

Impacto Económico do Desporto: uma clarificação necessária

Autor

Pedro Guedes Carvalho^{1,2}

pedro.guedes.carvalho@gmail.com

Resumo

O desporto é um fenómeno social com impacto emergente nas economias dos países. Os estudos de impacto económico são habitualmente requisitados por muitos dos decisores políticos, clubes e federações desportivas no sentido de apurarem o valor e racionalidade das suas decisões. Contudo, apenas desde 2007 a UE se tem dedicado a este estudo e estão em fase embrionária a organização das Contas Satélite de Desporto. Em Portugal esses passos são recentes e ainda não concluídos. Neste artigo pretende rever-se algo do que tem sido feito e desmistifica-se o resultado de alguns estudos que utilizam métodos não rigorosos para efectuar esse cálculo. Com base num estudo de caso aplicado aos desportos motorizado automóvel ensaiam-se algumas novas metodologias que devem prosseguir para trazer nova luz sobre este delicado mas importante assunto.

Palavras-chave

Impacto económico, Desporto, Metodologias, Estudo de caso, Portugal, Finlândia

¹ CIDESD - Grupo STRONG

² Universidade da Beira Interior

INTRODUÇÃO

O desporto é estudado como um fenómeno que contribui para melhor educação, maior integração social, para a saúde e qualidade de vida dos cidadãos e, é um contribuinte líquido para o PIB dos países. Não sendo ainda possível calcular o contributo global como indústria, são várias as abordagens para encontrar uma metodologia adequada de cálculo do impacto económico de eventos ou megaeventos desportivos que versam diferentes modalidades em diversas competições (nacionais, mundiais, Olímpicos). Alguns dos ensaios focam apenas os efeitos económicos primários, outros tentam estender a análise para incluir os efeitos indiretos e induzidos.

Na União Europeia, o Livro Branco do Desporto (UE, 2007) inclui secções sobre o papel social, a dimensão económica e a organização do desporto. Os governos, em conjunto com as organizações de educação e saúde, estão sobretudo focados na inclusão social de várias minorias e na melhoria das condições de vida e saúde da população que ajudam a diminuir os custos com as políticas. Embora os efeitos primários positivos descritos acima sejam medidos em emprego, crescimento e novo financiamento, o desporto serve este último objetivo com "efeitos de poupança de dinheiro", enquanto os contribuintes vão pagar menos para o mesmo nível de saúde. A medicina aceita hoje que o exercício e atividade física regulares são receita complementar à prescrição química para debelar várias doenças sociais (obesidade, diabetes, osteoporose etc.).

Dentro da UE foi criado um grupo de trabalho sobre "Desporto e Economia" em 2006 com o objetivo de elaborar uma definição estatística comum do desporto e criar um método para ilustrar o impacto económico do desporto na UE, com base em contas satélite nacionais do desporto (CSD) e tratando o desporto como um setor industrial. Em Portugal, o autor participa num grupo de trabalho específico constituído por representantes de outras universidades, do IPDJ e do INE, desde Fevereiro 2015 e com o objetivo de construção de uma CSD nacional. A inexistência de CSD em Portugal elimina desde logo a possibilidade de uso de todas as metodologias de impacto mais conhecidas, baseadas nas matrizes Input-Output (I-O) que permitem calcular efeitos multiplicadores. Um estudo de caso completa a informação importante deste assunto.

A problemática

Organizações desportivas, federações, clubes, autarquias e outros responsáveis pelas políticas públicas querem fundamentar as suas decisões e encomendam estudos económicos de impacto de determinados investimentos. A informação obtida nem sempre resulta de metodologias rigorosas, o que induz em erro os decisores e provoca prejuízos desnecessários com perda de bem-estar coletivo. Recolhemos uma resenha de alguns estudos que demonstram bem as discrepâncias de resultados anunciados:

- A edição deste ano (2013) do WRC Vodafone Rally de Portugal gerou um impacto económico total no valor de 101,734 milhões de euros.

<https://rallydeportugal.pt/content.aspx?menuid=2&eid=709&bl=1>

- A edição deste ano (2014) do WRC Vodafone Rally de Portugal gerou um impacto económico total no valor de 109,522 milhões de euros.

