez mais popular, nomeadamente em áreas rurais, revitalizando assim as economias locais. Os eventos, sendo usados para atrair visitantes, são um fator chave para atenuar a sazonalidade, pois além de incentivar os visitantes a participar, atraem também novos visitantes, que sem a realização do evento não visitariam a região. Estes novos visitantes trazem dinheiro novo, diversificando ainda mais o mercado, aumentando assim as receitas obtidas pelas atividades económicas do destino. É também importante realçar que os eventos têm poder de atração e detêm poder, ou seja, não só atraem novos visitantes, como também contribuem para ajudar a manter os mesmos na região por mais tempo (Janeczko, Mules & Ritchie, 2002). Também Bowitz e Ibenholt (2009) referem que iniciativas locais, tais como festivais, eventos, concertos e parques de diversão estão a crescer rapidamente, o que contribui para um crescente número de turistas na comunidade local e conseqüentemente uma potencial fonte de crescimento da economia local (Hodur & Leistritz, 2006).

De acordo com Jago e Dwyer (2006), *in* Pasanen *et. al.* (2009), o impacte económico de um evento numa região é o valor líquido de todas as entradas e saídas de dinheiro, que ocorrem devido à realização do evento. O contributo essencial para a avaliação do impacte económico é a quantidade de despesas que ocorrem, resultantes do evento (por exemplo, as despesas dos visitantes e as despesas na organização do evento efetuadas na localidade).

Uma variedade de métodos tem sido utilizados para avaliar o impacte económico dos eventos, sendo que o método mais comum para obter informação sobre as despesas realizadas pelos participantes nos eventos é através de um inquérito por questionário administrado a uma amostra de participantes do evento (Breen, Bull & Walo, 2001).

Em todas as avaliações de impactes económicos, o número de participantes presentes no evento ou na atração são uma variável muito importante, na medida em que o valor total das despesas que é efetuado no destino, em consequência da participação no evento, depende do número de participantes e das despesas efetuadas por cada participante (Young, *et. al.* 2010).

Num estudo feito por Young, *et. al.* (2010), *The 1995 Northern Conference University Games* (Lismore, EUA, 1995) o evento atraiu cerca de 1600 pessoas, das quais 1300 eram participantes de 14 modalidades de desporto e cerca de 300 eram funcionários, voluntários e apoiantes. O objetivo era avaliar as despesas que os participantes efetuaram em alojamento, entretenimento, alimentação e bebidas, transportes e lembranças/*merchandising*. Para estimar estas despesas, era pedido aos inquiridos o total das despesas realizadas nos quatro dias do evento, em cada uma das categorias acima descritas. Como resultado, constatou-se que cerca de metade dos participantes teve maior percentagem de gastos em alimentação e bebidas e que cerca de 35,8 % ficou hospedado em hotéis.

Para além das categorias já referidas, é também importante estimar os gastos em comunicações (Esu, *et. al.* 2011; Organização Mundial do Turismo 1995; 2000), entretenimento, tabaco, produtos de higiene pessoal e vestuário (OMT, 1995).

As despesas realizadas no consumo de bens e serviços por parte dos participantes permitem avaliar o efeito direto do evento no destino. Por sua vez, o efeito indireto são as interligações que ocorrem entre as atividades económicas do destino em consequência de ter existido consumo de bens e serviços por parte dos participantes nos eventos. Os efeitos induzidos são gerados em consequência de um aumento do rendimento disponível das

famílias, de forma direta e indireta. Se este rendimento for gasto na economia que está a ser objeto de análise irá originar efeitos ao nível da produção, receitas das empresas, rendimento, emprego e receitas do estado (Esu, *et. al.* 2011). Nesta dissertação apenas são objeto de análise as despesas realizadas pelos participantes de eventos (visitantes e residentes) que ocorrem no destino onde tem lugar um evento.

Quanto mais um evento ou um festival conseguir atrair visitantes, maiores serão as despesas totais realizadas. Mais visitantes significa mais despesa em transporte, alojamento, atividades recreativas e culturais, em compras e aquisição de outros serviços. Por contrapartida atrair visitantes residentes implica menores despesas efetuadas na região (Getz, 1997).

Para Getz (1991), a avaliação do impacte económico de um evento é uma forma especial de avaliação, focado no benefício e no custo económico gerado pelo evento. Grande parte dos dados relativos aos impactes económicos devem surgir a partir de levantamentos de informações aos visitantes e devem incluir o total na despesa realizada na viagem, o total gasto no evento pelos visitantes, os gastos do visitante por dia, por visita ou por noite, o local onde o dinheiro foi gasto no evento e verificar se o dinheiro gasto pelos visitantes na viagem foi no **alojamento, transporte, alimentação, compras** ou **entretenimento** (Getz, 1991; Hodur & Leistriz, 2006).

No entanto, várias opiniões foram encontradas na revisão de literatura, no que respeita à inclusão das despesas realizadas. Os impactes económicos gerados pelos eventos são consequência de toda a procura gerada no evento – independentemente da procura ser realizada por visitantes ou residentes, sendo que Gelan, (2003:409) refere no seu estudo para quantificar o impacte económico local do “1999 British Open”, no Reino Unido, que a *“as despesas turísticas realizadas pelos residentes no local da realização do evento devem ser incluídas para estimar o efeito económico do evento na região, para aumentar a precisão da avaliação do impacte económico”* (tradução nossa).

Os estudos de impacte económico são considerados um tipo de avaliação especial, focado nos benefícios e custos económicos que são gerados pelo evento Getz (1991). Grande parte dos dados relativos a impactes económicos surgem através de dados levantados a partir dos visitantes e devem incluir o total de despesa efetuado pelo visitante realizado na viagem, o total gasto no evento por todos os visitantes, os gastos por visitante por visita ou por noite,

estimar onde foi gasto o dinheiro no evento e nos itens onde o dinheiro foi gasto na viagem ao nível do alojamento, transporte, alimentação, compras e entretenimento.

Num estudo que visa estimar o impacte económico das despesas realizadas pelos visitantes em dois festivais, realizados na Carolina do Norte, numa zona rural, Chhabra *et. al.* (2003) concluíram que enquanto que restaurantes locais, unidades de alojamento, fornecedores e patrocinadores beneficiam dos gastos substanciais dos visitantes, os multiplicadores são relativamente pequenos e portanto o impacte económico representa apenas uma pequena percentagem de atividade económica da região.

Sendo assim, o turismo tornou-se um importante sector económico em vários destinos turísticos. As áreas locais têm identificado os gastos dos visitantes como uma fonte de crescimento potencial da economia. Os gastos dos visitantes podem então contribuir para a economia local, daí as comunidades apostarem no desenvolvimento do turismo, como por exemplo, através da procura de bens e serviços de vários sectores de atividade, aumentando as oportunidades de emprego locais (Hodur & Leistriz, 2006).

Os mesmos autores, Hodur e Leistriz (2006), referem ainda que as comunidades têm usado um vasto leque de estratégias para atrair visitantes. Algumas centram-se sobretudo em recursos naturais ou atrações históricas nas suas áreas locais, enquanto que outros desenvolvem infraestruturas para melhorar a capacidade de hospedar visitantes e desenvolverem uma variedade de eventos para atrair novos visitantes.

3.3 – Despesas efetuadas pelos participantes em eventos

Para uma correta apresentação das várias categorias de despesas em eventos, é importante em primeiro lugar definir as várias formas de consumo turístico. Segundo a OMT (2000), a Conta Satélite do Turismo reconhece várias formas de consumo turístico. Nesta dissertação, considerar-se-á apenas o consumo turístico que é realizado na região destino, correspondendo assim ao consumo em eventos.

A definição de despesas em turismo está ligada à definição de consumo turístico. Segundo a OMT (1995:3), despesas em turismo são definidas como “*a despesa total efetuada por um visitante ou por sua conta, realizadas para e durante a sua viagem e permanência no destino*” (tradução nossa). Estes gastos podem não ser exclusivamente realizados pelo visitante. No caso de um grupo, como por exemplo, uma família, as despesas podem ser realizadas por uma pessoa/parente ou então em nome de outra, como por exemplo uma criança dependente. Estas despesas podem ser também financiadas por entidades

governamentais ou outro tipo de organismo. Sendo assim, com base na definição apresentada, as despesas efetuadas pelos visitantes na *Terra dos Sonhos* corresponde às despesas efetuadas pelo visitante ou por sua conta, para que seja possível a sua participação no evento.

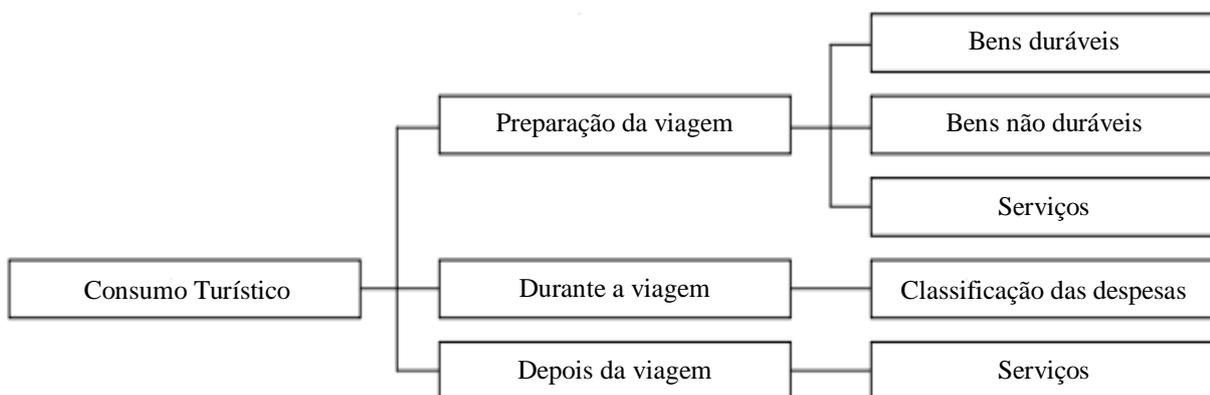
Tabela 3.2 - Classificação das despesas dos visitantes

Grupos de despesa	Definição
Despesa na preparação da viagem	Despesas antecipadas necessárias para a realização da viagem.
Despesa durante a viagem	Despesas decorrentes da viagem e despesas efetuadas nos locais visitados.
Despesa após a viagem	Gastos efetuados no país / local de residência após a viagem.

Fonte: OMT (1995; 2000)

As várias componentes que formam a despesa / consumo turístico podem ser divididas em três grandes grupos, dependentes do local onde é realizada a despesa. Estes três grupos, segundo a OMT (1995) e OMT (2000), são referentes a despesas realizadas na **preparação da viagem, durante a viagem ou depois da viagem** (Figura 3.1).

Figura 3.1 - Classificação das despesas dos visitantes



Fonte: OMT (1995; 2000)

O conjunto de **despesas realizadas na preparação da viagem**, são definidas pela OMT (2000), como o valor total de bens e serviços adquiridos pelas famílias, na preparação ou antecipação de uma ou mais viagens, que incluem bens duráveis, bens não duráveis e serviços.

- a) **bens duráveis de consumo turístico:** bens que podem ser utilizados com a finalidade de consumo contínuo, ao longo de um período de um ano ou mais.
- b) **bens não duráveis de consumo turístico:** bens que os consumidores compram e podem usar na viagem, mas que não são usados repetidamente ou continuamente ao longo de um período de mais de um ano. Sendo assim, os bens não duráveis de consumo turístico são adquiridos por famílias antes de partirem para uma única viagem e apenas utilizados nessa mesma viagem.
- c) **serviços de consumo turístico:** as famílias podem adquirir determinados serviços como resultado da viagem (OMT, 2000).

Tabela 3.3 - Tipos de bens e serviços de consumo turístico incorporados na preparação da viagem

Bens duráveis de consumo turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Equipamento desportivo e recreativo (exemplos: <i>ski</i> e golfe) - Acessórios de viagem e bagagem - Câmaras e outro equipamento fotográfico - Veículos de recreio e caravanas - Vestuário - Bicicletas - Mapas
Bens não duráveis de consumo turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Alimentação e bebidas - Filme fotográfico - Cassetes, baterias e pilhas para câmaras - Cremes - Tabaco - Bens desportivos (exemplos: bolas de ténis)
Serviços de consumo turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Filmes fotográficos - Reparação de veículos automóveis, câmaras ou outros bens duráveis para serem utilizados na viagem

Fonte: OMT (2000), baseado em Eusébio (2006)

Dado que são as despesas efetuadas durante a viagem, as que têm um maior interesse de análise nesta investigação, de seguida vamos analisar detalhadamente cada tipo de despesa relativamente à categorização proposta pela OMT. Sendo assim, segundo a OMT (1995; 2000), uma categorização das despesas realizadas em turismo é constituída por sete categorias:

- a) Pacotes turísticos;
- b) Alojamento;
- c) Alimentação e bebidas;
- d) Transportes;

- e) Atividades recreativas, culturais e desportivas;
- f) Compras;
- g) Despesas em serviços não específicos do turismo adquiridos durante a viagem;

No domínio desta dissertação, será utilizada esta classificação proposta pela OMT, cujo objetivo será caracterizar as despesas dos participantes em eventos culturais, despesas essas, que são realizadas durante a viagem, mais concretamente durante a participação no evento. Embora a revisão da literatura efetuada no âmbito das categorias de despesas apresenta diversas classificações, esta é a mais completa, sendo que as categorias de despesas apresentadas em outros estudos podem ser enquadradas nas categorias de despesa utilizadas nesta dissertação.

a) Pacotes turísticos

Os pacotes turísticos compreendem dois ou mais produtos, que são adquiridos pelos visitantes como um só. Um pacote turístico é composto pelo transporte e alojamento (não necessariamente), podendo também incluir alimentação, aluguer de automóveis, passeios turísticos, admissão para cinemas e atrações, ou ser constituído por outro qualquer produto de interesse para o turista. O pacote é composto por um único preço, que normalmente é mais barato do que a aquisição separadamente de todos os bens pelo visitante (OMT, 2000).

No entanto, segundo Eusébio (2006), para estimar o impacto económico, é necessário distribuir o custo total do pacote turístico segundo a totalidade das componentes que o definem.

Num estudo relativo ao impacto económico de um evento desportivo com duração de quatro dias (NCUSA – *Northern Conference University Games*, realizado em Lismore, EUA), os estudantes foram inquiridos com a finalidade de obter alguma informação relativa ao valor que atribuíram ao alojamento, incluído no pacote de viagem que tinham adquirido. A informação recolhida não foi uniforme, pois alguns dos estudantes atribuíram valores mais altos ao alojamento, que outros estudantes, maioritariamente desconhecendo o custo real relativo ao alojamento (Breen, Bull e Walo, 2001).

No caso da presente dissertação, não serão analisadas as despesas dos participantes realizadas na aquisição de um pacote turístico.

b) Alojamento

Corresponde à despesa efetuada pelo visitante em alojamento, nomeadamente aos gastos realizados em hotéis e estabelecimentos similares, parques de campismo, colónias de férias, aquisição de caravanas entre outros (OMT, 2000).

Alguns estudos realizados relativamente às despesas realizadas em alojamento referentes à participação em eventos, apontam para o total de noites que os visitantes permanecem no destino em análise e o tipo de alojamento escolhido. No entanto, é importante que organizações responsáveis pela organização de eventos, desenvolvam programas complementares relativos ao evento, de forma a que os participantes prolonguem a sua estada em determinado destino turístico.

No entanto, outro fator está diretamente ligado às despesas realizadas pelos visitantes em alojamento. O montante total de despesas realizadas pelos participantes em eventos está proporcionalmente relacionado com o local de residência do participante. Quanto mais longe o local de residência, maior será a probabilidade de este utilizar unidades de alojamento disponíveis na região, ou então o alojamento particular gratuito (exemplo: residência de amigos ou familiares). Caso o local de residência do participante corresponda ao local de realização do evento, o participante utilizará alojamento próprio.

Esu, *et. al.* (2011), no estudo que realizaram relativamente às despesas efetuadas no *Calabar Carnival* (Nigéria), referem como conclusão do estudo que 50% dos inquiridos que pernoitam em hotéis, 37% em casa de familiares e amigos, 8% pernoitam na própria residência, 3% B&B (*Bed and Breakfast*), 1% em *Hostels* e 1% em Motéis. Num outro estudo realizado por Gelan (2003), relativo a um evento desportivo – *The British Open* - concluiu-se que a média mais alta de gastos referentes às categorias de despesas por parte dos turistas por dia foi em alojamento (41,92 dólares), sendo que em residentes, esta foi a única categoria em que não existe qualquer tipo de despesa por dia associada. Outra das diferenças de gastos em alojamento pode ocorrer, segundo Chhabra, Sills e Cubbage (2003), devido à duração do festival. Estes autores realizaram um estudo referente ao impacto económico de dois festivais escoceses na Carolina do Norte. Estes dois festivais – “*The Grandfather Mountain Highland Games*” e “*Flora Macdonald Highland Games*” - têm uma duração diferente. Um tem a duração de quatro dias, enquanto que o outro tem apenas a duração de um dia respetivamente. No primeiro festival, 42,5% das despesas efetuadas foi em alojamento, enquanto que no segundo o total de despesa nesta categoria

foi de 20,3%. Crompton *et. al.* (2001), num estudo de impacte económico referente a um festival com duração de quatro dias – *Springfest*, em Ocean City – referem a existência de dois tipos de visitantes. Os *Extended Stayers*, que aumentam a sua estadia em média 1,94 dias devido à realização do evento e os *Out-of-Towners*, cujo tempo de permanência é de 2,10 dias e a principal motivação é a participação no festival. Relativamente às despesas, os autores apresentam valores médios em dólares. Sendo assim, os *Extended Stayers*, em alojamento gastaram em média 11,97 dólares (corresponde a 23,4% da despesa total) e os *Out-of-Towners* gastaram nesta categoria, em média 7,85 dólares (23,9% da despesa efetuada pelos inquiridos foi em alojamento). Ainda no domínio do alojamento, no estudo relativo ao evento desportivo NCUSA – *Northern Conference University Games*, 35,8% dos participantes escolheram como alojamento hotéis e motéis, enquanto que 42,5% dos inquiridos permaneceram alojados na Universidade. Relativamente à percentagem de gastos realizados nesta categoria, 35,3% da despesa total foi realizada em alojamento (Breen *et. al.* 2001). No evento desportivo *Two Ocean Marathon*, realizado na África do Sul, cujo objetivo é apurar as determinantes sociodemográficas e comportamentais que influenciam a despesas dos participantes, constatou-se que estes gastaram 34,2% da sua despesa total em alojamento (Kruger, *et. al.* 2012). Os participantes do evento *Tall Ships ‘76 Celebration*, em Rhode Island, caracterizado por ser um evento de curta duração, a percentagem de despesa em alojamento foi de 13,7% (Bitta, Loudon, Booth & Weeks, 1977).

Pode concluir-se então que as despesas em alojamento variam de acordo com a duração do evento. Participantes em eventos com duração de um dia pernoitam menos noites no destino do que participantes em eventos que duram um fim-de-semana ou mais (Getz, 1997).

c) Alimentação e bebidas

A categoria de despesa “alimentação e bebidas” inclui as despesas efetuadas pelo visitante em alimentação e bebidas em cafés, restaurantes, bares, tabernas e clubes, bem como alimentação e bebidas consumidas em locais de diversão, onde o principal motivo de visita é frequentar esse lugar com a finalidade de consumo de alimentos e bebidas.

Fazem parte deste grupo de despesa alimentos e bebidas consumidos em estabelecimentos de alojamento, consumo em transportes públicos não incluídos na tarifa do transporte e

despesa efetuada em supermercados e mercearias, estabelecimentos de *fast food* e *take away* (OMT, 2000).

No âmbito desta categoria de despesas, um residente na região acolhedora do evento poderá almoçar em casa antes de se dirigir para o local do evento ou jantar em casa após a presença no mesmo. No entanto, devido à oferta de restauração presente no interior do recinto da *Terra dos Sonhos*, o visitante poderá também realizar despesas em alimentação e bebidas no interior do recinto de realização do evento.

Chhabra, *et. al.* (2003) refere que no festival com uma duração de quatro dias, a despesa efetuada em alimentação e bebidas (17,1%) é menor do que a despesa realizada nesta categoria no festival com a duração de um dia (26,6%). Uma das justificações apontadas é sugerida por Kastenholz (2005), pois quem permanece por um período mais curto no destino tende a efetuar despesas diárias superiores. Por sua vez, Craggs e Schofield (2009), no estudo relativo ao levantamento das despesas, por categoria, no “*The Quays*”, em Salford, Reino Unido, a percentagem de gastos por categoria mais elevada foi em alimentação e bebidas (o autor dividiu esta categoria em gastos efetuados em restaurantes, cafés e bares). Como irão ser explicados nos parágrafos seguintes, vários estudos referentes às despesas efetuadas em alimentação e bebidas podem ser analisados, usando como referência a categorização apresentada pela OMT (1995; 2000). Sendo assim, a percentagem de visitantes com despesas em alimentação e bebidas foi de 78,2%, sendo que a média de gastos, nesta categoria foi de 21 libras. Crompton, *et. al.* (2001), no estudo referente ao festival *Springfest*, os inquiridos pertencentes ao grupo dos *Extended Stayers* (principal motivação foi a participação no festival), realizaram 35,5% da sua despesa total em alimentação e bebidas enquanto que os *Out-of-Towners* (grupo de participantes cuja motivação principal não foi o evento, mas que devido à sua realização, a sua estada média aumentou) realizaram 38,6% da sua despesa na presente categoria. No evento desportivo NCUSA – *Northern Conference University Games*, os participantes gastaram 48,86% da sua despesa total em alimentação e bebidas (Breen *et. al.*, 2001). Ainda no domínio dos eventos desportivos, no estudo de Kruger, *et. al.* (2012) relativo ao evento *Two Oceans Marathon*, os autores concluíram que os espectadores gastaram 33,1% da sua despesa total em alimentação e bebidas. No evento *Tall Ships’ 76 Celebration*, os participantes gastaram 42,12% da sua despesa total em alimentação e bebidas (Bitta, *et. al.* 1977).

Finalmente, Getz (1991) propõem uma diferenciação na categoria de alimentação e bebidas no âmbito dos eventos. Este consumo pode ser realizado no **interior** ou no **exterior** do recinto.

Nos vários artigos analisados, nenhum autor propõem esta diferenciação de despesas. No entanto, no domínio desta dissertação, a constatação dessa diferenciação é importante para estimar as despesas dos visitantes em alimentação e bebidas dentro e fora do recinto onde decorre o evento.

d) Transporte

A categoria de despesa “transporte” inclui as despesas efetuadas em transporte no seguimento da viagem. Estas despesas são referentes a despesas desde a viagem de residência até um determinado terminal de transporte, viagem até alojamento, locais visitados realizados em qualquer tipo de transporte pago, excursões, combustíveis, aluguer de veículos, despesas de estacionamento, reparação de veículos e portagens (OMT, 2000).

Warnick *et. al.* (2010), num estudo realizado de uma avaliação pós-evento para avaliar o impacto económico total do “*The Great New England Air Show*”, a categoria de despesas onde foi realizada uma maior despesa média foi a do transporte. Essu *et. al.* (2011) refere que o meio de transporte mais utilizado para deslocação durante o evento foi o veículo privado. Por sua vez, Chhabra *et. al.* (2003) num estudo do impacto económico de dois festivais com tempo de duração diferentes - “*The Grandfather Mountain Highland Games*” e “*Flora Macdonald Highland Games*”, concluíram que despesas referentes a transporte num evento com duração de quatro dias foi de 8% (7,7% em combustíveis, 0,2% em reparações do veículo próprio e 0,1% em rent-a-car) e no evento com duração de um dia a única despesa nesta categoria foi realizada em combustível, sendo que a percentagem de gastos dos visitantes nesta categoria foi de 11,6%. No que respeita aos participantes do *Springfest*, os *Extended Stayers* gastaram em média 3,71 dólares na categoria “transporte” (equivale a 6,8% das despesas) e os *Out-of-Towners* gastaram em média 2,70 dólares (corresponde a 8,2% da despesa total) Crompton *et. al.* (2001). Por sua vez, no estudo do impacto económico do evento *Tall Ships’ 76 Celebration*, foram gastos 14,9% na categoria referente ao transporte (Bitta *et. al.* 1977). No estudo relativo ao evento desportivo NCUSA – *Northern Conference University Games*, de Breen *et. al.* (2001), 5,9 % da despesa total efetuada foi em transporte. No evento desportivo *Two Oceans Marathon*, a

categoria referente aos transportes constitui 28,3% das despesas dos espectadores (Kruger, *et. al.* 2012).

As despesas realizadas em transporte do visitante estão diretamente ligadas com a distância da residência do visitante, pelo que quanto maior for a distância, maior será a probabilidade de os gastos nesta categoria aumentarem, desde custos com combustível ou portagens.

e) Atividades recreativas, culturais e desportivas

Esta categoria de despesas está relacionada com os custos de realização de atividades recreativas, culturais ou desportivas. Estas despesas incluem pagamento de bilhetes (entrada paga) para a visita a museus, parques culturais e desportivos, espetáculos e eventos, taxas referentes ao aluguer de instalações recreativas ou desportivas, equipamentos, estabelecimentos de entretenimento, despesas de reparação, compra e manutenção de artigos recreativos e desportivos durante a viagem, combustível e outro tipo de despesa relacionados com a deslocação de equipamentos recreativos e desportivos, despesas relativas a formações destinadas à realização de atividades recreativas realizadas durante a viagem e por último despesas referentes a pequenas excursões ou contratação de guias (OMT, 2000).

No domínio desta dissertação, esta categoria de despesas é muito importante, pois é através dela que será analisada a despesa efetuada relativa ao pagamento de bilhetes para a participação no evento, pois o acesso ao recinto do evento implica o pagamento de uma taxa.

Esu, *et. al.* (2011), no estudo que realizaram relativamente às despesas efetuadas em alimentação, entretenimento, lembranças, comunicação e outros itens auxiliares para os eventos no *Calabar Carnival* (Nigéria), concluíram que as maiores despesas foram realizadas em entretenimento. Os autores referem que 35% dos inquiridos pretende passar mais de quatro noites no destino devido a programas de animação complementares, aplicados de forma adequada, para prolongar a permanência dos visitantes no destino. Com estes planos complementares de animação e um conseqüente aumento relativo ao período de permanência no destino, o impacto do evento será ainda mais notório para o destino em análise, proporcionando um aumento provável também em outras categorias de despesas analisadas nesta dissertação.

No que respeita ao peso que a referida categoria tem no total da despesa, Chhabra *et. al.* (2003) concluíram que os participantes do evento *The Grandfather Mountain Highland Games*, gastaram 11% da sua despesa total em bilhetes e os visitantes do evento *Flora Macdonald Highland Games* gastaram 15,5% da sua despesa total também em bilhetes de acesso ao evento; para os visitantes do *The Quays* esta categoria de despesa representou 11,2% do total (Craggs & Schofield, 2009). Ainda no domínio da categoria - “atividades recreativas, culturais e desportivas”, Gelan (2003), no estudo relativo a um evento desportivo, conclui que uma das categorias com menores gastos associados foi a presente categoria, mais concretamente no pagamento de bilhetes de acesso ao evento. Segundo o estudo de Breen *et. al.* (2001), 4,3% da despesa total efetuada pelos participantes do evento desportivo NCUSA – *Northern Conference University Games* foi em entretenimento. Por sua vez, no estudo de Tohmo (2005), os gastos em bilhetes de acesso ao evento representaram 27% da despesa total efetuada, sendo uma das categorias com um maior nível de despesa.

f) Compras

A categoria de despesas referente a “compras” compreende as despesas realizadas em bens comprados durante a viagem. Devem de ser excluídas despesas realizadas em alimentação e bebidas, que devem ser incluídas no total de despesas realizadas pelo visitante em alimentação e bebidas e despesas relativas a transporte, que devem ser incorporadas na categoria referente ao transporte (OMT, 2000).

