

Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Carina Daniela Gomes Oliveira

**AVALIAÇÃO ECONÓMICA DE EVENTOS
TURÍSTICOS EM PORTUGAL:
O CASO DA SEMANA SANTA DE BRAGA**

Carina Daniela Gomes Oliveira
**AVALIAÇÃO ECONÓMICA DE EVENTOS TURÍSTICOS EM PORTUGAL:
O CASO DA SEMANA SANTA DE BRAGA**

Uminho | 2017

Outubro de 2017



Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Carina Daniela Gomes Oliveira

**AVALIAÇÃO ECONÓMICA DE EVENTOS
TURÍSTICOS EM PORTUGAL:
O CASO DA SEMANA SANTA DE BRAGA**

Dissertação de Mestrado
Em Economia industrial e da Empresa

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Sílvia Cristina Conduto de Sousa

AGRACEDIMENTOS

É de realçar, primeiramente, que a conclusão deste trabalho representa o culminar de mais uma etapa e que isto não seria possível sem o apoio de algumas pessoas que, de uma forma direta ou indireta, contribuíram para a sua realização. Deste modo, agradecer faz todo o sentido através do reconhecimento de toda a ajuda prestada.

O primeiro agradecimento é dirigido à pessoa mais importante na minha vida e que tornou tudo isto possível - à minha mãe, obrigada por todo o apoio, carinho e dedicação.

Gostaria de agradecer a outra pessoa também muito especial na minha vida que me apoiou incondicionalmente, que me deu forças para nunca desistir e lutar pelos meus objetivos – ao meu namorado, obrigado por tudo.

Aos amigos que estiveram sempre lá e me ajudaram a encontrar o melhor caminho a seguir, obrigado pelo vosso carinho.

Este trabalho não seria possível de realizar sem a orientação da Professora Doutora Isabel Correia, que aceitou orientar a minha proposta de dissertação.

Um agradecimento muito especial à orientadora desta dissertação, Professora Doutora Sílvia Sousa por toda a sua paciência, disponibilidade e ajuda, sem a sua orientação nada disto seria possível. Muito obrigada pelo apoio prestado e pela disponibilidade demonstrada ao longo de todo o projeto.

Por fim, também queria agradecer à Associação Comercial de Braga por toda a colaboração prestada.

TÍTULO: A avaliação económica de eventos turísticos em Portugal: O caso da Semana Santa de Braga

RESUMO

A presente dissertação aborda a avaliação económica de eventos turísticos em Portugal, tendo por objetivo estudar o caso da Semana Santa de Braga.

O turismo é o conjunto de atividades que envolvem o deslocamento de pessoas de um lugar para outro. Este, tem uma grande importância na economia mundial, pois a chegada de turistas aumenta o consumo e a produção de bens e serviços. A sua importância na economia local tem levado muitos municípios a organizar eventos de várias naturezas com o objetivo de atrair visitantes, gerando assim receitas.

A avaliação económica de eventos permite justificar o investimento de orçamento público e motivar os patrocínios dos agentes económicos privados locais e regionais.

A Semana Santa de Braga é um dos maiores eventos de recriação religiosa em Portugal, potenciando uma grande promoção da cidade. O valor económico deste evento deve, portanto, ser medido de forma a informar a tomada de decisão pública e privada.

Neste trabalho, é apresentada uma revisão de literatura acerca o tema, para que posteriormente se possa dar resposta ao que se propõe avaliar, nomeadamente os impactos económicos diretos da Semana Santa de Braga.

Com vista a estimar os impactos económicos diretos da Semana Santa de Braga, consideram-se 3 cenários alternativos (pessimista, realista e otimista), para o número de visitantes e, conseqüentemente, para o gasto dos mesmos. Também foram aplicadas diferentes taxas de ocupação para cada dia da semana, de acordo com a atratividade da programação da Semana Santa.

Palavras-chave: Turismo; Impactos económicos de eventos; Impactos económicos diretos; Semana Santa de Braga; Avaliação económica de eventos.

TITLE: The economic evaluation of tourist events in Portugal: The case of the Holy week in Braga

ABSTRACT

The present dissertation forms on the economic evaluation of tourist events in Portugal, aiming at studying the case of Holy Week in Braga.

Tourism is the set of activities that involve the displacement of people from one place to another. This has a great importance in the world economy, since the arrival of tourists increases the consumption and the production of goods and services. Its importance in the local economy has led many municipalities to organize events of various natures with the aim of attracting visitors, thus generating revenues.

The economic evaluation of events allows to justify the investment of public budget and to motivate the sponsorship of local and regional economic agents.

Braga's holly week is one of the biggest religious (recreation) events in Portugal, inducing a great promotion of the city. The economic value of this event should therefore be measured in order to inform public and private stalk holder in their decision-making.

This dissertation firstly presents a literature review of the theme, in order to provide an answer to what it proposes to evaluate, namely the direct economic impact of Braga's Holy Week.

In order to estimate the direct economic impacts of Holy Week in Braga, three alternative scenarios (pessimistic, realistic and optimistic) are considered, for the number of visitors and, consequently, for their spending. Different occupancy rates were also applied for each day of the week, according to the attractiveness of the Holy Week schedule.

Keywords: Tourism; Economic impact of events; Direct economic impacts; Holy Week of Braga; Economic evaluation of events;

ÍNDICE

Declaração	ii
Agracedimentos	iii
Resumo	v
Abstract	vii
Índice de gráficos	xi
Índice de tabelas	xiii
Índice de figuras	xv
Lista de abreviaturas	xvii
Introdução	1
Capítulo 1 - O Turismo como atividade económica	5
1.1. O conceito de turismo	5
1.2. Definição de turismo pelo lado da procura	6
1.3. Definição do turismo pelo lado da oferta.....	7
1.4. Importância do turismo no produto interno bruto.....	9
Capítulo 2 - A avaliação económica de eventos turísticos	15
2.1. Introdução	15
2.2. O turismo de eventos	16
2.3. Tipologias de estudos de impacto económico do turismo	20
Efeitos económicos do turismo para as regiões de destino	21
Outros impactos do turismo para as regiões de destino	22
2.4. Metodologias de avaliação do impacto económico de eventos	23
2.4.1 Impactos económicos diretos	23
2.4.2 Impactos económicos indiretos	25
<i>Modelos input-output</i>	25
<i>Modelos de equilíbrio geral</i>	26
<i>Análise custo benefício</i>	27
Capítulo 3 – Paradigma do turismo religioso e cultural	31
3.1. Turismo religioso	31
3.2. Turismo cultural.....	31

Capítulo 4 - Estudo de Caso: Semana Santa de Braga	35
4.1. O que é a Semana Santa de Braga?.....	35
4.2. Preparação quaresmal	35
4.3. Celebrações religiosas.....	36
Capítulo 5 – Dados, análise e discussão	47
5.1. Análise dos dados	48
5.1.1 Caracterização sociodemográfica.....	48
5.1.2 Caracterização das visitas.....	49
5.1.3 Avaliação da programação da Semana Santa.....	52
5.1.4 Percepções sobre a da cidade de Braga.....	54
Capítulo 6 - Análise do impacto económico da Semana Santa de Braga	63
6.1. Metodologia	63
6.2. Impactos económicos diretos.....	63
7. Conclusão	71
8. Bibliografia	73
9. Anexos	81
9.1 Questionário aos transeuntes	81
9.2 Questionário aos hotéis	87
9.3 Questionário aos museus	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Contribuição total no PIB	10
Gráfico 2 - Contribuição direta no emprego	11
Gráfico 3 - Local de residência	48
Gráfico 4 - Idade	48
Gráfico 5 - Educação.....	48
Gráfico 6 - Religião.....	48
Gráfico 7 - Situação profissional.....	49
Gráfico 8 - Visitantes estrangeiros por país de origem	49
Gráfico 9 - Motivo de visita	50
Gráfico 10 - Meio de transporte	50
Gráfico 11 - Lugar de hospedagem	51
Gráfico 12 - Qualidade da programação cultural	52
Gráfico 13 - Divulgação.....	52
Gráfico 14 - Diversidade do programa.....	53
Gráfico 15 - Qualidade do programa.....	53
Gráfico 16 - Locais escolhidos.....	53
Gráfico 17 - Comércio.....	54
Gráfico 18 - Restaurantes e cafés.....	54
Gráfico 19 - Informação turística	54
Gráfico 20 - Acessos à cidade	55
Gráfico 21 - Circulação pedestre.....	55
Gráfico 22 - Circulação automóvel	55
Gráfico 23 - Estacionamento.....	56
Gráfico 24 - Serviços públicos	56
Gráfico 25 - Relação preço/qualidade	56
Gráfico 26 - Segurança.....	57
Gráfico 27 - Limpeza	57
Gráfico 28 - Hospitalidade das pessoas.....	57
Gráfico 29 - Preservação do património.....	57
Gráfico 30 - Espírito da cidade	58
Gráfico 31 - Gastronomia.....	58
Gráfico 32 - Qualidade dos restaurantes	58

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Benefícios e custos para a região de destino	22
Tabela 2- Total de visitantes- cenário 1	65
Tabela 3- Total de visitantes- cenário 2	66
Tabela 4-Total de visitantes- cenário 3	66
Tabela 5- Despesa total- cenário 1	68
Tabela 6- Despesa total- cenário 2	69
Tabela 7- Despesa total- cenário 3	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Classificação dos visitantes de acordo com o país de origem	5
Figura 2 - Eixos principais da oferta	8
Figura 3 - Tipologia de eventos.....	17
Figura 4 - Caminho percorrido pela via sacra	37
Figura 5 - Caminho percorrido pela procissão de ramos.....	38
Figura 6 - Caminho percorrido pela procissão dos passos	39
Figura 8 - Caminho percorrido pela procissão Ecco Homo	41
Figura 9 - Caminho percorrido pela procissão do enterro do Senhor.....	42

LISTA DE ABREVIATURAS

- OMT** - Organização Mundial do Turismo
- CGTP** - Conta Satélite do Turismo para Portugal
- WWTC** - World Travel Tourism Council (Concelho Mundial de Viagens e Turismo)
- OCDE** - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
- PIB** - Produto Interno Bruto
- CEC** - Capital Europeia da Cultura
- CEJ** - Capital Europeia da Juventude

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade económica que envolve pessoas e destinos, gerando consequências relevantes para as economias locais, regionais e nacionais. A sua importância na dinamização da economia local tem levado muitos municípios a organizar eventos de várias naturezas com o objetivo de atrair visitantes, alterar positivamente a imagem da cidade e até atrair residentes. A organização desses eventos requer investimentos, normalmente públicos e privados. A avaliação do impacto económico destes eventos serve para justificar o investimento de dinheiros públicos e para motivar os patrocínios dos agentes económicos locais e regionais.

No entanto, fazer a avaliação económica destes impactos não é fácil, visto que o turismo interage com diversos setores da atividade económica e envolve efeitos diretos e indiretos, nem sempre fáceis de medir.

Enquadrado neste tipo de eventos, surge a Semana Santa de Braga que é talvez o maior evento de recriação religiosa em Portugal, constituindo uma oferta turística única que potencia a promoção do município (Santos, 2011). O valor económico deste evento deve, portanto, ser medido, de forma a informar a tomada de decisão pública e privada. No que diz respeito aos agentes privados, as empresas surgem com um papel determinante, no patrocínio, mas também na oferta de bens e serviços associados ao evento. Deste modo, também no contexto da economia da empresa, a avaliação económica de eventos desta natureza, reveste-se de uma importância significativa, como instrumento para racionalizar investimentos.

Este trabalho encontra-se estruturado em 7 secções. Após esta introdução, nas secções 1 e 2 faz-se a revisão da literatura acerca dos aspetos específicos da análise do turismo como sector de atividade e das questões relacionadas com a avaliação económica de eventos. A secção 3 descreve o paradigma entre o turismo cultural e o turismo religioso. Seguidamente, na secção 4 descreve-se o que é a Semana Santa de Braga e o percurso das procissões. Para a secção 5 são apresentados os dados recolhidos dos transeuntes, assim como o seu respetivo tratamento. Na secção 6 é descrita a metodologia para responder à questão de investigação, assim como o tratamento dos impactos diretos na Semana Santa de Braga. Por último, na secção 7 é apresentada a conclusão.

CAPÍTULO 1

O TURISMO COMO ATIVIDADE ECONÓMICA

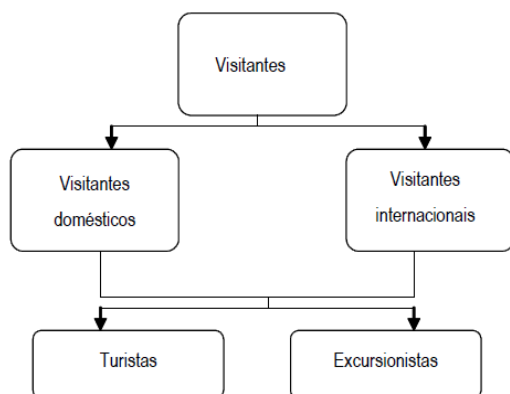
CAPÍTULO 1 - O TURISMO COMO ATIVIDADE ECONÓMICA

1.1. O conceito de turismo

Existem muitas definições de turismo, em consequência da sua natureza multifacetada e multidisciplinar. A definição que interessa, do ponto de vista deste trabalho, é a definição económica. Segundo Eusébio (2006), o turismo pode ser definido como uma indústria (Bukart, 1981), um mercado (Kaul, 1985) ou um sistema (Mill & Morrison, 1985 e Leiper, 1979).

Em 1991, a Organização Mundial de Turismo (OMT) definiu o turismo como “As atividades realizadas por indivíduos durante as suas viagens e estadias em lugares distintos da sua residência habitual, por mais de 24 horas, com fins de lazer, negócios ou outros motivos”. Esta definição serviu para diferenciar dois tipos de visitantes: os turistas e os excursionistas, sendo estes últimos definidos como aqueles que visitam um local turístico, mas regressam à sua morada habitual em menos de 24 horas (Figura 1). Um dos problemas desta definição é a dificuldade em obter informações acerca das pessoas que ficam alojadas em casas particulares, em alguns destinos turísticos.

Figura 1 - Classificação dos visitantes de acordo com o país de origem



Fonte: Eusébio (2006), pág.14

Do ponto de vista de económico, o turismo é um sector bastante peculiar. Uma das particularidades decorre da dificuldade em definir o produto turístico (contrariamente àquilo que acontece na maior parte das indústrias). Por exemplo, uma refeição num restaurante pode ser considerada um produto turístico ou não, dependendo

de quem a consome: será considerado um produto turístico desde que seja consumido por um turista. Por outro lado, mesmo os produtos típicos do sector do turismo, como hospedagens e transporte de passageiros, são considerados não turísticos quando consumidos por um não turista (Santos & Kadota, 2012). Dada esta dificuldade, contrariamente à generalidade das indústrias que são definidas com base no produto, o turismo, enquanto atividade económica, é definido a partir da perspetiva da procura, ou seja, como o resultado económico do consumo dos visitantes.

Uma das primeiras definições conceptuais do turismo do lado da procura foi apresentada pelo economista austríaco, Herman von Schulland, em 1910 (Gilbert, 1990:8), afirmando que o turismo é: “a soma total das operações, principalmente de natureza económica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, estada e movimento de estrangeiros dentro de um determinado país, cidade ou região”.

Desde então, surgiram diversas definições na literatura, tais como a de Cooper *et al* (1998); Middleton (1988); McIntosh e Goeldner (1986); MacCannell (1976). Contudo, em todas estas definições é considerado que o turismo é, invariavelmente, o movimento de pessoas para fora das suas áreas habituais de residência e por períodos superiores a 24 horas, sendo que esta movimentação acontece tendo por base um conjunto de motivações centrais e as mais importantes e significativas são as que dizem respeito a fatores sociais, culturais, patrimoniais, ambientais e económicos. Aliás, é tendo por base esta constatação que alguns autores da área argumentam que o estudo do turismo encerra, invariavelmente, o estudo dos seus impactos a nível da cultura/património, ambiente e economia (Mathieson e Wall, 1982).