<http://www.rallydeportugal.pt/content.aspx?menuid=2&eid=1024>

- Edição de 2015, com um investimento que rondará os 3,5 milhões de euros, prevemos atingir um impacto económico na região de mais de 101 milhões de euros, o que, claramente, justifica a aposta do turismo e dos municípios da região".

http://rr.sapo.pt/informacao_detalhe.aspx?did=187758

Outros casos:

- o impacto económico do Campeonato Europeu de Futebol, realizado em Portugal no ano passado, atingiu os 440 milhões de euros.

http://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/impacto_economico_do_euro_2004_atinge_os_440_milhoes_de_euros.html

- o clássico entre Benfica e FC Porto, 2015, pode gerar um impacto económico de 23 milhões de euros.

<http://www.maisfutebol.iol.pt/liga/ipam/estudo-classico-pode-gerar-um-impacto-economico-de-23-milhoes>

- a Volvo Ocean Race traz impacto de pelo menos 50 milhões

http://economico.sapo.pt/noticias/volvo-ocean-race-traz-impacto-de-pelo-menos-50-milhoes_141978.html

Nota: *links* foram consultados em 11 setembro 2015

Só em 2007 - 12 anos após o caso Bosman de 1995 - a UE chegou a um acordo sobre quais as transações, gastos, investimentos e bens a considerar como atividades económicas de desporto! Como poderíamos então chegar a medir impactos económicos antes dessa data? Enquanto as CSD não estiverem concluídas e as tabelas Input-Output (I-O) não estiverem decompostas resta-nos fazer estudos de caso, ensaiar metodologias e aperfeiçoar instrumentos de medida. Foi essa a motivação deste artigo, para o que se usou um caso de desporto motorizado que permite comparar com estudos divulgados para Portugal.

Fundamentação teórica do estudo

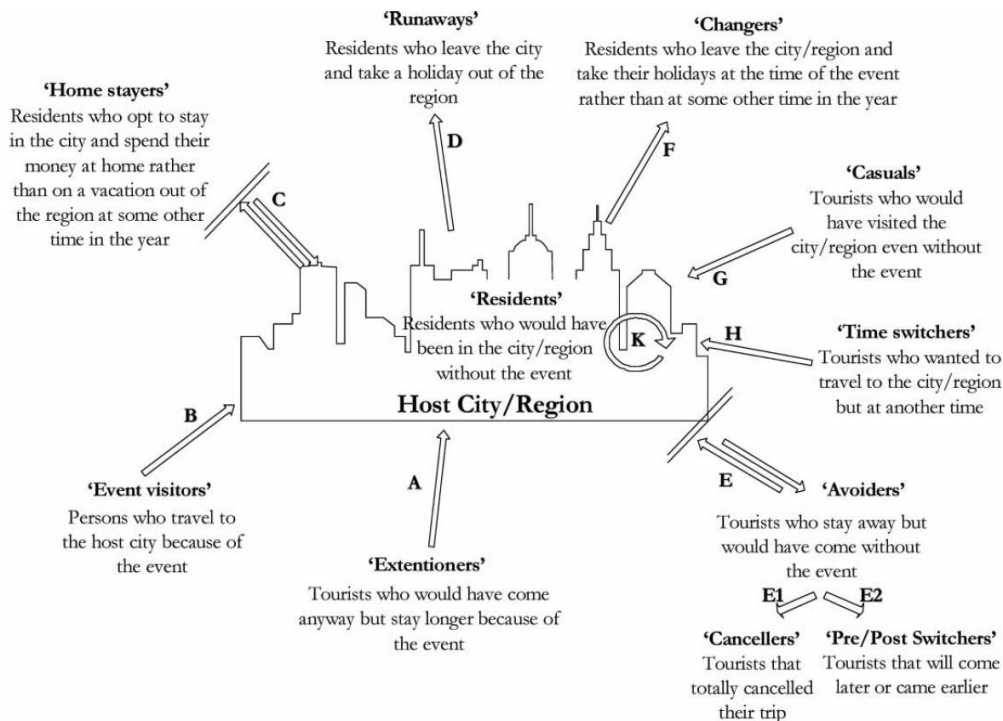
O desejo de viajar por ocasião de eventos desportivos continua a ser elevado (Carvalho & Lourenço, 2009; Turco & Swart, 2012). Espera-se que aumentem o orgulho regional/nacional e que as infraestruturas desportivas sirvam de alavanca económica e posterior uso local. Os benefícios económicos esperados centram-se na criação de emprego, no aumento do turismo, do comércio e do desenvolvimento de negócios com melhoria da imagem e qualidade do perfil da cidade como destino turístico (Swart & Bob, 2012). Eventos desportivos de maior dimensão constituem oportunidades diretas de gastos para os turistas da modalidade desportiva e induzem benefícios indiretos para a economia anfitriã, bem como favorecem, no pós-evento, o turismo relacionado com a consciência do destino e melhorias na mobilidade infraestrutura urbana (Preuss, 2007).