No âmbito da realização desta dissertação, serão compreendidas como despesas realizadas na categoria “compras”, todas as despesas referentes à aquisição de bens para uso pessoal. Sendo assim, esses bens serão constituídos por *merchandising* e lembranças, artesanato, vestuário e calçado, tabaco, produtos de higiene pessoal, livros, jornais ou revistas e medicamentos (Eusébio, 2006). Para Getz (1997) os eventos são considerados mercados de *merchandising* e muitos têm na sua comercialização um dos seus principais objetivos.

Chhabra, *et. al.* (2003) no seu estudo faz referência à percentagem de gastos em produtos escoceses, em que os participantes do festival com duração de quatro dias gastaram 12,5%, enquanto que nos participantes do festival com duração de um dia, 25,1% da sua despesa total foi realizada na aquisição destes produtos. A categoria referente a compras, no estudo de Craggs e Schofield (2009), apresenta a quantia mais elevada de gastos, contribuindo

para que esta seja alvo de destaque no estudo realizado por estes autores, como a que mais despesas obteve. Por sua vez, Breen, *et. al.* (2001) no estudo do impacte económico do evento desportivo com duração de quatro dias - NCUSA – *Northern Conference University Games*, os participantes gastaram 5,6% da sua despesa total na compra de *souvenirs*. No que respeita aos participantes do *Springfest*, os *Extended Stayers* gastaram em média 15,42 dólares na categoria “compras” (equivale a 30,1% das despesas) e os *Out-of-Towners* gastaram em média 7,26 dólares (corresponde a 22,1% da despesa total) Crompton *et. al.* (2001). No estudo do *Calabar Carnival* (Nigéria), Esu *et. al.* (2011), concluíram que apenas 0,75% da despesa total foi realizada na compra de *souvenirs*.

g) Despesas em serviços não específicos do turismo adquiridos durante a viagem

A última categoria de despesas em turismo é designada por despesas realizadas em serviços não específicos do turismo adquiridos durante a viagem. Aqui, devem de ser excluídas todas as despesas referentes a pacotes turísticos, alojamento, alimentação e bebidas, transporte, atividades recreativas, culturais e desportivas e compras. Devem ser incluídas despesas de impostos, taxas de câmbio, seguros de viagem, comunicações (exemplos: ligações telefónicas e correio), revelação de rolos fotográficos, reparação de bagagem e outros acessórios de viagem e serviços pessoais, tais como cabeleireiros, sauna, massagens, cuidados de beleza e limpeza a seco (OMT, 2000).

No estudo de impacte económico de Crompton *et. al.* (2001), não foram efetuadas qualquer tipo de despesas associadas a esta categoria por parte dos visitantes caracterizados como *Extended Stayers* e os *Out-of-Towners*. Na categoria referente a outras despesas, no evento desportivo *Two Ocean Marathon*, os espectadores gastaram 2,53 % no total da despesa efetuada (Kruger *et. al.* 2012). Também no estudo de Esu *et. al.* (2011), referente ao evento *Calabar Carnival* (Nigéria), os espectadores gastaram 1,17% da sua despesa total em outras despesas, nomeadamente em comunicações. No evento *Tall Ships’ 76 Celebration* foram gastos 15,6% da despesa total efetuada na categoria referente a outras despesas não enquadradas nas categorias anteriormente apresentadas (Bitta, *et. al.* 1977).

Como referido anteriormente, vários estudos apresentam uma categorização das despesas em turismo e em despesas realizadas em eventos de diferente forma à utilizada na presente dissertação. No entanto, podem ser igualmente categorizadas de forma equivalente às categorias de referência utilizadas como modelo nesta dissertação. É de salientar que a

presente categorização dos artigos de acordo com a temática apresentada é realizada de acordo com a tipologia de eventos segundo Getz (2008) anteriormente apresentada. (Tabela 3.4)

Tabela 3.4 – Categorização de despesas realizadas em turismo, eventos e festivais analisadas em artigos

Autor(es)	Data	Categorização dos artigos de acordo com a temática em estudo	Despesas						
			a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)
Bitta, <i>et. al.</i> ,	1977	Celebração cultural		X	X	X	X		X
McHone e Rungeling	2000	Celebração cultural		X	X	X	X	X	X
Crompton, <i>et. al.</i> ,	2001	Celebração cultural		X	X	X		X	X
Chhabra, <i>et. al.</i> ,	2003	Celebração cultural		X	X	X	X	X	
Kim, Prideaux e Chon	2010	Celebração cultural		X	X	X	X	X	X
Saayman e Rossouw	2011	Celebração cultural		X	X	X	X	X	X
Esu, <i>et. al.</i> ,	2011	Celebração cultural			X		X	X	X
Damonte, Collins e Megehee	2013	Celebração cultural		X	X	X	X	X	X
Breen, <i>et. al.</i> ,	2001	Competição desportiva	X	X	X	X	X	X	
Gelan	2003	Competição desportiva		X	X	X	X	X	
Warnick, <i>et. al.</i> ,	2010	Competição desportiva		X	X	X	X	X	X
Kruger, <i>et. al.</i> ,	2012	Competição desportiva		X	X	X	X	X	X
Taylor, <i>et. al.</i> ,	1993	Turismo		X		X	X	X	X
Wilton e Nickerson	2006	Turismo		X	X	X	X	X	X
Craggs e Schofield	2009	Turismo			X	X	X	X	
Número de referências			1	13	14	14	14	14	11

Legenda: a) Pacotes turísticos; b) Alojamento; c) Alimentação e bebidas; d) Transporte; e) Atividades recreativas, culturais e desportivas; f) Compras; g) Despesas em serviços não específicos do turismo adquiridos durante a viagem.

Fonte: Elaboração própria, com base nos autores enunciados

Foram então analisados 15 artigos de cariz científico publicados em várias revistas internacionais relativos a despesas efetuadas em turismo ou eventos, em que podemos comprovar que as categorias de despesa mais frequentes nos estudos anteriormente apresentados são as categorias referentes a “alimentação e bebidas”, “transporte”, “atividades recreativas, culturais e desportivas” e “compras”. Por sua vez, as categorias menos evidenciadas nos estudos são referentes a “pacotes turísticos” e em “despesas em serviços não específicos do turismo adquiridos durante a viagem”.

Por fim, o consumo turístico realizado **após a viagem** refere-se, segundo a OMT (2000) a despesas na revelação de rolos fotográficos, reparação de automóveis, camaras fotográficas ou outros bens utilizados no decorrer da viagem.

No entanto, no âmbito da realização desta dissertação, apenas serão objeto de estudo as despesas realizadas no concelho onde decorre o evento, nomeadamente despesas realizadas na **preparação da viagem** e despesas realizadas **durante a viagem**.

É também importante referir, que apenas é objeto de estudo relativo a despesas realizadas na preparação da viagem o consumo efetuado por participantes domésticos. Por sua vez, no que se refere a despesas realizadas durante a viagem, será apenas objeto de estudo o consumo referente a visitantes residentes em outras regiões do país ou a visitantes residentes em outros países.

Em conclusão, a análise das várias categorias de despesa efetuada foi feita com base na categorização recomendada pela OMT (2000) para as despesas turísticas. No entanto, esta categorização não é específica dos eventos, tendo sido adaptada para a realização do estudo empírico desta dissertação. Como tal, foram analisados vários artigos científicos cuja temática é o padrão/categorização de despesas efetuadas em turismo e eventos. Embora os diversos autores não utilizem esta mesma categorização proposta pela OMT (1995; 2000), as categorias de despesas por eles apresentada podem ser classificadas de acordo com as categorias que serão utilizadas na realização desta dissertação.

3.4 – Metodologias para a obtenção de dados de despesas turísticas

Na próxima secção irão ser apresentadas as principais metodologias utilizadas para quantificar os padrões de consumo, apresentando-se também os diferentes tipos de dados que o investigador poderá utilizar na sua recolha.

3.4.1 – Tipo de dados

Na preparação de um projeto de investigação é conveniente considerar se é necessário o investigador coletar nova informação ou se o investigador utilizará dados já utilizados por outros investigadores. Sendo assim, são denominados por dados primários, os dados que o investigador é o primeiro a utilizar. Por sua vez dados secundários são os dados que o investigador utiliza recolhidos para outros fins por parte de um ou mais investigadores (Veal, 2006).

De acordo com Eusébio (2006), quando o investigador não tem disponível dados secundários relevantes para o desenvolvimento da investigação, surge a necessidade de recolher dados primários, recolhidos especificamente para o desenvolvimento do projeto de investigação em questão. Perante a presença de dados secundários, estes podem não ter o formato pretendido pelos investigadores, sendo necessário a criação de questionários suficientemente dotados de informação relevante para o desenvolvimento da investigação (Janeczko *et al.* 2002).

3.4.2 – Metodologias de recolha de dados que podem ser adotadas

Um dos métodos mais utilizados para a recolha de informação de forma a quantificar as despesas realizadas pelos visitantes, as características sociodemográficas e comportamentos de viagem é através de um inquérito por questionário (Eusébio, 2006).

Segundo Getz (1997) um questionário pode ser essencial para obter informações, entre outras, relativas às necessidades do visitante, motivação para assistir ao evento, avaliação do serviço consumido e a qualidade do programa, determinar as despesas dos visitantes e consequentemente os impactes gerados pelos eventos.

Janeczko *et al.* (2002) consideram que medir as despesas de consumo turístico através da utilização de questionários a visitantes tem alguns benefícios. Além de inquirir e apurar os gastos dos visitantes, é também possível recolher informação sobre o perfil sociodemográfico dos visitantes. Este tipo de informação é utilizado com frequência para realizar estudos de segmentação de mercado.

Os mesmos autores Janeczko *et al.* (2002) referem também que a capacidade de adaptar a pesquisa especificamente aos dados exigidos pela metodologia adotada asseguram que os dados se reúnem de forma mais adequada e precisa, beneficiando o investigador, permitindo a este mais liberdade para inovar.

Ao realizar um inquérito por questionário, certos fatores têm de ser levados em consideração, nomeadamente se os turistas estão na região especificamente devido ao evento e se os dados são coletados durante ou após o evento. Estas considerações são importantes na conceção do inquérito para obter o máximo de resultados (Janeczko *et al.* (2002).

Getz (1991) refere que inquéritos aplicados aos participantes de determinado evento são considerados como informação útil para avaliar o evento. É essencial que cada inquérito

seja formulado segundo determinado objetivo, para se extrair apenas a informação necessária.

Sendo assim, no âmbito da realização desta dissertação, também se considerou que o método mais eficaz na recolha de dados seria o inquérito por questionário, entregue antes do final do evento.

3.4.3 – Aplicação do inquérito por questionário

De acordo com Eusébio (2006), para a obtenção de dados primários e posteriormente a aplicação de um inquérito por questionário, o investigador depara-se com as seguintes questões:

- a) Quem inquirir?
- b) Como inquirir e o que inquirir?
- c) Onde inquirir?
- d) Quando inquirir?

a) Quem inquirir?

O inquérito por questionário pode ser aplicado aos visitantes ou pode ser aplicado a organismos que fornecem bens e serviços aos visitantes (Eusébio, 2006).

Após a escolha dos visitantes como o agente objeto de inquirição, é necessário definir a população do estudo, que poderá incluir todos os visitantes de determinada região ou visitantes de determinado evento ou simplesmente poderá representar um grupo de visitantes (Eusébio, 2006).

A seguinte tabela exemplifica o agente objeto de inquirição em estudos de impacto económico realizados por vários autores no domínio do turismo e no domínio dos eventos (Tabela 3.5).

Tabela 3.5 - População em estudo apresentada em vários estudos de impacte económico

Autor(es)	Data	Categorização dos artigos de acordo com a temática em estudo	Visitantes/ Residentes	Organismos que fornecem bens e serviços aos visitantes
Saayman e Rossouw	2011	Arte e entretenimento	X/-	
Bitta, <i>et. al.</i>	1977	Celebração cultural	X/-	
Crompton, <i>et. al.</i>	2001	Celebração cultural	X/-	
Chhabra, <i>et. al.</i>	2003	Celebração cultural	X/-	
Esu, <i>et. al.</i>	2011	Celebração cultural	X/-	
Breen, <i>et. al.</i>	2001	Competição desportiva	X/-	
Gelan	2003	Competição desportiva	X/X	
Connell e Page	2005	Competição desportiva	-/-	X
Warnick, <i>et. al.</i>	2010	Competição desportiva	X/X	
Kruger, <i>et. al.</i>	2012	Competição desportiva	X/-	
Taylor, <i>et. al.</i>	1993	Turismo	X/-	
Wilton e Nickerson	2006	Turismo	X/-	
Craggs e Schofield	2009	Turismo	X/-	

Fonte: Elaboração própria, com base nos autores enunciados

De acordo com a tabela anterior, vários autores optaram por inquirir apenas os visitantes. No âmbito dos eventos/festivais e turismo Connell e Page (2005) optaram por inquirir organismos que fornecem bens e serviços aos visitantes e no domínio dos eventos Gelan (2003) e Warnick, *et. al.* (2010) inquiriram visitantes e residentes.

No domínio desta dissertação, optou-se por inquirir os participantes do evento. Neste grupo são incluídos os participantes residentes que visitaram o evento e os participantes não residentes.

b) Como inquirir e o que inquirir?

Considerando que um dos objetivos da presente dissertação é obter informação quantitativa sobre o valor da despesa, a forma de obter esses dados foi anteriormente apresentada numa categorização das despesas realizadas pelos participantes, de acordo com a OMT (1995; 2000) – a) pacotes turísticos; b) alojamento; c) alimentação e bebidas; d) transportes; e) atividades recreativas, culturais e desportivas; f) compras; g) despesas em serviços não específicos do turismo adquiridos durante a viagem.

Antes de se iniciar a recolha de dados, é necessário definir qual a técnica de amostragem a utilizar. Segundo Janeczko *et. al.* (2002) para obter uma resposta representativa, é importante utilizar o método de amostragem aleatória. O principal benefício da

amostragem aleatória é que cada membro da população tenha hipótese de fazer parte da amostra.

Relativamente ao tipo de administração de um questionário, Janeczko *et. al.* (2002) referem a existência de dois tipos de administração: preenchidos pelo inquirido ou preenchidos pelo entrevistador. Os preenchidos pelo próprio inquirido são enviados ou entregues ao inquirido e são posteriormente recolhidos. A principal vantagem é a redução de despesas com pessoal, pois não são necessários entrevistadores. No entanto, neste tipo de administração do questionário, o inquirido não tem qualquer tipo de apoio durante o preenchimento, sendo mais propício fornecer dados imprecisos ou questões sem resposta. Para além disso, a taxa de resposta é muito baixa, sendo que uma das formas mais eficazes de aumentar a taxa de resposta é através da oferta de incentivos aos inquiridos. Como refere Hodur e Leistriz (2006) a entrega do inquérito por questionário por parte do inquirido depende da motivação do inquirido para memorizar as despesas efetuadas e devolver o inquérito preenchido na totalidade.

Uma forma de administração do questionário preenchida pelo entrevistado é, por exemplo, quando este devolve o inquérito por correio, caracterizado pela baixa taxa de resposta e pelos custos reduzidos, como indica Wang, *et. al.* (2006), que após a entrega de 3535 questionários, apenas foram devolvidos pelo correio 1436.

c) Onde inquirir?

Relativamente ao ponto de inquirição, a maioria dos artigos analisados no domínio dos eventos e dos festivais foi o espaço onde decorreu o evento/festival.

Breen *et. al.* (2001) distribuíram o inquérito por questionário aos espectadores na entrada do recinto do evento e aos participantes à medida que estes concluíam a sua inscrição no evento desportivo *NCUSA – Northern Conference University Games*.

Barquet, *et. al.* (2011), no evento desportivo *Biathlon World Cup*, distribuíram o inquérito por questionário durante cinco dias, no interior do recinto, onde os entrevistados foram colocados em áreas de grande afluência de participantes, inquirindo a terceira pessoa que por ali passava. Thomo (2005), no domínio dos festivais musicais optou por inquirir os participantes dentro do recinto do festival musical em estudo - *Kaustinen Folk Music Festival*. Auld e McArthur (2003) optaram também por inquirir os participantes no interior do recinto do evento, nos intervalos das atividades que constituem o evento.

Saayman e Saayman (2012) optaram por aplicar o inquérito por questionário numa pequena sala onde decorriam as inscrições dos participantes em eventos desportivos.

Por sua vez, Craggs e Schofield (2011) optaram pela aplicação do questionário na zona envolvente do Cais em Salford, Reino Unido - atracção turística – em bares, cafés, restaurantes e em lojas de distribuição.

No caso da presente dissertação, considerou-se que o inquérito por questionário deverá ser implementado no interior do recinto em que decorre o evento cultural em análise.

d) Quando inquirir?

Segundo Eusébio (2006), a aplicação do inquérito por questionário deverá ser feita no decorrer da visita. Na presente dissertação, como referido anteriormente, considerou-se que o momento da aplicação do inquérito por questionário deverá decorrer durante a participação do evento cultural em estudo, tal como foi feito com alguns autores anteriormente enunciados, como é o caso de Thomo (2005); Barquet, *et. al.* (2011) e Auld e McArthur (2003).

Segundo Janeczko *et al.* (2002), o momento em que o questionário é entregue ao inquirido, pode ter também um efeito significativo relativamente à resposta do entrevistado. Se o questionário for entregue antes do final do evento, o inquirido pode estimar as suas despesas, mas estas podem não corresponder à realidade. No entanto, se o questionário for entregue após o evento, o entrevistado poderá não ter a certeza das despesas efetuadas, podendo pôr em causa a qualidade e veracidade da informação recolhida, devido ao tempo que passa após o evento.

3.5 – Conclusão

O presente capítulo foi desenvolvido com o principal objetivo de fornecer uma base teórica que permitisse determinar os impactes económicos que os eventos têm na região onde é realizado e os principais benefícios à população, caracterizar as despesas turísticas realizadas em eventos culturais e identificar a metodologia de quantificação dessas despesas no caso concreto desta dissertação.

Relativamente aos **impactes económicos positivos dos eventos** no destino turístico e benefícios para a população, de acordo com a revisão de literatura, estes podem proporcionar à comunidade um maior rendimento, um aumento de receita fiscal, novas

oportunidades de negócio, uma crescente atividade comercial, criação de emprego, melhoria das condições de vida, aumento das despesas dos visitantes e ser uma forma de incentivo para a comunidade local desenvolver infraestruturas. Por outro lado aponta-se como principais **impactes económicos negativos** os preços inflacionados durante o evento, custos de oportunidade, inadequada gestão financeira, prejuízos financeiros e especulação imobiliária.

Por sua vez, o consumo efetuado em eventos pode ser realizado na **preparação da viagem, durante a viagem e após a viagem**, sendo que na presente dissertação serão estudadas as despesas que os participantes em eventos culturais realizam na preparação da viagem e durante a viagem. Nas despesas realizadas **antes da viagem**, serão objeto de estudos as despesas realizadas exclusivamente pelos participantes residentes no concelho de realização do evento, sendo que essas despesas dizem respeito a alimentação e bebidas, tabaco, vestuário e calçado, produtos de higiene, livros, jornais ou revistas, medicamentos e malas e acessórios de viagem. No caso em concreto das despesas realizadas **durante a viagem**, serão objeto de análise no estudo empírico as despesas realizadas em alimentação e bebidas, alojamento, transporte, atividades recreativas, culturais e desportivas, compras e despesas efetuadas em serviços não específicos do turismo adquiridos durante a viagem.

De seguida apresentaram-se as **principais metodologias para a obtenção de dados de despesa turística**, nomeadamente “Quem inquirir?”, “Como inquirir e o que inquirir?”, “Onde inquirir?” e “Quando inquirir?”.

No que respeita à questão “quem inquirir?”, com o objetivo de recolher o máximo de informação possível, definiu-se como população em estudo todos os participantes do evento cultural. Dada a impossibilidade de inquirir toda a população, optou-se por inquirir apenas uma amostra dos participantes. Relativamente à questão “como inquirir?”, através da revisão de literatura considerou-se o preenchimento do inquérito por questionário preenchido pelo entrevistador. No que respeita à questão “o que inquirir?”, considerou-se que na presente dissertação um dos objetivos é obter informação quantitativa das despesas dos participantes, de acordo com a categorização de bens e serviços sugerida pela OMT (1995;2000) – a) pacotes turísticos; b) alojamento; c) alimentação e bebidas; d) transportes; e) atividades recreativas, culturais e desportivas; f) compras; g) despesas em serviços não específicos do turismo adquiridos durante a viagem. Por sua vez, a questão referente a “onde inquirir?”, no âmbito da realização desta dissertação, considerou-se que o inquérito

por questionário deverá ser implementado no interior do recinto em que decorre o evento cultural em análise. Por fim, considerou-se que a aplicação do inquérito por questionário (“quando inquirir?”) deverá decorrer durante a participação no evento cultural em estudo, pelo facto de ser a técnica mais utilizada na revisão de literatura efetuada.

Capítulo 4. Fatores que influenciam o consumo em eventos

4.1 – Introdução

O principal objetivo deste capítulo é compreender os fatores que contribuem para que existam diferenças entre as despesas realizadas pelos participantes em eventos culturais. Sendo assim, é necessário estudar o comportamento do consumidor em turismo, através de uma análise de dois modelos do comportamento do consumidor.

Neste capítulo são também apresentadas as principais determinantes da despesa turística, nomeadamente as determinantes relacionadas com o participante e as determinantes relacionadas com as características da viagem no domínio do turismo e no caso em concreto no domínio dos eventos.

4.2 – Comportamento do consumidor em turismo

O processo de tomada de decisão, na compra em turismo apresenta alguns aspetos únicos: é um investimento com um retorno intangível e a compra e/ou aquisição nem sempre planeada, pelo menos, num período considerável de tempo. (Moutinho, 1987).

O comportamento do consumidor em turismo, segundo Serra (2002) refere-se a um conjunto de atividades realizadas desde o momento em que sente a necessidade de viajar até ao momento em que efetivamente adquire e utiliza distintos serviços turísticos.

Hudson (2008), apresenta os sete principais fatores que influenciam o comportamento do consumidor. A motivação é muitas vezes considerada por diversos autores como uma das principais determinantes do comportamento do consumidor. No entanto influências a nível social, cultural e pessoal, têm também um importante efeito sobre as compras do consumidor. Sendo assim, segundo Hudson (2008), é possível identificar como fatores influenciadores do comportamento do consumidor as motivações, cultura, idade e género, classe social, estilo de vida, ciclo de vida e grupos de referência do indivíduo.

1. **Motivação:** unidades internas que levam as pessoas a tomar medidas para satisfazer as suas necessidades.

2. **Cultura:** normas, crenças e rituais que são únicos em cada indivíduo. Estes diferentes fatores influenciam o modo como vivemos, comunicamos e pensamos e pode também ditar a forma como determinado indivíduo vai reagir perante determinadas situações.

3. **Idade e gênero:** a idade é considerada uma forma tradicional de segmentação de mercado. Por sua vez o gênero em algumas sociedades pode influenciar o comportamento do consumidor, que só mais recentemente tem sido aplicado ao turismo

4. **Classe social:** é considerado um dos mais importantes fatores externos que influenciam o comportamento do consumidor. A classe social é uma posição que o indivíduo ocupa na sociedade e que é determinada por fatores como o rendimento, a educação a profissão e/ou a ocupação profissional.

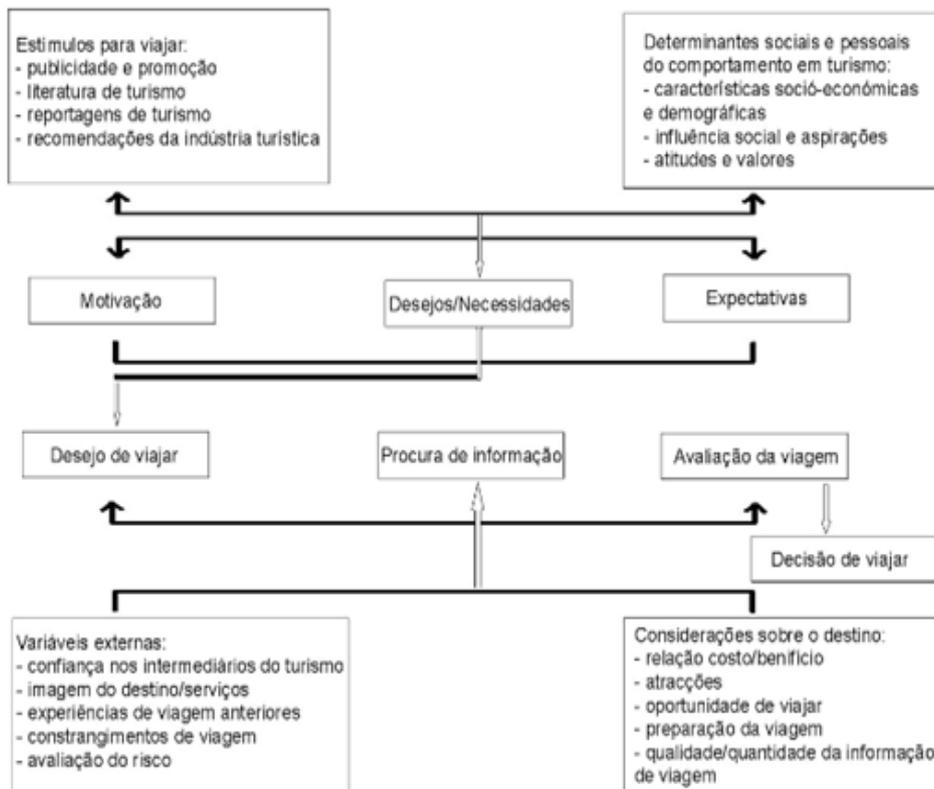
5. **Estilo de vida:** a análise do estímulo de vida avalia a forma como os indivíduos alocam o tempo, a energia e o dinheiro.

6. **Ciclo de vida:** o conceito de ciclo de vida familiar é baseado na premissa de que, quando vivem juntos, o seu modo de vida muda. Solteiros comportam-se de forma diferente a partir do momento em que se tornam casal e posteriormente quando têm filhos.

7. **Grupos de referência:** definido como grupos que têm uma influência direta ou indireta na atitude ou no comportamento de um indivíduo. A aprendizagem também ocorre através da partilha de valores e expectativas com outros indivíduos numa variedade de grupos de referência, tais como a família, a universidade, o local de trabalho ou a igreja.

Moutinho (1987) apresenta um modelo de tomada de decisão em turismo, onde representa um conjunto de fatores que influenciam a tomada de decisão em turismo. Esses fatores são descritos pelo autor, como a existência de estímulos para viajar, determinantes sociais e pessoais, a existência de variáveis externas e considerações sobre o destino. Uma conjugação favorável destes fatores em determinado indivíduo levará ao desenvolvimento de expectativas, de necessidades, de motivação para viajar, procura de informação e tomada de decisão de viajar (Figura 4.1).

