



# Estudos de avaliação do impacto do evento

## Santa Cruz Ocean Spirit – Festival Internacional de Desportos de Ondas

7.ª Edição – 19 a 28 JUL 2013 - Santa Cruz, Torres Vedras



**Torres Vedras**  
Câmara Municipal



# OCEAN SPIRIT 2013 – FESTIVAL INTERNACIONAL DE DESPORTOS DE ONDAS

## 19 A 28 DE JULHO | PRAIA DO MIRANTE [SANTA CRUZ – TORRES VEDRAS]

### ESTUDOS DE AVALIAÇÃO DO IMPACTO DO EVENTO

Escola Superior de Desporto de Rio Maior | Instituto Politécnico de Santarém  
Laboratório de Investigação em Desporto | Gestão do Desporto

Câmara Municipal de Torres Vedras

ISBN: 978-989-97862-9-5

Edição: Escola Superior de Desporto de Rio Maior

#### Coordenação e desenvolvimento do estudo

Pedro Raposo [ESDRM-IPS]

Alfredo Silva [ESDRM-IPS]

#### Colaboração

Rodrigo Ramalho [Chefe da Divisão de Acção Social da Câmara Municipal de Torres Vedras]

Bruno Vitorino [Coordenação e organização do evento | Câmara Municipal de Torres Vedras]

Catarina ALVES [Inserção de informações recolhidas em base de dados]

Andreia Domingos; Catarina Germano; Guilherme Severino; Joana Martinho; Jorge Reis; Mauro Ferreira; Miguel Coelho; Pedro Silva; e Rafael Pinto

Alunos do Curso Técnico de Apoio à Gestão Desportiva da Escola Secundária de Madeira Torres [Ano Lectivo 2012/13]

[Equipa que desenvolveu trabalho de campo de aplicação de inquéritos à assistência do evento]



# 1. Nota introdutória

Os estudos pretendem avaliar os impactos do evento Santa Cruz *Ocean Spirit* – Festival Internacional de Desportos de Ondas (7.ª Edição). O evento realizou-se no período de 19 a 28 Julho de 2013 na localidade de Santa Cruz, Torres Vedras (Praia do Mirante).

No âmbito de uma abordagem sistémica e integradora das diferentes fases e impactos do evento, parte-se de um conceito abrangente de evento desportivo, considerando a sua evolução para a uma abordagem organizativa de marketing (Barreau, G.; 2001), considerando instrumentos e metodologias de referência internacional, especificamente, os instrumentos desenvolvidos pelo projecto *eventIMPACTS*, projecto que mobilizou a [UK Sport](#), [Visit Britain](#), [Event Scotland](#), [a London Development Agency](#), [a North West Development Agency](#), [Yorkshire Forward](#) e o [Glasgow City Marketing Bureau](#) ([www.eventimpacts.com](http://www.eventimpacts.com) – sítio do Projecto *eventIMPACTS Toolkits*, acedido em 11 de Junho de 2013) e que teve por base a análise desenvolvida em 6 eventos desportivos distintos, organizados no Verão de 2008.

Os estudos realizados sobre o evento decorreram do quadro teórico seleccionado a partir do qual se optou pelo desenvolvimento de estudos sectoriais e considerando as relações e o grau de interdependência entre fases.

Conforme ilustrado pela fig. 1, as dimensões de estudos seleccionadas foram as de i) *impactos da assistência*; ii) *impactos económicos* e iii) *impactos sociais*. Em cada dimensão de impacto seleccionada desenvolveu-se: a) o diagnóstico do impacto do evento; b) análise do impacto tendo por base os resultados e relações com outras dimensões e c) conclusões com base no apuramento dos principais factos e números.

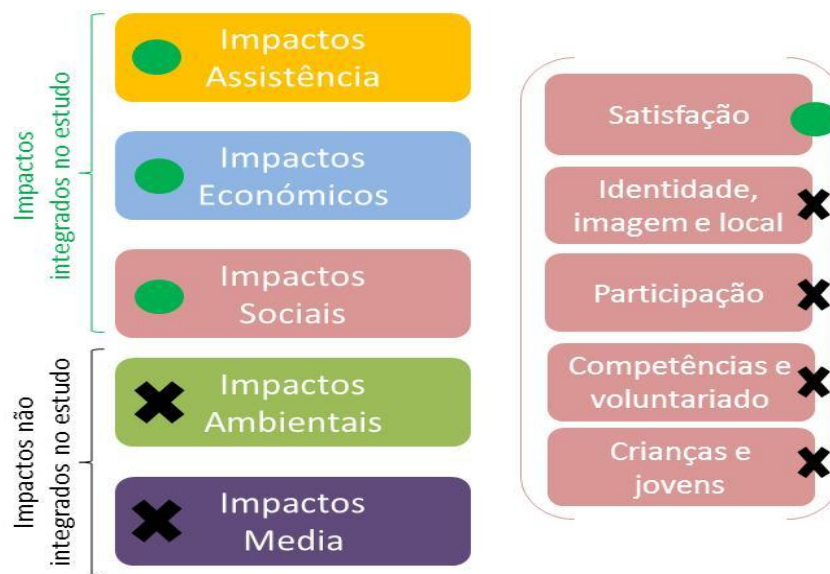


Figura 1 – Estruturação de dimensões de análise do impacto do evento (Adaptado de *eventIMPACTS Toolkit*, UK Sport)

## 2. Objectivos

### Impacto – Estudo sobre a assistência ao evento

- i) Avaliar a popularidade ou o alcance do evento;
- ii) Apurar indicadores da performance do evento (e.g. n.º de jovens que assiste ao evento, grupos);
- iii) Calcular a população do evento e, conseqüentemente, estabelecer relação de base para diagnóstico das restantes dimensões, como a económica ou a social;
- iv) Compreender e caracterizar com detalhe o perfil de pessoas que assiste ao evento (idade, género, estado civil, profissão, motivo, proveniência / residência, hábitos desportivos);
- v) Analisar o potencial de impacto futuro e de mudança face pela identificação de contacto com edições anteriores do evento.

### Impacto social – Estudo sobre a satisfação

- i) Avaliar e compreender a satisfação do público do evento como forma de obter conhecimento sobre as suas necessidades;
- ii) Identificar e caracterizar a satisfação em relação aos elementos controláveis e não controláveis pela organização;
- iii) Controlar a qualidade da experiência proporcionada nas classes-base de aspectos sobre satisfação: informação; serviços e evento;
- iv) Ajustar as classes-base a analisar aos objectivos e grupos-alvo;
- v) Adquirir uma referência que possibilite comparabilidade com a satisfação a proporcionar em edições futuras.

### Impacto económico

- i) Diagnosticar e avaliar os aspectos relacionados com os impactos económicos básicos: n.º de espectadores, n.º total de assistentes (não espectadores), percentagem de espectadores e assistentes não provenientes da economia local;
- ii) Analisar os resultados dos impactos económicos básicos como indicador dos resultados económicos intermédios (nível de impacto seleccionado para o evento);
- iii) Apurar o impacto económico directo do evento tendo por base as despesas geradas pela organização e pelos visitantes, isto é, considera-se apenas o volume de transacções realizadas por elementos de fora da economia local dentro da economia local.



Figura 2 – Elementos-chave para o apuramento do impacto económico directo do evento (*eventIMPACTS Toolkit, UK Sport*)