1.2. Definição de turismo pelo lado da procura

A definição de turismo do lado da procura realça claramente o papel dos praticantes desta atividade (visitantes), existindo assim a necessidade de identificá-los e delimitá-los de forma objetiva. Durante muito tempo, utilizou-se o termo turista para simbolizar o grupo de praticantes da atividade turística. Tal como afirma Leiper (1993)¹, “se *ismo* representa um conjunto de ideias, de teorias colocadas em prática pelos seus aderentes *istas*, então, numa primeira análise, poder-se-á dizer que os turistas são os praticantes do turismo”. A definição deste conceito não é, no entanto, assim tão

¹ Citado por Eusébio (2006)

simplista, visto que existe uma enorme variedade de definições na literatura. Assim, Leiper (1993) recomendou a utilização do termo visitante para descrever os praticantes de turismo, que também poderão ser chamados de turistas ou excursionistas.

O termo turista é utilizado para visitantes temporários que permanecem pelo menos 24 horas no local visitado e cujo motivo da visita possa ser incluído num dos seguintes grupos: férias; negócios; saúde; estudos; participação em conferências, congressos e reuniões; visita a familiares e amigos; religião e desporto.

Por sua vez, o termo excursionista, ou visitante que não pernoita no local visitado, é utilizado para visitantes temporários que permanecem menos do que 24 horas no local visitado.

As definições do turismo do lado da procura centralizam-se nos praticantes da atividade – os visitantes. Este tipo de definições permite delimitar adequadamente o conceito de procura turística.

Segundo Cooper *et al.* (1998), as definições de procura turística variam de acordo com a perspetiva do autor, significando que as definições deste conceito apresentadas por um economista são diferentes das definições enunciadas por um geógrafo, sociólogo ou psicólogo.

1.3. Definição do turismo pelo lado da oferta

Apesar da predominância e abordagens pelo lado da procura, existe atualmente uma forte tendência, introduzida OMT, no sentido do turismo passar a ser perspetivado pelo lado da oferta. Segundo a OMT, estes novos desenvolvimentos têm por objetivo fazer com que seja conhecido o valor e o peso do turismo enquanto da atividade económica.

Smith (1989)² foi o primeiro académico a apresentar uma definição de turismo pelo lado da oferta considerando que este sector deve ser perspetivado como um agregado de atividades que direta ou indiretamente fornecem bens ou serviços que suportam as atividades de lazer e recreio realizadas pelas pessoas fora dos seus locais de residência habitual. Ainda de acordo com Costa (2005), Smith identifica as atividades que integram o núcleo central da atividade do turismo: bens e serviços fornecidos, na sua quase totalidade, para os turistas, por exemplo, companhias aéreas, hotéis, alguns

² Citado por Costa (2005)

restaurantes, operadores turísticos ou agências de viagens. A estas devem acrescentar-se as atividades que podem ser consideradas como estando localizadas na periferia do sector: bens e serviços fornecidos para a atividade do turismo e para as atividades não turísticas, isto é, atividades utilizadas pelos turistas e pelas comunidades locais, tais como certos restaurantes, táxis ou supermercados (Eusébio, 2006).

As vantagens decorrentes da definição de turismo pelo lado da oferta fizeram com que a OMT considerasse que esta é uma das melhores formas de se delimitar, quantificar e focalizar o objeto, objetivos e inter-relações que acontecem no sistema social e económico, do turismo.

Em Portugal, de acordo com a metodologia da Conta Satélite de Turismo para Portugal (CSTP), o sector do turismo agrupa um conjunto de atividades específicas do turismo, que se dividem em atividades características e atividades conexas (Figura 2).

As atividades características são atividades produtivas cuja produção principal é característica do turismo, que servem os visitantes e em que se verifica uma relação direta cliente/fornecedor.

Figura 2 – Eixos principais da oferta



Fonte: Conta Satélite de Turismo para Portugal

1.4. Importância do turismo no produto interno bruto

O turismo tem uma importância estratégica para a economia portuguesa, dado o seu importante contributo para a criação de emprego e riqueza.

Portugal tornou-se, atualmente, num dos países turísticos europeus mais relevante. Os seus recursos naturais, culturais e os seus produtos são reconhecidos internacionalmente. A diversidade e a biodiversidade do nosso país levam à criação de novos produtos e de novas marcas que provocam uma maior atração dos turistas.

O turismo em Portugal, cada vez mais, reforça a sua importância para o crescimento da economia. De acordo com um estudo do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (2017), em termos médios, o turismo tem uma enorme importância para a economia, para as exportações, para o investimento e para o emprego em Portugal.

Segundo o Conselho Mundial de Viagens e Turismo, a contribuição direta do turismo para o PIB reflete as despesas “internas” no turismo (despesa total no turismo por residentes e não residentes para fins comerciais e de lazer), bem como gastos individuais do governo (as despesas do governos com serviços de turismo, eventos culturais e recreativos). Esta é calculada de forma a ser consistente com a Contabilidade Nacional, de sectores característicos do turismo, tais como hotéis, companhias aéreas, aeroportos, entre outros.

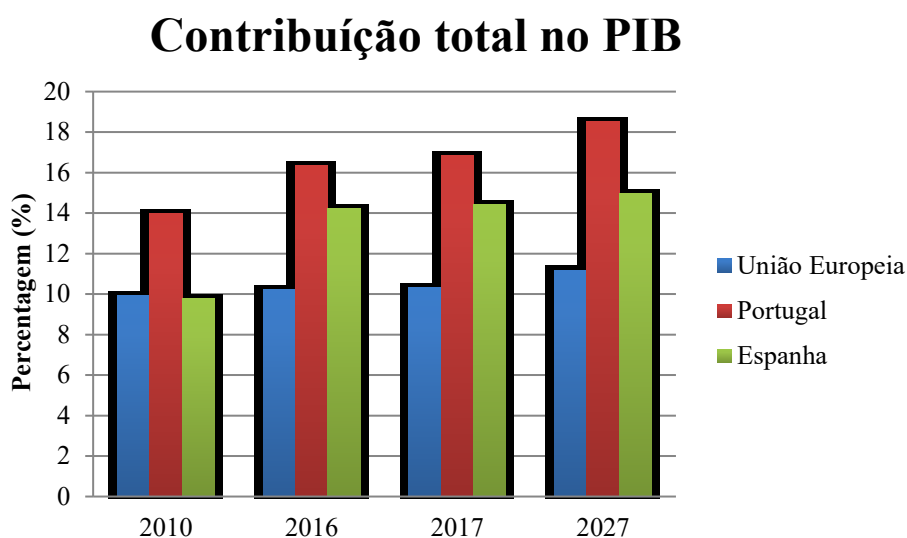
A contribuição total do turismo inclui os seus “impactos mais amplos” (isto é, os impactos indiretos e induzidos) na economia. A contribuição indireta inclui o PIB e os postos de trabalho apoiados por: despesas de investimento em turismo ou os gastos "coletivos" do governo, que ajudam a atividade do turismo de muitas maneiras diferentes, em nome da "comunidade em geral" - por exemplo, marketing e promoção do turismo, aviação, administração, serviços de segurança, serviços de segurança da área de refúgio, serviços de saneamento; compras domésticas de bens e serviços pelos setores que lidam diretamente com os turistas - incluindo, por exemplo, compras de alimentos e serviços de limpeza por hotéis, serviços de combustível e de catering pelas companhias aéreas, entre outros.

A contribuição induzida mede o PIB e os postos de trabalho apoiados pelos gastos diretos ou indiretos do turismo.

De acordo com os dados fornecidos pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WWTC, 2017), é possível ter-se uma ideia do contributo do turismo para o PIB.

Será realizada uma comparação de Portugal com a União Europeia e com Espanha de forma a analisar a situação de Portugal para com a União Europeia e mais concretamente com o nosso país vizinho, Espanha. Este, também têm inúmeras celebrações religiosas, e a maior parte dos nossos visitantes na Semana Santa de Braga são espanhóis.

Gráfico 1- Contribuição total no PIB



Fonte: Concelho Mundial de Viagens e Turismo, 2017

Através do gráfico pode-se verificar que Portugal, em relação a Espanha e à União Europeia é o país em que o turismo tem uma maior contribuição no PIB.

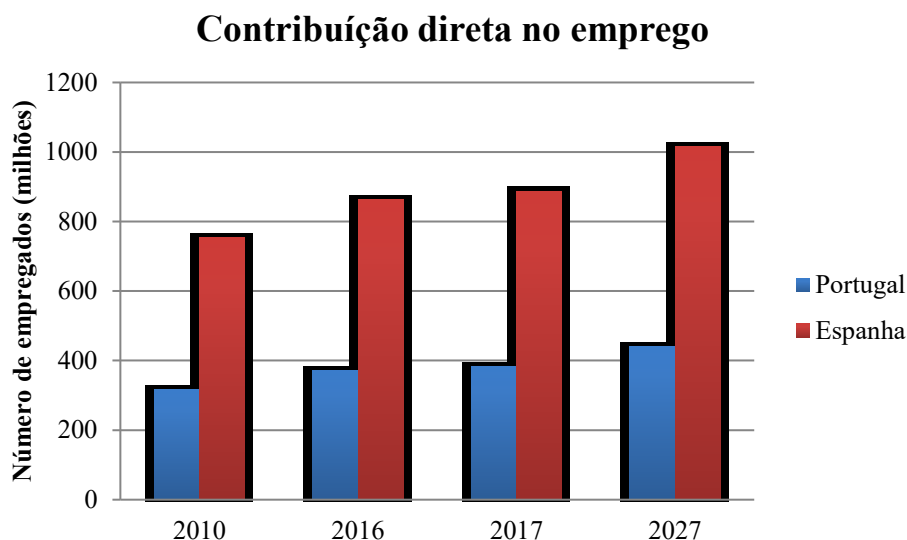
No ano de 2010, a contribuição do turismo é de 9,92% para o PIB da União Europeia, de 9,76% para Espanha e de 13,98% para Portugal.

Em 2016, (ano em que foram aplicados os questionários deste estudo), verifica-se que a União Europeia obteve uma contribuição de 10,2%, Espanha de 14,23% e Portugal de 16,35%.

Relativamente ao ano atual, 2017, prevê-se na União Europeia uma contribuição de 10,32%, em Espanha de 14,42% e em Portugal de 16,84%.

A previsão para daqui a 10 anos, em 2027, a contribuição do turismo na União Europeia será de 11,18%, em Espanha de 14,96% e em Portugal de 18,50%.

Gráfico 2- Contribuição direta no emprego



Fonte: Concelho Mundial de Viagens e Turismo, 2017

Comparando Portugal com Espanha relativamente à contribuição direta para o emprego, pode-se verificar que em Espanha o número de empregados neste sector é maior do que em Portugal. Também se pode constatar que a tendência em ambos os países será para aumentar.

No ano de 2010, Portugal teve uma contribuição direta no emprego de aproximadamente 316 milhões de empregados, enquanto que em Espanha houve uma contribuição de 753 milhões de empregados.

Em 2016, houve um ligeiro aumento para nos 2 países em estudo. Portugal teve 371 milhões de empregados e Espanha 862 milhões.

Em 2017 para Portugal prevê-se que haja uma contribuição de 383 milhões de empregados e em Espanha de 887 milhões de empregados.

Em 2027 espera-se que em Portugal o sector empregue 440 milhões de pessoas e Espanha 1015 milhões.

Segundo o relatório “Tendências e Políticas de Turismo 2014”, (OCDE 2014), o turismo em Portugal contribui de forma significativa para o PIB nacional, tendo atingido, no ano de 2010, 9,2% do PIB.

Portanto, em Portugal, o turismo é, cada vez mais, um factor de máxima importância para o crescimento da economia, sendo os últimos anos considerados como os “anos de ouro” do turismo. Em 2013, Portugal atingiu um elevado nível de reconhecimento internacional, tendo ganho diversos prémios na gala de atribuição dos

World Travel Awards para a Europa, designadamente, o prémio de melhor destino insular, com a ilha da Madeira, e o prémio de melhor destino de praias, com o Algarve.

CAPÍTULO 2

**A AVALIAÇÃO ECONÓMICA DE EVENTOS
TURÍSTICOS**

CAPÍTULO 2 - A AVALIAÇÃO ECONÓMICA DE EVENTOS TURÍSTICOS

2.1. Introdução

Avaliar as consequências, designadamente económicas, da organização de eventos, para as áreas em que estes se realizam é fundamental. Assim, o principal objetivo deste capítulo é identificar e caracterizar as tipologias de avaliação dos impactos económicos da organização de eventos.

De acordo com Papatheodorou (2006), do lado da procura, o turismo exhibe claramente complementaridades: os transportes, o alojamento, a restauração e outros serviços estão funcionalmente ligados entre si, permitindo a experiência do turismo. Logo, na maior parte das vezes, olha-se para a procura dos consumidores - os turistas - tomando as suas escolhas, o seu comportamento, as suas atividades como sendo a indústria do turismo em si.

Neste sentido, as principais contribuições do turismo resultam das despesas dos visitantes nas áreas de destino, em hotéis, restaurantes, museus, atrações diversas, lojas de todos os tipos, transportes, festivais e eventos culturais ou conferências. Estas despesas permitem o acréscimo do rendimento das empresas locais, das oportunidades de emprego e dos salários e constituem os efeitos diretos do turismo. Isto é, assumindo um contexto de equilíbrio parcial, o aumento da despesa devido aos turistas permite o acréscimo da produção e do rendimento (Eusébio, 2006).

O acréscimo de rendimentos gerados produz ainda efeitos indiretos, devido ao efeito multiplicador.

No entanto, segundo Eusébio (2006), tem sido apontado que os efeitos, diretos e indiretos, dependem do tipo de turistas, nomeadamente se nacionais ou internacionais, e do segmento de mercado em que se inserem. Por sua vez, e conforme estudos empíricos têm confirmado, o multiplicador é tanto mais elevado quanto mais qualificado for o emprego.

Uma dificuldade associada com a estimação da procura agregada e o efeito multiplicador do turismo é saber que peso terá a procura adicional a que as empresas locais não conseguirão responder. Naturalmente, quanto maior for a necessidade de importar bens ou serviços, menor será o impacto do turismo. Neste contexto a

importação corresponde à entrada de qualquer bem ou serviço vindo de fora da economia urbana ou regional em análise.

2.2. O turismo de eventos

Eventos planeados são um fenómeno que ocorre num dado momento e num dado espaço, e cada um é único por causa das interações entre as pessoas e das diferenças que vão ocorrendo na organização e no programa. Grande parte da atração dos eventos é que eles nunca são iguais, pelo que o indivíduo tem que "estar lá" para desfrutar da uma experiência que é única (Getz, 2008).

Os eventos são um fenómeno crescente a nível global, aumentando em número e popularidade, e podem funcionar como produto turístico, quer sejam mega eventos ou pequenos festivais comunitários (Small, 2007, p.21, citado por Cardoso, 2013).

O termo turismo de eventos só começou a ser utilizado em 1987, quando foi relatado pelo Turismo da Nova Zelândia (1987): “turismo de eventos é um segmento importante e em rápido crescimento do turismo internacional”. Antes, era normal ouvir-se falar de eventos especiais, mega eventos e eventos específicos. Agora, o “turismo de eventos” é geralmente reconhecido em todos os eventos planeados (Getz, 2008).

Segundo a OMT, um acontecimento só pode ser considerado evento quando tem as seguintes características (Vieira, 2015):

- Ter um mínimo de 10 participantes;
- Ter uma duração mínima de 4 horas;
- Realizar-se num espaço diferente do espaço ocupado regularmente pelos participantes no evento;
- Ter um objetivo formativo (excluindo os eventos académicos) ou um objetivo informativo (incluindo os eventos de natureza comercial e nesta apenas os eventos de natureza promocional).

Quanto ao público, os eventos podem ser abertos (se a entrada é livre) ou fechados (se têm entrada condicionada). Quanto às áreas de interesse, os eventos podem ser classificados em eventos artísticos, científicos, culturais, desportivos, religiosos. (Figura 3).

De acordo com a dimensão, é usual classificar os eventos em pequenos, médios, grandes ou mega eventos.