A importância económica de eventos desportivos e seus impactos sobre o país ou cidade anfitriã estão a aumentar (Kaspar & Kaiser, 2013) e dependerão muito de estratégias e instrumentos adequados para implementar as ações (Taks et al., 2015). Quando bem geridas, as parcerias locais e a coordenação no âmbito de um evento desportivo podem criar redes sociais mais densas, conectando a população local para apoio ao evento criando benefícios para as empresas locais. No entanto, estudos de impacto económico são

bastante contestados, em grande parte devido à disparidade de resultados para eventos de idêntica dimensão (Preuss, 2011).

Um dos principais desafios para determinar o impacto económico de um evento desportivo é conhecer os padrões de consumo dos visitantes, o número de pessoas que visitam a cidade por essa razão e quais as mudanças introduzidas pelo evento no padrão de consumo dos moradores. Os impactos de eventos são impulsos de curto prazo (Preuss, 2007) e os impactos económicos são causados principalmente pelo consumo. Ao calcular o impacto económico global, a quantidade de visitantes do evento deve ter em conta o efeito de evicção, que mede a quantidade de pessoas locais que evitam o evento (saindo da cidade, por exemplo). A fim de medir o impacto primário, será apropriada uma "abordagem de baixo para cima", como exposto por Preuss (2011), para determinar os padrões de consumo individuais, incluindo o número de noites em alojamento, a sua motivação para visitar a cidade, bem como o número bruto de visitantes; essa informação consegue-se através da realização de questionários aos visitantes e outros grupos interessados. Preuss et al. (2007) identificam quatro diferentes grupos de visitantes do evento a ser as pessoas afetadas por eventos que não entram na região devido ao evento: espectadores, turistas e excursionistas e residentes que participam do evento. Estes grupos podem ainda ser ilustradas como se segue:

Figura 1- Movimentos de Pessoas afetadas por eventos durante o tempo do evento Preuss (2007)



A dimensão do evento tem efeito nos impactos negativos; em megaeventos desportivos os impactos negativos são maiores do que em eventos de pequena e média dimensão que podem beneficiar a economia local uma vez que não exigem grandes investimentos de

estrutura (Taks et al. 2011). Por essa razão, a medição de fugas de rendimento (leakages) não é tão significativa em eventos de pequena e média dimensão, como no caso do Neste Oil Rally Finland.

Metodologia do estudo empírico

O 'Neste Oil Rally' é um dos treze eventos do World Rally Championship (WRC) que se realizam em todo o mundo, todos os anos e o estudo é um dos que tenho participado desde há 4 anos. É um dos maiores eventos desportivos anuais na Finlândia e na Escandinávia. O rali é muito atrativo para os espectadores tendo estado presentes multidões nas diversas fases/etapas especiais do evento. No geral, o rali finlandês consiste em 23 diferentes etapas especiais, num total de 334,2 quilómetros.

Uma das metas do estudo é gerar informações valiosas para o organizador, com a finalidade de melhorar e desenvolver o evento.

A recolha de dados foi realizada antes, durante e após o evento (01-03 agosto de 2013) usando iPads e *software* de pesquisa Webropol. O inquérito aplicado foi construído pela Sport Business School, Jyväskylä, Finlândia no verão de 2013, uma cidade de tamanho médio, com 135.000 habitantes e conhecida como uma cidade de desportos na Finlândia. Todos os dados foram coletados nos meses de junho e setembro de 2013, antes, durante e após o evento.