Figura 4.1 - Modelo de tomada de decisão de Moutinho (1987)

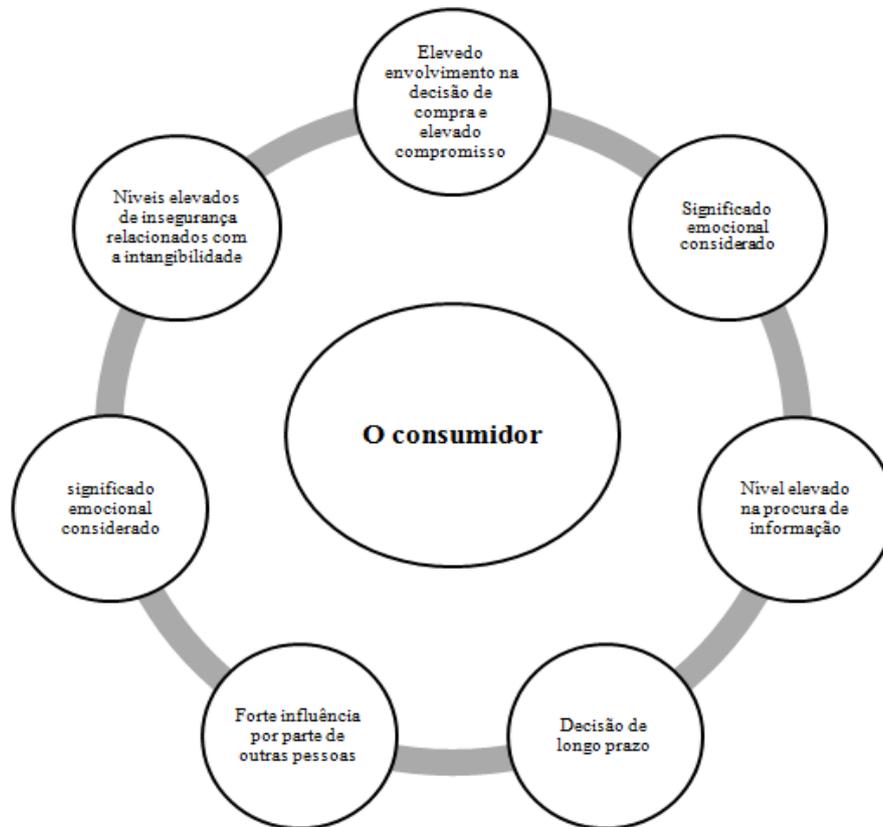


Fonte: Moutinho (1987) in Pelicano (2009)

Relativamente ao modelo de tomada de decisão em Turismo apresentado por Moutinho (1987), será objeto de análise na presente dissertação o estudo de algumas determinantes sociais e pessoais do comportamento em turismo, nomeadamente características socioeconómicas e demográficas do consumidor.

O objetivo dos modelos de comportamento do consumidor, neste caso aplicado ao turismo, é proporcionar uma versão simplificada das relações entre os diversos fatores que influenciam o comportamento do consumidor (Figura 4.2). Estes modelos foram desenvolvidos para descrever o comportamento, controlando assim os padrões comportamentais (Swarbrooke & Horner, 2002).

Figura 4.2 - A complexidade do comportamento do consumidor em turismo



Fonte: Swarbrook e Horner (2002)

Segundo Swarbrook e Horner (2002), o comportamento do consumidor em turismo é complexo, sendo caracterizado por: elevado envolvimento na decisão de compra e elevado compromisso, níveis elevados de insegurança relacionados com a intangibilidade, significado emocional considerado, forte influência por parte de outras pessoas, decisão de longo prazo e nível elevado na procura de informação.

Tabela 4.1 – Características do comportamento do consumidor em turismo

Características	Descrição dos fatores
Elevado envolvimento na decisão de compra e elevado compromisso	O consumidor está envolvido no processo de compra, pois realiza pesquisas até chegar à decisão de compra, o que pode significar um processo de tomada de decisão demorado.
Níveis elevados de insegurança relacionados com a intangibilidade	Bens e serviços em turismo não podem ser consumidos antes do indivíduo efetuar a compra, o que se traduz em alguma insegurança durante a sua aquisição.
Significado emocional considerado	A aquisição de bens e serviços do turismo são acontecimentos importantes na vida do indivíduo, sendo que a escolha exerce um forte apelo emocional no indivíduo.
Forte influência por parte de outras pessoas	O indivíduo poderá ser influenciado por membros da sua família ou outros grupos de referência.
Decisão de longo prazo	Grande parte das decisões relacionadas com a aquisição de bens e serviços turísticos são feitas a longo prazo, embora se verifique um acréscimo de ofertas para compra de última hora.
Nível elevado na procura de informação	Indivíduos realizam procura intensiva de informação, através de consultas a outras pessoas, grupos, organizações ou reportagens dos <i>media</i> antes da tomada de decisão.

Fonte: Swarbrook e Horner (2002)

Os eventos atualmente são considerados como uma das formas mais rápidas no crescimento do turismo como atração, resultando numa crescente preocupação no estudo das expectativas, motivações e fidelização dos visitantes (Savinovic, Kim & Long, 2012). Algumas metodologias são direcionadas para o lado da oferta, excluindo importantes questões da procura. Esta exclusão do papel das características dos visitantes, como fatores que influenciam a despesa, são uma lacuna na literatura. Pouca atenção tem sido dada a estes temas e um melhor conhecimento de como esses fatores influenciam os padrões de despesa do indivíduo levará a uma melhor compreensão do papel das motivações e satisfação (Barquet *et. al.*, 2011). No domínio do turismo, Alegre *et. al.* (2011) referem também que a relação entre a despesa turística e as motivações consideradas turísticas raramente têm sido estudadas. Segundo os mesmos autores Alegre *et. al.* (2011), alguns artigos analisam como as motivações afetam a despesa turística.

Uma vasta gama de fatores e determinantes socioeconómicas e comportamentais influenciam o consumo dos visitantes, podendo ser utilizados para identificar as determinantes que afetam o consumo do visitante. Os autores referem que fazem parte das determinantes socioeconómicas a idade, o género, o tamanho do grupo, a profissão, o número de participações anteriores no evento, o alojamento e o transporte. Por sua vez, as

determinantes comportamentais são constituídas pela motivação para a participação no evento e o tipo de evento. (Kruger, Saayman & Ellis, 2012).

Segundo Eusébio (2006: 92) “*as despesas turísticas totais realizadas por um visitante dependem diretamente da duração da estada nesse destino e do valor da despesa diária que aí realizam. Por sua vez, tanto a duração da estada como a despesa diária e a estrutura dessa despesa em termos de produtos consumidos são influenciados por um conjunto de determinantes*”.

Determinantes **demográficas** e **socioeconómicas** por si só não são suficientes para entender a escolha do destino de férias, bem como o comportamento de despesas associadas. Indivíduos com as mesmas características demográficas e socioeconómicas podem escolher diferentes destinos e demonstrar diferentes padrões de despesas durante a viagem (Wang, Rompf, Severt & Peerapatdit, 2006).

Compreender as determinantes dos gastos por dia de um visitante é a chave para um planeamento ao nível do marketing em muitas atrações e destinos turísticos (Downward & Lumsdon, 2004).

Os efeitos subjacentes das características demográficas e dos padrões de viagem relativamente às despesas dos visitantes têm recebido pouca atenção na literatura. No entanto, quando os padrões de despesa são abordados, é numa perspetiva de segmentação de mercado, sendo que os fatores chave identificados que estão afetos às despesas realizadas pelos visitantes incidem principalmente na idade, no estado civil, no rendimento, na origem do visitante, no tamanho do grupo, atividades realizadas durante a viagem e duração da estada (Eusébio, 2006).

Marcussen (2011) realizou um estudo *cross-section* em que referencia as 18 determinantes mais frequentes das despesas turísticas em estudos publicados num período de 15 anos (1995-2009), num total de 55 artigos científicos publicados em revistas científicas, como a *Tourism Management*, *Tourism Economics* e *Journal of Travel Research*, entre outros (Tabela 4.2).

Tabela 4.2 - Determinantes mais frequentes das despesas turísticas em estudos publicados no período de 1995-2009

Características sociodemográficas	Características da viagem
- idade (73%)	- duração da estada (76%)
- rendimento (65%)	- dimensão do grupo (60%)
- género (40%)	- tipo de alojamento (45%)
- educação (35%)	- atividades desenvolvidas no destino (40%)
- estado civil (31%)	- propósito da viagem (35%)
- nacionalidade (29%)	- motivação (33%)
	- frequência de visita (31%)
	- aquisição de pacotes turísticos (27%)
	- primeira visita ou visita repetida (24%)
	- número de crianças por grupo (24%)
	- tipo de transporte (24%)

Legenda: dentro de parêntesis encontra-se a percentagem dos estudos analisados pelo autor que incluem as determinantes acima referidas.

Fonte: Marcussen (2011)

Marcussen (2001) verificou então que as principais determinantes analisadas em grande parte dos artigos científicos publicados são: a idade e o rendimento, a duração da estada e a dimensão do grupo. Por sua vez, as determinantes que pouco têm sido objeto de estudo são o estado civil, a nacionalidade, o número de crianças por grupo e o tipo de transporte utilizado.

Com base na revisão de literatura efetuada, as determinantes das despesas em eventos são caracterizadas nos seguintes grupos: determinantes relacionadas com o participante e as determinantes relacionadas com as características da viagem.

4.3 – Determinantes relacionadas com o participante

No âmbito da realização desta dissertação, após efetuada uma revisão de literatura, considerou-se que as variáveis relacionadas com os participantes que poderão influenciar as despesas em eventos culturais são as seguintes:

- a) Idade
- b) Habilitações literárias
- c) Género
- d) Estado civil
- e) Local de residência
- f) Rendimento
- g) Situação profissional.

a) Idade

De acordo com Eusébio (2006), as despesas turísticas tendem a aumentar devido à idade dos visitantes. Este aumento ocorrerá até determinada altura (idade da reforma), a partir da qual se observará uma diminuição. Relativamente aos gastos efetuados por jovens, a tendência é que estes viajarão mais, durante mais tempo, mas que gastem menos por dia. Por sua vez, Kastenholz (2005), num estudo que investiga em que medida as variáveis sociodemográficas e as variáveis relacionadas com a viagem, determinam a despesa diária individual e os níveis globais de despesa em turistas que se hospedam em áreas rurais do Norte de Portugal, concluiu que a idade, na maioria das vezes, é significativa no que diz respeito às despesas no destino, apresentando uma particular tendência – quanto mais velho for o turista, mais este gasta no destino. A mesma tendência relativamente à idade e aos gastos efetuados foi verificada por Marcussen (2011) e por Craggs e Schofield (2009), que revelaram que a idade influencia as despesas turísticas. Hudson (2008) refere ainda que, para o mercado sénior, o valor percebido é muito mais importante do que o preço. Quanto mais velho o turista, mais este pode permanecer fiel a uma marca que conhece. Por sua vez, Wicker *et. al.* (2012), num estudo com o objetivo de descobrir o que influencia as despesas dos consumidores e a sua intenção de voltar a visitar o destino, aplicado aos eventos desportivos (maratonas), a idade não tem qualquer influência na despesa total efetuada.

Segundo os autores anteriormente citados, a idade é uma determinante com uma relação direta relativamente às despesas efetuadas pelos visitantes e turistas no destino. Sendo assim, é importante realizar uma análise da estrutura de idades, bem como a relação existente com outras determinantes.

Saayman e Saayman (2012) retiram do seu estudo referente às determinantes relacionadas com as despesas dos participantes em três eventos desportivos - *Two Oceans Marathon*, *The Argus Cycle Tour* e *The Midmar Open Water Mile*, que participantes com mais de 35 anos gastam mais do que participantes com menos de 25 anos. Breen *et. al.* (2001), num estudo sobre um evento desportivo *Northern Conference University Games (NCUSA)* concluiu que 62,5% dos inquiridos tinham idades compreendidas entre os 15 e os 20 anos, 32,5% tinham idades entre os 21 e os 30 anos e 5% tinham 30 anos ou mais, cuja média de idades de participantes do evento é de 21,3, sendo que não foi analisada a relação entre a idade dos participantes no evento e as despesas realizadas. No estudo das determinantes

socioeconómicas e determinantes comportamentais no evento desportivo *Two Oceans Marathon* (realizado no sul de África), determinantes como a idade são estatisticamente significativas relativamente às despesas efetuadas, sendo que a média de idades dos participantes é de 39,5 anos e a média de idades nos espectadores é de 38,4 anos. (Kruger, *et. al.* 2012). Brida e Scuderi (2013) realizaram um estudo que apresenta uma revisão de abordagens econométricas para a análise das despesas ao nível individual em turismo, realizados com base em 86 artigos científicos, onde os autores apresentam uma série de determinantes relacionadas com o participante e a sua influência, sendo que a idade é a única determinante que influencia a despesa efetuada.

No âmbito desta dissertação espera-se que visitantes mais velhos realizem maior despesa do que visitantes com idade inferior, ou seja, a idade influencia de forma positiva a despesa realizada.

b) Habilitações literárias

As habilitações literárias de um visitante poderá influenciar a quantidade de despesas turísticas que realizam nos destinos turísticos e influenciar também o padrão dessas mesmas despesas, pois a participação em determinadas atividades turísticas pode variar de acordo com o nível de escolaridade (Eusébio, 2006).

Bracalente, *et. al.* (2011), no estudo do impacte económico de eventos culturais – o caso do festival de música *Jazz Umbria*, concluíram que mais de 90% dos inquiridos possuem educação superior, não especificando o tipo de relação com a despesa efetuada por parte do participante. Por sua vez, no estudo do impacte económico do festival de música *Folk de Kaustinen* (Finlândia), Tohmo (2005) concluiu que 49% dos inquiridos tinham o ensino secundário concluído, não tendo sido analisada a relação entre as habilitações literárias dos participantes do evento e as despesas realizadas.

Saayman e Saayman (2012) no estudo das determinantes da despesa turística de três eventos desportivos, refere que os inquiridos com habilitações literárias ao nível do ensino superior gastam mais do que os inquiridos com nível de escolaridade inferior. No estudo realizado de determinantes sociodemográficas e comportamentais no evento desportivo *Two Oceans Marathon*, o nível de escolaridade dos inquiridos (participantes e espectadores) foi uma das determinantes mais importantes relativas à despesa efetuada durante a realização do evento (Kruger, *et. al.* 2012). Em contrapartida, Craggs e Schofield

(2009), concluíram que a despesa total efetuada não é influenciada pelo nível de educação. Conclusão semelhante tiveram Wicker *et. al.* (2012) num estudo com o objetivo de descobrir o que influencia as despesas dos consumidores e a sua intenção de voltar a visitar o destino em eventos desportivos e Brida e Scuderi (2013) num estudo realizado a 86 artigos científicos concluíram também que as habilitações literárias não influenciam a despesa total efetuada.

Pelo exposto anteriormente, no âmbito da realização desta dissertação, considerou-se que as habilitações literárias não serão alvo de estudo relativamente ao tipo de influência que esta determinante tem nas despesas efetuadas, pois através da revisão da literatura grande parte dos estudos analisados permite concluir que as habilitações influenciam de forma positiva a despesa dos participantes.

c) Género

Padrões de consumo entre homens e mulheres podem variar de maneira significativa. No entanto, segundo Wang, *et. al.* (2006), vários estudos sobre género encontrados não atribuem qualquer tipo de efeito significativo com o total de despesa efetuada, pois muitas vezes a viagem é uma atividade realizada em grupo (maioritariamente famílias) e não de natureza individual. Conclusão semelhante obtiveram Brida e Scuderi (2013), em que o género é considerada uma determinante que não influencia a despesa.

Getz (1991) refere que eventos de cariz cultural e artístico deverão atrair mais espectadores do género feminino, enquanto que eventos desportivos e de entretenimento atraem um maior número de espectadores do género masculino.

Bree *et. al.* (2001), no estudo do evento desportivo NCUSA – *Northern Conference University Games*, observaram que há uma diferença significativa no total de despesas efetuadas entre homens e mulheres, sendo que inquiridos do género masculino são os que tem níveis de despesa superiores comparando com os inquiridos do género feminino. Tohmo (2005), no festival de música *Folk Kaustinen* (Finlândia), revelam que 60% dos inquiridos eram do sexo feminino, não tendo sido analisada a relação entre o género e a despesa realizada. No estudo de Wicker *et. al.* (2012), de eventos desportivos, os participantes eram maioritariamente do género masculino (67,2%), mas são as mulheres que gastam mais do que os homens. Os autores concluem que o género tem uma influência na despesa diária. No entanto, Saayman e Saayman (2012), num estudo das determinantes

de eventos desportivos, os autores concluíram que os homens tendem a gastar mais do que as mulheres, mas não se observam diferenças estatisticamente significativas.

No âmbito da realização desta dissertação, considerou-se que ao género deveria ser incluído na análise das determinantes que influenciam a despesa dos participantes no evento, sendo que a hipótese a testar é que participantes mulheres que gastam mais do que participantes homens.

d) Estado civil

Mak, Mancur e Yonamine (1977), num estudo das determinantes dos gastos dos visitantes dos EUA para o Hawai, estadias essas de curta duração, concluíram que visitantes casados permanecem menos dias no destino e gastam consideravelmente menos por pessoa, o que pode ser atribuído à partilha de custos enquanto casal.

Saayman e Saayman (2012), no estudo das determinantes de despesa turística em três eventos desportivos, concluíram que o estado civil não influenciou a despesa efetuada. Craggs e Schofield (2009) no estudo relativo ao levantamento das despesas, por categoria, no “*The Quays*”, em Salford, Reino Unido, concluíram também que o estado civil não influencia o total de despesas efetuadas.

Devido aos resultados anteriormente apresentados, considerou-se no âmbito da realização desta dissertação que o estado civil não influencia o valor das despesas turísticas realizadas no evento *Terra dos Sonhos*.

e) Local de residência

O local de residência do visitante influencia as suas despesas diárias e conseqüentemente tem efeito na duração da estadia no destino (Eusébio, 2006). No estudo de Wicker *et. al.* (2012) cuja temática são os eventos desportivos, o local de residência é também uma determinante relacionada com o participante. Os autores concluíram que o local de residência está diretamente ligado com o nível de despesas. Participantes internacionais gastam mais do que os nacionais. No entanto, a influência do local de residência é apenas significativa na despesa total efetuada pelos visitantes e não na despesa diária estimada. Sendo assim, a soma das despesas está diretamente correlacionada com a distância de viagem dos participantes até ao local de realização do evento. Também Thrane (2002)

refere que visitantes que residem mais longe da área onde decorre o festival tendem a gastar mais do que os que residem mais próximo do local onde decorre o festival.

Ainda no domínio dos eventos, Getz (1997) refere que o público de grande parte dos eventos reside na área circundante em que os eventos são realizados. No entanto, o objetivo de determinado evento é decisivo para o tipo de público-alvo, ou seja, dependendo do objetivo do evento o número de visitantes poderá ser superior ao número de residentes que participam nesse mesmo evento. Também Hodur, Bangsund, Leistriz e Kaatz (2006), num estudo relativo à avaliação do impacto económico de uma infraestrutura multiusos desportiva concluíram que grande parte dos participantes em eventos desportivos amadores, eventos desportivos escolares e em festivais eram participantes residentes e consequentemente as suas despesas eram inferiores a visitantes participantes. Por sua vez, Brida e Scuderi (2013) concluíram que o local de residência não influencia a despesa efetuada.

f) Rendimento

Segundo Eusébio (2006), o rendimento é uma das principais determinantes da procura turística. Uma variação nesta variável influenciará o total de despesas realizado pelos visitantes.

Indivíduos com mais recursos financeiros têm padrões de despesa associados mais elevados. Possivelmente, no decorrer de um evento, ficam hospedados em hotéis mais luxuosos, jantam em restaurantes mais caros e utilizam um meio de transporte mais confortável, como por exemplo, o táxi ao invés de transportes públicos, que normalmente são uma opção mais barata. Sendo assim é correto assumir que o rendimento tem uma influência positiva sobre o total de despesas efetuadas (Wicker, *et. al.* 2012).

No estudo do impacto económico do evento desportivo *Biathlon World Cup 2009 – Itália*, Barquet, *et. al.* (2011) concluíram que o nível de rendimentos dos visitantes tem um efeito positivo no total de despesa efetuada. Wang, *et. al.* (2006) concluíram que a variação da despesa total se deve, entre outras determinantes, ao rendimento do agregado familiar.

g) Situação profissional

No estudo do impacto económico do festival de música *Jazz Umbria*, Bracalente *et. al.* (2011) concluíram que a maioria dos participantes eram empresários ou gestores. Por sua

vez, no estudo do impacto económico do festival de música popular *Kaustinen*, Tohmo (2005) concluiu que, relativamente à ocupação profissional, 27% dos inquiridos eram estudantes e 23% dos inquiridos desenvolviam funções administrativas ou burocráticas. Ainda no âmbito dos festivais musicais, Thrane (2002) concluiu que participantes com emprego, nomeadamente em *full-time*, gastam mais do que os restantes participantes.

Apesar de a situação profissional dos participantes ser incorporada em alguns estudos, segundo Eusébio (2006) a profissão dos visitantes não tem sido incorporada em muitos dos modelos operacionais para estimar as despesas turísticas dos visitantes, devido a problemas de multicolinearidade com o rendimento.

Posto isto, no âmbito desta dissertação, a situação profissional dos participantes não é alvo de estudo nesta dissertação.

4.4 – Determinantes relacionadas com as características da viagem

No que respeita às características da viagem, após a revisão de literatura efetuada considerou-se que as determinantes que poderão ser aplicadas no âmbito desta dissertação são as seguintes:

- a) Conhecimento da região de destino;
- b) Características do grupo de viagem;
- c) Distância entre o local de residência dos visitantes e o destino turístico;
- d) Atividades praticadas;
- e) Motivo principal da visita;
- f) Duração da visita;
- g) Emoções.

a) Conhecimento da região de destino

O conhecimento que o visitante detém acerca do destino que irá visitar poderá influenciar tanto a duração da sua estada como o total de despesas que irá realizar. No domínio do turismo, o estudo realizado por Alegre e Juaneda (2006) e Petrick (2004) comprovam a relação anteriormente designada, sendo que os autores concluem que visitas repetidas a determinado destino implicam menores despesas em comparação com os gastos efetuados por quem visita o destino turístico pela primeira vez. Eusébio (2006) refere a existência de uma relação inversa entre o número de vezes que um visitante se desloca para um

determinado destino turístico e o total de despesas efetuadas. Esta relação pode ser resultado da maior propensão para visitar um maior número de atrações turísticas, praticar um maior número de atividades e adquirir um maior número de produtos regionais quando o destino turístico em causa é novidade. Por sua vez, o total de despesas diminui como resultado do maior número de visitas repetidas. Outra das formas de analisar o conhecimento que os visitantes têm do destino, segundo Eusébio (2006) consiste na quantidade de informação que é recolhida por cada visitante, nomeadamente as fontes de informação. Segundo a mesma autora, Eusébio (2006), espera-se uma relação positiva entre as fontes de informação utilizadas pelos visitantes e as despesas turísticas realizadas no destino, pois quanto maior a procura de informação, maior será o interesse que o visitante terá pelo destino em causa e conseqüentemente maior será a duração da estada.

b) Características do grupo de viagem

Segundo Eusébio (2006), as despesas realizadas em atividades turísticas estão diretamente relacionadas com a composição do grupo de viagem e com a sua dimensão. Na composição do grupo de viagem, uma das variáveis a que é dada maior importância na literatura é a presença de crianças no grupo. É esperado que exista uma relação negativa entre esta variável e as despesas efetuadas pelo grupo.

No estudo de Lee (2001), o autor concluiu que a presença de crianças no grupo não teve um efeito significativo na categoria de despesas. A mesma conclusão é reforçada por Wilton e Nickerson (2006), pois no domínio do turismo, turistas sem filhos contribuem economicamente mais do que os que estão acompanhados por crianças. No entanto, Saayman e Saayman (2006), no estudo que realizaram, concluíram que a presença de crianças no grupo de viagem resultou num impacto negativo nas despesas realizadas pelos visitantes.

No domínio dos eventos, Saayman e Saayman (2012) concluíram que quanto maior for o grupo, menor é a despesa total por pessoa. Os mesmos autores referem que as características do grupo de viagem são uma variável que explica a variação da despesa média realizada no evento, mas não tem qualquer influência no total da despesa realizada por cada participante em eventos.

No domínio desta dissertação, será estudado o tipo de influência que as características do grupo de viagem têm no total da despesa efetuada pelos participantes, assumindo que a

presença de crianças no grupo de viagem resulta num impacto negativo nas despesas realizadas pelos participantes.

c) Distância entre o local de residência dos visitantes e o destino turístico

Outra das variáveis que influencia a quantidade de despesas efetuadas é a distância entre o local de residência do visitante e o destino turístico. À medida que aumenta a distância percorrida pelo visitante desde o seu local de residência e o destino turístico, aumenta também o custo relacionado com o transporte. De acordo com Wang *et. al.* (2006), a distância percorrida teve uma relação positiva com as despesas realizadas em transporte por parte dos inquiridos.

No domínio dos festivais musicais, Thrane (2002) concluiu também que a distância viajada até determinada atracção turística tem um efeito positivo na quantidade de despesa efetuada em transportes.

Também Brida e Scuderi (2013) concluiu que a maioria dos estudos apontam para um efeito positivo e significativo relativamente às despesas efetuadas. Por sua vez, Marcussen (2011) concluiu que a distância de viagem desde o local de residência do visitante até ao destino tem apenas um efeito significativo na despesa caso esta não seja uma viagem doméstica. A conclusão semelhante chegaram Tang e Turco (2001), relativamente a um estudo sobre o comportamento dos gastos de turistas em eventos, que indicam que aqueles que viajam longas distâncias para participar em um evento tem um nível de despesas superiores do que aqueles que viajam curtas distâncias.

No caso da presente dissertação, a distância entre o local de residência do visitante e o destino turístico foi avaliado através do número médio de horas de viagem do grupo, sendo que foi considerado que a distância de viagem influenciará o total de despesas efetuado pelos participantes.

d) Atividades praticadas

Segundo Eusébio (2006) as atividades praticadas em determinado evento podem ser importantes determinantes de consumo, pois a despesa efetuada pelos participantes são positivamente influenciadas pelas atividades praticadas e pelo seu preço, quando estas se tratam de atividades pagas.

Embora poucos estudos analisem a influência das atividades praticadas no destino nas despesas turísticas, num dos estudos analisados no âmbito do turismo, numa região de montanha na Suécia, a importância das atividades praticadas é considerada como um dos fatores de sucesso da região, sendo que o autor Fredman (2008), concluiu que as atividades de lazer praticadas por esquiadores e visitantes em geral não tiveram qualquer tipo de efeito nas despesas efetuadas.

No domínio da presente dissertação apenas será alvo de estudo as atividades praticadas pelos participantes do evento cultural em análise, nomeadamente as áreas temáticas, diversões e cenários localizados no interior do recinto do evento. É então correto assumir que quanto maior o número de atividades em que os visitantes participaram, maior será a despesa efetuada, existindo assim diferenças estatisticamente significativas entre as atividades praticadas e o total da despesa efetuada.

e) Motivo principal da visita

A motivação é um fator interno que suscita, dirige e integra o comportamento de uma pessoa. A decisão de visitar um evento é uma ação dirigida e acionada pelo desejo de satisfazer uma determinada necessidade. Apesar de existirem diversas variáveis que explicam o comportamento, a motivação é o ponto de partida para o processo de decisão.

A nível individual, um visitante pode ter diversas necessidades, todas elas diferentes, que quer satisfazer através da visita a um evento ou festival. Por exemplo, a necessidade de interagir com a família, pode ser acompanhado pelo desejo de enriquecimento cultural. Os motivos de visita a um festival são a chave para a conceção da oferta para os visitantes. As pessoas não compram os produtos ou os serviços, mas sim a expectativa e benefícios que satisfaçam determinadas necessidades. Se as necessidades são satisfeitas, então o nível de satisfação é elevado. No entanto, para monitorizar essa satisfação, deve haver um conhecimento das necessidades que os visitantes procuram satisfazer (Crompton & McKay, 1979).

Motivações turísticas são um processo dinâmico de fatores psicológicos internos (necessidades e desejos) que geram um estado de tensão ou desequilíbrio através da satisfação das necessidades (Crompton & McKay, 1979). Os mesmos autores apresentam um quadro conceptual com os domínios motivacionais denominados por novidade,

socialização, prestígio social, relaxamento, enriquecimento intelectual, união familiar e regressão (Tabela 4.3).

