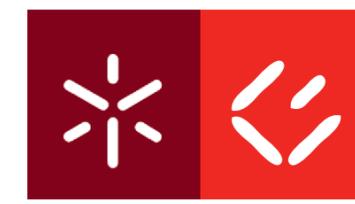




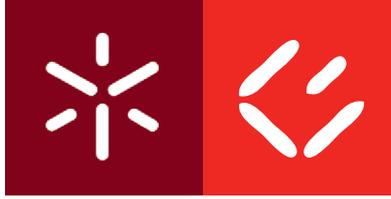
António Jorge Costa Ramos da Silva Rodrigues

**Impacte da Liga das Nações na Economia Vimaranesa**

**Universidade do Minho**  
Escola de Economia e Gestão







**Universidade do Minho**  
Escola de Economia e Gestão

António Jorge Costa Ramos da Silva Rodrigues

**Impacte da Liga das Nações na Economia  
Vimaranense**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Economia Industrial e da Empresa

Trabalho efetuado sob a orientação do  
**Professor Doutor José Cadima Ribeiro**

## **Direitos de Autor e condições de utilização do trabalho por Terceiros**

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

### ***Licença concedida aos utilizadores deste trabalho***



**Atribuição  
CC BY**

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## **Agradecimentos**

Escrever esta dissertação foi claramente o meu maior desafio, enquanto estudante, pela complexidade e exigência subjacente à planificação, à metodologia e à execução desta investigação. Pese embora os constrangimentos encontrados, neste momento, sinto-me muito orgulhoso por todo o trabalho desenvolvido.

É mais uma etapa da minha vida que termina e, obviamente, são muitas as pessoas que merecem um sincero agradecimento devido ao apoio facultado no decorrer deste processo, enquanto mestrando.

Em primeiro lugar, quero agradecer a Deus, porque sempre esteve presente na minha vida e por me ter guiado até aqui.

Em segundo lugar, agradecer à melhor mãe do mundo, por me abraçar neste percurso, o que faz dela o ser mais especial que conheço.

Depois, o meu agradecimento ao meu pai, à minha irmã, à minha tia Nela e ao meu avô que, juntamente com a minha mãe, são os meus pilares, pois têm por mim um Amor Incondicional.

Quero agradecer, também, de forma profundamente especial, ao meu Orientador, o Professor Doutor José Cadima Ribeiro, pela simplicidade, frontalidade e rigor da sua personalidade, bem como pelo empenho e incentivo para o melhoramento da qualidade desta dissertação.

A todos os entrevistados, agradeço a enorme disponibilidade e simpatia com que me permitiram aceder a informações valiosas.

Finalmente, gostaria de agradecer a todos aqueles que, direta ou indiretamente, me possibilitaram a conclusão desta etapa, nem sempre fácil, porém belíssima, da minha vida académica.

O meu muito OBRIGADO, de coração, a todos!!!!

## **Declaração de Integridade**

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

## Resumo

Os eventos desportivos são capazes de mudar a imagem de países e cidades. Os países usam esses megaeventos, principalmente, para aumentar as oportunidades de desenvolvimento económico e social, para atrair investimento estrangeiro, para gerar receitas de turismo, para regenerar partes das cidades e aumentar a autoestima da população. Os países anfitriões promovem-se como sendo lugares modernos e atraentes, isto é, ideais para turistas.

A competição a que se reporta esta investigação, a Fase Final da Liga das Nações, foi mundialmente inovadora e Portugal foi sede da sua primeira Fase Final!

Portugal, que ao longo dos últimos anos tem recebido cada vez mais competições internacionais de grande nível, mostrou ter uma estrutura organizacional e ligações hierárquicas extraordinárias, na medida em que a cada membro (FPF, Câmara Municipal de Guimarães e Vitória Sport Club) possuía um determinado nível de responsabilidade e de competência, elogiadas por todos os responsáveis da UEFA.

Neste sentido, através de factos evidenciados em vários artigos de jornal e de entrevistas semiestruturadas conduzidas a um conjunto de agentes, são apresentadas as perceções dos impactes económicos da Fase Final da Liga das Nações que se realizou em Portugal em 2019, incidindo a atenção da investigação sobretudo no caso da cidade de Guimarães. Para além disso, foi elaborado e aplicado um questionário relativo à “Perceção dos Habitantes de Guimarães em relação à Liga das Nações 2019”, que teve como principal objetivo perceber quais as opiniões e expectativas que os habitantes de Guimarães tinham em relação ao evento.

Este evento foi absolutamente fantástico para a cidade de Guimarães e para o país. De acordo com os resultados empíricos obtidos pelas vias antes enunciadas, todas as entidades entrevistadas lucraram com a sua realização, e estima-se que o evento gerou um impacte económico na ordem dos 150 milhões de euros. Para além disso, sentiu-se um grande entusiasmo e orgulho nos habitantes de Guimarães pela presença de tantos turistas e conseqüente aumento da atividade económica na cidade. Guimarães esteve nas “bocas do mundo”, foi elogiada por todas as entidades organizadoras e mostrou

como uma cidade pequena e acolhedora é capaz de organizar um evento tão complexo e de tamanha importância como a Fase Final da Liga das Nações 2019.

**Palavras chave:** Eventos Desportivos, Economia, Turismo, Desporto, Liga das Nações, Portugal, Guimarães, Impactes.

## **Abstract**

Sports events can change the image of countries and cities. Countries use these mega-events mainly to increase opportunities for economic and social development, to attract foreign investment, to generate revenue through tourism, to rebuild parts of cities, and increase the population's self-esteem. Host countries promote themselves as modern and attractive places, that is, ideal for tourists.

This competition, the Final Phase of the Nations League, was innovative worldwide, and Portugal hosted its first Final Phase!

Portugal, which over the last few years has been receiving more and more high-level international competitions, has shown to have an organizational structure and extraordinary hierarchical connections, as each member (FPF, Guimarães City Hall and Vitória Sport Clube) had a level of responsibility and competence, praised by all UEFA officials.

In this sense, through facts evidenced in articles published in several newspaper and through semi-structured interviews applied to a set of local and national agents, the perceptions on the economic impacts of the hosting of the Final Phase of the Nations League are shown here, focusing especially on those experienced by the city of Guimarães. Furthermore, a questionnaire on the “Perception of the inhabitants of Guimarães of the effects of the Nations League 2019” was designed and applied, which main goal was to understand the perceptions and expectations kept by the inhabitants of Guimarães about the event.

This event was amazing for the city of Guimarães and the country, as a whole. According to the statements obtained, all the entities interviewed profited from its realization and it is estimated that it generated an economic impact in the order of 150 million euros. Furthermore, there was a great sense of enthusiasm and pride among the inhabitants of Guimarães due to the presence of so many tourists and the consequent increase of the city economic activity. Guimarães was on “everybody’s lips”, was praised by all organizing entities, and showed how a small and welcoming city can organize an event as complex and of such importance as the Final Phase of the Nations League 2019.