A pesquisa realizada foi de natureza quantitativa e os dados foram recolhidos por meio de questionários estruturados adequados para cada grupo entrevistado. Os grupos incluíram espectadores, convidados VIP, representantes dos media, membros das equipas de rali e moradores participantes de Jyväskylä. Os espectadores do rali foram entrevistados em três fases distintas, os membros do quartel-general do rali foram entrevistados na sede e no parque de serviço; os convidados VIP foram entrevistados em três áreas VIP diferentes em três etapas especiais diferentes.

As entrevistas foram realizadas por funcionários especificamente treinados por elementos da Sport Business International e por estudantes especialmente formados a partir da Finlândia e Países Baixos. No geral, foram 40 estudantes e 6 funcionários que participaram do processo de investigação. Os questionários foram concebidos na unidade de investigação do Sport Business School Finlândia e desenvolvidos com base em estudos de impacto previamente realizados e assentes numa revisão da literatura relevante existente.

Os dados de impacto económico direto incluíram o consumo de participantes membros da equipe de rali (115 entrevistas pessoais a partir de 95 equipas), espectadores e convidados VIP (968 entrevistas) durante o evento de rali e membros dos media credenciados (38 respostas ao pós-evento em levantamento via Web). Os entrevistados foram selecionados por amostragem aleatória. Também os impactos económicos do evento sobre o volume de negócios anual de associações sem fins lucrativos que organizam os estágios especiais e outros serviços para o organizador do evento foram estudados (32 respostas no levantamento via Web). No total, foram analisadas 1153 respostas.

Uma vez que os espectadores do rali podiam participar em mais de uma ocasião dentro do evento, a quantidade de etapas especiais visitadas foi tida em conta no cálculo do número de espectadores (cada espectador participou de 2,2 etapas especiais e a por isso se dividiu

o montante global de bilhetes especiais vendido por 2,2). Além disso, foi conduzido um levantamento via Web para os residentes a fim de obter as suas opiniões espontâneas sobre o evento, especialmente para medir a quantidade de moradores que se ausentaram da cidade durante o tempo do evento. Este questionário esteve disponível na página web da cidade de Jyväskylä desde 05 de junho até o final de agosto. Um total de 516 respondentes participaram nesse levantamento via Web antes do evento e fora destes, 156 residentes responderam a uma pesquisa de controlo após o evento.

Resultados Obtidos

O montante global do consumo estimado gasto em hospedagem da cidade e da região foi de 14,7 milhões de euros (deverá excluir-se 1 milhão de euros de consumo de residentes), tal como apresentado na Tabela 1. O consumo total, incluindo a venda de bilhetes e merchandising do rali foi de 17 milhões de euros (valores diferentes para Portugal).

Tabela 1 - Impacto económico direto para a região Jyväskylä durante o Rally Neste Oil 2013

Grupo respondente	Consumo Total (inclui bilhetes e merchandising do rally)	Consumo na região
Espectadores for a da região	12,8 M €	10,5 M €
Espectadores da região (residentes)	1,1 M €	0,8 M €
Convidados VIP for a da região	1,6 M €	1,3 M €
Convidados VIP da região (residentes)	0,6 M €	0,2 M €
Equipas de rali	0,7 M €	0,7 M €
Media	0,2 M €	0,2 M €
Organizador	-	1,0 M €
TOTAL	17,0 M €	14,7 M €
TOTAL exclui residentes	15,3 M €	13,7 M €

A quantidade de espectadores finlandeses foi estimada em 92%, sendo 8% visitantes externos; 68% do total de espectadores vieram de fora da região de Jyväskylä e 32% eram residentes locais.

A maioria dos espectadores entrevistados (76%) eram homens e 24% mulheres, sendo que esta divisão mostrou ser ainda maior para os convidados VIP (81% homens), revelando que o rali é um desporto de género dominante. A faixa etária para os espectadores e convidados VIP pesquisados situa-se entre os 18 e os 70 anos de idade, com média de idade de 35 anos e um pouco mais elevada (42 anos) para os convidados VIP.

A maioria dos entrevistados estrangeiros (8% do total) vieram de países vizinhos - Rússia e Suécia. No geral, 39% de todos os espectadores indicaram ter programado as suas férias de verão de acordo com o evento rali.