Tabela 4.3 - Domínios motivacionais segundo Crompton e Mckay (1979)

Novidade	vontade de procurar novas experiências motivada pela necessidade de aventura, emoção e aliviar o tédio.
Socialização	necessidade de interagir com membros de um grupo.
Prestígio social	desejo de obter reputação relativamente a outro grupo.
Relaxamento	necessidade de se libertar do <i>stress</i> do dia-a-dia.
Enriquecimento intelectual	desejo de adquirir conhecimento e alargar horizontes intelectuais.
União familiar	desejo de melhorar os relacionamentos familiares.
Regressão	desejo de se envolver em atividades que relembrem comportamentos de adolescente e criança.

Fonte: Crompton e Mckay, (1979)

Relativamente à influência das motivações nas despesas efetuadas, Saayman e Saayman (2012), num estudo referente às determinantes relacionadas com as despesas realizadas em três eventos desportivos, concluíram que fatores motivacionais de socialização, atributos específicos do evento e atratividade do evento têm um impacto positivo relativamente ao nível de despesas apresentado pelos participantes. Por sua vez, no âmbito dos festivais musicais, Thrane (2002) concluiu que o principal fator que influencia as despesas dos participantes de eventos musicais é essencialmente o motivo pelo qual estes participam no festival, no caso de Thrane (2002), um festival de *Jazz* de Kongsberg (Noruega). Também Li e Petrick (2006) concluíram através de uma revisão de literatura referente às principais motivações para participar em festivais e eventos deve-se sobretudo à procura e escape. Na presente dissertação, será analisado o tipo de influência que esta determinante tem relativamente às despesas efetuadas pelos participantes no evento cultural em análise, nomeadamente se as motivações influenciam de forma positiva as despesas efetuadas.

f) Duração da visita

Para Saayman e Saayman (2012) participantes que permanecem mais tempo no destino têm um maior número de despesas associadas devido à realização do evento. Legohérel e Wong (2006) e Wang, *et. al.* (2006) concluíram também que a duração da estada influencia de forma positiva a quantidade de despesa realizada.

Tohmo (2005) concluiu que os participantes de um dia, gastaram em média menos do que aqueles que participaram vários dias, ou seja, à medida que aumenta a duração da estada, ocorre um efeito positivo na quantidade de despesa que é efetuada. Eusébio (2006) refere ainda que aliado ao aumento da duração da estada e consequente aumento da despesa total tende a diminuir a quantidade de despesa realizada por dia por cada visitante.

Na presente dissertação, parte-se do pressuposto que quanto maior a estada no destino, maior será a despesa por grupo.

g) Emoções

Embora não haja qualquer estudo que analise as emoções como uma determinante relacionada com a viagem e o tipo de influência que esta tem no total de despesa realizada em eventos, é de interesse analisar na presente dissertação até que ponto as emoções influenciam, de forma positiva ou negativa, o total de despesa efetuada pelos participantes em eventos.

Para Goossens (2000) as emoções são uma parte essencial no turismo, principalmente pelo papel do marketing, que desperta as emoções no potencial turista, motivando o mesmo a planear a viagem. Segundo o mesmo autor, Goossens (2000), as emoções e sentimentos relativamente a algum atributo de determinado destino motivam também o potencial turista a planear e a realizar a viagem.

Além da motivação, as emoções estão também ligadas ao nível de satisfação do turista, por exemplo com determinado destino e com o grau de fidelização (Bigné & Andreu, 2004; Bigné, Andreu & Gnoth, 2005).

O estudo do comportamento do consumidor em turismo está também associado a aspetos emocionais, sendo que as emoções são um fator relacionado com a participação, (por exemplo em eventos), as memórias imediatas dessa participação ou as transformações que resultam dessa mesma participação (Ellis & Rossman, 2008).

A experiência do serviço influencia a geração de emoções dos consumidores, que por sua vez afetam a satisfação do consumidor e o seu comportamento (Bigné & Andrew, 2004).

No âmbito dos festivais culturais realizados no Texas, Lee e Kyle (2009) concluíram que as emoções positivas são dominantes relativamente ao ambiente físico característico de cada festival. Estes resultados podem ter implicações práticas para os organizadores, que podem concentrar-se na conceção de ambientes que criem emoções positivas.

Uma escala bastante conceituada em turismo e aplicada às emoções é a Escala de Mehrabian e Russell (1974) – *PAD (Pleasure Arousal Dominance)*. Esta escala tem sido também bastante utilizada no marketing para avaliar algumas respostas emocionais resultantes de estímulos relacionados com o meio envolvente. Embora bastante ligada ao turismo e ao marketing, a escala *PAD* foi inicialmente desenvolvida para medir respostas emocionais aos estímulos criados com o meio envolvente e com espaços arquitetónicos. É uma escala composta por três dimensões emocionais, nomeadamente o prazer, a excitação e o domínio. É uma escala de diferencial semântico, composta por 18 itens, cada um com dois polos opostos - *pleasure-displeasure*, *arousal-nonarousal* e *dominance-submissiveness*, sendo que cada dimensão é composta por seis dimensões. Trata-se assim de uma escala bipolar, constituída pelas seguintes emoções: infeliz – feliz, calmo – animado, insatisfeito – satisfeito, controlado – controlador, ensonado – ativo, dependente – independente, relaxado – estimulado, zangado – esperançoso, influenciado – influenciador, com tédio – relaxado, guiado – autónomo, inferiorizado – importante, não desperto – desperto, sem energia – frenético, melancólico – alegre, motivado – indiferente, quieto – inquieto e submisso – dominante (Santos, 2011).

Para avaliar as emoções dos participantes no momento em que participaram no evento *Terra dos Sonhos*, optou-se por utilizar a escala *PAD* de Mehrabian e Russell (1974), sendo que esta escala foi também utilizada num estudo de Lee e Kyle (2009) que, na fase inicial do estudo recolheram algumas emoções que integram a escala *PAD*, mas decidiram utilizar outra escala.

No âmbito desta dissertação foi realizado um estudo de revisão de 21 artigos publicados em várias revistas internacionais, de forma a identificar os fatores que têm sido alvo de estudo e que podem influenciar as despesas efetuadas pelos visitantes/participantes em eventos e em turismo (tabela 4.4), sendo que a categorização dos artigos de acordo com a temática em estudo foi realizada de acordo com a tipologia de eventos apresentada por Getz (2008).

Relativamente às características do visitante, observou-se que as características do visitante mais estudadas nos artigos analisados são a idade (76,1%), o local de residência (71,4%). Por sua vez, a característica do visitante menos estudada é o estado civil (33,3%). Já as características da viagem mais estudadas nos artigos analisados são as características do grupo de viagem (57,1%) e a duração da visita (57,1%). Já as menos estudadas são as

emoções (não foram alvo de estudo em nenhum dos artigos analisados) e as atividades praticadas (9,5%). É de salientar ainda que a nível dos eventos, têm sido desenvolvidos mais estudos no âmbito das competições desportivas do que em celebrações culturais.

Capítulo 4. Fatores que influenciam o consumo em eventos

Tabela 4.4 - Determinantes analisadas em artigos que estudaram as despesas dos visitantes e participantes em turismo e em eventos

Caracterização dos artigos de acordo com a temática em estudo	Autor(es)	Data	A - Características do visitante							B - Características da viagem						
			1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Arte e entretenimento	Tang e Turco	2001									X	X			X	
Arte e entretenimento	Saayman e Saayman	2006	X	X		X	X				X					
Celebração cultural	Thrane	2002					X		X			X		X		
Celebração cultural	Thomo	2005	X	X	X		X		X	X					X	
Celebração cultural	Bracalente, <i>et al.</i>	2011	X	X	X		X		X							
Competição desportiva	Breen, <i>et al.</i>	2001	X		X		X									
Competição desportiva	Cannon e Ford	2002		X		X	X	X			X				X	
Competição desportiva	Auld e McArthur	2003	X				X		X				X	X	X	
Competição desportiva	Barquet, <i>et al.</i>	2011	X		X		X	X			X					
Competição desportiva	Kruger, <i>et al.</i>	2012	X	X	X	X			X		X				X	
Competição desportiva	Saayman e Saayman	2012	X	X	X	X	X				X	X		X	X	
Competição desportiva	Wicker, <i>et al.</i>	2012	X	X	X		X	X								
Turismo	Mak, <i>et al.</i>	1977	X	X		X		X			X	X		X		
Turismo	Lee	2001	X				X	X			X					
Turismo	Kastenholz	2005	X	X			X			X				X	X	
Turismo	Alegre e Juaneda	2006	X				X		X	X					X	
Turismo	Legohérel e Wong	2006	X	X	X			X			X			X	X	
Turismo	Wang, <i>et al.</i>	2006	X		X	X	X	X			X	X			X	
Turismo	Fredman	2008			X			X	X			X	X		X	
Turismo	Craggs e Schofield	2009	X	X	X	X			X	X	X			X		
Turismo	Alegre, <i>et al.</i>	2011						X	X	X		X		X	X	

Legenda: **A - Características do visitante** (1. Idade; 2. Habilitações literárias; 3. Género; 4. Estado civil; 5. Local de residência; 6. Rendimento; 7. Situação profissional). **B – Características da viagem** (1. Conhecimento da região destino; 2. Características do grupo de viagem; 3. Distância entre o local de residência e o destino; 4. Atividades praticadas; 5. Motivo principal da visita; 6. Duração da visita; 7. Emoções.)

4.5 – Conclusão

Neste capítulo foi realizada uma análise a dois modelos do comportamento do consumidor em turismo, bem como o estudo dos principais fatores que influenciam o processo de compra, nomeadamente as determinantes da despesa turística, determinantes essas relacionadas com o participante e com as características da viagem.

As determinantes relacionadas com as características do visitante analisadas na revisão de literatura são a idade, as habilitações literárias, o gênero, o estado civil, o local de residência, o rendimento e a situação profissional. Relativamente às determinantes relacionadas com as características da viagem, foram analisadas o conhecimento da região de destino, as características do grupo de viagem, a distância entre o local de residência e o destino, as atividades praticadas, as motivações, a duração da visita e as emoções.

Foi também realizado um estudo de revisão de 21 artigos publicados em revistas internacionais de forma a identificar quais as características relacionadas com o visitante e com a viagem mais estudadas, concluindo-se que relativamente às características do visitante têm sido maior alvo de estudo a idade e o local de residência e menos atenção tem sido dada a o estudo do estado civil. Por sua vez, as características da viagem mais estudadas nos artigos científicos analisados são as características do grupo de viagem, e a duração da visita e as menos estudadas são as atividades praticadas no destino e as emoções dos participantes, que não foi alvo de estudo em nenhum dos artigos analisados.

Através da análise da mesma tabela é ainda possível concluir que o estudo das determinantes das despesas dos participantes ao nível dos eventos têm sido mais desenvolvidos em competições desportivas e não em celebrações culturais, podendo a presente dissertação preencher algumas lacunas existentes ao nível dos eventos.

A análise destas determinantes de despesa turística foram fundamentais para a construção das hipóteses de investigação da presente dissertação, sendo estas apresentadas no próximo capítulo referente à metodologia e objetivos do estudo empírico.

Sendo assim, considerou-se no âmbito da realização desta dissertação, que as determinantes a estudar no âmbito das características dos participantes em eventos culturais deveriam ser:

- rendimento disponível: espera-se que um aumento do rendimento influencie positivamente as despesas efetuadas pelos participantes;

- idade: um aumento da idade reflete um aumento na despesa efetuada pelos participantes;
- gênero: considera-se a possibilidade que participantes do gênero feminino apresentem níveis de despesa superiores aos participantes do gênero masculino;
- composição do grupo: espera-se que a presença de crianças influencie de forma negativa as despesas efetuadas pelo grupo;
- atividades praticadas: relação direta entre o número de atividades e a despesa efetuada pelos participantes;
- motivações: influencia de forma positiva a despesa dos participantes em eventos culturais, nomeadamente motivações de socialização, expandir conhecimentos e aumentar os laços familiares;
- distância percorrida: a distância percorrida pelos participantes tem uma influência positiva nas despesas efetuadas;
- emoções: as emoções dos participantes em eventos culturais afetam de forma positiva as despesas efetuadas, nomeadamente emoções relacionadas com *arousal*, *pleasure* e *dominance*;
- satisfação: afeta de forma positiva as despesas efetuadas pelos participantes;

Parte III – Estudo empírico

Capítulo 5. Metodologia e objetivos do estudo empírico

5.1 – Introdução

Nos capítulos anteriores procurou fornecer-se uma base teórica no domínio dos eventos, bem como as despesas dos participantes em eventos, que permitissem o desenvolvimento do estudo empírico realizado no âmbito desta dissertação.

O presente capítulo encontra-se dividido em três secções, de acordo com os seus principais objetivos:

- objetivos do estudo empírico e a definição das hipóteses de investigação;
- metodologia utilizada para a recolha de dados;
- métodos de análise de dados utilizados.

Na primeira parte do presente capítulo serão apresentadas as hipóteses de investigação definidas com base na revisão de literatura efetuada nos capítulos 3 e 4.

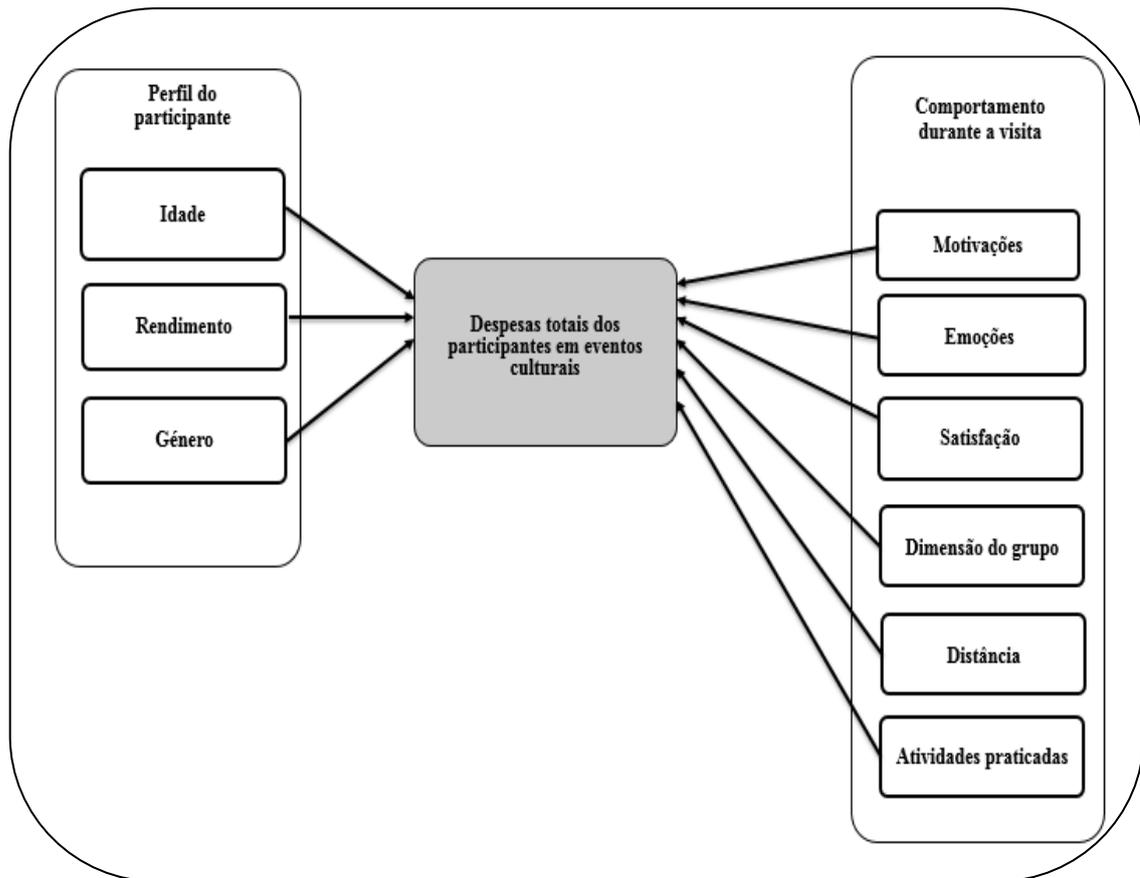
A segunda parte é constituída pela apresentação da metodologia para a recolha de dados neste estudo empírico. Esta secção integra a descrição da população em estudo, a técnica de amostragem utilizada, o instrumento de inquirição utilizado e a descrição do método de administração do instrumento de inquirição utilizado.

Por fim, a última parte do capítulo é referente aos diferentes métodos de análise de dados utilizados para a realização da dissertação.

5.2 – Objetivo do estudo empírico e hipóteses de investigação

Os principais objetivos desta dissertação são caracterizar os padrões de consumo realizados pelos participantes em eventos culturais e perceber quais as determinantes que influenciam esses padrões de consumo, ou seja identificar as determinantes que influenciam a totalidade de despesa que é realizada pelos participantes do evento cultural em análise (Figura 5.1).

Figura 5.1 – Modelo teórico das hipóteses de investigação



Com base em toda a revisão de literatura efetuada, foram elaboradas as hipóteses de investigação a analisar para esta dissertação (Tabela 5.1).

Tabela 5.1 – Hipóteses de investigação

Determinantes da despesa total por participante no evento cultural em análise			Tipo de relação esperada	Autor (es)
Grupo	Tipo	Variável		
Características dos participantes	Económicas	Rendimento disponível	Hipótese 1: Relação directa em que um aumento de rendimento influenciará as despesas efectuadas.	Eusébio (2006) Wicker <i>et. al.</i> (2012) Barquet <i>et. al.</i> (2011)
	Demográficas	Idade	Hipótese 2: Quanto maior a idade, maior será a despesa apresenta.	Eusébio (2006) Marcussen (2011) Kastenholz (2005) Craggs e Schofield (2009)
		Género	Hipótese 3: Participantes do género feminino apresentam níveis de despesas superiores do que participantes do género masculino.	Wicker, <i>et. al.</i> (2012)
Características da viagem	Grupo de participação	Composição do grupo	Hipótese 4: A presença de crianças no grupo de viagem resulta num impacte negativo nas despesas efectuadas.	Lee (2001) Wilton & Nickerson (2006)
	Atividades praticadas	Número de actividades praticadas	Hipótese 5: Relação directa entre o número de actividades realizadas e as despesas efectuadas pelos participantes.	Eusébio (2006)
	Motivo da visita	Principal motivação na visita	Hipótese 6: Motivações dos participantes influenciam de forma positiva a despesa realizada.	Saayman e Saayman (2012) Thrane (2002)
	Distância percorrida	Horas de viagem	Hipótese 7: Relação directa entre a distância percorrida e a despesa realizada.	Wang <i>et. al.</i> (2006) Thrane (2002) Brida e Scuderi (2013)
Avaliação do evento	Emoções	Emoções sentidas com a participação no evento	Hipótese 8: Emoções positivas influenciam de forma positiva as despesas efectuadas	
	Satisfação	Satisfação relativa à participação no evento	Hipótese 9: Relação directa	Craggs e Schofield (2009)

5.3 – Método de recolha de dados

Nesta secção são descritos os métodos de recolha de dados utilizados nesta dissertação. Para a recolha de informação optou-se pelo inquérito por questionário, o que implicou a definição dos seguintes elementos:

- a) população em estudo;

- b) técnica de amostragem utilizada
- c) dimensão da amostra
- d) instrumento de inquirição
- e) validação do instrumento de inquirição
- f) método de administração.

a) População em estudo

Neste estudo são analisados os visitantes à *Terra dos Sonhos*, um evento que decorre durante o mês de Dezembro em Santa Maria da Feira. Na prática, segundo Maroco (2007), é impossível trabalhar com a população, mas sim com uma amostra, pois segundo a entidade organizadora do evento são esperados mais de 40 000 participantes. Devido às características da amostra e dos recursos disponíveis, não será estudada toda a população. Sendo assim, a amostra é composta por visitantes e residentes no concelho de Santa Maria da Feira, que participaram no evento. Segundo o mesmo autor, Maroco (2007), a amostra tem de ser construída para que as características da amostra sejam representativas da população em estudo. Além disso, é ainda necessário definir como vão ser selecionados os sujeitos que constituem a amostra, ou seja, o tipo de amostragem escolhida pelo investigador.

b) Técnica de amostragem utilizada

Após definida a população em estudo e se ter verificado a impossibilidade em inquirir todos os visitantes, procedeu-se à escolha da técnica de amostragem a utilizar no estudo, de forma a obter uma amostra que seja representativa de toda a população que participou no evento.

De forma a obter uma amostra de visitantes a inquirir, na literatura são referidos vários métodos de amostragem que permitem a seleção de amostras representativas da população. Segundo Reis e Moreira (1993), existem dois tipos de técnicas de amostragem, nomeadamente a amostragem aleatória ou causal e a amostragem não-probabilística ou dirigida (Tabela 5.2).

Tabela 5.2 – Técnicas de amostragem

Técnicas de amostragem	
Amostragem aleatória ou casual	Amostragem não-probabilística ou dirigida
Amostragem aleatória simples	Amostragem por conveniência
Amostragem sistemática	Amostragem por quotas
Amostragem estratificada	Amostragem bola de neve
Amostragem por <i>clusters</i>	Amostragem sequencial
Amostragem multi-etapas	
Amostragem multi-fásica	

Fonte: Reis & Moreira (1993)

Na presente dissertação optou-se por utilizar uma técnica de amostragem aleatória. De acordo com Reis e Moreira (1993:123), a amostragem aleatória ou casual “*tem sido adotada para pesquisa em muitas áreas científicas. O grau de confiança associado aos resultados obtidos, quando se utiliza um processo de amostragem aleatório, pode ser medido e controlado*”. Sendo assim, considerou-se que a técnica de amostragem aleatória mais adequada é a amostragem multi-etapas. Os mesmos autores, Reis e Moreira (1993:127) referem que na técnica de amostragem aleatória multi-etapas “*a população encontra-se dividida em vários grupos e selecionam-se aleatoriamente alguns desses grupos. No passo seguinte, também os elementos de cada grupo são aleatoriamente escolhidos.*”

De forma a obter um maior número de inquiridos foram selecionados **quatro locais** em que deveriam ser aplicados os inquéritos por questionário, nomeadamente junto à área alimentar, na fila de espera de uma área temática, no intervalo de um espetáculos de uma área temática e na saída do recinto.

Evitou-se abordar os visitantes enquanto assistiam a espetáculos de forma a não interromper o inquirido e de forma a não tornar difícil a comunicação com os mesmos. Por sua vez, nenhum visitante se mostrou disponível para preencher o questionário no local de saída do recinto, sendo este local imediatamente excluído.

Na escolha dos dias em que foram aplicados os inquéritos por questionário, considerou-se apenas o **fim-de-semana**, pois segundo a entidade organizadora do evento, durante a semana o público é essencialmente escolas e no fim-de-semana o público é exclusivamente famílias, sendo escolhidos todos os fins-de-semana em que o evento se realizava.

No que respeita ao **processo de seleção dos inquiridos**, nos locais previamente definidos, optou-se por inquirir o quinto grupo a sentar-se na área alimentar, posteriormente o décimo, e assim sucessivamente, tendo sido aplicado o mesmo método nos restantes locais. Além disso, segundo Eusébio (2006), é também necessário definir se a amostragem é uma amostragem por grupos ou uma amostragem individual. No âmbito da realização desta dissertação optou-se pela amostragem individual, ou seja, a amostragem por participante. No entanto, caso o participante seja responsável pelas despesas de um determinado grupo, este deve fornecer dados relativos às despesas totais efetuadas por todos os participantes pelo qual é o responsável pelas despesas, incluindo as suas. Caso o participante seja apenas responsável pelas suas despesas, a informação fornecida deve incidir apenas sobre essas mesmas despesas.

c) Dimensão da amostra

Relativamente à dimensão da amostra não foram utilizados métodos quantitativos para determinar a dimensão da amostra a inquirir, mas devido às características do próprio evento e também da disponibilidade financeira do investigador, foram definidos 8 dias de inquirição, nomeadamente o fim-de-semana. Nestes dias, o objetivo era inquirir o maior número possível de participantes no evento. Durante estes dias, o total de questionários administrados foram de 174. Os inquiridos responderam sobre as despesas turísticas de 631 participantes no evento.

d) Instrumento de inquirição

Após a definição da amostra, é necessário definir qual o instrumento de inquirição para a presente dissertação.

As informações recolhidas para esta investigação estão relacionadas com as características sociodemográficas dos visitantes da *Terra dos Sonhos*, o comportamento durante a visita e as atividades praticadas, bem como as motivações, as emoções, a satisfação e a fidelização. É objeto central do estudo a estimação das despesas dos visitantes segundo uma categorização de despesas em turismo apresentada pela OMT (1995; 2000).

Getz (1991) refere que o único método capaz de recolher toda a informação necessária relativamente à quantificação de despesas é o inquérito por questionário. Sendo assim, são apresentados alguns dos dados enunciados pelo autor e de referência para a elaboração da

dissertação, nomeadamente o perfil do visitante e as características do grupo, o tipo de viagem, as motivações e as despesas efetuadas pelos visitantes. O perfil do visitante engloba a idade, o género, a situação profissional, a área de residência, as habilitações literárias e o nível de rendimento e as características do grupo (tamanho do grupo e sua composição – família e amigos). O tipo de viagem, apicado a esta dissertação engloba apenas a duração da estada. Das motivações fazem parte o motivo de viagem para a região e para a participação no evento, a importância do evento na motivação da viagem e se é a primeira participação ou uma participação repetida. Por fim, as despesas realizadas estão relacionadas com a participação no evento e a realização da viagem, nomeadamente despesas realizadas em alojamento, alimentação e bebidas (no interior e exterior do recinto), entretenimento, *souvenirs*, ou outros serviços relacionados com a viagem.

Da revisão de literatura efetuada, vários autores optaram também pela aplicação de um **inquérito por questionário** para obtenção de informação relativa a despesas realizadas: no domínio do **turismo** (Taylor *et. al.* 1993; Wilton e Nickerson, 2006; Alegre, Cladera e Sard, 2011); no domínio dos **eventos** em geral (Bitta *et. al.* 1977; Gelan, 2003; Esu *et. al.* 2011; Warnick *et. al.* 2010; Connell e Page, 2005; Craggs e Schofield, 2009; Breen *et. al.* 2001; Krugar *et. al.* 2012; Barquet *et. al.* 2011) e no domínio dos **festivais** (Chhabra *et. al.* 2001; Crompton *et. al.* 2003).

Na primeira parte do questionário foi apresentado aos inquiridos os objetivos do estudo. A segunda parte é constituída por questões relacionadas com o conhecimento que os visitantes tinham acerca do evento, as motivações, comportamento durante a visita, atividades praticadas, despesas realizadas, emoções, satisfação e fidelização acerca do evento. Por fim, a última parte é referente ao perfil sociodemográfico dos inquiridos.

Relativamente às questões sem escala de avaliação, inicialmente questionaram-se os visitantes acerca do conhecimento que detinham relativamente ao evento, nomeadamente as fontes de informação utilizadas pelos inquiridos. Esta questão é uma questão mista, pois além dos inquiridos poderem referir algumas fontes de informação utilizadas, eram também dadas opções de escolha, nomeadamente amigos e familiares, televisão/rádio, jornais e internet. Foi solicitado aos visitantes que mencionassem o meio de transporte, através de uma questão mista, sendo apresentadas algumas opções (automóvel / meio de transporte particular, autocarro ou comboio. Além das questões anteriormente apresentadas, foi também alvo de estudo o número médio de horas de viagem desde o local

de residência até ao evento (questão aberta), a composição do grupo de viagem através de questões abertas e fechadas (características do grupo, número de elementos pelo qual o inquirido é o responsável pelas despesas, a existência de crianças no grupo de viagem com idade inferior a 15 anos). Para além disso, foram também apresentadas aos inquiridos duas tabelas. A primeira tabela refere-se ao montante de despesas realizadas na preparação da sua visita à *Terra dos Sonhos* (para visitantes residentes no concelho de Santa Maria da Feira) e a segunda tabela é referente ao total de despesas diárias efetuadas na região, por categoria de bens e serviços, para todas as pessoas que constituem o grupo pelo qual o inquirido é o responsável pelas despesas apenas para um dia da estada no destino. Por fim, foi também apresentado aos inquiridos uma tabela com as áreas temáticas, diversões e cenários em que participaram.