Figura 3 – Tipologia de eventos

Celebrações culturais	Comércio e Negócios	Desporto de Competição
Festivais	Reuniões, convenções	Amador/Profissional
Comemorações	Mostras de consumo e comerciais	Espetador/Participante
Eventos Religiosos	Feiras, mercados	
Política e Estado	Educação e Ciência	Recreativo
Cúpulas	Conferencias	Desporto ou jogos para se divertir
Visitas VIP	Seminários	
Ocasões reais	Clinica	
Artes e Entretenimento		
Concertos		
Cerimónias de premiação		

Fonte: Adaptado de Getz (2005)

Em Portugal, ao longo do ano, existe uma grande variedade de eventos, enquadrados em qualquer uma das tipologias, alguns objeto de avaliação económica.

No âmbito dos eventos do tipo celebrações culturais encontram-se, a Capital Europeia da Cultura (CEC), realizada na cidade de Guimarães, no ano de 2012 e considerado um mega evento. Também temos a Capital Europeia da Juventude (CEJ), Noite Branca, Óbidos Vila Natal.

Para CEC, Remoaldo *et al* (2016) realizaram um estudo acerca das percepções dos moradores sobre os impactos do acolhimento do “Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura” a comparando o período pré e pós 2012. Este mega evento teve uma duração de um ano com diversas atividades, tais como: música, bailado, cinema, teatro, artes plásticas, projectos, "workshops", entre outras. Os objetivos centrais de Remoaldo *et al* (2016) foram: medir os benefícios e os custos esperados pelos moradores antes do evento; medir os benefícios percebidos e custos após o seu encerramento; e analisar as percepções dos moradores com base na sua experiência.

Na metodologia, Remoaldo *et al* (2016) aplicaram dois inquéritos aos residentes de Guimarães, um na fase pré-evento, em 2011, e outro na fase pós-evento, em 2013, que continham questões sobre a percepção do evento cultural.

Realizada uma bateria de testes estatísticos aos dados obtidos, os autores concluíram que os residentes tendem a ter altas expectativas sobre os benefícios de acolher um mega evento, embora reconheçam que alguns custos resultarão do mesmo. Antes da realização dos eventos, os residentes avaliam de uma forma muito mais positiva, sugerindo que o pós-evento permite às pessoas obter uma abordagem muito mais realista.

Os resultados obtidos confirmam alguns resultados de pesquisas anteriores, mas contradizem alguns outros. A diminuição dos valores médios de todas as dimensões, com exceção mudanças de hábitos, mostra que os residentes, após a CEC percebem que benefícios gerados pelo mega evento foram menores do que o esperado.

Os custos também foram sobrestimados, ou seja os custos foram menores aos estimados.

A percepção dos impactos negativos pode ter sido sobrestimado como resultado do confronto que se vivia no período pré-evento entre a Fundação Cidade de Guimarães (a estrutura encarregada de planear o evento), o Município e as associações culturais locais.

A Capital Europeia da Juventude (CEJ) foi realizada em Braga durante o ano de 2012. Este evento classifica-se como um mega evento. Tal como a CEC, também teve a duração de um ano, com diversas oferecendo diversas atividades à população bracarense e aos seus turistas. Remoaldo *et al* (2012) analisaram as percepções dos participantes da Capital Europeia na Juventude e dos residentes do município de Braga. A metodologia utilizada foi a aplicação de um inquérito por entrevista e a realização de um grupo de foco.

Remoaldo *et al* (2012), concluíram que os impactos socioculturais da CEJ tiveram um registo mais forte do que os impactos económicos em concreto. Foi consensual que a CEJ foi um evento que projetou a cidade, deu-lhe "uma pujança diferente, projetando o (seu) nome ao nível europeu" e "foi um impulso para que, no futuro, Braga possa atrair mais pessoas".

Ainda na cidade de Braga, pode-se referir o evento Noite Branca, que tem uma duração de 3 dias, e a entrada é livre. Apresenta uma variedade de espetáculos para todas as gerações. Relativamente a este evento não são conhecidos estudos de natureza académica sobre os seus impactos socioeconómicos.

O evento Óbidos Vila Natal, classificado como um evento médio, tem a duração de 1 mês e a entrada é condicionada, ou seja, para se entrar no mesmo será necessário pagar uma quantia monetária.

Alves (2003) avaliou o impacto económico que o evento teve nas atividades económicas da vila procurando perceber as características sócio-demográficas dos visitantes e do evento; analisar os atributos dos eventos e da vila que obtêm uma avaliação positiva por parte dos inquiridos; perceber quais os gastos que se destacaram e de que forma podem ser influenciados; avaliar o nível de efeitos; medir quais os impactos económicos positivos e negativos e perceber a intenção dos inquiridos em voltar e recomendar o evento.

A metodologia utilizada baseou-se na aplicação de questionários em duas fases da investigação: numa 1ª fase, aos visitantes, enquanto o evento decorria e numa 2ª fase, aos empresários e comerciantes, após a realização do evento.

Alves (2003) concluiu que o evento Óbidos Vila Natal tem um impacto positivo na vila de Óbidos, tendo contribuído para o desenvolvimento económico da vila, mesmo num contexto de crise e recessão económica. Algumas limitações que surgiram na realização deste estudo, foram: a inexistência de estudos comparáveis; a falta de dados económicos atualizados relativamente ao concelho de Óbidos; e resistência das amostras em estudo, relativamente ao preenchimento dos questionários, por parte de alguns empresários.

Este projeto terá como estudo de caso - a Semana Santa de Braga, desenvolvido na secção 5 e 6. Trata-se de um evento religioso, que se caracteriza por ser um evento público e de acesso livre.

A Semana Santa de Braga tem uma duração limitada (uma semana), e as atividades mais importantes concentram-se em dois dias - a quinta e a sexta-feira santas.

Tal como acontece com todas as formas de turismo de interesse especial, o turismo de eventos deve ser analisado considerando o lado, da procura e o lado da oferta.

De acordo com Getz (2008), do lado da procura, a análise requer a determinação de quem viaja para os eventos e o seu motivo, e também de quem assiste aos eventos durante a estada. Requer ainda informação acerca do que os turistas fazem durante a visita, e dos montantes que gastam. Na abordagem da avaliação económica de eventos,

pelo lado da procura, é ainda habitual determinar o valor do evento na promoção de uma imagem de destino positiva.

Ainda segundo Getz (2008), do lado da oferta, a organização de eventos, de todos os tipos, tem normalmente como objetivos:

- Atrair turistas (especialmente nas épocas menor fluxo);
- Servir como um catalisador da renovação urbana e do aumento da capacidade e da melhoria das infra-estruturas; e
- Promover uma imagem positiva do destino.

2.3 Tipologias de estudos de impacto económico do turismo

Como foi referido, o sector do turismo é essencialmente definido pelo lado da procura, visto que são os visitantes que, ao adquirirem bens e serviços no destino, irão delimitar o conjunto de indústrias características e conexas desta atividade.

De acordo com Eusébio (2006), a procura turística inclui o consumo turístico individual, a formação bruta de capital fixo turístico e o consumo coletivo turístico. Perante esta abordagem, é possível realizar estudos de impacto económico que incorporem todas as componentes da procura turística ou, alternativamente, realizar estudos que apenas incorporam uma dessas componentes. Ainda, de acordo com esta autora, relativamente aos estudos que apenas avaliam o impacto económico de uma das componentes da procura turística, observa-se, com base na revisão da literatura, que as componentes que têm merecido maior atenção são a formação bruta de capital fixo turístico e o consumo turístico individual.

Em relação ao impacto da formação bruta de capital fixo turístico, Eusébio (2006) refere que os estudos que têm sido realizados visam, predominantemente, avaliar as implicações económicas, para os destinos, de projetos de desenvolvimento turístico, como por exemplo: projetos de desenvolvimento integrado de várias infra-estruturas recreativas, culturais ou desportivas e projetos referentes à construção ou remodelação de unidades de alojamento turístico e/ou de restauração. O planeamento destes projetos de desenvolvimento turístico deverá ter sempre integrado um estudo de avaliação dos potenciais impactos para esse destino. Na realização deste tipo de estudos de impacto económico é utilizada, com frequência, a análise custo benefício.

Relativamente aos estudos de impacto económico que avaliam os efeitos do consumo turístico individual, Eusébio (2006) conclui, com base numa revisão da

literatura, que a maioria dos estudos visa avaliar os efeitos para o destino das despesas realizadas pelos ou a favor dos visitantes que se deslocam a esse destino, quer por motivos de lazer, visita de familiares e amigos, negócios, saúde, entre outros. Estas despesas são a peça fundamental deste tipo de estudos de impacto económico e a sua avaliação permite identificar não apenas as atividades económicas onde essas despesas são realizadas, como também todos os benefícios que de forma direta, indireta e induzida estas despesas proporcionam para a economia dos destinos.

Efeitos económicos do turismo para as regiões de destino

As despesas realizadas pelos visitantes no destino turístico são o elemento chave para a avaliação do impacto económico do turismo. Os visitantes adquirem bens e serviços nas atividades relacionadas com o turismo, sendo estas designadas por atividades específicas do turismo.

Considera-se que nos estudos de avaliação do impacto económico do turismo é imperativo possuir uma visão completa dos seus efeitos económicos positivos e negativos, embora a maioria dos estudos que tem sido feita a nível internacional enfatize, essencialmente, os efeitos positivos económicos desta atividade. Os poucos estudos que abordam a problemática dos custos económicos tendem a cingir-se apenas aos custos diretos, existindo uma considerável omissão da contabilização dos custos económicos indiretos Mathieson e Wall (1990)³.

Na tabela seguinte pode-se verificar alguns dos benefícios e custos para os autores Mathieson e Wall (1990) e Dwyer e Forsyth (1993).

³ Citado por Eusébio (2006)

Tabela 1 - Benefícios e custos para a região de destino

	Benefícios	Custos
Mathieson e Wall (1990)	Balança de pagamentos Criação de emprego e de rendimento Melhoria da estrutura económica dos destinos Empreendedorismo	Forte dependência do turismo Inflação Aumento da propensão para importar Sazonalidade na produção Baixa taxa de retorno do investimento Criação de outros custos externos
Dwyer e Forsyth (1993)	Criação de oportunidades de comércio para as empresas da região; Favorece a criação de empresas ligadas de forma direta e indireta à atividade turística; Criação de emprego e de rendimento; Aumento das exportações da região Aumento das receitas do Estado através dos impostos recebidos, associados, direta e indiretamente, à atividade turística Diversificação da estrutura produtiva da região.	Aumento das despesas turísticas no destino

Fonte: Elaboração própria

Outros impactos do turismo para as regiões de destino

Em termos ambientais, o turismo pode contribuir para a degradação de um determinado destino ou para a sua conservação. Pode contribuir para a degradação, quando o turismo é responsável por elevados índices de poluição das águas, de poluição do ar, de poluição sonora, de poluição visual e de destruição da flora e da fauna dos espaços recetores, destruindo os seus recursos básicos. No entanto, o turismo poderá ter um efeito positivo na conservação ambiental desses destinos turísticos. Tal como afirma Gunn (1988) os turistas têm-se tornado amigos do ambiente, através de comportamentos que favorecem a conservação da natureza e através das suas despesas que podem funcionar como suporte financeiro para que os agentes responsáveis pela oferta turística possam implementar medidas que favoreçam a conservação da natureza.

Em termos sociais e culturais, o turismo pode beneficiar as comunidades residentes ao ajudar a tomar consciência da importância de salvaguardar o seu património cultural.

Embora se considere necessário avaliar todas as implicações do turismo nos espaços receptores, ambientais, sociais, culturais e económicas, neste projeto serão apenas avaliadas as económicas.

É cada vez mais relevante realizar estudos de avaliação dos impactos económicos do desenvolvimento turístico nas regiões de destino, uma vez que muitas regiões têm tentado desenvolver esta atividade como complemento à sua base económica tradicional, no sentido de a diversificar.

2.4. Metodologias de avaliação do impacto económico de eventos

2.4.1 Impactos económicos diretos

Apesar de uma longa história de avaliação económica de eventos, ainda há um debate aceso em relação à abordagem a adotar Dwyer & Forsyth (1993)⁴.

Normalmente, o primeiro passo em qualquer estudo de impacto económico é determinar a entrada de receitas que resultam do evento – o impacto direto. Uma maneira de fazer isso é recolher dados relativos aos gastos dos visitantes. De facto, uma das dificuldades de fazer avaliação económica de eventos reside na necessidade de recolher dados primários. Segundo Eusébio (2006), para quantificar as despesas turísticas totais, o investigador precisa de obter informação sobre o volume total de visitantes, a sua estada e as despesas médias diárias por visitante. Além desta informação, é necessário recolher dados sobre as determinantes dessas despesas. A avaliação quantitativa do volume de visitantes de uma região é normalmente feita recorrendo a uma pesquisa de visitantes. Os métodos mais utilizados para quantificar o número total de visitantes de um determinado destino turístico consistem em considerar o nível de utilização dos seguintes serviços turísticos como base de cálculo: (i) transporte; (ii) alojamento; (iii) atrações turísticas (Eusébio, 2006). No caso de eventos realizados numa cidade e que não envolvem a aquisição de um acesso ao evento, é bastante difícil contabilizar o número de visitantes nacionais ou estrangeiros. A menos que o evento tenha lugar numa ilha, o uso do meio de transporte não é adequado, uma vez que grande parte dos visitantes utiliza o transporte próprio.

⁴ Citados por Dwyer et al (2009)

O recurso às unidades de alojamento turístico, como fonte de informação para quantificar o número de visitantes e a estada média do visitante, é talvez, a metodologia que apresenta um maior nível de utilização, devido principalmente à facilidade em obter essa informação (Eusébio, 2006).

Por fim, temos o método de recolha de informação sobre o número total de visitantes com base nas atrações visitadas. Segundo Pearce (1981), este é o procedimento menos utilizado, uma vez que existe um número considerável de atrações que não têm controlo em termos de entradas de visitantes, sendo desta forma difícil fornecer informações sobre o seu número de visitantes.

Por sua vez, a obtenção de dados sobre a estada média, as despesas médias diárias por visitante e as determinantes destas despesas (características sociodemográficas dos visitantes e características da viagem) é normalmente realizada através de uma pesquisa por amostragem, recorrendo ao inquérito como método de recolha de dados (Pearce (1981)⁵).

Segundo Chiglione e Matalon (1997) realizar um inquérito é interrogar um determinado número de indivíduos tendo em vista uma generalização. Para podermos obter resposta às nossas questões poderemos aplicá-los aos visitantes ou a organismos que fornecem bens e serviços aos visitantes.

A informação que o investigador obtém, através de um questionário aos visitantes, deverá incidir sobre as características socioeconómicas do visitante e sobre as características da viagem. Neste último grupo, incluem-se as despesas turísticas. No respeitante às despesas turísticas, importa inquirir o visitante sobre o valor das despesas e o tipo de despesas. Para obter dados sobre o tipo de despesas turísticas, recorre-se, frequentemente, a uma lista de categorias de despesas.

Segundo Yuan e Yuan (1996) ⁶, o número de categorias de despesas que é incluído nos questionários aos visitantes é bastante variado. A selecção do número de categorias de despesas turísticas a incluir no questionário deverá ser feita com base no nível de detalhe e exatidão dos dados pretendido e da disponibilidade do inquirido (Eusébio, 2006).

Quando o investigador aumenta o número de categorias de despesas turísticas do questionário, está a aumentar o detalhe em termos de consumos de bens e serviços. Este

⁵ Citado por Eusébio (2006)

⁶ Citado por Eusébio (2006)

detalhe é necessário em muitos modelos económicos, como por exemplo nos modelos input-output.

Uma das considerações, que também deve ser tida em conta quando se efetuam pesquisas sobre as despesas dos visitantes, tem a ver com a capacidade dos visitantes se lembrarem dessas despesas. Esta questão deverá ser ponderada quando o investigador está a seleccionar o método de administração do questionário que irá ser utilizado e o tipo de questões relacionadas com as despesas que irão ser colocadas aos visitantes Pearce (1981)⁷.

A delimitação da área geográfica a estudar é uma decisão crítica do processo de avaliação de impactos (Proença *et al* (2012). Hodur *et al* (2006) salientam dois aspectos importantes a considerar nessa escolha: (1) a área em estudo deve delimitar o espaço onde os residentes satisfazem a maior parte das suas necessidades domésticas quotidianas e (2) deve incluir as localizações onde ocorrerão a maior parte das despesas relacionadas com o evento.