**Keywords:** Sports Events, Economy, Tourism, Sport, Nations League, Portugal, Guimarães, Impacts

## Índice

Direitos de Autor e condições de utilização do trabalho por Terceiros.....	I
Agradecimentos.....	II
Declaração de Integridade .....	III
Resumo .....	IV
Abstract .....	VI
Índice de Figuras e Quadros .....	X
Acrónimos e Siglas.....	XI
Introdução .....	1
1. Revisão de Literatura Teórica.....	3
1.1. Eventos Desportivos .....	3
1.2. Características dos Eventos Desportivos.....	4
1.3. Tipos de Eventos Desportivos.....	6
1.4. Organização de grandes eventos desportivos e seus impactes nos territórios de acolhimento .....	7
2. Revisão de Literatura Empírica .....	11
2.1. Final da Liga Europa 2013 .....	12
2.2. Euro 2004.....	16
2.3. Final da Liga dos Campeões 2014.....	19
3. Dados e Metodologia .....	23
4. Estudo de Caso .....	25
4.1. Liga das Nações.....	25
4.2. Como funciona?.....	26
4.3. Os “prós” e os “contras” da Liga das Nações.....	27
4.4. Fase Final Liga das Nações 2019 .....	28
4.5. Fase final da Liga das Nações 2019: Organização e Impactes em Guimarães	31
4.5.1. Transportes .....	32
4.5.2. Fan Meeting Points .....	33
4.5.3. Hospedagem das Seleções Participantes .....	35

4.5.4.	Papel do Vitória Sport Clube .....	41
4.5.5.	Impacte Económico do Evento.....	45
4.6.	Dados obtidos através do inquérito por questionário .....	53
4.6.1.	Objeto e objetivo de estudo.....	53
4.6.2.	Instrumento de recolha de dados .....	53
4.6.3.	Apresentação e análise dos resultados.....	54
4.7.	Discussão de resultados.....	61
5.	Conclusões.....	63
5.1.	Síntese.....	63
5.2.	Limitações do estudo .....	64
5.3.	Recomendações para Estudos Futuros.....	65
6.	Bibliografia .....	66
Anexos	.....	70

## Índice de Figuras e Quadros

### Índice de Figuras

Figura 1 – Esquema de Coordenação de um Evento Desportivo .....	9
Figura 2 - Logotipo Europa League Final Amsterdam 2013 .....	13
Figura 3 - Logotipo Champions League Final Lisbon 2014 .....	20
Figura 5 - Estádio D. Afonso Henriques no jogo Inglaterra VS Suíça .....	42
Figura 6 – Receita Total das questões financeiras das Competições .....	47
Figura 7 – Montante mensal auferido .....	55
Figura 8 – Nível de ensino .....	55
Figura 9 - “Sabia que a cidade de Guimarães foi uma das cidades anfitriãs que recebeu a Liga das Nações?” .....	56
Figura 10 - “Retirou bem-estar aos habitantes de Guimarães?” .....	57
Figura 11 - “Favoreceu a cidade de Guimarães a nível Turístico?” .....	57
Figura 12 - “Expandiu a visibilidade internacional da cidade, devido ao mediatismo do evento?” .....	58
Figura 13 - “Os impactes positivos da Liga das Nações superam os negativos?” .....	58
Figura 14 - “Deveria Guimarães contemplar outro grande evento como o da Liga das Nações?” .....	59
Figura 15 - “Este evento aproximou a comunidade Vimaranense?” .....	59
Figura 16 - “Sentiu que aumentou o orgulho dos habitantes de Guimarães?” .....	60

### Índice de Quadros

Quadro 1 - Resumo Financeiro .....	40
Quadro 2 – UEFA Nations League, distribuição financeira por Grupos e Seleções .....	48
Quadro 3 – Faixa Etária .....	54

## **Acrónimos e Siglas**

IPAM – Instituto Português de Administração de Marketing

EURO – Campeonato Europeu de Futebol

FIFA – *Fédération Internationale de Football Association*/ Federação Internacional das Associações de Futebol

IDE – Investimento Direto Estrangeiro

UEFA – *Union of European Football Associations*/ União das Federações Europeias de Futebol

FPF – Federação Portuguesa de Futebol

TPNP – Turismo do Porto e Norte de Portugal

KNVB – *Royal Netherlands Football Association*/ Associação Holandesa de Futebol

## **Introdução**

Tendo-se realizado nos primeiros dias de junho de 2019 a primeira edição da Fase Final da Liga das Nações, com estreia absoluta em Portugal, surge cada vez mais discussão sobre o impacte económico, em especial no país organizador, gerado pela organização de eventos desportivos desta dimensão.

A organização de um evento deste tipo implica um enorme investimento em infraestruturas, que financeiramente não se espera que seja recuperado até ao momento em que termina o evento. Não é, pois, de estranhar que algumas vezes contestem este tipo de investimentos, afirmando que estas verbas teriam um impacte mais positivo se fossem utilizadas em serviços como a educação ou a saúde.

Assim, a motivação para a realização deste trabalho reside precisamente na dúvida e, consequentemente, na tentativa de encontrar uma resposta relativamente aos benefícios provocados pela realização de um evento desportivo de grande dimensão, tal como a organização de uma Fase Final da Liga das Nações. Este trabalho procurará analisar o impacte macroeconómico de curto e de longo prazo gerado pela organização e realização de um grande evento desportivo, como é o caso daquele a que se faz referência.

Concretamente, o trabalho incidirá sobre a Fase Final da Liga das Nações, organizado e realizado em Portugal, nomeadamente nas cidades de Porto e Guimarães. Nesse sentido, pretende-se estimar o impacte económico antes e depois da sua realização, com um foco maior na cidade de Guimarães.

O trabalho tem dados e factos baseados em vários artigos de jornal e em recolha de perceções, através de entrevistas semiestruturadas, a um conjunto de agentes locais sobre o efeito que terá tido em Guimarães o acolhimento da fase final da Liga das Nações. Para além disso, foi elaborado e aplicado um questionário “Perceção dos Habitantes de Guimarães em relação à Liga das Nações 2019”, que tem como principal objetivo perceber quais as opiniões e expectativas que os habitantes de Guimarães tinham em relação ao evento. Nessa aproximação empírica ter-se-á presente a literatura disponível sobre impacte dos grandes eventos desportivos, como, por exemplo, EURO 2004, EURO 2012, Campeonato do Mundo da FIFA de 2010,

Campeonato do Mundo da FIFA de 2014 e Jogos Olímpicos, Final da Liga Europa 2013, Final da Liga dos Campeões 2014. A finalidade será verificar se estes eventos têm ou não um impacto positivo na economia do país/cidades organizadoras e em que medida.

Esta dissertação tem as seguintes secções: primeiro, teremos uma revisão da literatura teórica, que serve, fundamentalmente, para definir conceitos essenciais, seguida de uma revisão de literatura empírica sobre os aspetos fundamentais do trabalho (impactes sociais, impactes económicos, impactes turísticos) que serão a base de suporte do estudo; posteriormente, apresenta-se a metodologia utilizada; de seguida, surge o estudo de caso retido nesta investigação, o impacto em Guimarães da Fase Final da Liga das Nações, e a discussão desse impacto; posteriormente, uma análise aos dados obtidos do inquérito por questionário e a terminar teremos a conclusão com as respetivas ilações sobre benefícios eventuais para as cidades do acolhimento deste tipo de eventos.