Seguindo o modelo representado na Fig 1 teremos três categorias de espectadores: turistas de rali (vieram de fora da região e hospedaram-se mais de um dia), excursionistas (vieram fora da região e hospedaram-se um dia) e os residentes (que participaram do evento de rali em um ou vários dias). Os turistas (n = 380) apresentaram uma média de despesas de 451,02 euros durante a visita, independentemente de quantas noites esteve hospedado; os visitantes de um dia (n = 95) a média foi de 196,47 euros de despesas e os residentes (n = 227) gastam em média 167, 44 euros. Essas despesas apresentam-se desagregadas na Tabela 2.

Tabela 2 - Consumo Espectadores finlandeses, espectadores estrangeiros e convidados VIP

Consumo	Espectadores finlandeses	Espectadores estrangeiros	Convidados VIP
Alojamento	1,65 M €	0,34 M €	0,37 M €
Alimentação e Bebidas	4,87 M €	0,50 M €	0,58 M €
Combustíveis		1,71 M €	0,21 M €
Transportes	1,09 M €	0,04 M €	0,17 M €
Bilhetes		1,87 M €	0,21 M €
Produtos oficiais do rally	0,44 M €	0,05 M €	0,03 M €
Outras despesas	0,76 M €	0,11 M €	0,28 M €
TOTAL		12,39 M €	1,46 M €
TODOS OS VISITANTES TOTAL	16, 02 M €		

Na Tabela 3 mostra-se o que os participantes em equipas de rally gastaram com diferenças entre finlandeses e estrangeiros; 70% dos entrevistados eram estrangeiros pois as maiores equipas contratam pessoal estrangeiro

Tabela 3 – Despesa dos participantes em equipas

Consumo	Espectadores finlandeses	Espectadores estrangeiros
Alojamento	42.000 €	55.000 €
Alimentação e Bebidas	196.000 €	82.000 €
Combustíveis	66.00 €	46.000 €
Transportes	33.000 €	2.000 €
Bilhetes	17.000 €	14.000 €
Produtos oficiais do rally	10.000 €	11.000 €
Outras despesas	28.000 €	6.000 €
TOTAL	492.000 €	216.000 €
Todas as equipas TOTAL	0,71 M €	

Os representantes dos media credenciados gastaram em conjunto um total de € 240,000 durante sua estadia. Destes representantes, 63% eram estrangeiros e 37% finlandeses.

Tabela 4 Despesa dos representantes de meios de comunicação

Consumo	Representantes de media estrangeiros	Representantes de media finlandeses
Alojamento	77.900 €	24.400 €
Alimentação e Bebidas	51.700 €	14.300 €
Combustíveis	23.200 €	12.400 €
Transportes	9.300 €	0 €
Bilhetes	0 €	0 €
Produtos oficiais do rally	8.900 €	360 €
Outras despesas	17.800 €	1.400 €
TOTAL	188.800 €	52.860 €
TODOS OS MEDIAACREDITADOS TOTAL 0,24 M €		

O organizador investiu 0,98 milhões de euros na área de realização do evento, entre infraestrutura, produtos e serviços adquiridos às empresas locais e pagamentos às 100 associações sem fins lucrativos locais. A maioria (93%) dessas associações afirmou que esta compensação é muito importante para as suas finanças. O evento emprega, no total, entre 4500-5000 voluntários anualmente.

Tabela 5 - Investimentos na região do Organizador AKK Sports Ltd

Investimentos na região do Organizador AKK Sports Ltd	
Instalações e área do Quartel geral	530.000 €
Organizações locais sem fins lucrativos	221.000 €
Alojamento e alimentação para o staff e convidados	82.000 €
Despesas com fecho de estradas e manutenção pós rali	91.000
Outros custos	56.000 €
TOTAL	980.000 €

As percepções dos entrevistados em relação ao evento variam e idêntica entre "eu não gostei nada do evento" e "eu gostei muito do evento". Notável neste resultado é que o rali causa grandes divisões na mente dos residentes locais. No resultado do levantamento via Web antes do evento (N = 516), 29% dos entrevistados responderam que tencionam deixar a cidade durante o evento e no levantamento pós-evento (n = 156), 15% dos inquiridos confirmaram que deixaram efetivamente a cidade. Tratou-se de uma pesquisa exploratória para ver a grandeza do efeito que se pretende incluir em próximos trabalhos. Para já o valor monetário real do efeito não foi medido.