2.4.2 Impactos económicos indirectos

Além dos efeitos directos, as injeções de dinheiro novo na região geram um impacto indirecto, como resultado dos ciclos sucessivos de despesa que ocorrem dentro da área de impacto: o efeito multiplicador.

Estes gastos indirectos são então adicionados à estimativa de gastos directos, a fim de calcular o impacto económico total, e podendo ser calculados usando diferentes métodos.

Modelos input-output

Segundo Jago e Dwyer (2006), os multiplicadores utilizados para estimar os impactos na produção, no rendimento e no emprego são invariavelmente calculados com base em modelos Input-Output (IO) (Crompton, 1999).

O modelo de IO para uma economia define as relações entre inputs, por unidade de produção, para cada sector industrial. Cada um dos setores que produz, por sua vez, exige inputs de outros setores, envolvendo todo o sistema produtivo da economia. O

⁷ Citado por Eusébio (2006)

valor é adicionado a cada uma das entradas que então se torna a saída do outro sector e assim por diante.

Segundo Fletcher (1994)⁸, os modelos de IO podem mostrar-nos o fluxo de impactos sobre a economia de um aumento da procura de bens e serviços.

O modelo IO tem sido o método mais utilizado para analisar o impacto de eventos sobre a economia. A sua popularidade deve-se, em grande parte, aos seguintes fatores Mulas (1999)⁹:

- fácil de usar;
- mais de 30 anos de pesquisa sobre métodos para estimar os parâmetros do modelo resultaram em métodos de cálculo eficazes, de baixo custo e que podem ser aplicados tanto ao nível nacional como regional;
- os resultados são fáceis de interpretar e comunicar aos decisores políticos.

Modelos de Equilíbrio Geral

Uma abordagem alternativa para a determinação dos multiplicadores baseia-se nos modelos de equilíbrio geral. Estes modelos têm sido cada vez mais utilizados, para simular os impactos económicos de uma variedade de eventos Dwyer *et al* (2005)¹⁰.

O modelo de equilíbrio geral pode ser definido como uma representação numérica das condições de equilíbrio de uma economia, promovidas por agentes económicos representados por equações comportamentais (Fochezatto, 2005) .

Com um modelo abrangente da economia que incorpora empresas, governos e consumidores, é possível analisar a dimensão dos impactos das mudanças nos gastos do turismo, mudanças nos subsídios ou impostos, e outras mudanças nas políticas e no mercado Ennew (2003) ¹¹.

Os modelos consistem num conjunto de equações simultâneas que caracterizam a produção e as atividades de consumo, comerciais e governamentais da economia. Existem quatro tipos de equações (Blake *et al*, 2001)¹²:

- as condições de equilíbrio para cada mercado garantem que a oferta é igual à procura para cada bem, serviço e fator de produção;

⁸ Citado por Jago e Dwyer (2006)

⁹ Citado por Jago e Dwyer (2006)

¹⁰ Citados por Jago e Dwyer (2006)

¹¹ Citados por Jago e Dwyer (2006)

¹² Citados por Jago e Dwyer, (2006)

- as relações comportamentais descrevem a reação dos agentes económicos às mudanças nos preços e rendimentos, determinando a procura dos consumidores para cada bem e serviço;
- as funções de produção para determinar quanto é produzido para um dado nível de utilização do fator;
- a igualdade entre rendimento e despesa assegura que o modelo económico é um sistema fechado.

Segundo Jago e Dwyer (2006), o número de equações e grau de detalhe com que as atividades económicas são examinadas, tal como o número de setores de produção, tipos de fatores e exigências dos consumidores, dependem da disponibilidade de dados para a economia em questão.

Uma vantagem de modelos de equilíbrio geral sobre os modelos de IO é que podem fazer suposições específicas sobre a disponibilidade de fatores de produção. O comportamento dos agentes num modelo de EGC é assumido como sendo sensível a mudanças nos preços, bem como a variáveis quantitativas (Jago e Dwyer, 2006).

Segundo os autores, o desenvolvimento do modelo de equilíbrio geral forneceu aos economistas uma abordagem alternativa para analisar o impacto do turismo e tem a mesma capacidade que a análise IO para destacar as ligações inter-sectoriais, com a vantagem de ser menos restritivo.

Além disso, este modelo tem a vantagem adicional de ser capaz de simular os impactos no turismo de diferentes mudanças de política.

Em contraste com a abordagem IO, os modelos EGC podem ter em conta as inter-relações entre o turismo, outros setores na economia doméstica, produtores estrangeiros, e consumidores (Jago e Dwyer, 2006).

Análise custo benefício

A análise custo benefício é uma técnica de avaliação que se baseia, principalmente, nas noções de “recursos escassos” e de “custo de oportunidade”. Foi desenvolvida pela necessidade de avaliar os impactos económicos, sociais e ambientais de um evento (Jago e Dwyer, 2006).

Ao medir os custos e benefícios globais, esta técnica é utilizada em vários setores da indústria para avaliar diversas medidas, tais como iniciativas de política de saúde, estratégias de turismo e investimentos públicos e privados (Jago e Dwyer, 2006).

Quando os recursos são limitados e existem usos alternativos para eles, a análise custo benefício tenta fornecer um instrumento para determinar o seu melhor uso. Destina-se a medir o custo de um projeto ou proposta, comparativamente ao uso alternativo desses recursos, isto é, o "custo de oportunidade". Por outras palavras, mede o valor da melhor alternativa e o custo refere-se ao valor da melhor alternativa que teve de ser sacrificada (Jago e Dwyer, 2006).

Para qualquer nível de despesa num evento, o incremento de valor acrescentado e emprego na região irá variar de acordo com as indústrias particulares que são os destinatários da despesa. Algumas indústrias têm efeitos multiplicadores muito mais elevados do que outra (Waterhouse, 1989)¹³. Ainda de acordo com os mesmos autores, as despesas diretas alocadas a cada sector (hotéis, restaurantes, transportes, entre outros.) podem ser multiplicadas de acordo com o valor do multiplicador do sector relevante, para produzir uma estimativa do impacto tanto no agregado como no segmento de indústria.

De acordo com a metodologia apresentada, para recolher informação acerca dos visitantes da Semana Santa de Braga, nomeadamente a estada média, as despesas médias diárias por visitantes, entre outras informações será realizada uma pesquisa por amostragem, recorrendo ao inquérito como método de recolha de dados. Desta forma é possível obter-se os dados necessários para o cálculo dos impactos ditos da Semana Santa de Braga.

No capítulo seguinte, será apresentado o paradigma do turismo religioso e do turismo cultural.

¹³ Citado por Jago e Dwyer (2006)

CAPÍTULO 3

PARADIGMA DO TURISMO RELIGIOSO E CULTURAL

CAPÍTULO 3 – PARADIGMA DO TURISMO RELIGIOSO E CULTURAL

3.1. Turismo religioso

Ao conceito tradicional, o do turismo como utilização do tempo livre em viagens ou estadia em outros locais, acrescentaram-se dimensões como a “cultural”, a “gastronómica” a “radical” e a “religiosa” (Lanfant, 1999).

De acordo com Andrade (2000, p.77) denomina-se turismo religioso o “conjunto de atividades com utilização parcial ou total de equipamentos e realização de visitas a recetivos que expressem sentimentos místicos ou suscitem fé, esperança e caridade aos crentes ou pessoas vinculadas a religiões.” Outra definição é proposta pelo dicionário de turismo de Montaner, *et al* (1998, p.380) para quem o turismo religioso é a “atividade turística que consiste em realizar viagens (peregrinações) ou estadas em lugares religiosos (retiros espirituais, atividades culturais e liturgias religiosas, etc.), que, para os praticantes de uma religião determinada, supõe um fervor religioso por serem lugares sagrados de veneração ou preceituais segundo sua crença”.

O turismo religioso move um elevado número de turistas em viagens por motivos de fé ou devoção a algum santo. A sua prática realiza-se de diversas maneiras: peregrinações aos locais sagrados, festas religiosas que são realizadas periodicamente, espetáculos e representações teatrais de cunho religioso, os congressos encontros e seminários ligados a evangelização (Santos, 2011).

Fatores como o alojamento, o comércio, a alimentação e lazer são diretamente afetados pelo fluxo turístico, afetando a reconfiguração do uso do espaço e o planeamento de infraestruturas da organização económica (Pereira, 2003).

3.2. Turismo cultural

A procura de conhecimento, de informações, de interação com outras pessoas, comunidades e lugares, dos costumes, da tradição e da identidade cultural, são os pressupostos motivacionais do turismo cultural. Esta atividade turística tem como fundamento o elo entre o passado, o presente e o futuro, o contato e a convivência com o legado cultural, com tradições que foram influenciadas pela dinâmica do tempo, mas

que permaneceram com as formas expressivas reveladoras do ser e fazer de cada comunidade.

O turismo cultural facilita a valorização e revitalização do património, do reviver das tradições, da redescoberta de bens culturais, materiais e imaterias e da descoberta de novas concepções contemporâneas de arte.

A quantidade de definições do turismo cultural resulta num conjunto de diferentes conceitos. Segundo McKercher e DuCros (2002)¹⁴, ao responderem à questão “o que é o turismo cultural” argumentam que “This seemingly simple question is actually very difficult to answer because there are almost as many definitions of cultural tourism as there are cultural tourists”.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 1985) entende que o turismo cultural como aquele que inclui “ todos os movimentos de pessoas (...) para satisfazer a necessidade humana de diversidade e tendem a aumentar o nível cultural do indivíduo e a proporcionar novos conhecimentos, experiências e encontros”.

A Semana Santa de Braga apesar de ser considerada como um evento religioso, também pode ser considerada como um evento cultural. Os turistas visitam a Semana Santa, com o intuito de assistirem à sua programação religiosa, com por exemplo assistirem às procissões. Por outro lado, estes também procuram saber os costumes, saberes, tradições da cidade de Braga. Deste modo, existe o paradigma entre o turismo religioso e o turismo cultural, pois durante a Semana Santa, pode-se encontrar estes dois tipos de turistas.

No capítulo seguinte será apresentada uma descrição do que é a Semana Santa de Braga, assim como as procissões realizadas durante a mesma. Para cada uma destas haverá uma breve descrição e o seu percurso.

¹⁴ Citado por Santos, (2011)

CAPÍTULO 4

ESTUDO DE CASO: SEMANA SANTA DE BRAGA

CAPÍTULO 4 - ESTUDO DE CASO: SEMANA SANTA DE BRAGA

4.1. O que é a Semana Santa de Braga?

De acordo com Comissão da Quaresma e Solenidades da Semana Santa de Braga (2017), esta é, sem qualquer dúvida, a mais vistosa e a mais famosa de todas em Portugal. As suas origens exactas são desconhecidas. Ela entronca numa tradição multi-secular inspirada no manuscrito de uma mulher do século IV que era da romana Bracara Augusta (hoje, cidade de Braga).

A Semana Santa continua uma tradição que vem, pelo menos, do século XVI, com desenvolvimentos e variações no decurso do tempo, tendo sido enriquecida com elementos inovadores e exclusivos, conservando diversos elementos próprios do chamado Rito Bracarense, únicos no mundo.

É precedida por uma longa preparação e ambientação, nos planos religiosos e culturais, ao longo da Quaresma: vias-sacras, ciclo de conferências “Nova Ágora”, concertos, espectáculos, exposições, adequada decoração da cidade. A Quaresma – com alusão aos quarenta dias da travessia do deserto pelo povo de Israel – surgiu como tempo de preparação espiritual para o baptismo que, já no século III, era costume celebrar na Vigília Pascal. Desde o século V, foi assumida também como tempo penitencial para os pecadores que haveriam de ser reconciliados com Deus e com a Igreja na Quinta-feira santa.

A Semana Santa de Braga caracteriza-se como um evento de duração limitada, uma semana, em que a entrada não é condicionada, ou seja não é necessário pagar nenhuma quantia monetária para que se possa assistir a mesma. Trata-se de um evento cultural e religioso.

4.2. Preparação quaresmal

A cidade de Braga conserva esta antiga tradição de, no decurso da quaresma, todos os dias expor à adoração dos fiéis o Santíssimo sacramento, desde o princípio da manhã até ao fim da tarde, passando sucessivamente de igreja para igreja. É uma

devoção muito assumida quer pelas igrejas que se esmeram no adorno floral das suas tribunas quer pelas pessoas que acorrem a visitar o senhor exposto.

- *Abertura do Lausperene Quaresmal*
Quarta feira de cinzas / Sé Catedral
- *Missa e imposição de cinzas*
Quarta feira de cinzas / Sé Catedral

Início oficial da quaresma
- *Via Sacra em Santa Cruz*
1º domingo de quaresma
2º domingo de quaresma
3º domingo de quaresma
Igreja de Santa Cruz
- *Procissão de penitência ao Bom Jesus do Monte*
5º domingo de quaresma
Igreja de Santa Cruz

4.3. Celebrações religiosas

A semana Santa de Braga, decorre de sábado até ao fim de semana seguinte, domingo. São 9 dias de celebrações religiosas. Contudo, verifica-se que existem procissões que atraem um maior elevado número de turistas do que outras. Nomeadamente, as procissões que ocorrem na quarta-feira, quinta-feira e sexta-feira.

A semana Santa de Braga começa com a trasladação da imagem do Senhor dos Passos e Via Sacra, no primeiro sábado. Ocorre por volta das 21:30h, e sai da igreja de Santa Cruz.

Seguidamente, no domingo realiza-se a Bênção e a Procissão dos Ramos. Esta sai da igreja do seminário por volta das 11h.

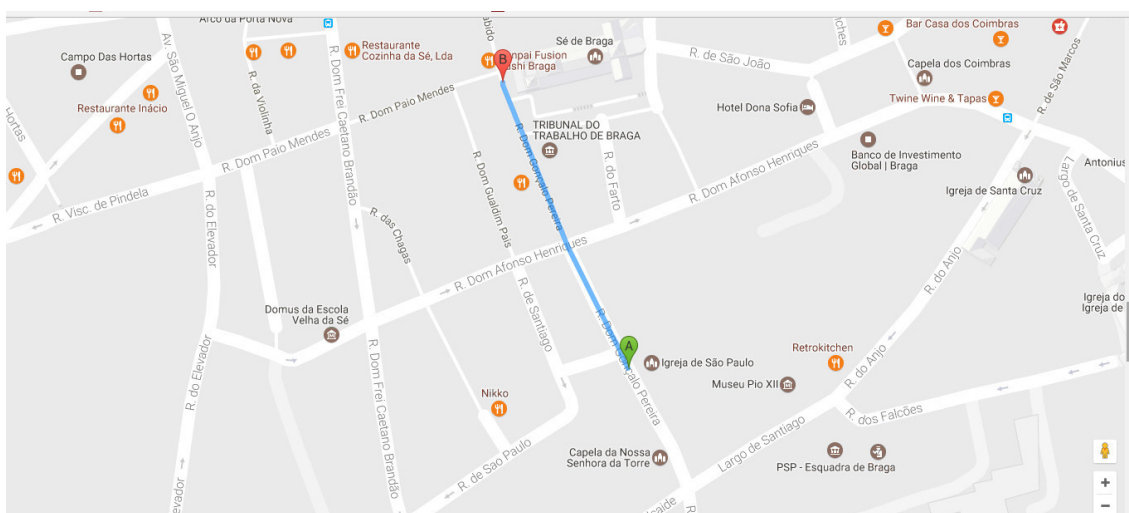
- *Bênção e Procissão dos Ramos*

De acordo com a Comissão da Quaresma e Solenidades da Semana Santa de Braga (2017), o Domingo de Ramos é o pórtico de entrada na Semana Santa. Neste dia a Igreja comemora a entrada de Jesus em Jerusalém, para consumir o seu mistério pascal. É uma entrada que prefigura e preludia a sua entrada, pela Ressurreição gloriosa, na Jerusalém Celeste. Jesus, porém, quis chegar ao triunfo passando pela Paixão e Morte. Por isso se lê, na Missa de Ramos, o evangelho da Paixão. Os fiéis são convidados a olhar para Jesus, o qual “sofreu por nós, deixando-nos o exemplo, para que sigamos os seus passos”.

O dia começa com a Bênção e Procissão dos Ramos.

Nesta igreja, o Arcebispo procede à solene Bênção dos Ramos. Em seguida, desfila a Procissão dos Ramos em direção à Catedral, percorrendo a Rua D. Gonçalo Pereira.