## **1. Revisão de Literatura Teórica**

A revisão de literatura teórica centrar-se-á, fundamentalmente, na definição de alguns conceitos que considero serem determinantes para enquadrar a temática da minha dissertação: Eventos desportivos (Caraterísticas dos Eventos Desportivos e Tipos de Eventos desportivos); Organização de Eventos Desportivos e seus impactes nos territórios de acolhimento.

### **1.1. Eventos Desportivos**

De acordo com Roche (2000) podemos definir megaeventos como eventos a uma grande escala (culturais, desportivos ou até comerciais) que são apelativos a grandes quantidades de pessoas e que tem significancia internacional. O mesmo autor defende ainda que estes eventos são tipicamente organizados por uma combinação de governos nacionais e organizações não governamentais internacionais.

Almeida (2001, p.70), citando Blanc (1999) refere que os eventos desportivos são todas as organizações humanas que visam oferecer serviços desportivos de uma forma ideal. Isto não exclui as atividades comerciais que são meio de realizar direta ou indiretamente um serviço desportivo.

Barreau (2001), citado por Peixoto Dias (2006), divide a definição de evento desportivo em três pontos: a) O evento desportivo é um espetáculo; b) O evento desportivo é um produto; c) O evento desportivo é uma empresa.

De acordo com Sanz (2003), citados também por Peixoto Dias (2006) podemos definir um grande evento ou acontecimento desportivo como uma atividade desportiva que conta com um alto nível de repercursão social, traduzido numa forte presença dos meios de comunicação, e que gera por si mesmo benefícios económicos.

Para Kenneth Roberts (2004), citado por Horne e Manzenreiter (2006), o que define um evento desportivo como um “megaevento” é o facto deste ser descontínuo, fora do normal, internacional e de grande dimensão. O autor, refere-se a megaeventos como eventos com a capacidade de transmitir mensagens promocionais para biliões de pessoas pela televisão e outros meios de telecomunicação.

Kim, Gursoy e Lee (2006), consideram megaeventos como acontecimentos isolados e curtos que, normalmente, geram impactos duradouros nas comunidades hospedeiras.

Baade e Matheson (2004), tal como Baumann e Matheson (2013) e Mills e Rosentraub, (2012), citados por Garbacz, Ribeiro e Mourão (2016), identificaram este fenómeno como uma competição nacional ou global que produz níveis alargados de participação e cobertura dos *media* e muitas vezes requerem grandes investimentos públicos, tanto em infraestruturas do evento como infraestruturas gerais. Além disto, Dolles e Soderman (2008), tal como Baumann e Matheson, (2013), citados também por Garbacz, Ribeiro e Mourão (2016), sugerem que mega-eventos desportivos proporcionam acesso imediato a mercados globais de espetadores pelo que a região organizadora pode difundir imagens e conhecimento sobre a sua cultura e sociedade para espetadores de outros países.

## **1.2. Características dos Eventos Desportivos**

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

- 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, podendo, porém, esse espaço ser uma empresa ou fundação do mesmo grupo a que pertence a entidade promotora do evento. Assim, é excluído um seminário organizado por um banco nas suas instalações, mas é considerado evento se esse seminário for organizado por uma empresa de formação distinta do banco mesmo que este seja o seu principal sócio;
- Ter um objetivo formativo, mas com exclusão dos eventos académicos ou com objetivo informativo, incluindo os eventos de natureza comercial e, nesta, apenas os eventos de natureza promocional. Segundo esta visão muito redutora excluem-se, portanto, eventos sociais como inaugurações, comemorações, etc., os eventos realizados para venda a retalho de produtos ou serviços, os eventos realizados apenas para divertimento dos participantes como concertos e jogos,

os eventos de natureza política e as reuniões realizadas nos edifícios das próprias empresas ou associações.

Sparrow (1989), citado por Balsas (2017), identificou seis elementos principais que caracterizam os grandes eventos:

- Primeiro, a aceitação por uma comunidade organizadora, onde o relacionamento e os impactos podem variar imenso;
- Segundo, os aspetos simbólicos do evento, que podem ocorrer quando o organizador adota o tema do evento ou o evento como um todo, e que forçam a uma mudança no organizador;
- Terceiro, os recursos do setor público e privado que podem ser atribuídos para o desenvolvimento de infraestruturas, de forma a antecipar pressões na procura;
- Quarto, o *“telescoping of time”*, que condensa os horários e as prioridades de desenvolvimento;
- Quinto, o efeito camaleão, em que o evento muda o organizador superficialmente durante um curto período, ou induz mudanças mais duradouras;
- Sexto, o efeito catalítico, que ocorre quando o evento desencadeia toda uma série de outros eventos periféricos, que se acumulam para o organizador.

As características dos eventos podem influenciar o seu planeamento. A necessidade de perceber quais são as suas linhas temáticas, o registo prévio dos participantes, a decoração do lugar, os recursos materiais, os serviços médicos, os serviços de limpeza, os serviços de *catering* e os serviços de segurança, ou seja, todos estes fatores são absolutamente essenciais para que as entidades organizadoras de qualquer evento, UEFA e FPF no meu caso de estudo, tivessem obtido o máximo sucesso com a realização da Fase Final da Liga das Nações 2019.

### **1.3. Tipos de Eventos Desportivos**

Para Getz (2005), citado por Getz (2008), os eventos podem ser classificados como: celebrações culturais; políticos e estaduais; artes e entretenimento; comércio e negócios; educacionais e científicos; competições desportivas; atividades recreativas e eventos privados.

Sarmiento, Pinto, Silva e Pedroso (2011) efetuaram uma descrição de vários autores e como estes classificam os eventos.

Sachetti (2009) classifica os eventos como: desportivos, sociais, religiosos, políticos, empresariais, sectoriais, e especiais, em função da sua estrutura, dinâmica e públicos-alvo.

Poit (2006) utiliza três dimensões de análise para os definir: categoria (institucional e promocional); áreas de interesse (desportivo, cultural, empresarial, educacional, turístico, etc.); e tipos (congressos, convenções, palestras, feiras, conferências, teleconferências, leilões).

Para Madeira, Caetano, Rasquilha e Santos (2007), os eventos podem-se dividir em especiais (desportivos ou culturais) e de participação (sociais, ecológicos, lazer e entretenimento), sendo que quanto à periodicidade podem ser classificados como: de oportunidade, únicos, esporádicos e permanentes (mensal, semestral, anual e bianual).

Para Boyer, Musso, Barreau, Collas e Addadl (2007), existem quatro dimensões base: os Tipos A, B, C e D. Ao primeiro correspondem os eventos do género dos Jogos Olímpicos ou fases finais dos Mundiais das diversas modalidades. Como exemplo de evento do Tipo B temos as finais de Taça das diversas modalidades de cada país, sendo que um evento irregular de nível nacional, mas perfeitamente localizado no tempo está enquadrado no Tipo C. Por fim, o quarto Tipo corresponde a um evento nacional de carácter regular, como um jogo de um campeonato ou torneio.