CONCLUSÕES

Limitado aos impactos económicos diretos de um evento desportivo de WRC na Finlândia, eles foram grandes na região anfitriã e notáveis para a cidade de Jyväskylä e seus negócios, especialmente no alojamento e em alimentos e bebidas. A distância percorrida tem um efeito sobre o consumo uma vez que os turistas para o rali passaram mais dias que os visitantes de um dia ou residentes e os visitantes de um dia apresentam despesas maiores que a dos residentes, pelo que quanto mais tempo o visitante ficou em Jyväskylä tanto maior foi o valor do seu consumo. Um outro resultado relevante foi o de saber que as recompensas que o organizador do evento paga as associações sem fins lucrativos locais cria muitas vezes a sustentabilidade das suas finanças.

Medir o impacto económico neste tipo de eventos é da maior importância para fornecer informação útil para a tomada de decisões políticas das autoridades públicas, bem como, para convencer o público de importância dos eventos para a região anfitriã. A importância do impacto em uma pequena economia como a região de Jyväskylä reforça a imagem positiva do próprio rali.

Os números encontrados obriga a questionar resultados que são apresentados por empresas de estudos. A regra de ouro que se pode seguir é a aconselhada por especialistas em estudos de impacto que qualquer multiplicador com valor superior a 1,5 é suspeito.

O dinheiro gasto no evento rali ou nouro tipo alternativo de férias pode dar alguns insights importantes para conhecer a disposição dos visitantes para investir no evento rali. Conhecer as razões para participar no evento indicadas por cada tipo de visitante (de acordo com fig 1) e cruzando com o dinheiro gasto fornece informação muito relevante para o organizador melhorar a definição dos seus públicos-alvo. Mesmo que tal possa ser difícil, os custos de oportunidade da saída de visitantes e residentes devem ser tomados mais seriamente em conta quando o objetivo é medir o impacto global.

Deve ainda realçar-se que é de enorme importância a contribuição económica de um evento desportivo para a sustentabilidade social das organizações sem fins lucrativos. Esta relação, assim como o equivalente de empregos (equivalentes em tempo) serão mais explorados em pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

- Carvalho, Pedro G. e Lourenço, Rui (2009). *Turismo de Prática desportiva: um segmento de mercado do turismo desportivo*, *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, volume 9, Nº 2 (Supl.1), Novembro 2009.
- Comissão Europeia (2007). *Livro branco sobre o desporto*. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, 40 p.— 21,0. ISBN 978-92-79-06562-0.
- Kaspar, R. & S. Kaiser (2013). *The impacts of sport*. In Beech, J. & Chadwick, S. (eds). *The business of sport management*. Pearson: UK: 96-116.
- Neste Oil Rally Finland (2014). www.nesteoilrallyfinland.fi (Consulta em 11 de setembro 2014).
- Preuss, H. (2007). *The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies*. *Journal of Sport & Tourism*, 12, (3–4): 207–227.
- Preuss, H. (2011). *A method for calculating the crowding-out effect in sport mega-event impact studies: The 2010 FIFA World Cup*. *Development Southern Africa*, 28(3): 367-385.
- Preuss, H., Seguin & B. O'Reilly, N. 2007. Preuss, H., Seguin B. & O'Reilly, N. (2007). *Profiling major sport event visitors: The 2002 Commonwealth Games*. *Journal of Sport & Tourism*, 12, (1):5-23.
- Swart, K. & Bob, U. (2012). *Mega sport event legacies and the 2010 FIFA World Cup*. *African Journal for Physical Health Education Recreation & Dance*, 18(1): 1-11.
- Taks, M., Késenne, S., Chalip, L., Verde, B.C. & Martyn, S. (2011). *Economic impact analysis versus cost benefit analysis: The case of a medium-size sport event*. *International Journal of Sport Finance*, 6, 187-203.
- Taks, M., Chalip, L. & Green, B.C. (2015). *Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities*. *European sport management quarterly*, 15(1): 1-6.
- Turco, D., & Swart, K. (2012). *International sport tourism*. In Li, M., Macintosh, E. & Brave, G. (eds.) *International sport management*: 439-458. Human Kinet