Figura 5- Caminho percorrido pela Procissão de Ramos

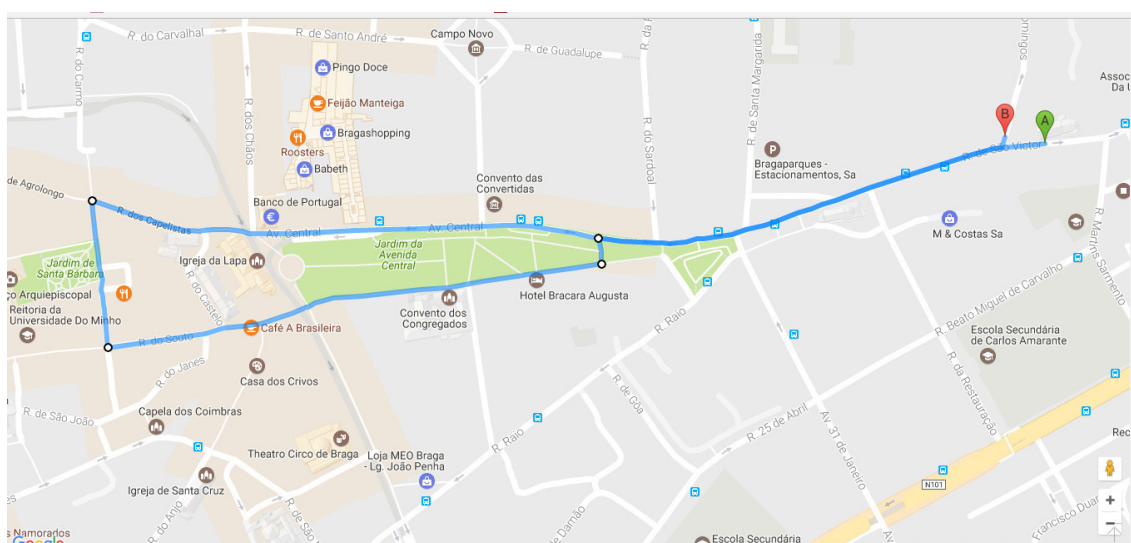


Na segunda e terça-feira não se realizam procissões. Na quarta-feira é realizada uma das procissões que atrai mais visitantes à cidade de Braga. Esta é o cortejo bíblico “Vós sereis o meu povo”, procissão de Nossa Senhora da Burrinha. Realiza-se por volta das 21:30h e sai da igreja de S. Victor.

- *Cortejo bíblico “Vós sereis o meu Povo”*
(Procissão de Nossa Senhora da Burrinha)

De acordo com a Comissão da Quaresma e Solenidades da Semana Santa de Braga (2017), esta é organizada, desde 1998, pela Paróquia e pela Junta de Freguesia de S. Victor, este cortejo apresenta a pré-história do Mistério Pascal de Jesus que a Igreja celebra nos dias seguintes. Desde o chamamento de Abraão, passando pela era dos Patriarcas, pela escravidão no Egito e gesta libertadora de Moisés (prefiguração de Cristo), até à infância de Jesus, incluindo a sua fuga para aquele país com José e Maria com o Menino montada numa burrinha, desfilam, em sucessão cronológica e em verdadeira catequese viva, profetas, reis, figuras eminentes, símbolos e quadros bíblicos do Antigo Testamento. No essencial, assim é figurada a Aliança de Deus com o seu povo — «Vós sereis o meu povo» — e prefigurada a Nova Aliança que será selada com o sangue de Cristo.

Figura 7- Caminho percorrido pela Procissão de Nossa Senhora da Burrinha



Este capítulo tinha como por objetivo dar a conhecer a Semana Santa de braga, assim como as respetivas cerimónias realizadas durante a mesma.

De acordo com a cerimónias apresentadas, pode-se verificar que os dias em que acontecem as cerimónias mais importantes é quarta-feira (procissão de nossa Senhora da Burrinha), quinta-feira (procissão Ecco Home) e sexta feira (procissão do Enterro dos Senhor). Nestes dias visitam milhares de pessoas a cidade de braga. Os hotéis nestes dias apresentam as taxas de ocupação elevadas. Posteriormente, na análise dos impatos diretos, serão atribuídas diferentes taxas de ocupação para cada dia, sendo que os dias que apresentam uma taxa de ocupação mais baixa, são segunda e terça feira, visto que não existem procissões nestes dias. Em contrapartida, os dias em que apresentam as taxas de ocupação mais elevadas é no ultimo fim de semana, no entanto, a partir de quarta-feira as taxas de ocupação começam a aumentar.

No capítulo seguinte, será feita uma análise descritiva baseada nas respostas dos questionários aos transeuntes. Irei começar por realizar uma caraterização sociodemográfica da amostra, seguida pela caraterização das visitas. Seguidamente passarei para a avaliação da programação da Semana Santa de Braga, e a avaliação da cidade de Braga.

Ao ser feita esta análise descritiva, permite que possamos tirar diversas ilações de acordo com a opinião dos transeuntes, tais como nos aspetos a melhorar relativamente à Semana Santa e à cidade de Braga.

CAPÍTULO 5

DADOS, ANÁLISE E DISCUSSÃO

CAPÍTULO 5 – DADOS, ANÁLISE E DISCUSSÃO

Procedemos a um estudo de caso, no ano de 2016, que se destinou sobretudo a fazer um pré-teste dos questionários e a desenvolver competências na sua aplicação.

Elaboramos dois tipos de inquéritos, por questionário, para caracterizar os impactos que o evento em estudo produz nos sectores da cultura, da hotelaria e para a economia em geral da cidade de Braga. Os questionários foram adaptados a partir dos utilizados para fazer a avaliação económica da Capital da Cultura – Guimarães 2012.

O questionário de rua foi aplicado a transeuntes que se encontravam nos eventos religiosos de rua escolhidos aleatoriamente. Este questionário destinava-se, em primeiro lugar, a recolher informação acerca da cidade/país de residência. Com esta informação pretendia-se estimar o número de visitantes que se deslocam a Braga especificamente por causa da Semana Santa. No caso dos visitantes, pedia-se uma estimativa do tempo de permanência na cidade e a despesa média estimada. O questionário em causa recolhia ainda informação acerca das percepções dos visitantes em relação à programação do evento e em relação à cidade.

Na elaboração dos questionários optou-se pela apresentação de perguntas fechadas para melhor mensurabilidade dos dados e facilidade/rapidez no seu preenchimento.

O segundo tipo de questionário, mais curto, foi deixado em museus e hotéis, em três versões: português, inglês e castelhano. Neste caso, os questionários foram auto-administrados.

A administração do questionário decorreu em 4 momentos: na terça e quarta feira santa da parte da tarde e, na quinta e sexta feira santa ao início da noite (antes dos eventos começarem). A amostragem foi acidental, não estando sujeita a quaisquer quotas pré-definidas. Duas equipas de inquiridores distribuíram-se pelo centro da cidade, abordando as pessoas que passavam.

O questionário de rua foi respondido por 99 transeuntes. Dado o pequeno número de inquiridos que responderam aos questionários dos museus e hotéis, serão apenas analisados os questionários aos transeuntes. No museu da Sé foram preenchidos 11 questionários e no hotel D. Sofia foi preenchidos 6 questionários.

Nesta secção são apresentados alguns resultados do questionário aos transeuntes. O objetivo é caracterizar os transeuntes da cidade de Braga na Semana Santa, averiguar

se a sua presença em Braga está relacionada com o evento e aferir a forma como avaliam alguns aspetos da programação da Semana Santa e da própria cidade.

5.1. Análise dos dados

5.1.1 Caracterização sociodemográfica

Com base nas respostas aos questionários pode-se afirmar que o transeunte típico de Braga, durante a Semana Santa, reside no concelho de Braga (Gráfico 3), tem em média 37 anos¹⁵. O inquirido mais novo tem apenas 18 anos e o mais velho tem 92 anos. A grande maioria tem menos de 65 anos (Gráfico 4).

O nível educacional é elevado (Gráfico 5) e são católicos (Gráfico 6). A distribuição dos transeuntes por género é equilibrada: 54% são mulheres.

Gráfico 3 - Local de residência

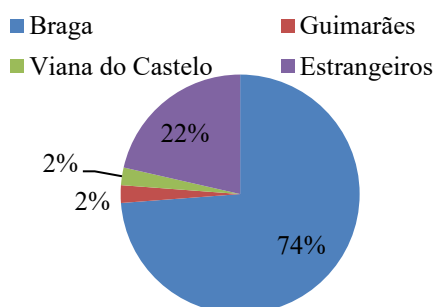


Gráfico 4 - Idade

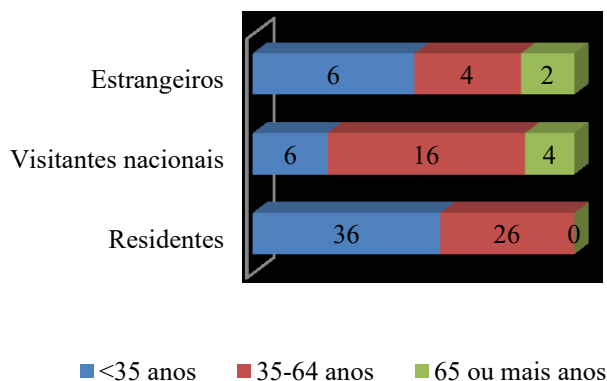


Gráfico 5 - Educação

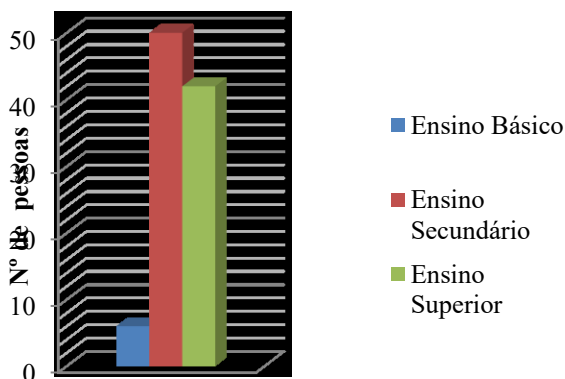
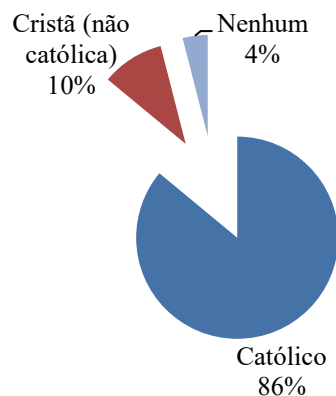


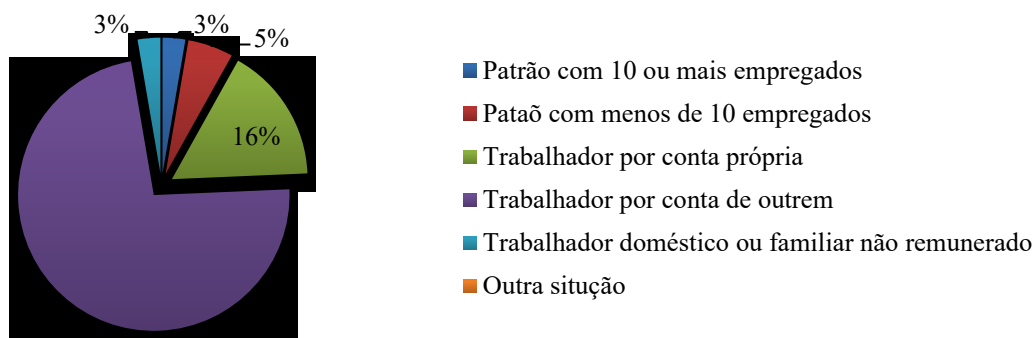
Gráfico 6 - Religião



¹⁵ Desvio padrão de idades de 15,64.

Relativamente à situação perante o trabalho, 76% dos inquiridos estão empregados e são maioritariamente trabalhadores por conta de outrem (Gráfico 7).

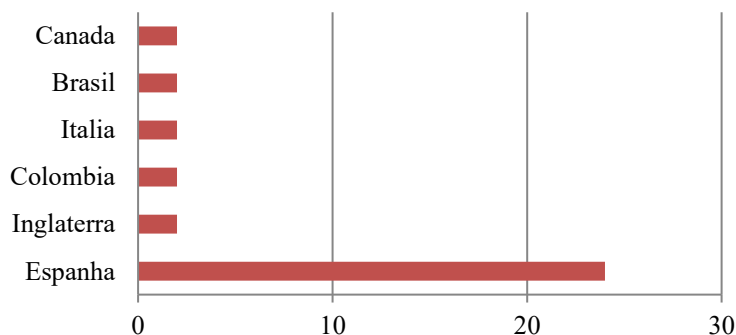
Gráfico 7- Situação profissional



5.1.2 Caracterização das visitas

As visitas são realizadas predominantemente por nacionais, da região norte (78%), provindo os restantes do estrangeiro, destacando-se Espanha (Gráfico 8).

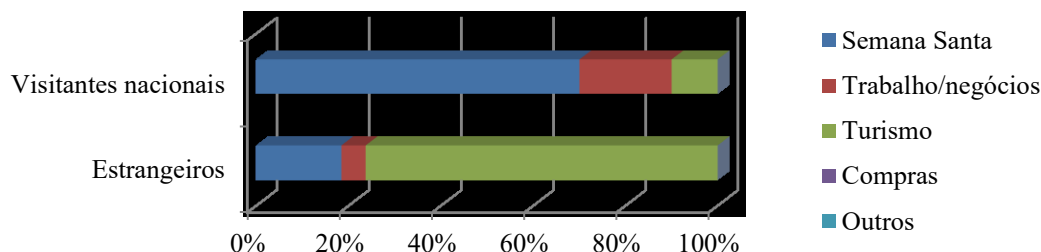
Gráfico 8 - Visitantes estrangeiros por país de origem



Para 16% dos visitantes nacionais e 47% dos visitantes estrangeiros esta foi a sua primeira visita a Braga durante a Semana Santa. Isto significa que a maioria dos visitantes repete a sua presença em Braga durante a Semana Santa. No entanto, a Semana Santa só constitui o motivo principal da presença em Braga no caso dos visitantes nacionais.

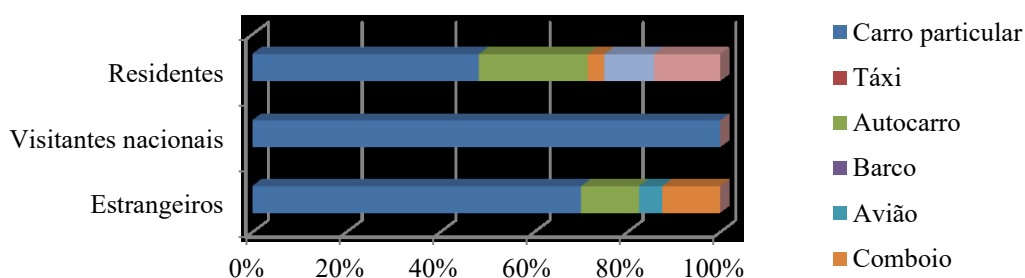
Globalmente, a Semana Santa aparece em 2º lugar no ranking dos motivos da visita a Braga, atrás do Turismo (Gráfico 9). No entanto vendo a Semana Santa um evento relacionado com o turismo, não serão motivos mutuamente exclusivos.

Gráfico 9 - Motivo de visita



O meio de transporte mais utilizado tanto pelos residentes, visitantes nacionais e estrangeiros é o automóvel. (Gráfico 10)

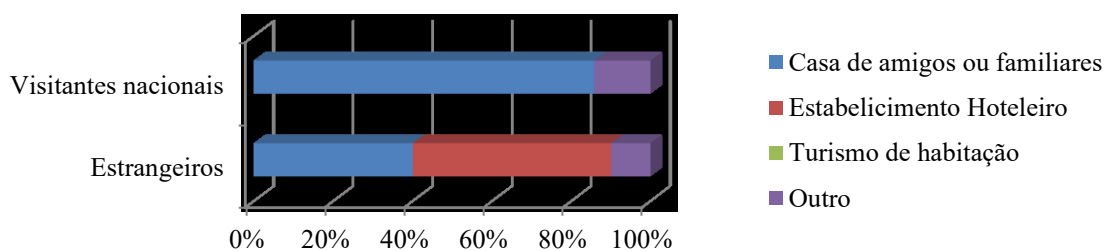
Gráfico 10 - Meio de Transporte



Devido à visita a Braga, 50% dos visitantes hospeda-se fora da sua residência.