De forma semelhante, Sarmiento (2002), estabeleceu uma classificação própria que se aproxima bastante deste modelo e que consiste também em quatro níveis: Megaeventos, de nível internacional com duração superior a oito dias; Grandes eventos, de nível internacional com participação de milhares de atletas e de espectadores;

Pequenos eventos, de nível nacional ou internacional com duração limitada, pequena participação de atletas e espectadores; e Micro eventos, essencialmente vocacionados para campeonatos e torneios de menor relevância competitiva.

Por fim, é ainda possível classificar um evento quando ao número de participantes. Um evento pequeno tem até 150 pessoas, enquanto um evento médio leva entre 150 a 500 participantes. Se olharmos para eventos de uma maior dimensão, um evento denominado grande envolve um número superior a 500 participantes e um megaevento um número superior a 5000 (Matias, 2013).

Baseado em tudo acima descrito, podemos afirmar que a Liga das Nações se enquadra no ponto 2, Grandes eventos, porque foi realizada num período inferior a 8 dias (4), mas que ao mesmo tempo foi um evento internacional que envolveu a participação de centenas de atletas e *staff* técnico, em que milhares de adeptos assistiram aos jogos nos estádios e milhões de espectadores, por todo o mundo, assistiram na televisão.

#### **1.4. Organização de grandes eventos desportivos e seus impactes nos territórios de acolhimento**

Os grandes eventos desportivos são eventos de curto prazo e de grande importância, por isso é fundamental que tenham uma excelente organização.

Para Silva Fonseca (2013), na organização de um grande evento desportivo deve-se, numa primeira fase, apresentar uma candidatura a essa organização e, posteriormente, inculir nos responsáveis do projeto uma gestão do evento com todas as ferramentas indispensáveis para que se consiga ultrapassar a mediania de apenas se organizar mais um evento. O objetivo de ser cada vez melhor é tentar ficar na história através de uma organização única.

Quaisquer que sejam os eventos desportivos, estes requerem meios que podem ser extremamente importantes. Do melhor uso destes meios depende também o êxito do evento. Se estes meios forem insuficientes, se acabarem por faltar ou se forem utilizados sem pertinência, é todo o equilíbrio do projeto espetáculo, assim como do projeto económico que pode falhar (Barreau, 2001, citado por Peixoto Dias, 2006).

O sucesso da sua execução depende de um planeamento minucioso que envolve várias etapas operacionais. Antecipar o inesperado, organizar infraestruturas equivalentes às de uma pequena cidade, contar com recursos humanos eficazes e tecnologia de última geração, são ingredientes essenciais no complexo processo que envolve acolher um grande evento desportivo (Peixoto Dias, 2006).

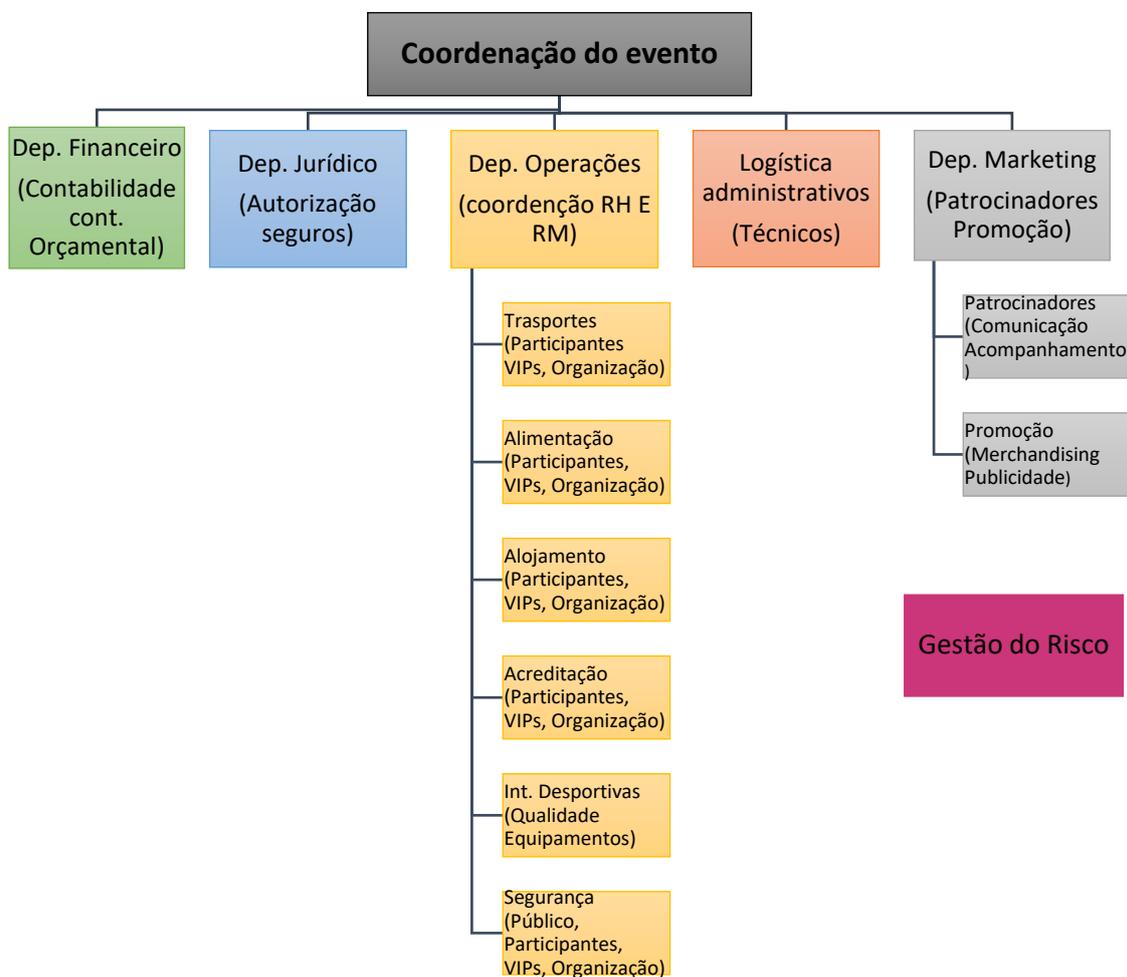
Camy e Robinson (2007), citado por Almeida (2013), consideram a existência de quatro fases no planeamento de um evento desportivo:

- Desenho (conceptualização, esquematização e organização do evento desde a ideia original até à decisão de realização);
- Desenvolvimento (preparação do evento);
- Implementação (o evento propriamente dito);
- Dissolução (encerrar o evento após a competição).

Para Sarmiento, Pinto, Silva e Pedroso (2011), as operações que incorporam o evento desportivo são na verdade as mesmas de todos os outros. Na base da realização de um evento desportivo sempre existiu uma grelha organizacional mais ou menos definida há muitos anos, que, no entanto, tem sofrido nas últimas décadas importantes desenvolvimentos e evoluções.

Segundo o mesmo autor, em função da duração temporal e dimensão em número de intervenientes e índices de qualidade dos serviços a disponibilizar, a montagem de um evento desportivo exige graus diferenciados de complexidade para a sua estrutura coordenadora. O número de membros da comissão poderá depender da dimensão global do evento, mas as operações necessárias para a efetivação dificilmente se alteram, mantendo-se independentemente da dimensão ficando apenas relativizadas ao grau de complexidade que se definiu previamente.