Tabela 5.3 - Informação a recolher aos visitantes inquiridos da *Terra dos Sonhos*

Informações	Detalhes
Características sociodemográficas	País de residência Local de residência Idade Género Estado civil Habilitações literárias Situação profissional Número de elementos do agregado familiar Rendimento líquido mensal do agregado
Conhecimento do evento	Fontes de informação utilizadas
Comportamento durante a viagem	Meio de transporte Número médio de horas de viagem desde a residência até ao local palco do evento
Comportamento durante a visita	Duração da participação Duração da estada Grupo de viagem Número de pessoas que o inquirido é responsável pelas despesas
Despesas	Despesas efetuadas por visitantes e residentes
Atividades praticadas	Áreas temáticas, diversões e cenários
Motivações	Motivações dos visitantes
Emoções	Emoções vividas pelos visitantes
Satisfação	Nível de satisfação dos visitantes com o evento
Fidelização	Nível de fidelização dos visitantes com o evento

Para a elaboração do questionário foram identificadas questões de forma a obter a informação anteriormente apresentada. Para uma melhor explicitação da forma como o questionário foi elaborado, apresentam-se nas seguintes tabelas (tabela 5.4; 5.5; 5.6; 5.7;

5.8; 5.9) uma análise detalhada dos principais objetivos inerentes às questões incluídas no questionário, a tipologia de questões e as referências consultadas para a elaboração das mesmas.

Tabela 5.4 – Questões sobre as fontes de informação, duração da viagem, meio de transporte, dimensão e composição do grupo, atividades e duração da visita

Informação a recolher	Questão	Tipo de questão	Objetivo	Fontes
Fontes de informação	Fontes de informação utilizadas acerca da Terra dos Sonhos.	Mista	Identificar as fontes de informação utilizadas pelos inquiridos.	Lee, Lee e Wicks (2004)
Duração da viagem	Duração da viagem desde o local de residência até ao evento.	Aberta	Duração prevista da viagem entre o local de residência do inquirido até ao local do evento.	Wang, <i>et. al.</i> , (2006)
Meio de transporte	Meio de transporte utilizado.	Mista	Meio de transporte utilizado pelos inquiridos.	Hernández-Martin (2007)
Dimensão e composição do grupo de viagem	Composição do grupo de viagem.	Fechada	Identificar se os inquiridos se deslocaram ao evento com amigos, família ou sozinhos.	Long & Perdue (1990); Craggs & Schofield (2009)
	Dimensão do grupo de viagem pelo qual o inquirido é o responsável pelo pagamento das	Aberta	Permite calcular a totalidade de despesas realizadas por participante, por grupo e despesa diária.	Crompton & McKay (1997); Craggs & Schofield (2009)
	Número de crianças no grupo com idade inferior a 15 anos.	Aberta	Identificar a presença de crianças no grupo.	Long & Perdue (1990); Brida, <i>et. al.</i> , (2012)
Atividades em que participou	Áreas temáticas, diversões e cenários que os visitantes participaram.	Fechada	Identificar as áreas temáticas, diversões e cenários que os inquiridos participaram durante o evento	Programa da Terra dos Sonhos 2012
Duração da visita	Duração de permanência prevista no destino e no evento.	Aberta	Detetar a duração de permanência no destino e no evento.	Crompton & McKay (1997); Lee <i>et al.</i> (2008); Yoon <i>et al.</i> (2010)

A próxima tabela sintetiza o grupo de questões que permite contabilizar as despesas no evento e ao mesmo tempo avaliar a totalidade de despesas distribuídas por tipo de categoria de produtos (Tabela 5.5).

Tabela 5.5 – Informação a recolher da despesa efetuada pelos participantes

Informação a recolher	Questão	Tipo de questão	Objetivo	Fontes
Despesas turísticas efetuadas por visitantes domésticos na preparação da visita	Valor total de despesas por produtos adquiridos na preparação da viagem.	Aberta	Quantificar as despesas diárias realizadas pelos grupos de visitantes na preparação da visita na economia de compilação e obter o valor da despesa diária por visitante.	OMT (2000); Eusébio (2006)
Despesas turísticas realizadas pelos visitantes à Terra dos Sonhos	Despesas diárias efetuadas na região, por categoria de produtos referente a todas as pessoas que constituem o grupo de viagem pelo qual o inquirido é responsável pelas despesas.	Aberta	Quantificar as despesas diárias realizadas pelos grupos de visitantes durante a participação no evento em questão e obter o valor da despesa diária por visitante.	OMT (2000); Eusébio (2006)

A questão referente às despesas na preparação da viagem foi concebida de acordo com a OMT (2000) e Eusébio (2006), que se refere ao total de despesas efetuadas pelos visitantes domésticos, que nesta dissertação correspondem aos residentes do concelho de Santa Maria da Feira. O objetivo é determinar o total de despesas realizadas antes da participação no evento *Terra dos Sonhos* na economia de compilação. Sendo assim, foi construída uma grelha, incorporada no questionário, de forma a quantificar as despesas realizadas (Tabela 5.6).

Tabela 5.6 – Grelha dos produtos incluídos no questionário para quantificar as despesas dos participantes residentes

Tipo de despesa	Montante (em euros)
a) Alimentação e bebidas	
b) Tabaco	
c) Vestuário e calçado	
d) Produtos de higiene	
e) Livros, jornais ou revistas	
f) Medicamentos	
g) Malas e acessórios de viagem	
h) Outras. Quais? _____	

Por sua vez, as despesas turísticas realizadas pelos visitantes no evento *Terra dos Sonhos*, foram também realizadas de acordo com a OMT (2000), e Eusébio (2006) em que era solicitado ao inquirido para escolher um dia da sua estada e descrever as suas despesas, por

categoria de bens e serviços, para todas as pessoas que fazem parte do grupo que o inquirido é responsável pelas despesas, resultando na grelha de seguida representada, de forma a quantificar as despesas (Tabela 5.7).

Tabela 5.7 – Grelha dos produtos incluídos no questionário para quantificar as despesas dos participantes

Tipo de despesa	Montante (em euros)
1 – Alojamento	
2 - Alimentação e bebidas	
a) Alimentação e bebidas <u>no interior</u>	
b) Alimentação e bebidas <u>no exterior</u>	
3 - Transporte	
a) Automóvel / Meio de transporte particular (combustíveis, pagamento de parques de estacionamento, portagens, scuts, multas ou outros)	
b) Autocarro	
c) Comboio	
d) Outro	
4 - Bilhete de acesso ao evento	
5 – Compras	
a) <i>Merchandising</i> e lembranças	
b) Artesanato	
c) Vestuário e calçado	
d) Tabaco	
e) Produtos de higiene pessoal	
f) Livros, jornais ou revistas	
g) Medicamentos	
h) Outras. Quais?	
6 - Outras despesas	
a) Comunicações	
b) Serviços de saúde	
c) Serviços de beleza	
d) Outras	

Uma vez que o questionário foi aplicado no interior do recinto onde decorre o evento, segundo Eusébio (2006), o número de categoria de despesas turísticas a incluir no questionário deve ser adaptado ao nível de detalhe, exatidão dos dados pretendidos e da disponibilidade do inquirido. Pelo facto de o questionário ser administrado no interior do recinto da *Terra dos Sonhos* enquanto decorrem espetáculos, admitiu-se a possibilidade de os inquiridos não estarem inteiramente disponíveis durante muito tempo para responder ao inquérito. Ainda que se tenha procedido a uma desagregação das despesas, esta não foi elaborada de forma muito detalhada, de forma a responderem aos objetivos da investigação.

Na última parte do questionário foram realizadas algumas questões de forma a obter dados sociodemográficos dos inquiridos, tais como nacionalidade, país de residência e local de

residência (para residentes em outras regiões do país ou de outros países), idade, gênero, estado civil, habilitações literárias, situação profissional dos inquiridos, o número de pessoas que fazem parte do agregado familiar do mesmo e rendimento líquido médio mensal do agregado familiar, através de questões do tipo abertas, mistas e fechadas (Tabela 5.8).

Tabela 5.8 – Questões acerca do perfil sociodemográfico dos inquiridos

Informação a recolher	Questão	Tipo de questão	Objetivos	Fontes
Local de residência	Nacionalidade do inquirido.	Aberta	Identificar os tipos de visitantes de acordo com a nacionalidade.	Thomo (2005) Breen, <i>et. al.</i> (2001)
	País de residência dos inquiridos.	Aberta	Identificar os visitantes domésticos.	Thomo (2005) Breen, <i>et. al.</i> (2001)
	Local de residência dos inquiridos.	Aberta	Identificar os visitantes residentes.	Thomo (2005) Breen, <i>et. al.</i> (2001)
Idade	Idade dos inquiridos.	Aberta	Verificar os grupos etários na amostra	Lee, <i>et. al.</i> (2004) Brida, Disegna & Osti (2012)
Gênero	Gênero dos inquiridos.	Fechada	Identificar o gênero da amostra.	Yoon, Lee e Lee (2010) Brida, <i>et. al.</i> (2012)
Estado civil	Estado civil dos inquiridos.	Fechada	Verificar o estado civil da amostra.	Lee, <i>et. al.</i> (2004) Yoon, <i>et. al.</i> (2010)
Habilitações literárias	Habilitações literárias da amostra.	Mista	Verificar o nível de ensino concluído da amostra.	Lee, <i>et. al.</i> (2004) Yoon, <i>et. al.</i> (2010)
Situação profissional	Situação profissional do inquirido.	Mista	Identificar a situação profissional da amostra.	Wang, <i>et. al.</i> (2006), Auld e McArthur (2003)
Agregado familiar	Número de pessoas do agregado familiar.	Aberta	Verificar o número de membros do agregado familiar dos inquiridos.	Crompton e Mckay (1997)
Rendimento líquido mensal	Rendimento líquido médio mensal do agregado familiar.	Aberta	Identificar o rendimento líquido médio mensal do agregado familiar do inquirido.	Long e Perdue (1990)

Na próxima tabela (Tabela 5.9) são apresentadas as variáveis em que foram utilizadas escalas (motivações, emoções, satisfação e fidelização) e a respetiva escala para as medir, nomeadamente a designação das variáveis, o número de itens utilizados, o tipo de escala utilizada e as referências bibliográficas utilizadas para a sua elaboração. As questões com escalas foram feitas de acordo com estudos efetuados na área dos eventos, mais

concretamente na área das emoções, satisfação e fidelização – Crompton e McKay (1997), Lee, *et. al.*, (2004), Lee, *et. al.* (2008) e Yoon, *et. al.* (2010).

Tabela 5.9 – Variáveis com escala incluídas no questionário

Variáveis	Nº itens utilizados	Tipo de escala	Fonte
Motivações	14	Escala de Likert 5 (1 – “Discordo completamente” / 5 – “Concordo completamente”)	Crompton & McKay (1997) Lee, <i>et. al.</i> (2004)
Emoções	18	Escala de Likert 7 (7 – “Emoções positivas” / 1 – “Emoções negativas”)	Lee, <i>et. al.</i> (2008) Santos (2011)
Satisfação	3	Escala de Likert 7 (1 – “Discordo completamente” / 7 – “Concordo completamente”)	Lee, <i>et. al.</i> (2008) Yoon, <i>et. al.</i> (2010)
Fidelização	3	Escala de Likert 7 (1 – “Muito improvável” / 7 – “Muito provável”)	Lee, <i>et. al.</i> (2008) Yoon, <i>et. al.</i> (2010)

Para analisar as motivações (Tabela 5.10), foi utilizada uma escala de Likert, que varia entre 1 e 5, sendo que o 1 corresponde a discordo completamente e o extremo 5 corresponde a concordo completamente. O objetivo da questão é compreender quais as motivações dos participantes para visitarem o evento. Os itens das motivações foram elaborados com base nos estudos de Crompton & McKay (1997); Lee, *et. al.* (2004) e Nicholson e Pearce (2001).

Tabela 5.10 – Itens utilizados nas motivações dos participantes à Terra dos Sonhos

Itens das motivações a analisar na Terra dos Sonhos
1. Aumentar os meus conhecimentos.
2. Desfrutar de novas experiências.
3. Curiosidade.
4. Variedade de atividades para ver e fazer.
5. Procura de aventura.
6. Satisfazer necessidades especiais.
7. Fuga da rotina do dia-a-dia.
8. Desfrutar de um ambiente único.
9. Estar com pessoas que se estão a divertir.
10. Participar no evento com amigos.
11. Estar mais tempo com a família.
12. Aumentar os laços familiares.
13. Ter a oportunidade de voltar a “ser criança novamente”.
14. Experiência anterior.

Relativamente às emoções, o objetivo é identificar as emoções sentidas pelos visitantes (Tabela 5.11). Através de uma escala de Likert de 7 (emoções positivas) e 1 (emoções negativas), foi solicitado aos inquiridos que indicassem a emoção que mais sentiam. A presente escala utilizada para medir as emoções dos inquiridos é uma escala que contempla emoções bipolares, sendo que no total foram analisadas 18 emoções.

Tabela 5.11 – Escala utilizada para medir as emoções dos participantes no evento

Dimensões (P) Pleasure (A) Arousal (D) Dominance	Itens (Bipolares)
(P)	1. Feliz – Infeliz
(A)	2. Animado – Calmo
(P)	3. Satisfeito – Insatisfeito
(D)	4. Controlador - Controlado
(A)	5. Ativo – Ensonado
(D)	6. Independente – Dependente
(A)	7. Estimulado – Relaxado
(P)	8. Contente – Zangado
(P)	9. Esperançoso – Desesperado
(D)	10. Influenciador – Influenciado
(A)	11. Interessado – Com tédio
(P)	12. Relaxado – Aborrecido
(D)	13. Autónomo – Guiado
(D)	14. Importante – Inferiorizado
(A)	15. Desperto – Não desperto
(A)	16. Frenético – Sem energia
(P)	17. Alegre – Melancólico
(D)	18. Dominante - Submisso

Para avaliar a satisfação dos inquiridos, foi utilizada uma escala do tipo Likert de 1 a 7, sendo que 1 corresponde a discordo completamente e o extremo 7 corresponde a concordo plenamente, baseado nos estudos de Lee, *et. al.* (2008) e Yoon, *et. al.* (2010). O objetivo de medir a satisfação dos inquiridos é averiguar se o visitante se sente bem com a participação no evento, se está satisfeito com a decisão em ter visitado o evento e se, no geral, está satisfeitos com o evento (Tabela 5.12).

Tabela 5.12 – Itens utilizados para avaliar a satisfação dos inquiridos

Itens da satisfação dos visitantes em relação à Terra dos Sonhos
1. Sinto-me bem com a participação no evento.
2. Estou satisfeito com a minha decisão em ter visitado a Terra dos Sonhos.
3. No geral, estou satisfeito com o evento.

Relativamente à fidelização dos visitantes procurou-se saber se era provável os visitantes recomendarem o evento a amigos e vizinhos, se iriam transmitir coisas positivas acerca do evento a outras pessoas e se tinham intenção de voltar a visitar o evento no próximo ano (Tabela 5.13). Para medir a fidelização foi também utilizada uma escala do tipo Likert de 1 a 7, sendo que ao extremo 1 corresponde muito improvável e ao extremo 7 corresponde muito provavelmente, com base nos estudos de Lee, *et. al.* (2008) e Yoon, *et. al.* (2010).

Tabela 5.13 – Itens utilizados para avaliar o nível de fidelização dos participantes com o evento

Itens da fidelização dos visitantes em relação à Terra dos Sonhos
1. Vou recomendar o evento aos meus amigos e vizinhos
2. Vou transmitir a outras pessoas coisas positivas acerca do evento.
3. Gostaria de visitar este evento no próximo ano.

e) Validação do questionário

Para a validação do questionário foi realizado o pré-teste, para verificar se era necessário proceder-se a alguma alteração em termos de conteúdo e de estrutura. O pré-teste foi realizado no dia 8 de Dezembro de 2012, que corresponde ao primeiro dia do evento a cerca de 17 participantes. A versão do pré-teste foi então testada no interior do recinto do evento, tendo-se verificado a necessidade de proceder a uma alteração. A única alteração ocorreu na grelha referente às despesas diárias efetuadas na região (questão 4.2), mais concretamente à categoria das despesas em transporte, onde se procedeu ao destaque do nome desta categoria. Após a alteração referida anteriormente, foi elaborado o questionário final e definitivo a aplicar aos visitantes do evento cultural *Terra dos Sonhos*.

Em média, os inquiridos demoraram entre 8 a 15 minutos a responder ao questionário, sendo que o tempo de preenchimento foi considerado aceitável.

f) Método de administração do questionário

O questionário foi administrado diretamente aos participantes, ou seja, o preenchimento do questionário foi realizado pelo investigador, pois desta forma era possível obter um maior número de respostas válidas, completado de forma mais rápida. No entanto, alguns dos inquiridos preferiram preencher eles próprios o questionário.

O questionário foi aplicado pelo mestrando que efetuou esta dissertação, licenciado em Turismo pelo Instituto Superior de Administração e Gestão (ISAG) e por outras pessoas que colaboraram na administração do questionário, nomeadamente um licenciado em Turismo na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu e uma estudante do ensino secundário, variante turismo.

A administração do questionário ocorreu no recinto da *Terra dos Sonhos* nos dias 8, 9, 15, 16, 22, 23, 29 e 30 de Dezembro de 2012, no período entre as 16h30 e as 19h00 (sábados e domingos). Embora os portões de entrada do recinto abrissem às 14h00, considerou-se este o período para a administração do questionário, pois era possível que grande parte dos inquiridos já tivessem visitado muitas das áreas temáticas, diversões ou cenários do evento e que já tivessem uma ideia bastante sustentada acerca do evento.

Foram definidos alguns pontos estratégicos para a administração do questionário, nomeadamente na saída do recinto, junto à área alimentar, em filas de espera junto às áreas temáticas e no intervalo das mesmas. No entanto, o local de saída do recinto foi imediatamente excluído, pois os inquiridos não estavam predispostos a responder ao questionário.

No total foram obtidos 177 questionários. No entanto, apenas **174** foram considerados válidos, pois eram os únicos que se encontravam corretamente preenchidos para posteriormente se proceder às análises necessárias para o desenvolvimento da presente dissertação. É de salientar que os 3 inquiridos considerados como não válidos não foram analisados porque os inquiridos não completaram toda a informação presente no questionário.

Em suma, a tabela 5.14 sintetiza o modelo de investigação utilizado nesta dissertação na aplicação dos inquiridos por questionário, de forma a responder a todos os objetivos propostos para a realização e concretização dos objetivos do estudo empírico.

Tabela 5.14 - Modelo de Investigação utilizado na aplicação do inquérito por questionário

Metodologia utilizada	Inquérito por questionário.
Técnica de amostragem	Amostragem aleatória multi-etapas.
Amostragem	Amostragem individual (participante) e amostragem por grupos (conjunto de participantes).
Inquiridos	Participantes (residentes e visitantes) no evento cultural <i>Terra dos Sonhos</i> em Santa Maria da Feira.
Período	Dezembro de 2012 – Fins-de-semana.
Local	Santa Maria da Feira – Interior do recinto do evento.

5.4 – Método de análise de dados

Após a recolha de dados relativamente aos participantes do evento *Terra dos Sonhos* (edição de 2012), procedeu-se à respetiva análise e tratamento dos dados recolhidos. A análise foi realizada recorrendo ao programa SPSS (Statistical Package for the Social Science), onde todos os dados foram inseridos numa base de dados. Após os dados estarem inseridos, procedeu-se à análise dos dados, sendo que foram utilizados os seguintes métodos na presente dissertação: métodos de análise univariada e métodos de análise estatística multivariada.

a) Métodos de análise univariada

Nesta dissertação, foi usado inicialmente a análise univariada, de forma a caracterizar a amostra, onde foram analisados dados referentes ao perfil sociodemográfico dos inquiridos, as fontes de informação utilizadas, o meio de transporte, o número médio de horas de viagem desde o local de residência do inquirido até ao evento, composição do grupo de viagem, despesas efetuadas, áreas temáticas e atividades em que participaram no evento, satisfação, fidelização e duração da visita (para participantes e participantes residentes) (Tabela 5.15).

Tabela 5.15 – Descrição dos métodos da análise univariada

Objetivos	Técnicas de análise de dados utilizadas
Caracterização do perfil sociodemográfico dos inquiridos	- Distribuição de frequências; - Medidas de localização e tendência central (Média aritmética); - Medidas de dispersão (desvio-padrão);
Fontes de informação	- Quadro de distribuição de frequências;
Comportamento durante a participação	- Distribuição de frequências; - Medidas de localização e tendência central (média aritmética); - Medidas de dispersão (desvio-padrão);
Áreas temáticas e atividades	- Quadro de distribuição de frequências;
Despesas realizadas	- Medidas de localização e tendência central (média aritmética); - Medidas de dispersão (desvio-padrão);
Satisfação e fidelização	- Medidas de localização e tendência central (média aritmética); - Medidas de dispersão (desvio-padrão);

b) Métodos de análise estatística multivariada

Foram utilizados dois métodos de análise de dados multivariada: análise de componentes principais e análise de regressão linear múltipla. Foi utilizada a análise de componentes principais para identificar os principais fatores das variáveis em estudo, nomeadamente as motivações e as emoções. Foi utilizada a análise de regressão linear múltipla para identificar os fatores que influenciam as despesas totais dos participantes no evento *Terra dos Sonhos* (Tabela 5.16).

Tabela 5.16 – Descrição dos métodos de análise de dados multivariada utilizados

Objetivos	Técnicas de análise de dados utilizadas
Extrair componentes principais das motivações	- Análise de componentes principais;
Extrair componentes principais das emoções	- Análise de componentes principais;
Identificar os fatores que influenciam as despesas	- Análise de regressão múltipla através do método <i>stepwise</i> ;

5.5 – Conclusão

Neste capítulo foram definidos os principais objetivos desta dissertação, o método de recolha de dados utilizado e foram também descritos os métodos de análise de dados.

Os principais objetivos da dissertação passam pela análise do perfil sociodemográfico dos participantes da *Terra dos Sonhos* e pela análise das variáveis que influenciam as despesas turísticas.

Para a recolha de dados foi selecionado o inquérito por questionário, por se considerar o mais adequado para recolher toda a informação e também porque foi o instrumento utilizado por diversos autores na área do turismo e em concreto em vários tipos de eventos. Foi também definida a amostra e posteriormente selecionou-se o método de amostragem – amostragem aleatória multi-etapas.

Os visitantes foram então inquiridos durante os fins-de-semana no mês de Dezembro, entre as 16h:00 e as 19h, sendo previamente definidos os pontos estratégicos para a administração do questionário, nomeadamente à saída do recinto do evento, junto à área alimentar, em filas de espera junto às áreas temáticas e no intervalo das mesmas. No entanto, o local da saída do recinto foi posteriormente excluído.

Capítulo 6. Terra dos Sonhos em Santa Maria da Feira

Os dados recolhidos nesta dissertação dizem respeito à edição da *Terra dos Sonhos* 2012, que teve lugar na Quinta do Castelo, no centro histórico de Santa Maria da Feira, entre os dias 6 e 9 de Dezembro, 13 e 16 de Dezembro, 19 e 23 de Dezembro e de 26 a 30 de Dezembro.

Figura 6.1 – Imagem do cartaz do evento no ano de 2012



Fonte: www.terradosonhos.com

A *Terra dos Sonhos* em Santa Maria da Feira trata-se de uma iniciativa desenvolvida pela Feira Viva, Cultura e Desporto, e.e.m. (empresa municipal), que tem como um dos principais objetivos posicionar o concelho de Santa Maria da Feira de uma forma mais regular em termos de notoriedade, com reflexos na economia local direta ou indiretamente, nomeadamente na restauração, hotelaria, comércio, associações locais e grupos de arte e

espetáculos locais. A empresa municipal Feira Viva, Cultura e Desporto, e.e.m. está responsável pela organização de um grande evento por trimestre, nomeadamente o *Festival para Gente Sentada* em Fevereiro, *Semana Santa* em Abril, *Imaginarium* em Maio e *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria* em Agosto (Feira Viva, Cultura e Desporto, e.e.m. 2013).

No entanto, o trimestre relativo à época natalícia encontrava a agenda vazia de eventos. Por outro lado, não existia qualquer tipo de evento dedicado ao público infantojuvenil, uma vez que todos os projetos desenvolvidos pela Feira Viva estavam direcionados para audiências generalizadas. A *Terra dos Sonhos* surge assim em 2008, como uma solução para colmatar uma lacuna do agendamento e para proporcionar à comunidade local o encanto do Natal enquanto festa familiar (Verdade, 2011).

A *Terra dos Sonhos* tem lugar na Quinta do Castelo (espaço com 30 000 metros quadrados) que é concessionado à Feira Viva para estes e outros propósitos, nomeadamente a *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria*, sendo a localização considerada uma mais-valia, uma vez estar situada em pleno centro histórico da cidade, junto ao Castelo de Santa Maria da Feira. Relativamente ao público-alvo, além do público escolar, do ponto de vista demográfico, dirige-se às crianças com faixa etária entre os 3 e os 10 anos, sendo que as famílias acabam por ser os principais destinatários do evento. Evidentemente que as famílias numerosas são preferenciais, o que se reflete nas políticas de preço. Aveiro e Porto são geograficamente os alvos preferenciais de comunicação da Terra dos Sonhos. Por sua vez, no que concerne aos critérios psicográficos, procura-se sobretudo atrair participantes de estatuto socioeconómico médio a médio-alto, detentores de habilitações literárias ao nível do ensino superior, pois indivíduos que correspondem a esta descrição têm à partida uma maior facilidade cultural e financeira em incorporar a Terra dos Sonhos nas suas agendas familiares (Verdade, 2011).

Sendo o evento *Terra dos Sonhos* iniciado em 2008 e com o crescente número de participantes, o evento sofre um alargamento de dias em cada edição, bem como o aumento de áreas temáticas e diversões (Tabela 6.1). Importa referir que os números apresentados contemplam grupos escolares e participantes.

Tabela 6.1 - Evolução do evento Terra dos Sonhos

Edição	Nº participantes	Duração	Áreas temáticas
2008	mais de 30 000	9 dias	N/D
2009	aprox. 30 000	22 dias	N/D
2010	aprox. 29 000	12 dias	N/D
2011	49 784	16 dias	9 áreas temáticas 6 espaços de diversão
2012	mais de 50 000	16 dias	10 áreas temáticas 7 espaços de diversão

Fonte: www.terradosonhos.com, Brochuras promocionais do evento (2008-2012)

A animação do evento era composta por 10 áreas temáticas, 7 diversões e 2 cenários, distribuídas pelo interior do recinto. Além disso, o evento contava também com animação circulante, nomeadamente “*TV Blue*”, “*Madness Total*” e “*EZ Sapadores*” (Tabela 6.2 e figura 6.2).