Entre os visitantes que se hospedam fora da residência, 20% alojam-se em outro tipo de opções, e, 80% em casa de familiares ou de amigos (Gráfico 11).

Gráfico 11 - Lugar de hospedagem



Relativamente aos estrangeiros, 89% dos inquiridos fica hospedado fora da sua residência, e destes, cerca de 63% ficam instalados num estabelecimento hoteleiro. A cidade de Braga acolhe a maioria (60%) dos visitantes que pernoitam em estabelecimentos hoteleiros. Porto e Caldelas são os outros locais de pernoita referidos pelos inquiridos.

Em média, os visitantes dormem 1,66 noites fora da residência.

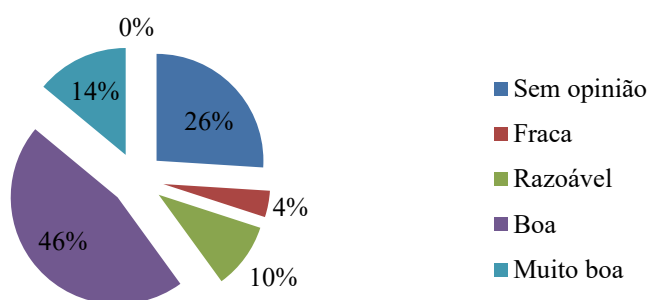
Os visitantes nacionais ficam maioritariamente (80%) hospedados em casa de familiares ou amigos.

A despesa média dos inquiridos que visitaram a cidade de Braga foi de 165,21€/dia. Esta despesa foi obtida através das respostas sobre o valor que pensam gastar durante a sua estadia, ajustado à duração desta.

5.1.3 Avaliação da programação da Semana Santa

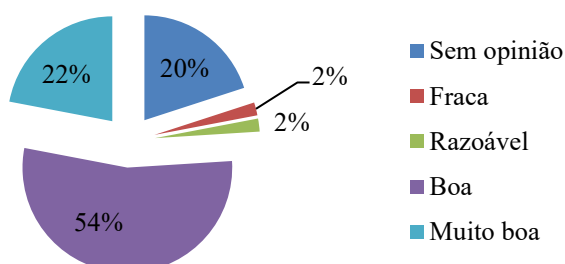
Para se poder ter uma percepção acerca da programação da Semana Santa, no questionário incluem-se várias perguntas de resposta fechada, com escalas de 1 a 4 correspondendo: fraca ao número 1, razoável 2, boa 3 e muito boa 4.

Gráfico 12- Qualidade da programação cultural



Relativamente à qualidade da programação cultural pode-se verificar que 26% dos inquiridos não têm uma opinião sobre o assunto. A maioria, ou seja 46% inquiridos acha que a programação cultural tem uma boa qualidade, enquanto que somente 4% pensa que a qualidade da mesma é fraca.

Gráfico 13- Divulgação



Na divulgação da Semana Santa verifica-se que 20% dos inquiridos não tem opinião acerca do assunto.

Somente, 2% acha que a divulgação da Semana Santa é fraca e 54% acha que a divulgação da mesma é boa.

Gráfico 14- Diversidade do programa

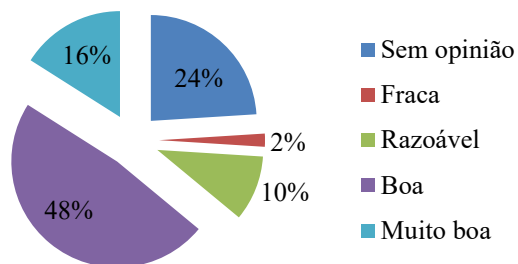
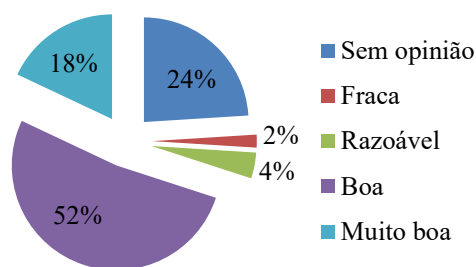


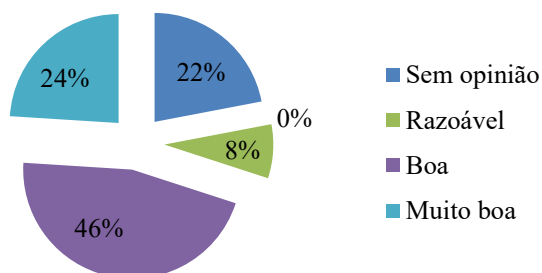
Gráfico 15- Qualidade do programa



Acerca da diversidade do programa, constata-se que 24% dos inquiridos não tem opinião sobre a mesma. A maioria, 48% pensa que a diversidade do programa é boa, enquanto que somente 2% acha que a mesma é fraca.

Na qualidade do programa, 24% dos transeuntes não tem opinião acerca do mesmo. No entanto, 52% acha que a qualidade do programa é boa, enquanto que 2% acha que tem uma fraca qualidade.

Gráfico 16- Locais escolhidos



Relativamente aos locais escolhidos para a realização das atividades da Semana Santa, 22% dos inquiridos não tem opinião acerca dos mesmos. No entanto, 46% pensa que os locais escolhidos são bons, enquanto que 8% pensa que os locais são razoáveis. De salientar que nenhum inquirido respondeu que os locais eram fracos.

5.1.4 Percepções sobre a da cidade de Braga

Para se poder ter uma opinião acerca da cidade de Braga, também foram colocadas nos inquéritos perguntas de resposta fechada adoptando a mesma escala das anteriores.

Será analisado o comércio, os restaurantes e cafés, a informação turística, o espaço de circulação pedestre, a circulação automóvel, o estacionamento, os acessos à cidade, os serviços públicos e a relação entre preço/qualidade dos serviços prestados.

Gráfico 17- Comércio

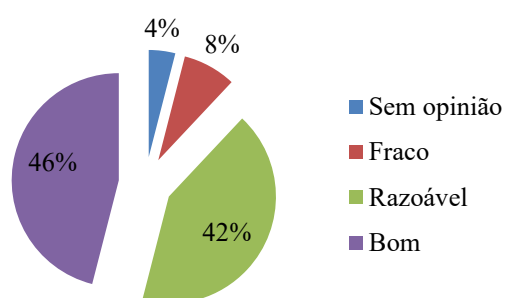
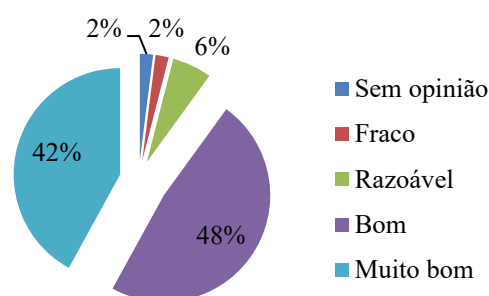


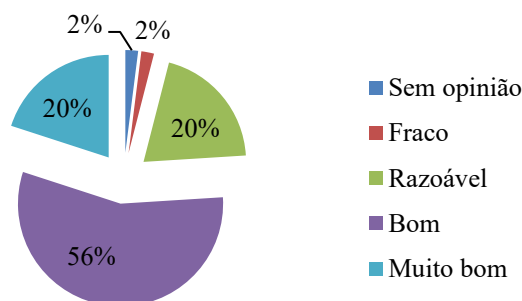
Gráfico 18- Restaurantes e cafés



Relativamente ao comércio através do gráfico acima pode-se verificar que somente 4% dos inquiridos não tem uma opinião acerca do mesmo. No entanto, 46% acha que o comércio de Braga é muito bom e somente 8% acha que o mesmo é fraco.

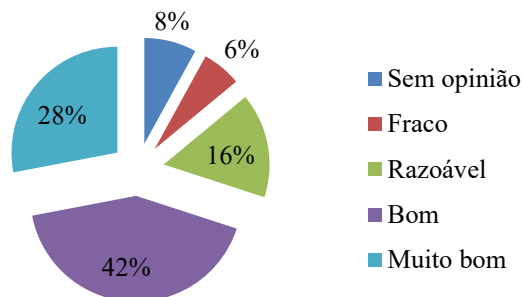
Para os restaurantes e cafés, 42% dos transeuntes pensa que estes são muito bons e 2% acha que são fracos.

Gráfico 19- Informação turística



Na informação turística constata-se que a maioria, 56% pensa que a mesma é boa. No entanto 20% pensa que esta é razoável e outros 20% pensa que é muito boa. Somente 2% tem a opinião que esta é fraca.

Gráfico 20-Acessos à cidade



Nos acessos á cidade de Braga, 8% dos inquiridos responderam que não tinham opinião acerca dos mesmos. A maioria, 42% respondeu que os acessos à cidade eram bons e somente 6% respondeu que os mesmos eram fracos.

Gráfico 21-Circulação pedestre

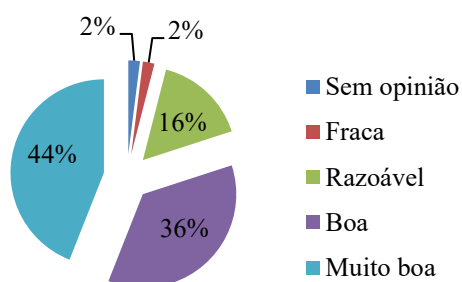
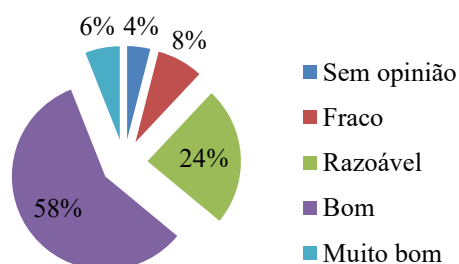


Gráfico 22- Circulação automóvel



Na circulação pedestre, a maioria 44% respondeu que a mesma era muito boa, enquanto que somente 2% respondeu que a circulação era fraca.

Na circulação automóvel, 58% disse que a mesma era boa, e 8% acha que a mesma é fraca. Somente 4% não tem opinião acerca da circulação automóvel.

Gráfico 23- Estacionamento

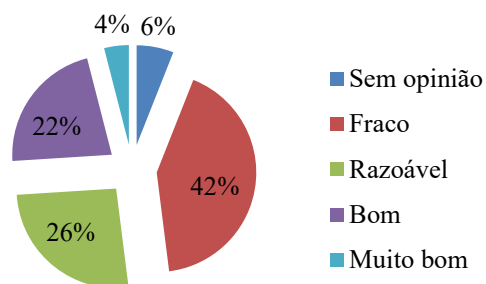
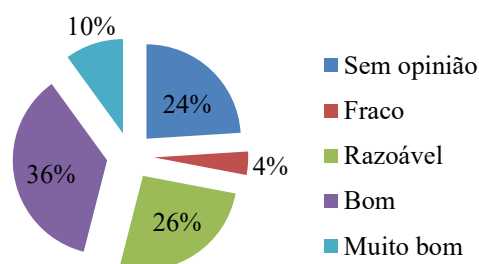


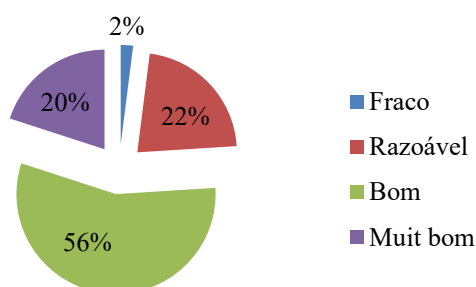
Gráfico 24- Serviços públicos



No estacionamento pode-se constatar que 42% dos inquiridos é da opinião que o mesmo é fraco e somente 4% o acha muito bom.

Nos serviços públicos, 36% acha que o mesmo é bom enquanto que 4% acha que os mesmos são fracos. E, 24% não tem opinião acerca dos mesmos.

Gráfico 25- Relação preço/qualidade



Na relação entre preço/qualidade através do gráfico pode-se verificar que 56% dos inquiridos consideram que é boa a relação, e 20% acha que a mesma é muito boa. Somente 2% acha que a relação preço/qualidade é fraca.

Seguidamente, será analisado tópicos como: a segurança, a limpeza em geral, a hospitalidade das pessoas, a preservação do património, o espírito da cidade e a gastronomia.

Gráfico 26- Segurança

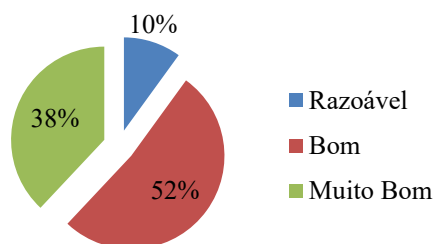
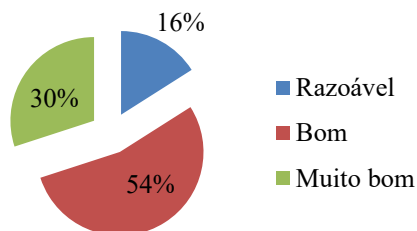


Gráfico 27- Limpeza



Relativamente à segurança pode-se constatar que as pessoas se sentem seguras na cidade de Braga. A maioria, ou seja 52% dos inquiridos, respondeu que a segurança na cidade de Braga era boa e 38% disse que era muito boa. De salientar também que nenhum inquirido respondeu que a segurança na cidade de Braga era fraca.

Em termos de limpeza, todos os inquiridos tiveram respostas favoráveis. Sendo que a maioria 54% respondeu que a limpeza na cidade de Braga era boa e 30% disse que era muito boa.

Gráfico 28- Hospitalidade das pessoas

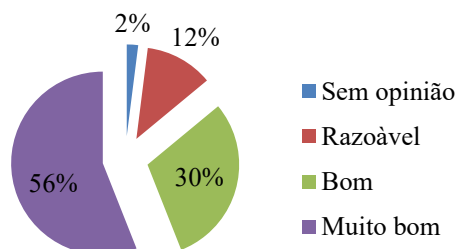
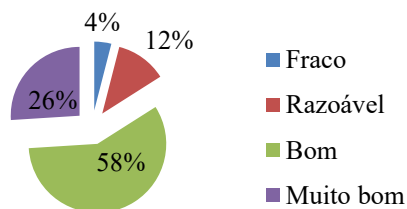


Gráfico 29- Preservação do património



Acerca da hospitalidade das pessoas também se pode verificar que todos os inquiridos se sentem “confortáveis” na cidade de Braga, visto que não houve nenhuma resposta menos positiva. A maioria, 56% dos inquiridos, respondeu que a hospitalidade dos bracarenses era muito boa.

Relativamente à preservação do património bracarense, conclui-se que 58% dos inquiridos acha que o património se encontra em bom estado de preservação, enquanto que 4% pensa que o mesmo não se encontra bem preservado.

Gráfico 30- Espírito da cidade

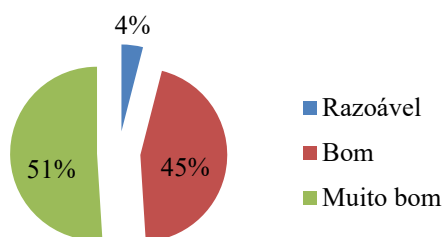
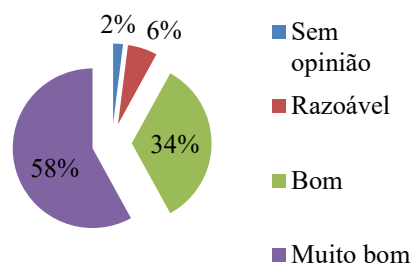
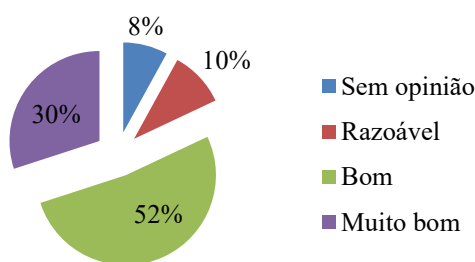


Gráfico 31- Gastronomia



Acerca do espírito da cidade de Braga, todos os inquiridos responderam favoravelmente ao mesmo, sendo que a maioria 51% acha que o mesmo é muito bom. A mesma conclusão se pode tirar acerca da gastronomia, em que 58% do inquiridos acha que a gastronomia bracarense é muito boa.