Figura 1 – Esquema de Coordenação de um Evento Desportivo



Fonte: Sarmento, Pinto, Silva e Pedroso (2011)

Os grandes eventos desportivos são eventos de grande importância continental ou, até, mundial e atraem uma considerável cobertura por parte dos *media*, para além de se repercutirem num grande impacto na imagem do país ou da cidade anfitriã.

De acordo com Minnaert (2012), a importância dos eventos desportivos pode ser dividida nas seguintes categorias: Primeiro, a nível individual, através de benefícios na saúde física e mental, nas *Skills* desenvolvidas e no capital social; Segundo, a nível das comunidades, referindo-se sobretudo à coesão das comunidades, através da integração social, da união das pessoas e do aumento da compreensão social e cultural; e terceiro, a nível da imagem e o do estatuto, que se traduz em sentimentos de orgulho cívico, patriotismo e bem-estar.

Esses eventos podem ser vistos como um atrativo turístico significativo para o país anfitrião (Hall, 1999; Roche, 1993; Getz, 1999, citado por Balsas, 2017). Além disso, esses eventos são altamente significativos pois deixam acentuados legados que afetam a comunidade organizadora por um período maior do que aquele em que o evento ocorreu. Atentemos no caso do EURO 2004, um evento que se realizou num pequeno período (um mês), e que envolveu um investimento económico elevado na construção de estádios, que, após uma década, ainda se encontram funcionais (Balsas, 2017).

Para Pop, Kanovici, Ghic e Andrei (2016), grandes eventos, pela sua magnitude, têm influência na vasta área em que são realizados, na economia local e nos habitantes, infraestruturas e unidades hoteleiras. Eventos como estes são transmitidos globalmente pelos media, fazendo com que a atenção não seja dada só aos atletas e às suas *performances*, mas também à região ou cidade organizadora. A alta audiência deve-se também ao facto de muitas seleções trazerem atletas de topo Mundial para participarem neste tipo de competições (Fourie e Santana-Gallego, 2011).

Kavetsos e Szymanski (2010) demonstraram que o fator de boa sensação é significativamente associado aos organizadores de grandes eventos de futebol. Eventos desportivos podem ter vários benefícios intangíveis em potencial, como orgulho cívico, reforço do espírito comunitário (Johnson, Mondello, Whitehead Boer, 2007) e felicidade (Kavetsos e Szymanski, 2009, citados por Boer, Koning e Mierau, 2018).

Outros efeitos intangíveis dos eventos desportivos estão associados a uma imagem crescente do país anfitrião, a sentimentos de orgulho nacional e a um melhor desenvolvimento do sistema desportivo de elite, embora esses fatores tenham sido pouco pesquisados (Wicker, Hallmann, Breuer e Feiler, 2012).

## **2. Revisão de Literatura Empírica**

Neste capítulo pretendo demonstrar que tipo de impactes é que outros grandes eventos desportivos têm nas cidades dos países organizadores. Em primeiro lugar irei analisar um evento internacional, que foi o caso da Final da Liga Europa 2013 e, posteriormente, apresentar dois casos, de duas competições que foram realizadas em Portugal, o EURO 2004 e a Final da Liga dos Campeões 2014, à semelhança do que aconteceu em 2019 com a Fase Final da Liga das Nações. Estes grandes eventos são totalmente distintos a nível do seu formato, duração, alcance, estrutura, entre outros, razões essas que me levaram a abordar estas três competições em particular.

Portugal é um país com uma cultura em relação ao desporto bastante acentuada e onde são organizados diversos eventos desportivos de diversas modalidades.

Como o meu objeto de estudo é o Futebol, deixo aqui uma lista de alguns dos mais importantes eventos desportivos que, recentemente, foram realizados em Portugal:

- Euro 2004, que foi o maior evento futebolístico alguma vez realizado em Portugal e com uma envolvência nunca vista em todo o país;
- Final da Taça UEFA, em 2005, realizada no Estádio José Alvalade;
- Euro 2006 (Sub-21);
- Final da Liga dos Campeões em 2014 no Estádio da Luz;
- Fase final da Liga das Nações, em 2019, nas cidades de Guimarães e Porto.
- Fase final da Liga dos Campeões, em 2020, na cidade de Lisboa.

## **2.1. Final da Liga Europa 2013**

Esta competição é atualmente reconhecida pela UEFA como a segunda maior competição europeia de clubes, no futebol.

Ao longo da história desta competição várias equipas holandesas participaram constantemente nesta competição, sendo que três equipas holandesas já tiveram a honra de levantar o troféu. O Feyenoord foi o único clube que o conseguiu fazer por duas vezes - em 1974 e 2002 - depois do PSV Eindhoven e do AFC Ajax conquistarem este troféu apenas por uma vez, em 1978 e 1992, respetivamente.

Apesar de ser um país relativamente pequeno, os clubes Holandeses têm tido bastante sucesso nas competições Europeias, sobretudo nas décadas de 70, 80 e 90. E, para além das 4 Finais recebidas da Liga dos Campeões, a Holanda já foi palco de 3 Finais da Liga Europa.

A primeira realizada, a 8 de maio de 2002, no De Kuip (Estádio do Feyenoord, em Roterdão), que foi disputada pelo Feyenoord (NED) e Borussia Dortmund (ALE). A segunda, realizada a 10 de maio de 2006, disputada no Philips Stadion (Estádio do PSV Eindhoven, em Eindhoven), que opôs o Sevilla (ESP) e o Middlesbrough (ING). E, por último, a 15 de maio de 2013, o confronto entre Chelsea (ING) e Benfica (POR).

No dia 16/06/2011, esta Final foi atribuída pelo Comité Executivo da UEFA à Amsterdam Arena. Foi o segundo grande desafio continental na casa moderna do já quatro vezes campeão europeu AFC Ajax, depois de ter recebido a Final da Liga dos Campeões 1997/1998, que opôs o gigante Real Madrid (ESP) e a Juventus (ITA).

Figura 2 - Logotipo Europa League Final Amsterdam 2013



(Fonte: UEFA)

Patrick Kluivert, embaixador do evento, sentiu-se orgulhoso do *design* do evento, que também foi apresentado em Amsterdão. “Acho que parece muito fresco, muito bonito”, disse, acrescentando ainda “Acho que brilha. Será uma noite fantástica e farei tudo (como embaixador) para que assim seja” (UEFA, 2012).

Para a (UEFA, 2012), Patrick Kluivert assume que “Quando podes receber uma final tão importante na tua própria cidade, é fantástico tanto para a KNVB [FA holandesa] como para o futebol holandês”. O antigo internacional Holandês descreveu ainda a cidade como “Uma verdadeira cidade do futebol” e o estádio como um local muito especial.

Falando no lançamento oficial do processo de venda de bilhetes, o antigo avançado da Holanda, AFC Ajax e FC Barcelona, ficou maravilhado com a chegada da final à sua cidade natal. “Acho que terá um impacte muito grande” (UEFA, 2012).