Tabela 6.2 – Áreas temáticas, diversões e cenários que compõem o evento

Áreas Temáticas	01. O Regresso dos Piratas	Diversões	11. Carrossel
	02. O Conto da Terra dos Sonhos		12. Pista de Boias
	03. Circo das Marionetas		13. Slide
	04. Árvore Cintilante		14. Mini Disco
	05. Lapónia		15. <i>Slot Cars</i>
	06. Caixinha de Música		16. Camas Elétricas
	07. Capuchinho Vermelho		17. Arvorismo
	08. Casinha dos Balões	Cenários	18. Olh’ó Passarinho
	09. Água sobre Azul, by Indaqua		19. Mini Aldeia
	10. Brincar a aprender, by Meo Kids		

Fonte: Programa da Terra dos Sonhos, 2012

No interior do recinto, localizado à saída, existia a área alimentar, composta por “*Arte Chávana de Chocolate*”, “*Dom Duarte*”, “*Festa Encantada*”, “*Iguarias Silvestres*”, “*Museu Vivo da Fogaça*” e “*Pipocas Doces*”.

Além disso, a animação estava ao cargo de várias entidades como “Amar”, “Anymamundy”, “Décadas de Sonho”, “F. Alcaide”, “Marionetas da Feira”, “Meia Ponta, Ensino Artístico, Lda.”, “Ponto Produções” e “Projeto RZ”, sendo que cada uma destas entidades é responsável pela dinamização das várias áreas temáticas.

Figura 6.2 – Mapa do recinto do evento no ano de 2012



Legenda: A - Bilheteira; B – WC’s; C – Fraldário; D – Áreas alimentares; E – Parque Infantil; F – FotoMagia. Os números de 01 a 19 correspondem às Áreas Temáticas, Diversões e Cenários anteriormente apresentados.

Fonte: www.terradosonhos.com

Relativamente às condições de acesso ao recinto do evento, na edição de 2012 a política de preços era a seguinte (tabela 6.3):

Tabela 6.3 - Política de preços da Terra dos Sonhos

Descrição do bilhete	Preço
0/2 anos	Gratuito
Bilhete por pessoa	6 €
Pack família (mínimo 4 pessoas)	5 €
Pack família 1 (1 adulto + 3 crianças ou 2 adultos + 2 crianças)	20 €
Pack família 2 (1 adulto + 4 crianças ou 2 adultos + 3 crianças)	25 €
Pack família 3 (1 adulto + 5 crianças ou 2 adultos + 4 crianças)	30 €
Bilhete grupo (mínimo 15 pessoas)	5 €/pessoa
Bilhete grupo escolas (mínimo 15 pessoas)	5 €/pessoa
Free pass (pulseira válida para todos os dias do evento)	10 €/pessoa

Fonte: www.terradosonhos.com

Capítulo 7. Análise e discussão dos resultados

7.1 – Introdução

Neste capítulo pretende-se caracterizar os participantes no evento cultural *Terra dos Sonhos*, com base nas suas características sociodemográficas, no seu comportamento de viagem e na avaliação que fazem do evento.

Posteriormente pretende-se caracterizar as despesas efetuadas pelos participantes antes da viagem, no caso de participantes residentes e as despesas efetuadas durante a viagem para participantes residentes e não residentes.

Após essa análise e de forma a testar as hipóteses de investigação formuladas no Capítulo 5, irá ser construído um modelo explicativo da variação das despesas realizadas pelos participantes, através de uma análise de regressão múltipla.

7.2 – Caracterização dos inquiridos

Relativamente à categorização dos inquiridos, nas próximas subsecções serão apresentados todos os resultados obtidos nas análises efetuadas relativamente às características sociodemográficas dos inquiridos, o comportamento de viagem, as emoções sentidas com a participação no evento, satisfação e fidelização e por fim as despesas efetuadas.

7.2.1 - Caracterização sociodemográfica dos inquiridos

Nesta secção serão apresentados os resultados relativos à caracterização sociodemográfica da amostra no âmbito do estudo empírico da presente dissertação. A caracterização dos 174 visitantes da *Terra dos Sonhos* em Santa Maria da Feira será efetuada de acordo com as seguintes variáveis nacionalidade e local de residência; idade, gênero e estado civil; habilitações literárias, situação profissional; número de pessoas que constituem o agregado familiar e rendimento líquido mensal (Tabela 7.1).

Tabela 7.1 – Perfil sociodemográfico dos inquiridos na Terra dos Sonhos

Caracterização socio-demográfica dos inquiridos	N	%	Média	Desvio-padrão
Nacionalidade				
Portuguesa	173	99,4%		
Outra	1	0,6%		
Total	174	100%		

Tabela 7.1 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos na Terra dos Sonhos (continuação)

País de Residência			
	Portugal	174	100,0%
	Total	174	100%
Local de Residência			
	Porto	34	19,5%
	Santa Maria da Feira	23	13,2%
	Vila Nova de Gaia	11	6,3%
	Espinho	7	4,0%
	Ovar	6	3,4%
	Oliveira de Azeméis	5	2,9%
	Braga	5	2,9%
	Coimbra	5	2,9%
	Aveiro	5	2,9%
	Outros	73	42,0%
	Total	174	100,0%
Idade			
	Total	174	36,91 4,968
Género			
	Masculino	60	34,5%
	Feminino	114	65,5%
	Total	174	100%
Estado civil			
	Solteiro	10	5,7%
	Casado	162	93,1%
	Divorciado	2	1,1%
	Viúvo	0	0%
	Outro	0	0%
	Total	174	100%
Habilitações			
	Ensino básico - 1º Ciclo	0	0%
	Ensino básico - 2º Ciclo	14	8%
	Ensino básico - 3º Ciclo	9	5,2%
	Ensino Secundário	97	55,7%
	Ensino Superior	54	31%
	Outro	0	0%
	Total	174	100%
Situação profissional			
	Estudante	3	1,7%
	Empregado	153	87,9%
	Desempregado	16	9,2%
	Outra	2	1,1%
	Total	174	100%

Tabela 7.1 - Perfil sociodemográfico dos inquiridos na Terra dos Sonhos (continuação)

Número de pessoas do agregado familiar				
2	8	4,6%		
3	107	61,5%		
4	48	27,6%	3,36	0,671
5	11	6,3%		
Total	174	100%		
Rendimento Líquido Mensal				
[0 a 500€]	1	0,6%		
[500 a 1000€]	4	2,3%		
[1000€ a 1500€]	49	28,2%		
[1500€ a 2000€]	69	39,7%		
[2000€ a 2500€]	30	17,2%		
[2500€ a 3000€]	17	9,8%		
Mais de 3000€	4	2,3%		
Total	174	100%		

a) Nacionalidade e local de residência

No que respeita ao país de residência dos inquiridos, a amostra total revelou que os participantes residem em Portugal, sendo que no evento em análise predomina o mercado nacional, pois não se trata de um evento internacional. Por sua vez, relativamente ao local de residência dos inquiridos, grande parte da amostra reside no concelho do Porto (19,5%), Vila Nova de Gaia (6,3%) e Espinho (4%). Relativamente aos residentes no concelho de Santa Maria da Feira, estes representam 13,2% da amostra. No entanto, ao apurar o concelho de residência dos inquiridos, deparámo-nos com um leque de respostas muito variadas, sendo que na totalidade foram 50 os concelhos de residência indicados. (Tabela 7.1)

b) Idade, género e estado civil

No que respeita ao género, a amostra engloba 65,5% de visitantes do sexo feminino e 34,5% visitantes do sexo masculino, como acontece no estudo de Tohmo (2005), que grande parte dos inquiridos é do género feminino e confirmando também que, segundo Getz (1991) eventos de cariz cultural atraem mais participantes do género feminino.

Relativamente às idades, verificou-se que na amostra total a média é de 36,9 anos e um desvio-padrão de 4,968.

Por sua vez, o estado civil da amostra em estudo, a maioria dos inquiridos é casada, seguindo-se os inquiridos cujo estado civil é solteiro e divorciado.

c) Habilitações literárias

Em termos de habilitações literárias a amostra total revelou que 55,7% dos inquiridos tem o ensino secundário completo e que 31% tem formação a nível do ensino superior, sendo que os dois grupos representam 86,7% do total dos inquiridos. Esta conclusão é também observada em outros estudos realizados, como por exemplo, o estudo de Tohmo (2005), em que aproximadamente 50% dos inquiridos têm o ensino secundário completo.

d) Situação profissional

No que respeita à situação perante o emprego dos inquiridos, a amostra total revelou que grande parte dos participantes está a desempenhar uma atividade profissional (87,9%), 9,2% estão desempregados e 1,7% são estudantes.

e) Número de pessoas que constituem o agregado familiar

Como se pode observar na tabela 7.1, na maioria dos inquiridos o agregado familiar é composto em média por três pessoas (3,36), enquanto o grupo mais restrito (4,6%) corresponde ao grupo de visitantes cujo agregado familiar é constituído por apenas duas pessoas.

f) Rendimento líquido mensal

Relativamente ao nível de rendimento líquido mensal do agregado familiar dos inquiridos deste estudo, verifica-se que a amostra total revelou que grande parte dos participantes têm um rendimento líquido mensal médio entre 1000 € a 2000 € - os dois grupos de inquiridos com o rendimento líquido mensal de 1000 € a 1500 € e de 1500 € a 2000 € representam 67,9% dos participantes inquiridos.

7.2.2 – Comportamento de viagem dos inquiridos

De forma a facilitar a caracterização do comportamento de viagem dos visitantes, optou-se por apresentar os resultados de acordo com o comportamento antes da viagem, o comportamento durante a viagem, o comportamento durante a visita e a avaliação do evento por parte dos participantes inquiridos.

a) Comportamento antes da viagem

De forma a realizar a análise do comportamento dos visitantes antes da viagem, é necessária a recolha de informação relativamente às fontes de informação utilizadas pela amostra.

Os inquiridos obtiveram informação acerca do evento maioritariamente através de amigos e familiares, internet e televisão (Tabela 7.2).

Tabela 7.2 – Fontes de informação utilizadas pelos participantes do evento

Fontes de informação	Nível de utilização	
	N = 174	(%)
Amigos e familiares	104	59,8%
Internet	79	45,4%
Televisão	78	44,8%
Jornais	44	25,3%
Outras	26	14,9%

Um reduzido número de inquiridos baseou-se em outras fontes de informação para além daquelas referenciadas no questionário, sendo que, os inquiridos referenciaram que tiveram conhecimento do evento através do estabelecimento de ensino dos filhos, através de *outdoors* e mupis espalhados pela região e pela Empresa Municipal Feira Viva, responsável pela organização do evento.

b) Comportamento durante a viagem

Relativamente ao número médio de horas do inquirido, desde o local de residência até ao local de realização do evento, a média foi de 0,963 horas e o desvio padrão 1,718, considerando o tempo estimado de residentes e de visitantes que participaram no evento.

c) Comportamento durante a visita

A análise das motivações de quem se desloca até ao evento é de extrema importância, pois é desta forma que é possível compreender os principais motivos que levam os participantes inquiridos a escolher este evento. As motivações dos inquiridos foram avaliadas utilizando uma escala de 1 (discordo completamente) a 5 (concordo plenamente).

Para identificar um conjunto reduzido de fatores que representassem os itens das motivações, procedeu-se a uma análise de componentes principais no SPSS aos 14 itens, com rotação *varimax* de forma a extrair os principais fatores das motivações. De forma a

validar a matriz de atributos foram retirados da análise 3 itens (“experiência anterior”, “aumentar os meus conhecimentos” e “satisfazer necessidades especiais”), tendo surgido 3 fatores (socialização, expandir conhecimentos e aumentar laços familiares). Os valores das comunalidades são todos superiores a 0,5, o valor do KMO é de 0,797, o que significa que é uma boa solução, o valor do teste de Bartlett é de 897,679 (sig=0,00) e os três fatores juntos explicam 68,44% do total da variância. Relativamente à consistência interna, foi utilizado o Cronbach Alpha, que demonstra que os três fatores apresentam uma consistência boa, pois apresentam valores superiores a 0,7.

Tabela 7.3 - Análise de componentes principais das motivações dos inquiridos da Terra dos Sonhos

Itens	Média dos itens	Média dos fatores	Comunalidades	Socialização	Expandir conhecimentos	Aumentar laços familiares
Estar com pessoas que se estão a divertir	4,06		0,698	0,790		
Participar no evento com amigos	3,87		0,609	0,718		
Desfrutar de um ambiente único	4,12	3,9808	0,661	0,687	0,370	
Voltar a ser criança	4,14		0,577	0,687		
Fuga da rotina	4,04		0,530	0,616	0,358	
Procura de Aventura	3,66		0,599	0,602	0,390	
Curiosidade	4,00		0,732		0,836	
Novas experiências	3,84	3,9559	0,694		0,828	
Variedade de atividades	4,02		0,688		0,782	
Aumentar os laços familiares	4,45	4,4282	0,894	0,323		0,872
Estar mais tempo com a família	4,41		0,848			0,869
% da variância explicada				27,763	23,308	17,373
% da variância explicada acumulada				27,763	51,071	68,444
Eigenvalues				4,551	1,781	1,197
Cronbach's Alpha				0,808	0,809	0,907
KMO					0,797	
Bartlett's Test Sphericity					897,679 (0,00)	

Analisando as médias dos itens das componentes anteriormente verificadas, constatamos que os inquiridos apresentam-se motivados em todas as dimensões (as medias dos itens situam-se entre os 3 e os 4 – numa escala de 5 pontos anteriormente identificada). Verificamos então que as principais motivações dos inquiridos para assistirem ao evento devem-se ao facto de poderem estar mais tempo com a família e aumentar os laços familiares.

Quanto ao meio de transporte utilizado pelos visitantes inquiridos para se deslocarem até ao evento, quase a totalidade dos inquiridos optou por utilizar o meio de transporte particular, neste caso, o automóvel. Uma pequena percentagem dos inquiridos revelou que se deslocaram até ao evento a pé (Tabela 7.4).

Tabela 7.4 - Caracterização da amostra de acordo com o tipo de transporte utilizado pelos inquiridos

Transporte	N = 174	(%)
Automóvel/Meio de Transporte particular	169	97,1%
Autocarro	1	0,6%
Comboio	0	0,0%
Outro	4	2,3%

Em termos das características de viagem do grupo, foi analisada a composição do grupo e o tamanho do grupo.

Relativamente à composição do grupo de viagem, a amostra total revela que quase a totalidade dos inquiridos viaja com família e com amigos e família, sendo a companhia da família mais frequente na *Terra dos Sonhos* (Tabela 7.5).

Tabela 7.5 - Caracterização da amostra de acordo com a composição do grupo de viagem

Grupo de viagem	N = 174	(%)
Família	126	72,4%
Família e amigos	46	26,4%
Amigos	2	1,1%
Sozinho	0	0%

No que respeita ao tamanho do grupo, a amostra total revelou que o número médio de pessoas que constituem o grupo do qual o inquirido é o responsável pela totalidade das despesas é de 3 e o desvio-padrão é de 1,155. Para além disso, a percentagem de inquiridos cujo grupo de pessoas é de 8 (sendo o número máximo por grupo), é de apenas 1,7%.

Relativamente ao número de pessoas que os inquiridos são responsáveis pelas despesas que têm menos de 15 anos, a média é de 1,26 e o desvio padrão é de 0,694, sendo que 70,1% dos inquiridos tem no seu grupo de despesas apenas um membro com idade inferior a 15 anos, pois trata-se de um evento muito direcionado para crianças.

Para a realização do estudo empírico desta dissertação, foram incluídos na amostra participantes residentes no concelho palco de realização do evento e visitantes, considerou-se relevante fazer a análise da estada em dias apenas para visitantes e a duração de permanência no evento (em horas) para residentes e visitantes (Tabela 7.6).

Tabela 7.6 - Caracterização da amostra de acordo com a duração da visita

Duração da visita	N	Média	Desvio-padrão
Residentes			
Número de horas de permanência no evento	23	4h	0,674
Visitantes			
Número de dias de permanência no destino	151	0,23	0,850
Número de horas de permanência no evento	151	4,03h	0,734

Na tabela 7.7 constam todas as áreas temáticas, diversões e cenários que constituem a animação na *Terra dos Sonhos*. Fazem parte das áreas temáticas o Regresso dos Piratas, o Conto da Terra dos Sonhos, o Circo de Marionetas, a Árvore Cintilante, Lapónia, Caixinha de Música, Capuchinho Vermelho, a Casinha dos Balões, Água sobre Azul e Brincar e Aprender. Por sua vez, o Carrossel, a Pista de Boias, o Slide, Mini Disco, *Slot Cars*, Camas Elásticas e Arvorismo constituem as diversões. Por fim fazem parte dos cenários o Ólh'ó Passarinho e a Mini Aldeia. Os que apresentam uma percentagem maior de participação por parte dos visitantes inquiridos são: o Regresso dos Piratas (93,1%), o Conto da Terra dos Sonhos (79,9%) e o Capuchinho Vermelho (70,1%). No entanto, algumas destas percentagens podem ser explicadas pelo facto de algumas das atividades estarem situadas logo à entrada no recinto do evento, e pelo facto de serem as mais divulgadas como é o caso do Regresso dos Piratas e do Capuchinho Vermelho. As restantes áreas temáticas, diversões e cenários, embora também sejam procuradas, apresentam uma taxa de participação mais reduzida, entre as quais Camas Elásticas (7,5%), Ólh'ó Passarinho (13,2%) e Carrossel (17,8%), o que pode ser explicada pela falta de divulgação, os horários coincidirem com os de outras atividades ou simplesmente por serem atividades pagas, como é caso do Carrossel e de Ólh'ó Passarinho.

Tabela 7.7 - Áreas temáticas e atividades em que os inquiridos participaram

Atividades praticadas	Nível de utilização		
	N total	Participou	% Participou
O regresso dos Piratas	174	162	93,1%
O conto da Terra dos Sonhos	174	139	79,9%
Capuchinho Vermelho	174	122	70,1%
Pista de Bóias	174	93	53,4%
Circo de Marionetas	174	85	48,9%
Slide	174	83	47,7%
Árvore Cintilante	174	79	45,4%
Caixinha de música	174	79	45,4%
Lapónia	174	69	39,7%
Mini Disco	174	58	33,3%
Casinha dos balões	174	56	32,2%
Mini aldeia	174	55	31,6%
Arvorismo	174	52	29,9%
Brincar e aprender	174	48	27,6%
Água sobre azul	174	128	26,4%
Slot Cars	174	36	20,7%
Carrossel	174	31	17,8%
Ólh'ó Passarinho	174	23	13,2%
Camas Elásticas	174	13	7,5%

7.2.3 – Caracterização dos participantes de acordo com as emoções sentidas na participação no evento

Para avaliar as emoções dos visitantes com a participação na *Terra dos Sonhos*, recorreu-se à escala bipolar PAD (*Pleasure, Arousal, Dominance*) dos autores Russell e Mehrabian (1974), com base no estudo de Santos (2011) para analisar as emoções da amostra de inquiridos.

As emoções foram avaliadas utilizando uma escala de 1 a 7, sendo que ao extremo 1 corresponde as emoções negativas e ao extremo 7 as emoções positivas avaliadas pela amostra.

Para identificar um conjunto reduzido de fatores que representassem os itens das emoções, procedeu-se também, de igual forma às motivações, a uma análise de componentes principais aos 18 itens, procedendo-se igualmente à rotação *varimax* de forma a extrair os principais fatores das emoções, extraindo-se um conjunto de fatores que corresponde às três dimensões da escala PAD (*Pleasure, Arousal, Dominance*). O primeiro fator é composto pelas emoções alegre-melancólico, relaxado-aborrecido, interessado-com tédio,

desperto-não desperto, frenético-sem energia e importante-inferiorizado. O segundo fator é composto pelos itens animado-calmo, feliz-infeliz, satisfeito-insatisfeito, contente-zangado, esperançoso-desesperado e ativo-ensonado. Por fim o último fator é constituído pelos itens de emoções dominante-submisso, influenciador-influenciado, controlador-controlado e autónomo-guiado.

Tabela 7.8 - Análise de componentes principais das emoções dos inquiridos da Terra dos Sonhos

Itens	Média dos itens	Média dos fatores	Comunalidades	<i>Arousal</i>	<i>Pleasure</i>	<i>Dominance</i>
Alegre - Melancólico	6,03	5,896	0,715	0,784		
Relaxado - Aborrecido	5,84		0,689	0,766		
Interessado - Com tédio	5,83		0,739	0,755	0,390	
Desperto - Não desperto	5,94		0,734	0,748	0,412	
Frenético - Sem energia	5,70		0,558	0,634		
Importante - Inferiorizado	6,03		0,538	0,579	0,307	
Animado - Calmo	6,01	5,926	0,895		0,902	
Feliz - Infeliz	6,03		0,868		0,897	
Satisfeito - Insatisfeito	6,05		0,734	0,365	0,759	
Contente - Zangado	5,98		0,716	0,487	0,691	
Esperançoso - Desesperado	5,76		0,609	0,472	0,585	
Ativo - Ensonado	5,73		0,528	0,357	0,543	0,326
Dominante - Submisso	5,84	5,700	0,788			0,843
Influenciador - Influenciado	5,46		0,694			0,798
Controlador - Controlado	5,67		0,763		0,374	0,789
Autónomo - Guiado	5,83		0,631	0,479		0,598
			% da variância explicada	51,306	10,816	7,864
			% da variância explicada acumulada	51,306	62,122	69,986
			Eigenvalues	8,209	1,731	1,258
			Cronbach's Alpha	0,889	0,904	0,845
			KMO		0,896	
			Bartlett's Test Sphericity		2065,110 (0,00)	

Através da análise de componentes principais efetuada às emoções, o KMO é de 0,896 e o Bartlett's Test tem um valor de 2065,110. Além destes bons resultados, como podemos ver, todas as comunalidades apresentam um valor superior a 0,5. Relativamente à consistência interna, os três fatores apresentam valores superiores a 0,7, apresentando assim uma boa consistência.

7.2.4 – Caracterização dos visitantes de acordo com a avaliação da participação no evento e a fidelização.

No estudo empírico desta dissertação, foi pedido aos inquiridos para avaliarem a sua satisfação com a participação no evento de acordo com três itens: “Sinto-me bem com a participação neste evento”, “estou satisfeito com a minha decisão em ter visitado a *Terra dos Sonhos*” e “no geral, estou satisfeito com o evento”. Estes três elementos foram

avaliados, recorrendo à utilização de uma escala de 1 (discordo completamente) a 7 (concordo completamente).

Tabela 7.9 - Satisfação dos inquiridos com a participação no evento

Satisfação	Frequências relativas (%)								Estatísticas descritivas	
	N	7	6	5	4	3	2	1	Média	Desvio-padrão
Sinto-me bem com a participação neste evento	100	30,5	42,5	21,8	4	1,1	0	0	5,97	0,889
Estou satisfeito com a minha participação neste evento	100	29,9	45,4	19,5	2,9	1,7	0,6	0	5,97	0,928
No geral, estou satisfeito com o evento	100	35,1	43,1	16,7	2,9	1,7	0,6	0	6,05	0,939

Todos os inquiridos responderam a estas questões, sendo que o primeiro item “sinto-me bem com a participação neste evento” tem uma média de 5,97, o que indica que os inquiridos ficaram satisfeitos após a sua participação no evento. O desvio padrão deste item é de 0,889. O item “estou satisfeito com a minha decisão em ter visitado a *Terra dos Sonhos*” apresenta também uma média igual ao item anteriormente referido, o que significa que os inquiridos estão satisfeitos. Por fim, o último item utilizado para avaliar a satisfação da amostra “no geral, estou satisfeito com o evento” apresenta uma média superior relativamente aos dois itens anteriormente referenciados (6,05), o que significa que os inquiridos estão realmente bastante satisfeitos com o evento, pois o valor está próximo do extremo 7 (concordo completamente).

Relativamente à fidelização, esta será medida de acordo com três itens: “vou recomendar o evento aos meus amigos e vizinhos”, “vou transmitir a outras pessoas coisas positivas acerca do evento” e “gostaria de visitar este evento no próximo ano”. Estes três itens são avaliados utilizando uma escala semelhante à utilizada para avaliar a satisfação, sendo que o 1 corresponde a muito improvável e o 7 a muito provável, a fim de verificar o grau de fidelização dos inquiridos com a *Terra dos Sonhos*.

Tabela 7.10 - Fidelização dos inquiridos com a participação no evento

Fidelização	Frequências relativas (%)								Estatísticas descritivas	
	7	6	5	4	3	2	1	Média	Desvio-padrão	
Recomendar o evento a amigos e vizinhos	35,1	42	17,2	3,4	1,7	0,6	0	6,03	0,955	
Transmitir a outras pessoas coisas positivas acerca do evento	35,1	42,5	17,2	3,4	0,6	1,1	0	6,05	0,948	
Gostaria de visitar este evento no próximo ano	39,1	41,4	11,5	6,3	0	0,6	1,1	6,07	1,068	

Os itens com maior média relativamente à fidelização dos inquiridos são “ vou transmitir a outras pessoas coisas positivas acerca do evento” (6,05) e “gostaria de visitar este evento

no próximo ano” (6,07). Por sua vez, o item “vou recomendar o evento aos meus amigos e vizinhos” apresenta uma média inferior (6,03) No entanto, a média de todos os itens está relativamente próximos do extremo 7 (muito provável), o que significa que o nível de fidelização dos inquiridos com o evento *Terra dos Sonhos* é bastante alto. Relativamente ao último item da fidelização, embora seja cobrada a entrada aos visitantes que pretendem entrar no recinto do evento e face à atual conjuntura económica, o preço cobrado é aceite pela amostra, sendo que a probabilidade de voltarem a participar no evento é bastante alta.

7.3 – Descrição das despesas efetuadas pelos participantes no evento

Nesta dissertação apenas foram avaliadas as despesas realizadas na preparação da viagem e durante a viagem, para os residentes no concelho onde decorre o evento e para visitantes que residem fora do concelho apenas foram analisadas as despesas realizadas durante a viagem. Sendo assim, vão ser apresentadas tabelas referentes aos gastos efetuados para visitar o evento e no evento, nomeadamente as despesas totais realizadas antes da visita, a despesa realizada durante a visita por dia e por pessoa, a despesa realizada durante a visita por dia para o grupo e as despesas totais realizadas pelos participantes durante a visita ao evento, calculadas de acordo com a amostra total.

Tabela 7.11 – Despesas realizadas pelos participantes residentes na preparação da viagem

Despesas totais antes da viagem	Despesa média (€)	Desvio-padrão
Alimentação e bebidas	1,43	2,3515
Tabaco	0	0
Vestuário e calçado	0	0
Produtos de higiene	0	0
Livros, jornais ou revistas	0	0
Medicamentos	0	0
Malas e acessórios de viagem	0	0
Outras despesas	0	0
Total	1,43	2,3515

No que respeita às despesas **realizadas na preparação da viagem**, os resultados obtidos mostram que a despesa média realizada pelos participantes do evento cultural foi apenas de 1,43€. É de salientar que este valor é apenas fruto de o total de inquiridos residentes no concelho de Santa Maria da Feira na presente dissertação ser apenas de 23 elementos, sendo que foram só realizadas despesas referentes à categoria alimentação e bebidas.

De seguida são apresentados os dados relativos à despesa **realizada durante a visita por dia e por pessoa** no evento cultural em análise, que engloba as despesas realizadas antes da viagem e as despesas realizadas durante a viagem. Sendo assim, a despesa média total realizada por dia e por participante é de aproximadamente 13€, sendo que a categoria que representa um maior nível de despesas é a categoria referente a “alimentação e bebidas no exterior do recinto” (cerca de 2,70€) e a despesa relativa à aquisição do “bilhete” para participar no evento (aproximadamente 5,50€). As restantes categorias de despesa obtiveram valores mais baixos, nomeadamente a categoria referente ao “alojamento”, “alimentação e bebidas no interior”, “compras” e outras “despesas”. Faz sentido reforçar que estas despesas de seguida apresentadas correspondem aos gastos efetuados pelos residentes na preparação da viagem e aos gastos efetuados pelos participantes não residentes.