Gráfico 32- Qualidade dos restaurantes



Acerca da qualidade dos restaurantes, pode-se concluir que todos os inquiridos pensam que os restaurantes bracarenses são de boa qualidade, visto que não houve nenhuma resposta desfavorável sobre os mesmos.

Somente, 8% dos inquiridos não tem uma opinião acerca da qualidade dos mesmos e 52% acha-os de boa qualidade.

Com as respostas obtidas dos transeuntes pode-se constatar que há uma opinião favorável acerca da cidade de Braga, visto que não existem percentagens elevadas na opção “fraco”.

No próximo capítulo será feita uma análise dos impactos económicos da Semana Santa de Braga, nomeadamente os impactos diretos. Será apresentada uma estimativa do número de visitantes, por dia, de acordo com 3 cenários diferentes.

Atendendo a o número de turistas e excursionistas também será realizada uma estimativa dos gastos dos mesmos, por dia, para os 3 cenários.

Por fim, será apresentado um valor estimado dos gastos totais dos turistas e excursionistas.

CAPÍTULO 6

**ANÁLISE DO IMPACTO ECONÓMICO DA
SEMANA SANTA DE BRAGA**

CAPÍTULO 6- ANÁLISE DO IMPACTO ECONÓMICO DA SEMANA SANTA DE BRAGA

6.1. Metodologia

A análise dos questionários aos transeuntes foi baseada numa estatística descritiva, analisada nos capítulos anteriores.

De acordo com a literatura acerca deste tema, os efeitos de curto prazo estão globalmente associados a impactos do lado da procura, enquanto que os de longo prazo podem entender-se como impactos do lado da oferta. Do lado da procura, o investimento em infra-estruturas, as despesas associadas à programação e as receitas de turismo vinculadas ao evento tem um efeito multiplicador sobre a economia no seu conjunto, devido, fundamentalmente, à grande capacidade de geração de procura noutros setores, induzida pelas despesas iniciais. Neste domínio, os estudos do impacto económico tratam de identificar os efeitos diretos, indiretos e induzidos pelas despesas de investimento e de consumo associadas ao evento em questão.

No caso em análise, os impactos a avaliar serão apenas os impactos económicos diretos, resultantes das despesas realizadas pelos visitantes durante a sua celebração. Uma extensão deste trabalho passaria assim pela avaliação dos impactos económicos indiretos, associados à atividade das empresas e dos setores que fornecem inputs aos agentes que executam as despesas anteriormente descritas; bem como dos impactos económicos induzidos que resultam da utilização do rendimento gerado localmente. Estes dois últimos tipos de impactos traduzem-se no cálculo de multiplicadores, os quais podem ser calculados adotando várias metodologias alternativas, sendo a mais frequente a que se baseia em matrizes input-output.

6.2. Impactos económicos diretos

A avaliação dos impactos económicos diretos implica então uma estimativa da despesa realizada pelos visitantes, durante a Semana Santa de Braga. Nesse sentido, há que extrapolar com base na informação obtida através dos inquéritos, ou seja, da nossa amostra, para a população geral.

Braga, de acordo com o Instituto Nacional de Estatística, possui uma capacidade de alojamento de 3009 dormidas diárias.

A Semana Santa de Braga atrai todos os anos milhares de visitantes pelo que os hotéis durante essa semana têm as suas lotações quase sempre esgotadas. Nesta análise será considerada 3 cenários: pessimista, realista e otimista.

Para cada dia da Semana Santa, haverá uma taxa de ocupação, sendo que segunda e terça-feira são os dias em que a taxa de ocupação é menor visto que não há procissões.

No entanto, a partir de quarta-feira em que há o cortejo bíblico “Vós sereis o meu povo”, a taxa de ocupação aumenta, tal como nos restantes dias. Sexta, sábado e domingo são os dias em que a cidade de Braga recebe mais visitantes, logo terá uma maior taxa de ocupação.

Depois de uma análise dos questionários aos transeuntes, pode-se verificar que 24,2% dos visitantes pernoitam fora de casa e, logo, 75,8% dos visitantes são excursionistas, ou seja, visitam a cidade por um período menor que 24h.

A média de despesa destes visitantes que pernoitam fora de casa é de 165,21€/dia. Este valor foi calculado através da média dos valores referidos nos questionários dos transeuntes, dividido pelo número de noites que os mesmos pernoitam na cidade de Braga. Contudo, será um valor sobre estimado visto que não foi tido em conta o número de acompanhantes, representando assim o valor médio diário por inquirido.

Número de visitantes

Com o intuito de conseguir chegar ao número de pessoas que visitam a Semana Santa por dia, tal como os seus gastos, realizaram-se 3 cenários diferentes (mencionado anteriormente).

O cenário 1, assumiu-se um cenário pessimista, será apresentado na tabela seguinte:

Tabela 2- Total de visitantes- cenário 1

	Sábado	Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Taxa de ocupação	55%	55%	50%	50%	65%	65%	70%	75%	75%
Turistas	1655	1655	1505	1505	1956	1956	2106	2257	2257
Excursionistas	5184	5184	4714	4714	6127	6127	6315	7069	7069
Total	6839	6839	6219	6219	8082	8082	8421	9326	9326
Total de visitantes:	62514								

Neste cenário aplicou-se uma taxa de ocupação mínima de 50% e uma máxima de 75%.

Para se calcular o valor dos turistas será multiplicada a taxa de ocupação pelo número de dormidas (3009). Este valor corresponde a 24,2% dos inquiridos que pernoitam na cidade de Braga. Para calcular os excursionistas, considera-se o valor correspondente a 75,8%.

Segunda e terça-feira, são os dias em que a cidade de Braga tem uma menor taxa de ocupação, visto que nestes dias não são realizadas procissões. Então, para estes dias são esperados 6219 visitantes, em que 1505 são turistas, e 4714 são excursionistas.

No primeiro fim-de-semana da dos festejos aplicou-se uma taxa e ocupação de 55%, sendo esperado no total de 6839 visitantes.

As taxas de ocupação começam a aumentar a partir de quarta-feira, em que se aplicou uma taxa de 65% até atingir os 75% no sábado e domingo.

No último fim-de-semana dos festejos, em que há uma taxa de 75%, são esperados 9326 visitantes, sendo que 2257 são turistas e 7069 são excursionistas.

No final da Semana Santa, de acordo com estas taxas de ocupação, são esperados 62514 visitantes.

Na tabela seguinte, é apresentado um cenário mais realista. Para se calcular o número de turistas e excursionistas, são utilizadas as mesmas fórmulas que anteriormente.

Tabela 3- Total de visitantes- cenário 2

	Sábado	Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Taxa de ocupação	65%	65%	60%	60%	75%	75%	85%	90%	90%
Turistas	1956	1956	1805	1805	2257	2257	2558	2708	2708
Excursionistas	6127	6127	5654	5654	7069	7069	7073	8482	8482
Total	8082	8082	7459	7459	9326	9326	9630	11190	11190
Total de visitantes:	81746								

Neste cenário a taxa de ocupação mais baixa aplicada foi de 60% e a mais alta de 90%. A taxa de ocupação menor foi aplicada na segunda e terça-feira, 60%, em que se é esperado 7459 visitantes, sendo que 1805 são turistas e 5654 são excursionistas.

A taxa de ocupação maior é de 90%, aplicada ao último fim de semana. Com esta taxa o valor esperado é de 11190 visitantes, sendo que 2708 são turistas e 8482 são excursionistas. Neste cenário são esperados 81746 visitantes.

Por fim, é apresentado um cenário mais otimista. Para se calcular o número de turistas e excursionistas, são utilizadas as mesmas fórmulas que anteriormente.

Tabela 4-Total de visitantes- cenário 3

	Sábado	Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Taxa de ocupação	75%	75%	70%	70%	85%	85%	95%	100%	100%
Turistas	2257	2257	2106	2106	2558	2558	2859	3009	3009
Excursionistas	7069	7069	6562	6596	8012	7073	8955	9425	9425
Total	9326	9326	8668	8703	10570	9630	11814	12434	12434
Total de visitantes:	92905								

Neste cenário, a menor taxa de ocupação é de 70%, apresentada também na segunda e terça-feira e, a maior é de 100% aplicada no último fim de semana de festejos.

Na menor taxa de ocupação (70%), são esperados 8703 visitantes, em que 2106 são turistas e 6596 são excursionistas.

Em contrapartida, na taxa de ocupação maior, aplicada no fim-de-semana, são esperados 12434 visitantes em que 3009 são turistas, e 9425 são excursionistas.

Neste cenário são esperados 92905 visitantes.

Despesa total

Sabemos que a despesa dos turistas é de 165,21€/dia, de acordo com os dados recolhidos nos questionários aos transeuntes.

Para se calcular a despesa total dos excursionistas em Braga, irei dividir os proveitos da região norte pelas dormidas da hotelaria. Estes dados foram recolhidos no INE, do “Inquérito à Permanência de Hóspedes, 2016”.

Para a região norte há 6356,7 dormidas em hotelaria e, os proveitos são de 343622,9€, isto dá-nos 54€. Teremos de subtrair aos 165,21€ os 54€, pois os excursionistas não pernoitam na cidade de Braga. Assim, 111,21€ correspondem aos gastos dos excursionistas.

Cenário 1:

Tabela 5- Despesa total- cenário 1

Milhares de Euros

	Sábado	Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Taxa de ocupação	55%	55%	50%	50%	65%	65%	70%	75%	75%
Turistas	273,41	273,41	248,56	248,56	323,13	323,13	347,98	372,84	372,84
Excursionistas	576,50	576,50	524,24	524,24	681,34	681,34	702,24	786,19	786,19
Total	849,91	849,91	772,80	772,80	1 004,47	1 004,47	1 050,23	1 159,03	1 159,03
Gasto total	8 622,65								

Neste cenário em que é o mais pessimista pode-se verificar que o gasto total da Semana Santa de Braga é de 8 622,65 milhares/€. De acordo com a tabela apresentada também constata-se que a partir de quarta-feira os gastos são para cima de 1 000 000€.

Cenário 2:

Tabela 6- Despesa total- cenário 2

Milhares de Euros

	Sábado	Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Taxa de ocupação	65%	65%	60%	60%	75%	75%	85%	90%	90%
Turistas	323,13	323,13	298,27	298,27	372,84	372,84	422,55	447,41	447,41
Excursionistas	681,34	681,34	628,75	628,75	786,19	786,19	786,54	943,29	943,29
Total	1 004,47	1 004,47	927,02	927,02	1 159,03	1 159,03	1 209,09	1 390,70	1 390,70
Gasto total	10 171,52								

No cenário 2, o gasto total é de 10171,52 milhares/€. Através do quadro apresentado verifica-se que os gastam ascendem sempre o 1.000.000€ exceto na segunda e terça-feira que é de 927,02 milhares/€.

Cenário 3:

Tabela 7- Despesa total- cenário 3

Milhares de Euros

	Sábado	Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Taxa de ocupação	75%	75%	70%	70%	85%	85%	95%	100%	100%
Turistas	372,84	372,84	347,98	347,98	422,55	422,55	472,26	497,12	497,12
Excursionistas	786,19	786,19	729,72	733,59	891,04	786,54	995,89	1 048,14	1 048,14
Total	1 159,03	1 159,03	1 077,71	1 081,58	1 313,59	1 209,09	1 468,15	1 545,26	1 545,26
Gasto total	11 558,69								

No cenário 3, verifica-se que os gastos totais da Semana Santa de Brga são de 11558,69milhares/€, e todos os dias, estes, ascendem o 1.000.000€

7. CONCLUSÃO

A Semana Santa de Braga é considerada um dos maiores eventos de recriação religiosa em Portugal, constituindo uma oferta turística única que potencia a promoção turística do concelho.

O valor económico deste evento deve, portanto, ser medido, de forma a informar a tomada de decisão pública e privada.

Esta dissertação, foi baseada na aplicação de questionários aos transeuntes, durante a Semana Santa e através das respostas obtidas foram caracterizados os visitantes e analisadas as suas perceções relativas ao evento e à cidade. Foi possível concluir que o visitante típico da Semana Santa de Braga são mulheres, com 37 anos, em média, com um nível de escolaridade elevado e católicas.

Com vista a estimar os impactos económicos diretos da Semana Santa de Braga, consideram-se 3 cenários alternativos (pessimista, realista e otimista), para o número de visitantes e, conseqüentemente, para o gasto dos mesmos. Também foram aplicadas diferentes taxas de ocupação para cada dia da semana, de acordo com a atratividade da programação da Semana Santa.

Num cenário pessimista, prevê-se que a Semana Santa receba 62514 visitantes, e que estes gastem 8622,65 milhares de euros.

No cenário realista, são esperados 81746 visitantes, e uma despesa de 10171,52 milhares de euros.

Num cenário otimista, prevê-se que a Semana Santa receba 92905 visitantes e que o seu gasto total seja de 11558,66 milhares de euros.

Uma maior precisão na estimação destes impactos económicos diretos requeria uma amostra mais alargada. Para complementar esta informação seria importante realizar uma avaliação de outros setores, tais como os hotéis, museus e comércio local, com um número de observações significativo, permitindo a adoção de metodologias mais refinadas. Apesar de terem sido aplicados questionários nos hotéis e nos museus estes não foram analisados devido ao um número reduzido de respostas. Pode-se assim concluir que quando o questionário não é aplicado presencialmente as pessoas não respondem com tanta facilidade ao mesmo.

De facto, com uma amostra mais alargada, e com mais informação económica acerca da cidade de Braga e da Semana Santa, seria possível analisar adicionalmente os impactos económicos indiretos e os impactos económicos induzidos.

No entanto, enquanto um estudo de caso exploratório, esta dissertação permite corroborar a importância económica das Semana Santa e consequentemente motivar os investimentos públicos e privados que a mesma mobiliza.

8. BIBLIOGRAFIA

- Abelson, Peter 2011. Evaluating Major Events and Avoiding the Mercantilist Fallacy* [Online], 30. Disponível em:
<https://www.deepdyve.com/lp/wiley/evaluating-major-events-and-avoiding-the-mercantilist-fallacy-llMc9Uy5UM>
- Alves, Dina., 2013. A Avaliação do Impacto Económico do Evento “Óbidos Vila Natal” na Ocupação e Consumo na Vila de Óbidos . [Online]. Disponível em:
<https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/1107/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Dina%20Alves.pdf>
- Barbosa, 2002. Os impactos económicos do turismo e sua implicação nas políticas públicas: o caso do município de Macaé-RJ, Brasil. *VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública* [Online]. Disponível em:
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0044545.pdf>
- Campos, Maria., 2011. RECRIAÇÕES HISTÓRICAS EM PORTUGAL E ESPANHA. RELEVÂNCIA DESTES EVENTOS PARA O TURISMO. [Online]. Disponível em:
<http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/46185/1/29%20-%20MARIA%20DO%20ROSARIO%20CASTI%C3%87O%20DE%20CAMPOS.pdf>
- Costa, Carlos 2005. Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo. [Online], 175. Disponível em:
<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/121870974215qVD0ui9Ge36UU7.pdf>

- Comissão da Quaresma e Solenidades da Semana Santa de Braga, 2017.
[Online]. Disponível em:
<http://semanasantabraga.com/>
- Crompton et al, 2001. A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *Journal of Travel Research* [Online]. Disponível em:
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.394.7115&rep=rep1&type=pdf>
- Dwyer et al., 2006. Estimating the Impacts of Special Events on an Economy. *Journal of Travel Research* [Online], 45. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/249701217_Assessing_the_Economic_Impacts_of_Events_A_Computable_General_Equilibrium_Approach
- Dwyer et al., 2015. Economic evaluation of special events: Reconciling economic impact and cost–benefit analysis. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* [Online], 16.
- Eusébio, Maria Celeste A., 2006. Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional - O caso da Região Centro de Portugal. [Online]. Disponível em:
<http://pt.slideshare.net/marcokiko84/avaliacao-do-impacte-economico-do-turismo-a-nivel-regional>
- Fochezatto, 2005. MODELOS DE EQUILÍBRIO GERAL APLICADOS NA ANÁLISE DE POLÍTICAS FISCAIS: UMA REVISÃO DA LITERATURA [livro electrónico] Porto Alegre: Análise.