O presidente da Federação Holandesa Real de Futebol (KNVB), Michael van Praag, por sua vez, ficou entusiasmado com o facto do seu país ter sido mais uma vez o foco das atenções do futebol e do mundo, em geral. O responsável máximo pela KNVB sabia que Amsterdão tinha muito a oferecer e defendeu que este evento foi extremamente importante para que aumentasse o turismo, porque trouxe pessoas que visitaram a

cidade, e que em “situações normais” não o fariam. Ressaltou ainda que as pessoas foram para Amsterdão não só pelos museus ou pelos elementos característicos da cidade, mas, também, porque é uma cidade muito agradável, com “muitos restaurantes, esplanadas e bares” (UEFA, 2012).

Já o presidente da Câmara de Amsterdão, Van der Laan, conforme se lê em (UEFA, 2013), falou do orgulho da cidade: “Somos uma cidade do futebol”. O autarca realçou a realização desta competição na Holanda pela importância que o futebol tem para a sociedade. Agradeceu à UEFA pelo *maxi-pitch* que doaram, que ficou a Leste de Amsterdão, onde muitas crianças poderão jogar nos próximos anos e que fica como legado da competição.

Eric van der Burg, vice-presidente da Câmara de Amsterdão, estava entusiasmado para receber convidados de todo o mundo e Amsterdão, para além de ser uma cidade do desporto e do futebol, é uma cidade internacional, que tem muito para oferecer devido à sua beleza. O autarca realça “uma Final como esta é vista em todo o mundo, e as pessoas não vão apenas assistir a um bom jogo de futebol, mas também vão ver que Amsterdão é realmente um lugar para se visitar” (UEFA, 2012).

Segundo (Lusa, 2013), a final da Liga Europa de futebol entre Benfica (POR) e Chelsea (ING) teve um impacto de 157,6 milhões de euros. A conclusão é de um estudo realizado pelo IPAM – *The Marketing School*, coordenado pelo professor Daniel Sá.

O impacto económico global contabiliza gastos com restauração, viagens de avião, estadias, consumos em casa, prémios de jogo, de bilheteira e direitos televisivos, o que tudo somado deverá traduzir-se em movimentos de 157,6 milhões de euros.

Coordenado pelo docente Daniel Sá, o estudo conclui que a presença do Benfica na final do Arena de Amsterdão, na Holanda, “deve valer à economia nacional proveitos na ordem dos 26,95 milhões de euros, um valor que equivale a 17 por cento do impacto económico global” (Lusa, 2013).

Quanto ao mercado português, a maior fatia (55 por cento) ficou a dever-se, em primeira instância, ao consumo em casa, seguindo-se as viagens de avião (22 por cento) – cujas deslocações são estimadas em 10 mil pessoas – e os gastos na restauração (15 por cento).

Conforme se lê em (Lusa, 2013), o estudo do IPAM revelou ainda que “o mercado britânico foi, sem margem para dúvidas, o vencedor antecipado do desafio”, ao registar um impacto na economia de 78,5 milhões de euros, precisamente metade do total.

Segundo a mesma fonte, a partida de Amesterdão trouxe o dobro dos proveitos da final da Liga Europa entre o FC Porto (POR) e o Sporting de Braga (POR), realizado há dois anos (72 milhões euros), mas cerca de metade das finais da Liga dos Campeões de 2009 e 2010, entre o Barcelona (ESP) e o Manchester United (ING) (310 milhões) e entre o Inter de Milão (ITA) e Bayern de Munique (ALE) (350 milhões), respetivamente. “Os 50 mil espetadores que assistirão ao desafio nas bancadas da Arena de Amesterdão devem, a par das 40 mil dormidas, 200 mil refeições servidas, as 50 mil deslocações internas, 30 mil visitantes que se esperam na capital holandesa, movimentar 14,25 milhões de euros”, conclui o estudo do IPAM.

## 2.2. Euro 2004

Como referi anteriormente, o Euro 2004 foi o maior evento futebolístico alguma vez realizado em Portugal, com um sucesso e envolvimento nunca vista em todo o país. É de salientar que o impacte económico de um evento como o Euro 2004, obviamente, será muito superior a uma Liga das Nações, quer pela sua importância e grandeza, quer pelo maior número de participantes, jogos, entre outros. Ainda assim, é importante perceber como é que este evento foi marcante para todo o panorama desportivo/futebolístico e do país, não só por todo o envolvimento económico que trouxe, mas também por todas as emoções que despertou nos habitantes Portugueses. Portugal ganhou a partir deste evento uma maior consideração por parte da UEFA, um “outro olhar” do resto do mundo, construiu novas infraestruturas desportivas e sociais de topo e ainda dinamizou uma série de serviços que estavam, até então, parados.

Foram oito as cidades que acolheram de Norte a Sul de Portugal, o Euro2004. Estas oito cidades foram: Aveiro, Braga, Coimbra, Faro, Guimarães, Leiria, Lisboa e Porto.

Lynn Minnaert (2011), citado por Pop, Kanovici, Ghic e Andrei (2016), argumenta que quando um país adquire o privilégio de organizar um grande evento desportivo, ele é obrigado a desenvolver as suas infraestruturas para receber um grande número de turistas e visitantes que devem comparecer no evento. O impacte dos grandes eventos desportivos é muito forte, em particular, pela sua visibilidade a nível internacional, através do interesse em promover o evento e a sua localização, que é um fator de atratividade para muitos países que se esforçam para se tornarem anfitriões desses mesmos eventos.

Foi exatamente o que aconteceu com esta competição (EURO 2004), que obrigou a um forte investimento financeiro na construção/remodelação de dez estádios, uma vez que Portugal não reunia todas as condições para a realização deste evento. Foram eles; Estádio Municipal de Braga, em Braga; Estádio D. Afonso Henriques, em Guimarães; Estádio do Bessa e Estádio do Dragão, no Porto; Estádio de Municipal de Aveiro, em Aveiro; Estádio Cidade de Coimbra, em Coimbra; Estádio Dr. Magalhães Pessoa, em Leiria; Estádio Alvalade XXI e Estádio da Luz, em Lisboa; e o Estádio do Algarve, no Algarve.

O estudo de Cadima Ribeiro *et al.* (2004) tinha como propósito estudar o esforço financeiro realizado pelas cidades de Guimarães e Braga para terem condições para receber o evento e ainda discutir o impacto económico global e na região envolvente (Minho). O número total de espectadores do evento foi de 1.165.192 milhões e nos quatro jogos que foram realizados em Braga e Guimarães houve um total de 80.733 mil espetadores.

Em relação ao tópico do investimento, Cadima Ribeiro *et al.* (2004) afirmam que houve claramente um enorme esforço financeiro e que, a par disto, melhoraram-se acessos, apressou-se a concretização de projetos infraestruturais rodoviários, ferroviários e aeroportuários, aumentou-se a capacidade hoteleira, desencadearam-se operações de reordenamento urbano, promoveu-se externamente o país, ou seja, preparou-se o país, em geral, e as cidades que foram sedes de competição, em particular, para acolherem o campeonato. Devido à construção dos estádios e outras infraestruturas, esperava-se que o setor da construção aumentasse de 3,5 para 7,1 por cento até 2005 e que fossem criados cerca de trinta mil novos empregos (Gago e Silva, 2001, citado por Balsas, 2017).