Tabela 7.12 – Despesas realizadas durante a visita por dia e por participante

Despesa durante a visita por dia e por participante	Despesa média (€)	Desvio-padrão
Alojamento	0,625	3,392
Alimentação e bebidas no interior	1,246	1,434
Alimentação e bebidas no exterior	2,66	3,99
Transporte	2,486	3,596
Bilhete	5,519	1,558
Compras	0,864	1,581
Outras despesas	0,001	0,0216
Total	13,407	8,7159

De seguida apresentam-se dados relativos a **despesas efetuadas durante a visita por dia para o grupo**, onde as categorias referentes a “alimentação e bebidas no interior” (cerca de 4,30€), “alimentação e bebidas no exterior” (cerca de 9,25€ por grupo de participantes), “transporte” (cerca de 8,50€) e “bilhete (aproximadamente 19,75€)” são as que obtiveram maiores custos associados. O valor relativo à categoria “alojamento” apresenta um valor baixo devido ao reduzido número de inquiridos que permaneceu mais que um dia no destino palco do evento cultural em análise e por a média da despesa ter sido calculada para toda a amostra.

Tabela 7.13 – Despesas realizadas durante a visita por dia para o grupo

Despesa durante a visita por dia para o grupo	Despesa média (€)	Desvio-padrão
Alojamento	1,8	9,596
Alimentação e bebidas no interior	4,29	5,045
Alimentação e bebidas no exterior	9,22	14,003
Transporte	8,52	11,67
Bilhete	19,74	7,46
Compras	2,84	4,921
Outras despesas	0,011	0,151
Total	46,45	27,004

Seguidamente são apresentados os valores relativos às **despesas totais efetuadas pelo grupo durante a visita** (tabela 7.14). A despesa média realizada por grupo durante a sua estada no destino foi de cerca de 54,89€. Na seguinte tabela é possível verificar quais as categorias que representam um maior gasto, nomeadamente a aquisição do “bilhete” (22,511€), despesas realizadas em “alimentação e bebidas no exterior” do recinto palco do evento (10,35€) e despesas relacionadas com “transporte” (9,126€), sendo que em alguns dos estudos analisados, estas categorias de despesa têm mais gastos associados. No estudo de Esu, *et. al.*, (2011), grande parte da despesa realizada foi na aquisição de bilhete. Relativamente às despesas realizadas em alimentação e bebidas, nos estudos de Chhabra *et. al.* (2003), Crompton *et. al.* (2001), Kruger *et. al.* (2012) e Breen *et. al.* (2001) esta categoria tem as despesas mais elevadas. Relativamente ao transporte, a percentagem de gastos é de aproximadamente 16%, percentagem essa idêntica a alguns estudos analisados, nomeadamente Chhabra *et. al.* (2003) e Bitta *et. al.* (1977) cujas percentagens de gastos em transporte são de 11,6% e 14,9% respetivamente. Os gastos referentes à categoria “outras despesas” apresenta uma média de gastos baixa, comuns em alguns estudos analisados nomeadamente Kruger *et. al.* (2012) e Esu *et. al.* (2001), sendo que as despesas realizadas na presente dissertação foram em comunicações, à semelhança do estudo de Esu *et. al.* (2011).

Tabela 7.14 – Despesas totais realizadas pelos inquiridos no evento Terra dos Sonhos

Despesas totais durante a visita	Despesa média (€)	Desvio-padrão
Alojamento	3,609	19,931
Alimentação e bebidas no interior	4,854	6,487
Alimentação e bebidas no exterior	10,35	16,912
Transporte	9,126	13,497
Bilhete	22,511	25,06
Compras	4,433	14,372
Outras despesas	0,011	0,151
Total	54,89	60,569

7.4 – Fatores que influenciam as despesas totais no evento

A regressão é um método estatístico usado para prever o comportamento de uma determinada variável dependente a partir de uma ou mais variáveis independentes. No caso de a análise incidir na relação existente entre várias variáveis independentes e uma variável dependente utiliza-se a análise de regressão linear múltipla (Pestana e Gageiro, 2005).

No caso da presente dissertação a variável dependente é a despesa total efetuada pelo grupo de pessoas pelo qual o inquirido é o responsável pelas despesas e um conjunto de variáveis independentes, nomeadamente as **motivações** (socialização, expandir conhecimentos e aumentar os laços familiares), **emoções** (*arousal*, *pleasure* e *dominance*), **os elementos do grupo** (presença de crianças menores de 15 anos), a **satisfação** (satisfação com a decisão de participar no evento, satisfação com a participação no evento e a satisfação de uma forma geral com o evento), **rendimento líquido mensal**, **idade**, **número de atividades** praticadas pelos participantes no evento, **número de horas de viagem** e o **género**. Para tal, construiu-se um modelo explicativo das despesas totais dos participantes no evento.

A formalização matemática do modelo desenvolvido para avaliar os fatores que influenciam as despesas dos participantes no evento a *Terra dos Sonhos*, é o seguinte:

$$DTE_{i,t} = f(MF1_{i,t}, MF2_{i,t}, MF3_{i,t}, EF1_{i,t}, EF2_{i,t}, EF3_{i,t}, EG_{i,t}, SAT_{i,t}, SAT1_{i,t}, SAT2_{i,t}, RLM_{i,t}, I_{i,t}, NA_{i,t}, HV_{i,t}, G_{i,t})$$

Baseado no modelo da equação anterior, o modelo foi transformado num modelo linear. A equação após transformação é a seguinte:

$$DTE_{i,t} = a + b_1 MF1_{i,t} + b_2 MF2_{i,t} + b_3 MF3_{i,t} + b_4 EF1_{i,t} + b_5 EF2_{i,t} + b_6 EF3_{i,t} + b_7 EG_{i,t} + b_8 SAT_{i,t} + b_9 SAT1_{i,t} + b_{10} SAT2_{i,t} + b_{11} RLM_{i,t} + b_{12} I_{i,t} + b_{13} NA_{i,t} + b_{14} HV_{i,t} + b_{15} G_{i,t} + e_t$$

Onde:

DTE = despesa total em eventos – variável dependente;

i...n = número de participantes;

MF1 = média dos itens da motivação do fator sociabilização;

MF2 = média dos itens da motivação do fator expandir conhecimentos;

MF3 = média dos itens da motivação do fator aumentar laços familiares

EF1 = média dos itens das emoções do fator *arousal*;

EF2 = média dos itens das emoções do fator *pleasure*;

EF3 = média dos itens das emoções do fator *dominance*;

EG = número de elementos do grupo com idade inferior a 15 anos;
 SAT = valor médio da satisfação com a decisão de ter visitado o evento;
 SAT1 = valor médio da satisfação com a participação no evento;
 SAT2 = valor médio da satisfação de uma forma geral com o evento;
 RLM = valor do rendimento líquido mensal do agregado familiar do inquirido
 I = idade do inquirido;
 NA = número de atividades em que o inquirido participou;
 HV = horas de viagem do inquirido desde o local de residência até ao evento;
 G = variável *dummy* quando o participante do género feminino é 0 e 1 quando o participante é do género masculino;
 e = resíduos;

Após a construção do modelo anteriormente enunciado, utilizou-se o SPSS para a sua estimação, recorrendo ao procedimento *stepwise*, em que as variáveis independentes entram no modelo por ordem decrescente de correlação com a variável dependente (Eusébio, 2006).

Após a aplicação do método *stepwise*, apenas 4 das 15 variáveis independentes foram incluídas na regressão (Tabela 7.15), tendo sido também verificados os pressupostos da regressão linear múltipla, nomeadamente a linearidade, a normalidade, a ausência de autocorrelação dos resíduos e a ausência de multicolineariedade, concluindo-se que não existe uma violação dos pressupostos (Apêndices 7.2, 7.3, 7.4, 7.5 e 7.6).

Tabela 7.15 – Resultados da estimação da despesa total realizada pelos participantes no evento

Variável dependente: despesas totais					
Variáveis independentes	Coeficientes não standardizados		Coeficientes standardizados Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-14,384	27,871		-,516	,606
Horas de viagem	25,660	1,784	,729	14,386	,000
<i>Dominance</i>	-14,906	3,510	-,264	-4,247	,000
Expandir conhecimentos	12,988	4,706	,141	2,760	,006
<i>Pleasure</i>	13,283	4,980	,167	2,667	,008

Relativamente à qualidade do ajustamento, o modelo estimado explica 57,5% da variação da variável dependente (Tabela 7.16).

Tabela 7.16 – Indicadores da qualidade de ajustamento do modelo estimado

Indicadores da qualidade de ajustamento	
R	0,758
R quadrado	0,575
R quadrado ajustado	0,565
Durbin-Watson	2,045

Através da análise de regressão aplicada neste estudo, podemos concluir que as variáveis que influenciam a despesa de forma positiva são a **distância percorrida entre o local de residência e o evento** (horas de viagem), em que um aumento das horas de viagem se reflete num aumento das despesas efetuadas, as **motivações** relacionadas com **expandir conhecimentos** e as **emoções** relativas a *pleasure*. Por sua vez, as variáveis que influenciam de forma negativa as despesas são as **emoções** relativas a *dominance*. Atendendo aos valores dos coeficientes standardizados, podemos também concluir, através da tabela 7.15, que a variável com um maior poder na variação da despesa são as horas de viagem (0,729), seguida das emoções *pleasure* (0,167) e por fim as motivações relacionadas com expandir conhecimentos (0,141).

Com base nestes resultados, podemos verificar que apenas se verificam as hipóteses de estudo que se verificam são H6, H7 e a H8 (Tabela 7.17).

Tabela 7.17 – Resultados das hipóteses de investigação de acordo com a análise de regressão aplicada

Determinantes da despesa total por participante no evento cultural em análise			Tipo de relação esperada	Resultados
Grupo	Tipo	Variável		
Características dos participantes	Económicas	Rendimento disponível	Hipótese 1: Relação directa em que um aumento de rendimento influenciará as despesas efectuadas.	Não se verifica.
	Demográficas	Idade	Hipótese 2: Quanto maior a idade, maior será a despesa apresenta.	Não se verifica.
		Género	Hipótese 3: Participantes do género feminino apresentam níveis de despesas superiores do que participantes do género masculino.	Não se verifica.
Características da viagem	Grupo de participação	Composição do grupo	Hipótese 4: A presença de crianças no grupo de viagem resulta num impacte negativo nas despesas efectuadas.	Não se verifica.
	Atividades praticadas	Número de actividades praticadas	Hipótese 5: Relação directa entre o número de actividades realizadas e as despesas efectuadas pelos participantes.	Não se verifica.
	Motivo da visita	Principal motivação na visita	Hipótese 6: Motivações dos participantes influenciam de forma positiva a despesa realizada.	Apenas se verifica para motivações relacionadas com expandir conhecimentos.
	Distância percorrida	Horas de viagem	Hipótese 7: Relação directa entre a distância percorrida e a despesa realizada.	Verifica-se relação.
Avaliação do evento	Emoções	Emoções sentidas com a participação no evento	Hipótese 8: Emoções positivas influenciam de forma positiva as despesas efectuadas	Apenas se verifica uma influência positiva para emoções de <i>pleasure</i> .
	Satisfação	Satisfação relativa à participação no evento	Hipótese 9: Relação directa	Não se verifica.

7.5 - Conclusão

As análises estatísticas anteriormente realizadas permitiram caracterizar a amostra do evento cultural *Terra dos Sonhos* – 2012.

Verifica-se que 99,4% dos inquiridos da amostra é de nacionalidade portuguesa e reside em Portugal, em que maior parte reside no Porto (19,5%), Santa Maria de Feira (13,2%) e

Vila Nova de Gaia (6,3%). Em termos de género, a amostra é composta por pessoas do género feminino (65,5%), com uma média de idades de 36 anos. Quanto ao estado civil, 93,1% dos inquiridos é casado. Nas habilitações literárias, a maioria dos inquiridos tem níveis de ensino mais elevados, nomeadamente o ensino secundário (55,7%) e o ensino superior (31%). Os inquiridos desta amostra estão essencialmente a desempenhar uma atividade profissional (87,9%), com um rendimento líquido mensal que ronda os 1000€ e os 2000€ (67,9%) com um agregado familiar composto em média por três pessoas.

No comportamento antes da viagem, grande maioria dos inquiridos teve conhecimento da *Terra dos Sonhos* através de amigos e familiares (59,8%). Relativamente ao número médio de horas de viagem desde o local de residência até ao evento a média é de 0,96 horas.

No comportamento durante a visita dos inquiridos foram analisadas as motivações, através da aplicação de uma escala de 1 (discordo completamente) a 5 (concordo completamente), em que através de uma análise de componentes principais o fator aumentar os laços familiares tem uma média de 4,42. Quanto ao meio de transporte utilizado pelos inquiridos 97,1% optou pelo meio de transporte particular e viaja com a família (72,4%), em que o número médio de pessoas do grupo pelo qual o inquirido é o responsável pelas despesas é de 3, sendo que em 70,1% dos casos um dos membros tem idade inferior a 15 anos. No que diz respeito à duração da visita, participantes residentes e não residentes permanecem em média 4 horas no interior do recinto do evento e participantes não residentes permanecem no destino em média 0,23 dias. No que concerne às áreas temáticas do evento, os inquiridos participaram sobretudo no “Regresso dos Piratas” (93,1%), o “Conto da Terra dos Sonhos” (79,9%) e o “Capuchinho Vermelho” (70,1%). Relativamente às emoções, após a análise de componentes principais resultaram três fatores, com destaque para as emoções associadas a *pleasure* com uma média de 5,93, numa escala de 1 a 7. Na satisfação e fidelização dos inquiridos com o evento, ambos avaliados através de uma escala de 1 (discordo completamente) e 7 (concordo plenamente) as médias são próximas de 6, revelando que a amostra de inquiridos está satisfeita e fidelizada com o evento.

Outro dos objetivos da presente dissertação é avaliar as despesas turísticas realizadas pelos participantes inquiridos no evento *Terra dos Sonhos*. Da despesa realizada pelos participantes residentes, estes gastam em média 1,43 exclusivamente na categoria “alimentação e bebidas”. No entanto, as despesas realizadas por participantes inquiridos residentes e não residentes, as despesas totais associadas com a participação no evento

estão maioritariamente associadas a alimentação e bebidas (15,20€), despesas em transporte (9,126€) e despesas relacionadas com a aquisição do bilhete de acesso ao evento (19,74€).

Após a escolha das hipóteses de investigação, foi realizada uma análise de regressão linear múltipla, através da elaboração de um modelo explicativo das despesas, com as determinantes que poderão influenciar as despesas realizadas pelos participantes em eventos culturais, concluindo-se que as determinantes que influenciam a despesa são o número de horas de viagem desde o local de residência dos participantes até ao local palco do evento (distância percorrida), as emoções relacionadas com *pleasure* e motivações relacionadas com expandir conhecimentos.

Parte IV – Conclusões e recomendações do estudo

Capítulo 8. Conclusões e recomendações

8.1 – Introdução

O principal objetivo desta dissertação foi analisar a importância dos eventos no desenvolvimento económico dos destinos, analisando em concreto as despesas turísticas efetuadas pelos participantes em eventos culturais, identificando também os fatores que influenciam essas despesas.

Neste capítulo referem-se as principais conclusões da investigação desenvolvida e as suas contribuições para a área de investigação em turismo e nos eventos. São também posteriormente apresentadas as limitações do estudo desenvolvido e por último propostas de investigações futuras.

8.2 – Conclusões

De forma a atingir os objetivos propostos para a seguinte dissertação, foi inicialmente necessário realizar uma revisão de literatura ao nível dos eventos, impactes económicos dos eventos e padrões de consumo em turismo e em eventos.

Relativamente ao conceito de evento e diferentes tipologias de eventos apresentadas, vários elementos comuns foram encontrados em definições propostas por diversos autores.

O conceito de evento proposto no âmbito desta dissertação é: um evento é aberto ao público, com uma duração limitada e um tema base, capaz de atrair visitantes para a região acolhedora do mesmo, diminuindo a sazonalidade do destino através de um aumento da procura turística, transparecendo uma imagem positiva do destino, gerando benefícios para a população.

Para a classificação dos eventos de acordo com a dimensão, foram apresentadas diversas classificações propostas por diversos autores, sendo que o evento em estudo na presente dissertação pode ser classificado como um evento regional.

A classificação do evento de acordo com o tema proposto no âmbito desta dissertação divide os eventos em 8 tipos – celebrações culturais, eventos de política e estado, eventos de arte e entretenimento, eventos de negócio e comércio, eventos educacionais e científicos, competições desportivas, eventos recreativos e eventos privados, sendo que o evento em análise insere-se nas celebrações culturais.

Através da revisão de literatura efetuada, são também apresentados os principais intervenientes nos eventos, nomeadamente organizações privadas com ou sem fins

lucrativos, organizações público-privadas, patrocinadores e parceiros, a comunidade e os clientes e parceiros.

Uma vez que um dos principais objetivos da presente dissertação é analisar os impactes económicos dos eventos, quer os positivos e os negativos, através da revisão de literatura efetuada, os impactes positivos passam pelo aumento do rendimento da população, aumento da receita fiscal, aumento das oportunidades de negócio, crescimento da atividade comercial, criação de emprego, melhoria das condições de vida da comunidade e o aumento do investimento em infraestruturas. Por sua vez os impactes negativos afetam os preços no destino durante o evento, por vezes poderão ser inflacionados, especulação imobiliária, custos de oportunidade, inadequada gestão financeira e prejuízos financeiros.

Uma vez que os estudos de eventos de grande dimensão são cada vez maiores que o estudo de eventos de pequena dimensão, um dos objetivos desta dissertação é também o estudo dos padrões de consumo e os fatores que influenciam os padrões de consumo em eventos culturais de pequena dimensão.

Embora o estudo dos padrões de consumo em eventos culturais na investigação científica comece a ganhar alguma força, é ainda difícil traçar um perfil dos participantes.

Sendo assim, na presente dissertação, os participantes do evento *Terra dos Sonhos* que foram inquiridos têm em média 36 anos, são predominantemente do género feminino, casados e têm habilitações literárias ao nível do ensino secundário e ensino superior. Relativamente à situação profissional, há um maior número de participantes empregados, com um rendimento líquido mensal que varia entre os 1500 € e os 2000 €.

De acordo com a revisão de literatura efetuada de acordo com os padrões de consumo em turismo e em eventos, estes são variados, principalmente devido ao tipo de evento e ao próprio perfil do participante. O tipo de despesa mais comum na literatura corresponde à despesa efetuada em alimentação e bebidas, transporte, atividades recreativas, culturais e desportivas e a despesas relativas a compras. Por sua vez, a maior parte dos participantes efetua despesas em alojamento, alimentação e bebidas, transporte e atividades recreativas, culturais e desportivas, quando a participação em determinado evento implica a aquisição de bilhete de acesso. De facto, na presente dissertação a maior parte das despesas estão relacionadas com alimentação e bebidas corresponde a 27,69% (a maior fatia de gastos corresponde a despesas em alimentação e bebidas no exterior do recinto), as despesas em transporte corresponde a 16,62% e as despesas relativas a atividades recreativas, culturais e

desportivas, nomeadamente à aquisição do bilhete de acesso ao evento corresponde a 41,01% do total da despesa efetuada pelos participantes.

A revisão de literatura efetuada no âmbito das determinantes da despesa revela que as determinantes mais estudadas em turismo e eventos são a idade e o local de residência (nas características do visitante) e nas características da viagem as determinantes mais estudadas foram as características do grupo de viagem e a duração da visita. É de salientar que na revisão de literatura efetuada nenhum estudo faz referência à capacidade das emoções em influenciar a despesa, o que é alvo de estudo nesta investigação, sendo que as emoções sentidas pelos participantes foram categorizadas como uma determinante das características da viagem. Quanto aos fatores que influenciam a despesa e cuja tendência é exercer uma influência positiva na despesa dos participantes, a revisão de literatura aponta para uma influência positiva da idade, as habilitações literárias, o género, local de residência, rendimento, a distância entre o local de residência dos visitantes e o destino turístico, atividades praticadas, as motivações do participante em participar no evento e a duração da visita.

De forma a avaliar quais os fatores que influenciam a despesa total efetuada pelos participantes no evento cultural em análise foram selecionadas algumas das variáveis, nomeadamente as motivações, as emoções, a composição do grupo, a satisfação, o rendimento líquido mensal do agregado familiar, a idade, o número de atividades praticadas, o número de horas de viagem desde o local de residência dos participantes e até ao evento (distância percorrida) e o género.

Verificou-se então que através do modelo aplicado ao total da despesa efetuada pelos participantes, apenas as determinantes referentes à distância percorrida, às motivações (expandir conhecimentos) e emoções (*pleasure*) afetam positivamente a despesa efetuada pelos participantes. Por sua vez, a determinante que afeta negativamente as despesas é referente às emoções (*dominance*).

8.3 – Contribuições

No que respeita às principais contribuições desta dissertação, destacam-se as seguintes:

- apresentação do conceito de evento, tipologias de eventos, características dos eventos e principais intervenientes dos eventos;

- compreensão das implicações económicas positivas e negativas dos eventos no destino turístico;
- identificação dos principais tipos de despesas dos participantes em eventos culturais;
- identificação de algumas das metodologias que podem ser adaptadas em investigações sobre eventos ou para investigações cujo objetivo é determinar as despesas turísticas realizadas quer no âmbito do turismo, quer em qualquer tipo de evento;
- identificação dos fatores que influenciam a despesa total dos participantes em eventos culturais;
- desenvolvimento de um instrumento de recolha de dados primários junto dos participantes em eventos culturais, nomeadamente o inquérito por questionário, que pode ser utilizado em outro tipo de estudos cujo objetivo de investigação seja idêntico ao da presente dissertação;

Através dos resultados obtidos, a realização de eventos culturais poderá contribuir para o desenvolvimento económico dessas regiões, visto que o evento funciona durante um mês de quinta a domingo. Relativamente à despesa total efetuada pelos participantes durante o evento esta é de 54,89€, dos quais cerca de 3,60€ em alojamento, 15,20€ em alimentação e bebidas (4,85€ das despesas em alimentação e bebidas são realizadas no interior do recinto e 10,35€ são realizadas no exterior), 9€ em despesas relacionadas com o transporte, 22,5€ em custos com o bilhete, 4,4€ em compras e 0,011 em outras despesas.

Os resultados obtidos poderão dar novas orientações para a entidade organizadora do evento, principalmente através dos resultados obtidos referentes às emoções e às despesas realizadas. Ao nível das emoções, a entidade organizadora do evento deverá criar um produto ou serviço capaz de proporcionar emoções *pleasure* (prazer, alegria ou satisfação) aos participantes, visto influenciar as despesas dos mesmos e devem de tentar eliminar lacunas relativas às emoções de *dominance* (domínio), que através dos resultados obtidos têm uma influência negativa no total de despesa efetuada.

Relativamente às despesas efetuadas, devem de ser desenvolvidas ações de promoção para o artesanato da região e *merchandising* do evento de forma a aumentar as despesas efetuadas pelos participantes, uma vez que faz parte das despesas realizadas pelos mesmos.

8.4 – Principais dificuldades e limitações

Embora todos os objetivos da presente dissertação tenham sido atingidos, várias dificuldades foram sentidas ao longo da sua realização.

Algumas das dificuldades existentes são relativas à revisão da literatura efetuada, nomeadamente ao conceito de evento e diferentes tipologias. Embora esta temática seja bastante analisada por diversos autores, não há uma definição consensual. O conceito de emoções também foi difícil de definir nesta dissertação, aliada à falta de informação se este poderá ser um fator que influencia as despesas realizadas pelos participantes em eventos culturais ou poderão ser uma consequência das despesas. Outra das dificuldades está relacionada com as despesas realizadas pelos participantes em eventos culturais, pois grande parte dos estudos analisados referem-se a eventos desportivos e a eventos de grande dimensão. Uma última dificuldade está relacionada com a aplicação do inquérito por questionário durante a realização do evento, pois os mesmos apenas poderiam ser administrados em zonas onde não ocorriam espetáculos ou então no intervalo dos mesmos. A dificuldade na administração do inquérito por questionário está também ligada ao tamanho do recinto onde decorreu o evento e principalmente ao elevado fluxo de participantes que se fez sentir no momento de aplicação dos inquéritos por questionário.

8.5 – Propostas de investigação

Atendendo às limitações anteriormente referidas, esta dissertação poderá ser melhorada através de outros projetos de investigação, nomeadamente para uma melhoria do modelo apresentado no que concerne aos fatores que influenciam as despesas dos participantes.

Relativamente às despesas turísticas, considera-se relevante aplicar o presente estudo a outros tipos de eventos para verificar se as hipóteses aqui apresentadas também se verificam em outros eventos.

Considera-se também importante que seja desenvolvida investigação no âmbito dos benefícios económicos e socioculturais percebidos pela comunidade onde se desenvolve o evento, de forma a medir os reais impactes que os eventos proporcionam no concelho em estudo.

Outra investigação proposta poderá consistir na análise comparativa do perfil sociodemográfico e das despesas efetuadas pelos participantes no evento cultural em análise, em duas edições do evento, de forma a constatar principalmente variações de

despesas em diferentes anos, uma comparação com outro evento realizado em Portugal com as mesmas características ou uma comparação das despesas efetuadas e impacte económico em outro evento realizado no concelho onde se realiza o evento cultural *Terra dos Sonhos*.

Referências Bibliográficas

Alegre, J., & Juaneda, C. (2006). Destination loyalty: consumers' economic behavior. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 684–706.

Alegre, J., Cladera, M & Sard, M. (2011). Analysing the influence of tourist motivations on tourist expenditure at a sun-and-sand destination. *Tourism Economics*, 17(4), 813-832.

Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. & Harris, R. (2011). *Festival and special event management* (5ª edição). Sydney: John Wiley & Sons Australia, Lda.

Auld, T., & McArthur, S. (2003). Does event-driven tourism provide economic benefits? A case study from the Manawatu region of New Zealand. *Tourism Economics*, 9(2), 191-201.

Barquet, A., Brida, J., Osti, L. & Schubert, S. (2011). An analysis of tourists' expenditure on winter sports events through the Tobit censored model. *Tourism Economics*, 17(6), 1197-1217.

Bigné, J., & Andreu, L. (2004). Emotions in segmentation: an empirical study. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 682-696.

Bigné, J., Andreu, L. & Gnoth, J. (2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6), 833-844.

Bitta, A., Loudon, D., Booth, G. & Weeks, R. (1977). Estimating the Economic Impact of a Short-Term Tourist Event. *Journal of Travel Research*, 16(2), 10-15.

Bowitz, E., & Ibenholt, K. (2009). Economic impacts of cultural heritage – Research and perspectives. *Journal of Cultural Heritage*, 10(1), 1-10.

Bracalente, B., Chirieleison, C., Cossignani, M., Ferrucci, L., Gigliotti, M. & Ranalli, G. (2011). The economic impact of cultural events: the Umbria Jazz music festival. *Tourism Economics*, 17(6), 1235-1255.

Breen, H., Bull, A., & Walo, M. (2001). A comparison of survey methods to estimate visitor expenditure at a local event. *Tourism Management*, 22(5), 473-479.

Brida, J. & Scuderi, R. (2013). Determinants of tourist expenditure: A review of microeconomic models. *Tourism Management Perspectives*, 6, 28-40.

Brida, J., Disegna, M., & Osti, L. (2012). Segmenting visitors of cultural events by motivation: A sequential non-linear clustering analysis of Italian Christmas Market visitors. *Expert Systems with Applications*, 39(13), 11349-11356.

Brown, M., Var, T. & Lee, S. (2002). Messina Hof Wine and Jazz Festival: an economic impact analysis. *Tourism Economics*, 8(3), 273-279.

Cannon, T. & Ford, J. (2002). Relationship of demographic and trip characteristics to visitor spending: an analysis of sports travel visitors across time. *Tourism Economics*, 8(3), 263-271.

Carmichael, B. (2002) Global competitiveness and special events in cultural tourism: The example of the Barnes exhibit at the art gallery of Ontario, Toronto, *The Canadian Geographer*, 24(4), 310–325.