- Getz, Donald 2007. Event tourism: definition, evolution, and research. *Progress in Tourism Management* [Online]. Disponível em:
<https://pt.scribd.com/doc/55467170/Event-Tourism-Definition-Evolution-and-Research>
- Hodur et al., 2006. Estimating the Contribution of a Multi-Purpose Event Facility to the Area Economy. *Tourism Economics* [Online],12. Disponível em:
<http://www.ingentaconnect.com/content/ip/tec/2006/00000012/00000002/art0010?crawler=true>
- Jago and Dwer, 2006. Economic Evaluation of Special Events A PRACTITIONER’S GUIDE. [livro eletrónico] Australian: Common Ground Publishing Pty Ltd. Disponível em:
http://sustain.pata.org/wp-content/uploads/2015/02/FINAL_SpecialEvents-guide.pdf
- Larissa Davies et al., 2013. Evaluating event economic impact: rigour versus reality?. *International Journal of Event and Festival Management* [Online], 4.
- Remoaldo, P., Duque, E., Cadima Ribeiro, J., 2014. Capital Europeia da Juventude 2012 – Impactes percecionados por participantes e residentes. [Online]. Disponível em:
<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/34320/1/Capital%20Europeia%20da%20Juventude%202012%20Impactes%20percecionados%20por%20participantes%20e%20residentes.pdf>
- Remoaldo, P.C.; Vareiro, L.; Cadima Ribeiro, J.; Santos, J.F. (2016), “Residents’ perceptions on impacts of hosting the Guimarães 2012 European Capital of Culture: comparisons of the pre- and post- periods”


- Ruschamann, Doris 2001. Turismo e Panejamento Sustentável: A protecção do meio ambiente. [livro eletrónico] São Paulo: PAPIRUS.
- Santos, José F. O. 2011. Os impactos do Turismo Religioso – O caso da Semana Santa de Braga. [Online]. Disponível em:
<http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/2237/1/DM.pdf>
- Stynes and White, 2006. Reflections on Measuring Recreation and Travel Spending. *Journal of Travel Research* [Online], 16. Disponível em:
http://www.fs.fed.us/pnw/pubs/journals/pnw_2006_stynes001.pdf
- Stynes, 1999. Approaches to Estimating the Economic Impacts of Tourism; Some Examples. *Economic impact approaches* [Online]. Disponível em:
<https://msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol2.pdf>
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, 2014. Tendências e Políticas do Turismo. [Online]. Disponível em:
<http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/media/Documents/PR2014/11032014%20Tendências%20e%20Políticas%20de%20Turismo%20da%20OCDE%202014%20.pdf>
- Tyrrell and Johnston, 2001. A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourist Events: Distinguishing Origins, Destinations, and Causes of Expenditures. *Journal of Travel Research* [Online], 40. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/249700599_A_Framework_for_Assessing_Direct_Economic_Impacts_of_Tourist_Events_Distinguishing_Origins_Destinations_and_Causes_of_Expenditures
- Universidade do Minho, 2013. Capital Europeia da Cultura: Impactos económicos e sociais- relatório executivo. [Livro eletrónico]

- Vieira, 2015. Eventos e Turismo – Planeamento e Organização – Da teoria à prática [livro electrónico] Lisboa: Edições Sílabo, Lda. Disponível em: http://www.silabo.pt/Conteudos/7967_PDF.pdf
- Viseu, José et al., 2004. Avaliação do impacte económico do euro 2004. [Online]. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/2761/1/19%20Final%20Report%20EURO%202004.pdf>
- World Travel & Tourism Council, 2017. Travel & Tourism – Economic Impact 2017 Portugal.[Livro electrónico] Disponível em: <https://www.wttc.org//media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/portugal2017.pdf>
- Silva, João 2009.O turismo religioso no Minho: contributo para a compreensão do papel dos santuários no desenvolvimento do Noroeste de Portugal . [Online]. Disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/7697.pdf>

ANEXOS

9. ANEXOS

9.1 Questionário aos transeuntes



Este questionário pretende avaliar o impacto económico da Semana Santa de Braga para a realização de uma dissertação do mestrado de Economia Industrial e da empresa. O questionário é anónimo e voluntário, por isso pedimos-lhe que responda com a maior sinceridade.
Agradecemos a sua colaboração!

Entrevistador:

1. Onde reside?

Em Portugal Freguesia: _____ Concelho: _____

No Estrangeiro País: _____ Região: _____

2. Viaja acompanhado?

Não
Sim Com quantas pessoas? _____

3. É a primeira vez que vem a Braga?

Não
Sim (passar à questão 5)

4. É a primeira vez que visita Braga durante a Semana Santa?

Não
Sim Quantas vezes (aproximadamente)? _____

5. Que meios de transporte utilizou para chegar à cidade de Braga?

Carro particular
Táxi
Autocarro
Barco
Avião
Comboio
Nenhum (a pé)
Outro(s) Qual/Quais?: _____

6. Qual o motivo por que está em Braga?

Semana Santa
Trabalho/Negócios
Turismo
Compras
Outros motivos
Reside em Braga
Estuda em Braga

(Passa à questão 10)

7. Devido a esta visita fica hospedado fora da sua residência?

Não (Passa à questão 10)

Sim ☞ Onde? Em casa de familiares ou amigos

Em estabelecimento hoteleiro ☞ [Concelho:] _____

Em turismo de habitação ☞ [Concelho:] _____

Outro ☞ qual? _____

8. De quantas noites é a sua estadia?

Em Braga _____

Fora de Braga _____

9. Durante a sua estadia em Braga, qual estima ser a sua despesa total? (€)

Alimentação: _____

Alojamento: _____

Turismo: _____

10. Como tomou conhecimento das festividades da Semana Santa 2016?

Comunicação social (televisão, jornais, rádio, etc.)

Internet

Publicidade

Familiares ou amigos

Agentes turísticos

Igreja (Paróquia)

Outros

11. Já assistiu ou pretende assistir a algum concerto ou espetáculo no âmbito das celebrações da Semana Santa 2016?

Não

Sim ☞ Quais? Coro e Orquestra Sinfónica do Conservatório de Música Calouste Gulbenkian de Braga.

Grupo GLI APPASSIONATI

Coro e Orquestra da Santa Casa da Misericórdia de Braga

Orquestra Académica da Universidade do Minho e Coro dos Alunos da Licenciatura em Música da UM

Coro da Sé Catedral do Porto e a Orquestra Sinfónica das Beiras.

Encenação: “Descimento da Cruz”, pelo Grupo Greculeme

12. Como avalia a qualidade da programação cultural (concertos e espetáculos)?

Muito Boa

Boa

Razoável

Fraca

Sem opinião

13. Já assistiu (ou planeia assistir) a alguma Cerimónia Religiosa no âmbito das celebrações da Semana Santa 2016?

Não	<input type="radio"/>				Assistiu	Planeia assistir
Sim	<input type="radio"/>	☞ Quais?	IV Cortejo dos Guiões dos Passos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Procissão dos Ramos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Procissão dos Passos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Procissão de Nossa Senhora da “burrinha”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Lava-Pés e Missa da Ceia do Senhor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Procissão do Senhor Ecce Homo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Celebração da Paixão e Morte do Senhor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Procissão do Enterro do Senhor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Vigília Pascal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Outra(s) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Já visitou (ou planeia visitar) alguma Exposição no âmbito da Semana Santa 2016?

Não	<input type="radio"/>				Visitou	Planeia visitar
Sim	<input type="radio"/>	☞ Quais?	“A Semana Santa em Braga” (itinerante)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Museu Pio XII - “Cristo Suspenso”.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Tesouro-Museu da Sé de Braga - “Páscoa. Luz e Alegria”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Palácio do Raio - “Os Paramentos Litúrgicos na Quaresma e na Semana Santa”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Fonte do Ídolo - Exposição de fotografia sobre a Semana Santa de Braga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Irmandade de Santa Cruz - “Símbolos da Paixão de Cristo”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Museu da Imagem “Farricocos e Fogaréus”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Casa dos Crivos - “Cartazes da Semana Santa (1948 – 2015)”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Centro Cultural A Guarda (Galiza) - “Via Sacra” Pintura a óleo de Francisco Neto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Braga Parque - Exposição alusiva à Semana Santa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Salão Medieval da Reitoria da UM - “A Paixão de Cristo no Imaginário Bracarense”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			C.M. Vieira do Minho - “Maria...Só Maria”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Capela de Guadalupe - “E ao terceiro dia...”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			J.F. S. Victor - “Cristo... por amor a nós”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			Outra(s) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Como avalia a programação da Semana Santa de Braga 2016 no que se refere:

	Muito Boa	Boa	Razoável	Fraca	Sem opinião
Divulgação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diversidade do programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade do programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Locais escolhidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Na cidade de Braga como classifica:

	Muito Bom	Bom	Razoável	Fraco	Sem opinião
O comércio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os restaurantes e cafés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A informação turística	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O espaço de circulação pedestre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A circulação automóvel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O estacionamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os acessos à cidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os serviços públicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A relação preço/ qualidade dos serviços prestados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Na cidade de Braga, como avalia:

	Muito Bom	Bom	Razoável	Fraco	Sem opinião
A segurança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A limpeza em geral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A hospitalidade das pessoas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A preservação do património	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O espírito da cidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A gastronomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Se não reside em Braga, o que pensa visitar?

	Já visitou	Pensa visitar
Os espetáculos da Semana Santa 2016	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Centro Histórico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A Sé de Braga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Tesouro-Museu da Sé de Braga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Museu Pio XII	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Museu Nogueira da Silva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Museu Nogueira da Silva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Museu da imagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Theatro Circo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Palácio do Raio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Palácio dos Biscainhos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Mosteiro de S. Martinho de Tibães	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As Igrejas de Braga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Bom-Jesus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Santuário do Sameiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A Igreja de Santa Maria Madalena (Falperra)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O elevador (funicular) do Bom Jesus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Estádio Municipal de Braga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Em geral como classifica a qualidade do(s) restaurante(s) onde esteve?

Muito Boa	Boa	Razoável	Fraca	Sem opinião
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Recomenda a visita à Semana Santa de Braga?

- Não
Sim

Por favor, indique alguns dados de caracterização pessoal. Os dados servirão apenas para esta investigação e não serão facultados a terceiros.

21. Género:

- Masculino
Feminino

22. Ano de nascimento: _____

23. Habilitações escolares (completas):

- Não completou o 1º Ciclo de Ensino Básico _____
1º Ciclo do Ensino Básico (4º Ano) _____
2º Ciclo do Ensino Básico (6º Ano) _____
3º Ciclo do Ensino Básico (9º Ano) _____
Ensino Secundário _____
Ensino Superior _____

24. Religião?

- Católica _____
Cristã (não católica) _____
Judaica _____
Islâmica _____
Hindu _____
Outra _____
Nenhuma _____

25. Condição perante o trabalho:

Trabalha? Sim

Não

- Estuda _____
Reformado _____
Desempregado _____
À procura 1º. Emprego _____
Outra situação _____


26. Situação na profissão?

- Patrão com 10 ou mais empregados
Patrão com menos de 10 empregados
Trabalhador por conta própria
Trabalhador por conta de outrem
Trabalhador doméstico ou familiar não remunerado
Outra situação. Qual _____

27. Profissão?

Muito Obrigado(a) pela sua colaboração

9.2 Questionário aos hotéis



Este questionário pretende avaliar o impacto económico da Semana Santa de Braga. O questionário é anónimo e voluntário, por isso pedimos-lhe que responda com a maior sinceridade.
Agradecemos a sua colaboração!

Data: ___/___/___

Hotel: _____

1. **Onde reside?**

Em Portugal Código Postal _____
No estrangeiro País _____

2. **Viaja acompanhado?**

Não
Sim quantas pessoas o/a acompanham? _____

3. **É a primeira vez que visita a Semana Santa de Braga?**

Sim Não

4. **Veio a Braga por causa da Semana Santa 2016?**

Sim
Não **Agradecemos a sua colaboração. O questionário termina AQUI.**

5. **Quantas noites vai pernoitar fora de casa? _____**

Em Braga _____
Fora de Braga _____ onde? _____

5. **Está a efetuar uma viagem organizada por uma agência de viagens?**

Sim qual? _____
Não

6. **Que meio(s) de transporte utilizou para se deslocar até Braga?**

Avião
Automóvel
Autocarro
Comboio
Outro qual? _____

7. **Durante a sua estadia em Braga, qual estima que será a sua despesa total, incluindo o alojamento e a restauração?**

i. Mais de 50 € e menos de 150 € ii. Mais de 150 € e menos de 300 €
iii. Mais de 300 € e menos de 450 € iv. Mais de 450 €

8. **Já assistiu ou tenciona assistir a algum evento no âmbito das festividades da Semana Santa 2016?**

Não
Sim quais / quantos? Exposições _____
Espetáculos _____
Celebrações Religiosas _____

9. **Onde obteve informação acerca dos eventos da Semana Santa 2016?**

- Turismo
Internet
Hotel
Comunicação social
Outras pessoas
Outro local qual? _____


10. **Numa escala de 1 (muito fraca) até 5 (muito boa), como classifica Braga relativamente à qualidade de:**

	1	2	3	4	5	Não sabe
Museus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Património cultural e arquitectónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lojas e estabelecimentos comerciais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurantes e cafés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acessos à cidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Circulação automóvel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oferta de animação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade ambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relação preço/ qualidade dos serviços prestados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Semana Santa 2016	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, indique alguns dados de caracterização pessoal:

11. **Género?** Masculino Feminino
12. **Idade?** _____
13. **Profissão?** _____
14. **Nível de escolaridade:**
Ensino básico (até ao 9º ano) Ensino secundário Ensino superior

9.3 Questionário aos museus



Universidade do Minho

Este questionário pretende avaliar o impacto económico da Semana Santa de Braga. O questionário é anónimo e voluntário, por isso pedimos-lhe que responda com a maior sinceridade.

Agradecemos a sua colaboração!

Data: ___/___/___

Museu: _____

1. **Onde reside?**

Em Portugal Código Postal _____

No estrangeiro País _____

2. **Viaja acompanhado?**

Não

Sim quantas pessoas o acompanham? _____

3. **É a primeira vez que visita a Semana Santa de Braga?**

Sim **Não**

4. **Veio a Braga por causa da Semana Santa 2016?**

Sim

Não **Agradecemos a sua colaboração. O questionário termina AQUI.**

5. **Hoje, pernitoou fora da sua residência habitual?**

Sim em que localidade? _____

Não **passar à questão 7**

6. **Quantas noites vai pernitoar fora de casa?** _____

Em Braga _____

Fora de Braga _____

7. **Está a efetuar uma viagem organizada por uma agência de viagens?**

Sim qual? _____

Não

8. **Que meio(s) de transporte utilizou para se deslocar até Braga?**

Avião

Automóvel

Autocarro

Comboio

Outro qual? _____

9. **Durante a sua estadia em Braga, qual foi (ou estima que será) a sua despesa total, incluindo o alojamento e a restauração?**

v. Mais de 50 € e menos de 150 € **vi.** Mais de 150€ e menos de 300 €

ii. Mais de 300 € e menos de 450 € **iii.** Mais de 450 €

10. **Tem por hábito visitar Museus?**

Sim Quantos museus visita, em média, por ano? _____

Não

11. **Já assistiu ou tenciona assistir a algum evento no âmbito das festividades da Semana Santa 2016?**

Não

Sim quais / quantos ? Exposições _____

Espectáculos _____

Celebrações Religiosas _____

12. **Numa escala de 1 (muito fraca) até 5 (muito boa), como classifica Braga relativamente à qualidade de:**

	1	2	3	4	5	Não sabe
Museus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Património cultural e arquitectónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lojas e estabelecimentos comerciais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurantes e cafés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acessos à cidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Circulação automóvel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oferta de animação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade ambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relação preço/ qualidade dos serviços prestados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Semana Santa 2016	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, indique alguns dados de caracterização pessoal:

13. **Género?** Masculino Feminino

14. **Idade?** _____

15. **Profissão?** _____

16. **Nível de escolaridade:**

Ensino básico (até ao 9º ano) Ensino secundário Ensino superior