Em relação aos números do investimento, Cadima Ribeiro *et al.* (2004) indicam que o custo total da construção e remodelação das infraestruturas para o europeu foi perto de 1 bilião de euros, dos quais 21% foi pago pelo governo. Cerca de 47% deste investimento público foi recuperado até 31 de dezembro de 2004, considerando só impostos diretos.

Já no que toca ao impacto financeiro, JN e NAF (2005) noticiam, invocando o estudo de Cadima Ribeiro *et al.* (2004), que a realização do Campeonato Europeu de Futebol gerou um valor acrescentado próximo dos 700 milhões de euros e criou 39.363 empregos, entre 2002 e 2004. Afirmava-se ainda que O Euro 2004, o maior evento de sempre realizado em Portugal, permitiu às empresas envolvidas produzir mais 1,9 mil milhões de euros, entre 2002 e 2004. Em contrapartida, gastaram-se 370 milhões de euros em ordenados e o Estado arrecadou 57,7 milhões em impostos, diretos (sobre salários, por exemplo) e indiretos (IVA).

Balsas (2017), citando Wise (2003), afirma que a Organização Mundial do Turismo previu que Portugal se tornaria o décimo maior mercado turístico do mundo até 2020. Pouco

antes dos jogos, era o décimo sexto destino turístico mais importante do mundo, com 1,8 por cento do mercado global.

O estudo de Cadima Ribeiro *et al.* (2004) conclui que, internacionalmente, em matéria de imagem do país e da região, o evento teve um impacto positivo e que contribuiu para um “sentimento de orgulho nacional e de dever cumprido”. Acrescenta-se ainda que a organização do evento também trouxe milhares de turistas ao país que, para além das receitas geradas neste período, são turistas que poderiam voltar no futuro e, assim, as receitas turísticas geradas poder-se-iam alargar no tempo.

Para Pereira, Cadima Ribeiro e Viseu (2004), o EURO 2004 foi, definitivamente, um evento extraordinário, capaz de promover a imagem de Portugal nacionalmente e sobretudo internacionalmente. Esta foi uma oportunidade única para apresentar um país com uma infraestrutura moderna e capacidade empreendedora e organizacional (Tyson-Ward, 2002; Kassens-Noor *et al.*, 2015, citado também por Balsas, 2017).

Quatro dias antes do fim do torneio, a UEFA classificou o Euro 2004 como o melhor de sempre, não poupando elogios à organização portuguesa. O sucesso verificou-se igualmente ao nível das audiências televisivas, que registaram um recorde de 845 milhões de telespectadores só nos 24 jogos da fase de grupos. O sueco Lars-Christer Olsson, diretor-executivo da UEFA e ex-administrador da Sociedade Euro 2004, no final da reunião do comité executivo do organismo que rege o futebol europeu, que se realizou nos últimos dois dias em Lisboa, reforçou: “Nunca estivemos tão bem preparados e nunca organizámos um torneio tão bem”, destacando três pontos fundamentais que contribuíram para o êxito: transportes, tratamento dos profissionais de comunicação social e dos VIPs (Curado, 2004).

### **2.3. Final da Liga dos Campeões 2014**

Esta competição é atualmente reconhecida pela UEFA como a principal competição europeia de clubes no futebol.

Ao longo da história desta competição, várias equipas portuguesas participaram constantemente nesta competição, sendo que duas equipas portuguesas já tiveram a honra de levantar o troféu por duas vezes: em 1961 e 1962, no caso do Sport Lisboa e Benfica; e 1987 e 2004, no caso do Futebol Clube do Porto. Contudo e apesar de algum sucesso por parte das equipas Portuguesas nesta competição, esta só foi realizada por 3 vezes em Portugal e as 3 vezes na cidade de Lisboa.

A primeira, realizada a 25 de maio de 1967, foi disputada no Estádio Nacional (Jamor), que resultou no confronto entre Celtic FC (ESC) e FC Internazionale Milano (ITA). A segunda, realizada a 24 de maio de 2014, disputada no Estádio da Luz (Estádio do Sport Lisboa e Benfica, em Lisboa), opôs as duas equipas madrilenas do Real Madrid (ESP) e do Atlético de Madrid (ESP). E a terceira, realizada em circunstâncias especiais devido à pandemia do covid-19, foi realizada no dia 23 de agosto de 2020, disputada também no Estádio da Luz (Estádio do Sport Lisboa e Benfica, em Lisboa), entre Bayern Munique (ALE) e Paris Saint Germain (FRA).

Figura 3 - Logotipo Champions League Final Lisbon 2014



(Fonte: UEFA)

A Final da UEFA *Champions League* de 2014, em Lisboa, teve personalidade própria, com um conceito de *design* completo desenvolvido especialmente para o evento. O *design* e o logótipo proporcionaram à “*Road to the Final*” e à final uma identidade única, que foi aplicada a uma vasta gama de aplicações promocionais, com o objetivo de ajudar a promover a final e aumentar o prestígio de um dos maiores eventos desportivos do mundo (UEFA, 2013).

Luís Figo, um dos jogadores de futebol mais famosos de Portugal, foi nomeado pela UEFA como embaixador oficial da final da UEFA *Champions League* de 2014. “Para todo o país, ter a oportunidade de receber a final da melhor competição de clubes é uma grande honra”, explicou. “Temos a certeza que vai ser uma noite fantástica para todo o Portugal; só temos de torcer para que tenha o mesmo sucesso que as últimas edições” (UEFA, 2013).

Pinheiro Pais (2017, p.2) realizou uma dissertação que teve como objetivo principal verificar se a final da *UCL Lisbon 2014* incentivou o crescimento da cidade de Lisboa e de que forma contribuiu para que esta se tornasse, como a própria referência, “a cidade mais *cool* da Europa”.

Pinheiro Pais (2017, p.34) refere que, segundo um estudo realizado pelo IPAM, coordenado pelo docente Daniel Sá e que tinha como objetivo avaliar o impacto económico da final da mais importante competição de clubes da Europa e que colocou frente-a-frente os maiores emblemas da capital espanhola, estimava-se que o impacto económico da final *UCL Lisbon 2014* resultasse num efeito económico de 409,8 milhões de euros, com 70 mil visitantes e 50 mil dormidas, entre gastos com restauração, viagens, receitas de bilheteira, publicidade, segurança, *merchandising* e direitos televisivos, incluindo a preparação e o rescaldo do evento. Refere ainda que a distribuição do impacto económico global da *UCL Lisbon 2014* foi a seguinte: 29,5 milhões de euros foram para o clube vencedor; 21 milhões para o clube vencido; 46,3 milhões para a cidade de Lisboa; 154 milhões para o mercado espanhol; e, por último, 159 milhões para o mercado mundial.

“A Final da Liga dos Campeões atingiu uma dimensão espantosa, destronando a *Super Bowl* como o evento desportivo mais mediático no mundo. A primeira final da *Champions* disputada entre emblemas da mesma cidade deverá registar uma audiência televisiva mundial de mais de 380 milhões de espectadores em cerca de 200 países” (Publituris, 2014).