Chhabra, D., Sills, E. & Cubbage, F. (2003). The significance of festivals to rural economies: estimating the economic impacts of Scottish Highland Games in North Carolina. *Journal of Travel Research*, 41(4), 421-427.

Connell, J. & Page, S. (2005). Evaluating the economic and spatial effects of an event: The case of the World Medical and Health Games. *Tourism Geographies*, 7(1), 63-85.

Craggs, R. & Schofield, P. (2009). Expenditure-based segmentation and visitor profiling at The Quays in Salford, UK. *Tourism Economics*, 15(1), 243-260.

Crompton, J., & McKay, S. (1994). Measuring the economic impact of festivals and events: some myths, misapplications and ethical dilemmas. *Festival Management & Event Tourism*, 2(1), 33-43.

Crompton, J., & McKay, S. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.

- Crompton, J., Lee, S. & Shuster, T. (2001). A guide for undertaking economic impact studies: The Springfest example. *Journal of Travel Research*, 40(1), 79-87.
- Damonte, L., Collins, M. & Megehee, C. (2013). Segmenting tourists by direct tourism expenditures at new festivals. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 51-57.
- Damsters, G., & Tassiopoulos, D. (2006). *Event Management – A professional and developmental approach*. Lansdowne: Juta and Company Ltd..
- Della Lucia, M. (2013). Economic performance measurement systems for event planning and investment decision making. *Tourism Management*, 34, 91-100.
- Downward, P. & Lumsdon, L. (2004). Tourism Transport and Visitor Spending: A Study in the North York Moors. *Journal of Travel Research*, 42(4), 415-420.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2005). Estimating the impacts of special events on an economy. *Journal of Travel Research*, 43(4), 351-359.
- Ellis, G., & Rossman, J. (2006). Creating Value for Participants through Experience Staging: Parks, Recreation, and Tourism in the Experience Industry. *Journal of Park and Recreation Administration*, 26(4), 1-20.
- Esu, B., Arrey, V., Basil, G., & Eyo, E. (2011). Analysis of the economic impacts of cultural festivals: the case of Calabar Carnival in Nigéria. *Tourismos*, 6(2), 333-352.
- Eusébio, C. (2006). Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional: o caso da Região Centro de Portugal. Dissertação de Doutoramento. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Feira Viva, Cultura e Desporto, e.e.m. (2013). *Plano e Orçamento*, Santa Maria da Feira.
- Fleming, W., & Toepper, L. (1990). Economic impact studies: Relating the positive and negative impacts to tourism development. *Journal of Travel Research*, 29(1), 35-42.
- Fredman, P. (2008). Determinants of visitor expenditures in mountain tourism. *Tourism Economics*, 14(2), 297-311.

- Gelan, A. (2003). Local economic impacts – The British Open. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 406-425.
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (1997). *Event management and event tourism*. New York: Cagnizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2004). Bidding on events. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 5(2), 1-24.
- Getz, D. (2007). *Event studies: theory, research and policy for planned events*. Amsterdam: Elsevier.
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Gossens, C. (2000). Tourism Information and Pleasure Motivation. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 261-321.
- Gursoy, D., Kim, K. & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism Management*, 25(2), 171-181.
- Hall, C. (1992). *Hallmark tourist events: impacts, management and planning*. London: Belhaven Press.
- Hernández-Martin, R. (2001). Tourism events: impact on imports. *Event Management*, 3(1), 15-27.
- Hill, M., & Hill, A. (2009). *Investigação por questionário (2ª edição)*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Hodur, N., & Leistritz, F. (2006). Estimating the economic impact of event tourism: A review of issues and methods. *Journal of Convention & Event Tourism*, 8(4), 63-79.

- Hodur, N., Bangsund, D., Leistriz, F. & Kaatz, J. (2006). Estimating the contribution of a multipurpose event facility to the area economy. *Tourism Economics*, 12(2), 303-316.
- Hudson, S. (2008). *Tourism hospitality: a global perspective*. London: Sage Publications, Ltd.
- Janeczko, B., Mules, T., & Ritchie, B. (2002). *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide*. Australia: Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism.
- Kastenholz, E. (2005). Analysing determinants of visitor spending for the rural tourist market in North Portugal. *Tourism Economics*, 11(4), 555-569.
- Kim, S., Prideaux, B. & Chon, K. (2010). A comparison of results of three statistical methods to understand the determinants of festival participants' expenditures. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 297–307.
- Kruger, M., Saayman, M. & Ellis, S. (2012). Determinants of visitor spending: an evaluation of participants and spectators at the Two Oceans Marathon. *Tourism Economics*, 18(6), 1203–1227.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., & Wicks, B. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25(1), 61-70.
- Lee, H. (2001). Determinants of recreational boater expenditures on trips. *Tourism Management*, 22(6), 659-667.
- Lee, J., e Kyle, G. (2009). *Testing the applicability of product consumption emotions (PCE) within Festival Contexts*. ANZMAC.
- Lee, Y. K., Lee, C. K., Lee, S. K., & Babin, B. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research* 61(1), 56-64.
- Li, X., & Petrick, J. (2006). A review of festival and event motivation studies. *Event Management*, 9(4), 239-245.

Light, D. (1996). Characteristics of the audience for 'events' at a heritage site. *Tourism Management*, 17(3), 183-190.

Long, P., & Perdue, R. (1990). The economic impact of rural festivals and special events: assessing the spatial distribution of expenditures. *Journal of Travel Research*, 28(4), 10-14.

Mak, J., Moncur, J. & Yinamine, D. (1977). Determinants of Visitor Expenditures and Visitor Lengths of Stay: A Cross-Section Analysis of U.S. Visitors to Hawaii. *Journal of Travel Research*, 15(3), 5-8.

Marcussen, C. (2011). Determinants of tourist spending in crosssectional studies and at Danish destinations. *Tourism Economics*, 17(4), 833-855.

Maroco, J. (2007). *Análise estatística com utilização do SPSS* (3ª edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

McHone, W & Rungeling, B. (2000). Practical Issues in Measuring the Impact of a Cultural Tourist Event in a Major Tourist Destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 300-303.

Mills, B. & Rosentraub, M. (2013). Hosting mega-events: a guide to the evaluation of development effects in integrated metropolitan regions. *Tourism Management*, 34, 238-246.

Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 3-44.

Município de Santa Maria da Feira. (2008-2012). *Brochuras da Terra dos Sonhos*.

Nicholson, R., & Pearce, D. (2001). Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four south Island events. *Journal of Travel Research*, 39(4), 449-460.

OMT (1995). *Collection of tourism expenditures statistics*. Madrid: Organização Mundial do Turismo.

- OMT (2000). *General guidelines for developing the tourism satellite account (TSA): measuring total tourism demand*, Volume 1, Madrid: Organização Mundial do Turismo.
- Pasanen, K., Taskinen, H., & Mikkonen, J. (2009). Impacts of cultural events in Eastern Finland - Development of a Finnish event evaluation tool. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2), 112- 129.
- Pelicano, M. (2009). Festivais de música – perfil do consumidor e determinantes dos padrões de consumo. Dissertação de Mestrado. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Pestana, M. & Gageiro, J. (2005). *Análise de dados para as ciências sociais – a complementaridade do SPSS* (4ª Edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Petrick, J. (2004). Are loyal visitor's desired visitors? *Tourism Management*, 25(4), 463-470.
- Reis, E. & Moreira, R. (1993). *Pesquisa de mercados*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Ribeiro, J., Vareiro, L., Fabeiro, C. & Blas, X. (2006). Importância de eventos culturais para o turismo do Minho-Lima: Um estudo de caso. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 11, 61-76.
- Robinson, P., Wale, D. & Dickson, G. (2010). *Events Management*. Oxfordshire: CABI.
- Saayman, A. & Saayman, M. (2006). The Socio-demographics and visitation patterns of arts festivals in South Africa. *Events Management*, 9(4), 211-222.
- Saayman, M. & Rossouw, R. (2011). The significance of festivals to regional economies: measuring the economic value of the Grahamstown National Arts Festival in South Africa. *Tourism Economics*, 17(3), 603-624.
- Saayman, M. & Saayman, A. (2012). Determinants of spending: an evaluation of Three Major Sporting Events. *International Journal of Tourism Research*, 14(2), 124-138.
- Santos, A. (2011). Segmentação de mercado da Viagem Medieval com base nas emoções. Dissertação de Mestrado. Aveiro: Universidade de Aveiro.

Savinovic, A., Kim, S., & Long, P. (2012). Audience members' motivation, satisfaction, and intention to re-visit an ethnic minority cultural festival. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(7), 682-694.

Serra, A. (2002). *Marketing turístico*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Shone, A. & Parry, B. (2010). *Successful Event Management: A Practical Handbook* (3ª edição). S.d.: Cengage Learning College.

Swarbroke, J. & Horner, S. (2002). *O comportamento do consumidor no turismo*. São Paulo: Aleph.

Tang, Q. & Turco, D. (2001). Spending Behaviors of Event Tourists. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 3(2), 33-40.

Tasci, A., Aziz, A. & Holecek, D. (2004). The viability of Midwestern package travelers as a profitable target segment. *Anatolia*, 15(2), 164-182.

Taylor, D., Fletcher, R. & Clabaugh, T. (1993). A comparison of characteristics, regional expenditures, and economic impact of visitors to Historical Sites with other recreational visitors. *Journal of Travel Research*, 32(1), 30-35.

Terra dos Sonhos (2012). <<http://www.terradosonhos.com>> (consultado diversas vezes entre Outubro de 2012 a Setembro de 2013).

Thrane, C. (2002). Jazz Festival Visitors and their expenditures: linking spending patterns to musical interest. *Journal of Travel Research*, 40(3), 281-286.

Tohmo, T. (2005). Economic impacts of cultural events on local economies: an input-output analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. *Tourism Economics*, 11(3), 431-451.

Veal, A. J. (2006). *Research methods for leisure and tourism: a practical guide*. Harlow : Longman.

Verdade, R. (2011). Terra dos Sonhos – um evento de qualidade? Relatório de Estágio. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Wang, Y., Rompf, P., Severt, D. & Peerapatdit, N. (2006). Examining and identifying the determinants of travel expenditure patterns. *International Journal of Tourism Research*, 8(5), 333-346.

Warnick, R., Bojanic, D., Sheel, A. & Ninan, A. (2010). Economic impact and market analysis of a special event: The great new England air show. *Proceedings of the 2009 Northeastern Recreation Research Symposium*, 247-255.

Weidenfeld, A. & Leask, A. (2013). Exploring the relationship between visitor attractions and events: definitions and management factors. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 552-569.

Wicker, P., Hallmann, K. & Zhang, J. (2012). What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? An investigation of marathon events. *Journal of Sport & Tourism*, 17(3), 165-182.

Wilton, J. & Nickerson, N. (2006). Collecting and using visitor spending data. *Journal of Travel Research*, 45(1), 17-25.

Yoon, Y. S., Lee, J. S., & Lee, C. K. (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.

Young, R., Young, A., Parkin, J., & Diamond, A. (2010). Assessing the economic impact of culture in English market towns: a causal chain approach. *Tourism Economics*, 16(4), 925-951.

Apêndices

Apêndice 5.0.1 - Questionário aplicado aos participantes da Terra dos Sonhos

Nº do Questionário: _____

Data: ___/___/___

1- OBJETIVOS DO QUESTIONÁRIO

Este questionário faz parte de um projeto de investigação de Mestrado, cujo objetivo é avaliar o impacto económico dos eventos, nomeadamente a Terra dos Sonhos em Santa Maria da Feira. Todas as respostas são confidenciais e de uso exclusivo neste projeto de investigação.

Obrigado pela colaboração
Fábio Tavares, Universidade de Aveiro

2- PREPARAÇÃO DA VIAGEM

2.1- **Como teve conhecimento acerca da Terra dos Sonhos? (Assinale com um X as fontes de informação que utilizou).**

- a) Amigos e familiares b) Televisão/Rádio
c) Jornais d) Internet
e) Outras. Qual? _____

2.2- **Considera que os aspetos indicados na tabela seguinte foram motivos importantes para participar neste evento? (Assinale com um X em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião).**

	Discordo Completamente 1	2	3	4	Concordo Completamente 5
Aumentar os meus conhecimentos					
Desfrutar de novas experiências					
Curiosidade					
Variedade de atividades para ver e fazer					
Procura de aventura					
Satisfazer necessidades especiais					
Fuga da rotina do dia-a-dia					
Desfrutar de um ambiente único					
Estar com pessoas que se estão a divertir					
Participar no evento com amigos					
Estar mais tempo com a família					
Aumentar os laços familiares					
Ter a oportunidade de voltar a "ser criança novamente"					
Experiência anterior					

3. REALIZAÇÃO DA VIAGEM ATÉ AO DESTINO

3.1- **Qual foi o principal meio de transporte utilizado na viagem entre o seu local de residência e o evento?**

- a) Automóvel / Meio transporte particular b) Autocarro c) Comboio
d) Outro Qual? _____

3.2- **Indique o número médio de horas de viagem, desde o local de residência até Santa Maria da Feira?** _____.

3.3- **Com quem está a participar no evento?**

- a) Família b) Amigos c) Família e amigos d) Sozinho

- 3.4- Caso tenha visitado o evento acompanhado, indique o número de pessoas que fazem parte do grupo pelo qual é responsável pelas despesas _____.
- Quantas têm menos de 15 anos? _____.

4. TIPOS DE DESPESA

- 4.1- Se reside em Santa Maria da Feira, indique o montante de despesas realizadas na preparação da sua visita à Terra dos Sonhos.

Tipo de despesa	Montante (em euros)
a) Alimentação e bebidas	
b) Tabaco	
c) Vestuário e calçado	
d) Produtos de higiene	
e) Livros, jornais ou revistas	
f) Medicamentos	
g) Malas e acessórios de viagem	
h) Outras. Quais? _____	

- 4.2- Qual o total de despesas diárias efetuadas na região, por categoria de bens/serviços, para todas as pessoas que fazem parte do grupo que é responsável pelas despesas (montantes em euros)? Escolha um dia da sua estada e descreva as despesas. No caso de não pernoitar em Santa Maria da Feira, não responda ao item do alojamento

Tipo de despesa	Montante (em euros)
1 - Alojamento	
2 - Alimentação e bebidas	
a) Alimentação e bebidas <u>no interior</u>	
b) Alimentação e bebidas <u>no exterior</u>	
3 - Transporte	
a) Automóvel / Meio de transporte particular (combustíveis, pagamento de parques de estacionamento, portagens, scuts, multas ou outros)	
b) Autocarro	
c) Comboio	
d) Outro	
4 - Bilhete de acesso ao evento	
5 - Compras	
a) <i>Merchandising</i> e lembranças	
b) Artesanato	
c) Vestuário e calçado	
d) Tabaco	
e) Produtos de higiene pessoal	
f) Livros, jornais ou revistas	
g) Medicamentos	
h) Outras. Quais? _____	
6 - Outras despesas	
a) Comunicações	
b) Serviços de saúde	
c) Serviços de beleza	
d) Outras	

5. A TERRA DOS SONHOS EM GERAL

5.1 – Assinale com um X as áreas temáticas e as atividades em que participou.

Áreas Temáticas	Diversões e Cenários
O regresso dos Piratas	Carrossel
O conto da Terra dos Sonhos	Pista de Boias
Circo de Marionetas	Slide
Árvore Cintilante	Mini Disco
Lapónia	Slot Cars
Caixinha de Música	Camas Elétricas
Capuchinho Vermelho	Arvorismo
Casinha dos Balões	Ólh'ó Passarinho
Água sobre Azul	Mini Aldeia
Brincar e Aprender	

5.2 – Indique como se sentiu ao participar na Terra dos Sonhos. (Assinale com um X em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião).

	7	6	5	4	3	2	1	
Feliz								Infeliz
Animado								Calmo
Satisfeito								Insatisfeito
Controlador								Controlado
Ativo								Ensonado
Independente								Dependente
Estimulado								Relaxado
Contente								Zangado
Esperançoso								Desesperado
Influenciador								Influenciado
Interessado								Com tédio
Relaxado								Aborrecido
Autónomo								Guiado
Importante								Inferiorizado
Desperto								Não desperto
Frenético								Sem energia
Alegre								Melancólico
Dominante								Submisso

5.3 – Em termos gerais, como mede o seu nível de satisfação com a Terra dos Sonhos?

	Discordo Completamente 1	2	3	4	5	6	Concordo Completamente 7
Sinto-me bem com a participação neste evento							
Estou satisfeito com a minha decisão em ter visitado a Terra dos Sonhos							
No geral, estou satisfeito com o evento							

5.4 – Qual a probabilidade de realizar as ações representadas na seguinte tabela?

	Muito Improvável 1	2	3	4	5	6	Muito Provável 7
Vou recomendar o evento aos meus amigos e vizinhos							

Vou transmitir a outras pessoas coisas positivas acerca do evento							
Gostaria de visitar este evento no próximo ano							

5.5 – Caso não resida no concelho de Santa Maria da Feira, indique o número de dias de permanência no destino _____. Indique também o número de horas que vai permanecer no evento _____.

5.6 – Se é residente em Santa Maria da Feira, indique o número de horas que vai permanecer no evento _____.

6. DADOS PESSOAIS DOS VISITANTES

6.1 - Nacionalidade: _____

6.2 - País de Residência: _____

6.3 - Local de residência (caso seja residente em Portugal):

a) Concelho _____

b) Localidade _____

6.4 - Idade _____

6.5 – **Sexo** Masculino Feminino

6.6 – **Estado Civil**

a) Solteiro b) Casado c) Divorciado
d) Viúvo e) Outro? Qual? _____.

6.7 - **Habilitações literárias**

a) Ensino básico - 1º Ciclo b) Ensino básico - 2º Ciclo
c) Ensino básico - 3º Ciclo d) Ensino Secundário
e) Ensino Superior f) Outro
Qual? _____.

6.8 - **Situação Profissional**

a) Estudante b) Empregado c) Desempregado
d) Outra? Qual? _____

6.9 – **Número de pessoas que fazem parte do seu agregado familiar:** _____

6.10 - **Qual o valor médio do rendimento líquido médio mensal do seu agregado familiar?**

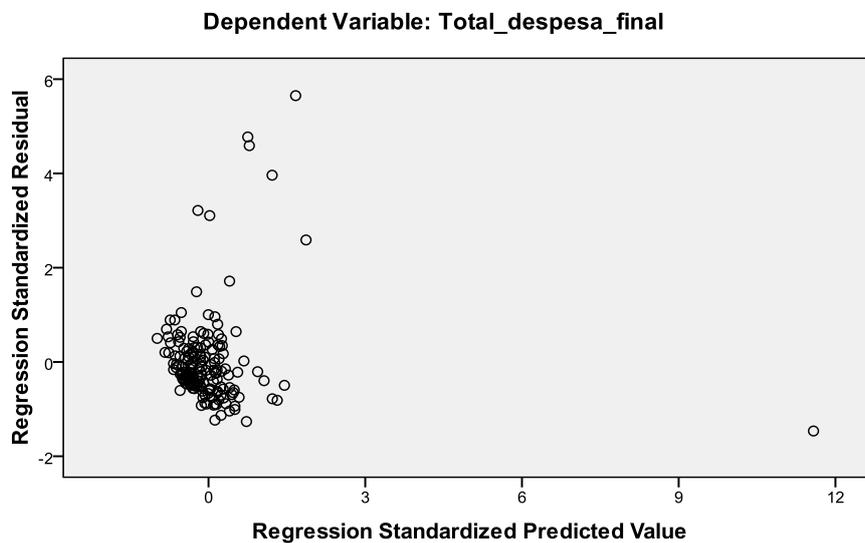
a) [0 a 500 €[b) [500 € a 1000€ [c) [1000€ a 1500€ [
d) [1500€ a 2000€ [e) [2000€ a 2500€ [f) [2500€ a 3000€ [
g) Mais de 3000€

Muito obrigado pela sua colaboração e espero que tenha uma agradável visita à “Terra dos Sonhos” em Santa Maria da Feira!

Fábio Tavares, Universidade de Aveiro

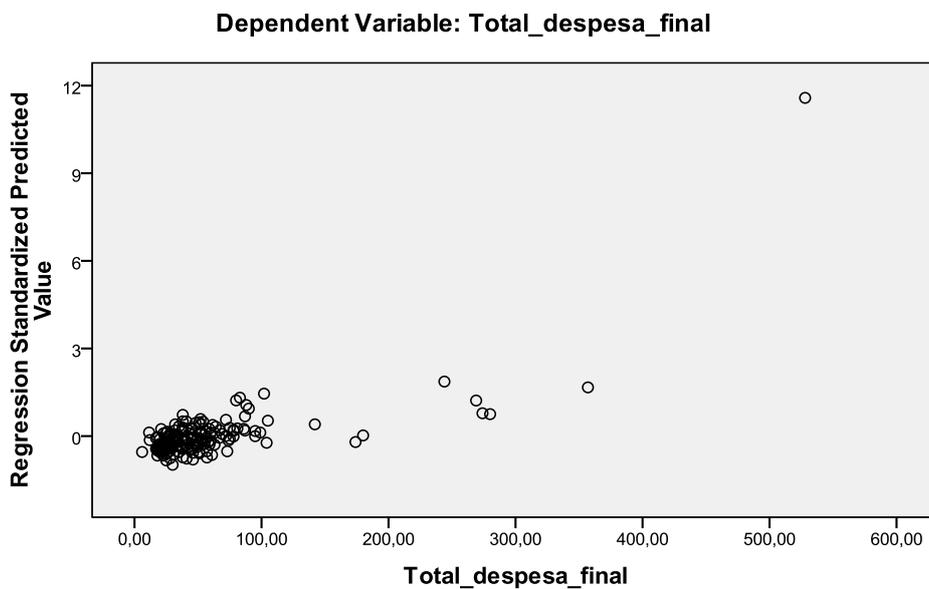
Apêndice 7.1 - Linearidade da equação ajustada com Y=Zresid e X=Zpred

Scatterplot



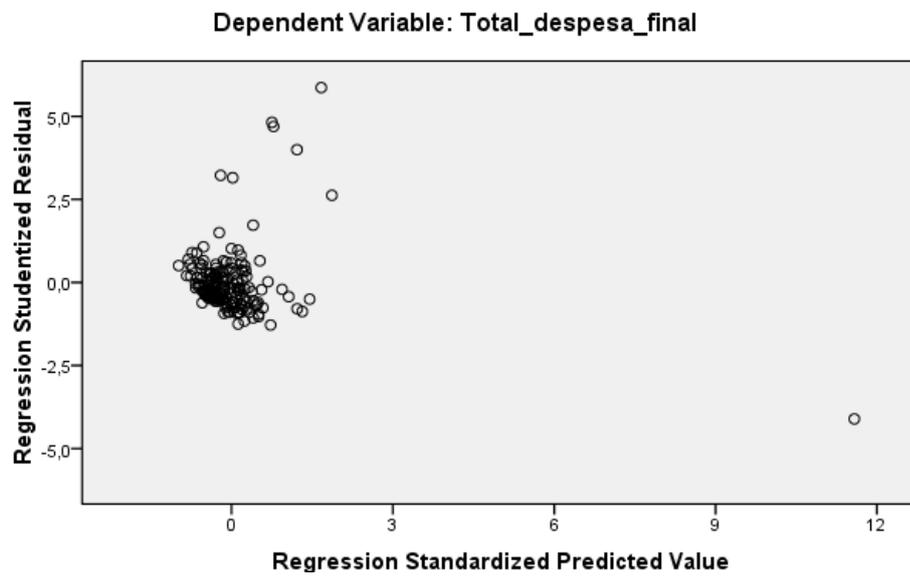
Apêndice 7.2 - Linearidade da equação ajustada com Y=Zpred e X=Dependent

Scatterplot



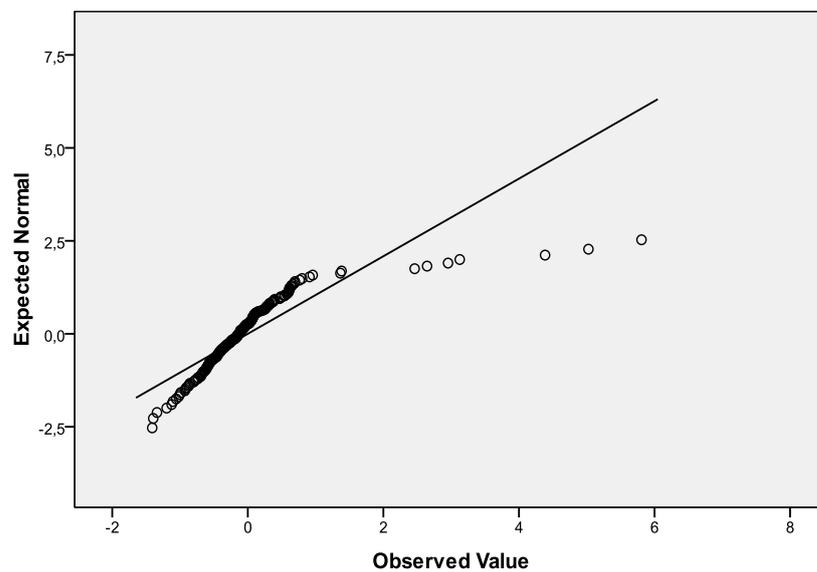
Apêndice 7.4 – Análise da variância

Scatterplot



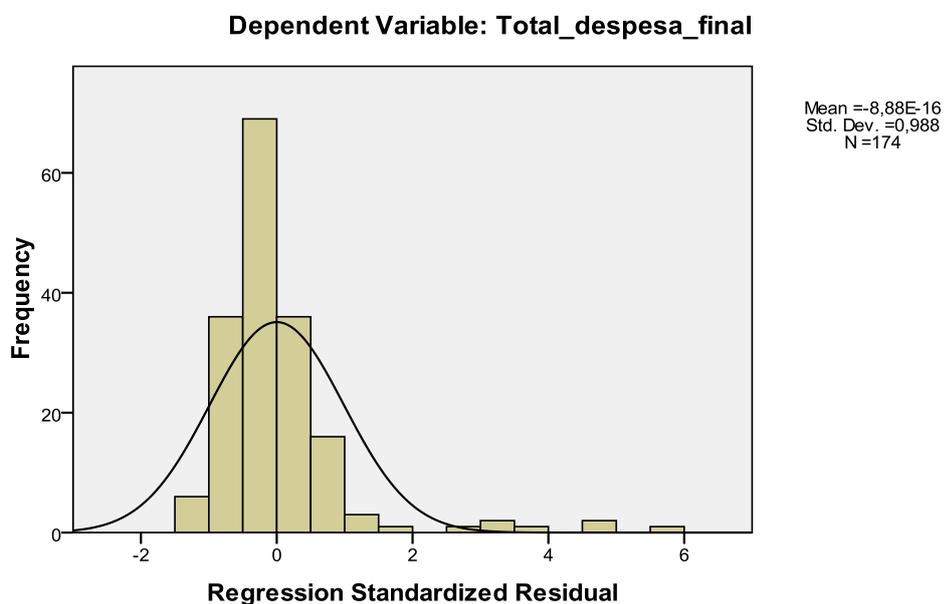
Apêndice 7.5 - Comparação dos resíduos standardizados com a distribuição normal

Normal Q-Q Plot of Standardized Residual



Apêndice 7.6 - Histograma dos resíduos standardizados

Histogram



Apêndice 7.7 - Indicadores do estudo da multicolineariedade

Variáveis independentes	Estatísticas de colineariedade		Condition Index
	Tolerance	VIF	
(Constant)			1,000
Horas de viagem	,979	1,022	2,464
<i>Dominance</i>	,651	1,536	12,553
Expandir conhecimentos	,965	1,036	18,224
<i>Pleasure</i>	,644	1,552	25,222