O Jornal Record, por sua vez, noticia que Tiago Craveiro, diretor geral da FPF, afirmou que é preciso salientar que, desde a final de Roma, em 2009, entre Manchester United e Barcelona, o jogo decisivo na maior prova mundial de clubes é sempre o que mais projeção mediática garante. Aliás, a UEFA tem números que são sintomáticos do impacto que um jogo destes provoca no país e na cidade, calculando que, em média, cada espectador que foi a Munique, em 2012, gastou 445 euros. Ou seja, são dados que não podem ser ignorados, na certeza de que este evento vai também trazer bastante lucro a muita gente e até proveitos ao Estado português na ordem dos... 30/40 milhões de euros só no pagamento de impostos (Record, 2013).

Segundo o jornal Público, independentemente dos números, ao encaixe estimado terá de ser acrescentado “o valor intangível da visibilidade de Lisboa nos mercados internacionais, a valorização que a capital terá por poder ser equacionada para outros eventos, entre outros”, sublinha Eduardo Abreu, sócio da consultora. Além dos milhões que reforçam a economia local há, assim, outros ganhos que só serão contabilizados mais tarde (Silva, 2014).

O mesmo jornal noticia ainda que “A assistir ao jogo estão mais de 380 milhões de espectadores em cerca de 200 países e prevêem-se mais de 10 milhões de “gostos” no Facebook, seis milhões de seguidores no Twitter e mais de quatro milhões no Youtube, garante o IPAM. Nesse momento, as palavras “Lisboa” e “Portugal” serão repetidas e difundidas mundo fora, valorizando o destino turístico (Silva, 2014).

Para reforçar esta ideia, Pinheiro Pais (2017, p.52) conclui que o objetivo do seu estudo foi conseguido, uma vez que, “em virtude dos factos analisados, observou-se que os grandes eventos desportivos contribuem não só para a atração e fidelização de todos os agentes turísticos, desde cidadãos visitantes a empresas, como também contribui para a melhoria da imagem da cidade e da vida dos cidadãos residentes, que poderão também ser praticantes ou espetadores dos próprios eventos locais”.

### 3. Dados e Metodologia

Neste estudo, pretende-se observar, estudar e avaliar dados, interpretando-os de acordo com os vários tipos de impactes que uma competição como a Liga das Nações tem num País/Cidade.

Foi efetuado um trabalho crítico (recolha, pesquisa, compreensão e sistematização) sobre os dados com foco na análise desta competição. Determina-se o impacto económico, turístico, social e cultural, e percebe-se o quão importante pode ser a realização deste tipo de eventos para a dinamização de um certo território.

Posto isto, é relevante, planificar, definir e pormenorizar todas as tarefas inerentes aos processos que serão aportados na dissertação. Esta é uma ação crucial para que o estudo seja válido, consistente e estruturado.

A investigação teve início com a pesquisa e análise da literatura, com o objetivo de obter, alargar e consolidar conhecimentos sobre as temáticas em estudo e variáveis a elas ligadas. Após a revisão de literatura, procedi à recolha de dados qualitativos e quantitativos, se possível, acerca de *itens* pertinentes e explanados ao longo desta dissertação, com a finalidade de obter estatística e fidedignamente parâmetros decisivos para a mesma das diversas entidades envolvidas, através de 7 entrevistas semiestruturadas que foram estrategicamente definidas para uma maior abrangência de informação, Cada entrevista demorou em média 30 minutos e as entidades entrevistadas foram as seguintes:

- A gestora de contas do Hotel Meliá (Ângela Araújo, Anexo 1) e o diretor comercial do Santa Luzia ArtHotel (Pedro Mendes, Anexo 2), hotéis estes onde ficaram hospedadas as seleções Holandesa e Inglesa, respetivamente;
- O adjunto do gabinete de apoio à vereação da Câmara de Guimarães (Sérgio Gonçalves, Anexo 3), de forma a perceber o papel da Câmara Municipal de Guimarães na realização deste evento;
- O responsável máximo pelas *Fan Meeting Points* (Miguel Carvalho, Anexo 4), para entender como funcionou toda a dinâmica desta atividade;

- O gestor de competições e eventos da FPF (Carlos Lucas, Anexo 5), para compreender o desenvolvimento e organização do evento, do ponto de vista da principal entidade organizadora;
- O diretor de operações e gestor das instalações desportivas do Vitória Sport Club (Pedro Lima Coelho, Anexo 6), que foi, ainda, o *Project Leader* de Guimarães, para elucidar qual a envolvência do clube, no evento, que foi o maior parceiro da FPF, a par do FC Porto;
- Por último, o diretor executivo do IPAM e especialista em marketing desportivo (Daniel Sá, Anexo 7), que conduziu um estudo sobre o impacte económico da Liga das Nações.

Foi ainda aplicado um questionário que permitiu a recolha de dados qualitativos e quantitativos quanto à perceção dos moradores de Guimarães face à realização da Liga das Nações 2019, que decorreu nas cidades de Guimarães e do Porto. Sendo Guimarães uma das cidades anfitriãs as opiniões dos residentes acerca desta competição foram importantes para estabelecer os impactes deste grande evento desportivo.

O material recolhido através das entrevistas foi tratado recorrendo à análise de conteúdo. Para o tratamento da informação recolhida no inquérito recorri apenas a uma análise descritiva.

Tal como está patente em todo o discurso apresentado, devidamente fundamentado, optei por utilizar esta metodologia, uma vez que, me facultou a possibilidade de arrecadar e contactar com fontes fiáveis, isto é, contacto *in loco*, obtendo uma maior transparência na recolha de dados e melhores resultados estatísticos. O que não só enriqueceu o meu trabalho, como também pode facultar a outras pessoas interessadas nestas temáticas, ilações problemáticas e relações causa-efeito, como ponto de partida para a execução de uma dissertação de mestrado, algo a que eu não tive acesso.

## 4. Estudo de Caso

### 4.1. Liga das Nações

Tomando como estudo de caso a fase final da Liga das Nações realizada no Porto e em Guimarães no início de junho de 2019, pretendemos aprofundar o conhecimento de toda a realização e gestão deste evento, nomeadamente a interação com as entidades responsáveis, de modo a que seja perceptível e estudado o seu impacte nas vertentes económica, social e turística.

Tendo presente a revisão da literatura realizada, parece legítimo afirmar que são poucas as investigações realizadas em Portugal sobre o impacte deste tipo de eventos, e, por isso, este estudo encontra plena razão de ser, ao centrar-se num dos maiores eventos desportivos a nível futebolístico – a Fase Final da Liga das Nações. Em particular, serão estudados os impactes dos jogos realizados na cidade de Guimarães para que, e indo ao encontro do objetivo fundamental deste projeto, verificar se os eventos desportivos incentivam o crescimento da economia, e, em concreto, de que forma a fase final da Liga das Nações contribuiu para o crescimento e desenvolvimento da cidade de Guimarães, para se concluir algo sobre a importância para os locais de acolhimento, em geral, da realização destes eventos.

A Liga das Nações é a nova prova da UEFA, o organismo máximo do futebol na Europa, que promete revolucionar as pausas internacionais no calendário do futebol e, ao mesmo tempo, oferecer mais uma competição para os adeptos torcerem pelo seu país. Tem o formato de uma mini liga, com subidas e descidas de divisão, *playoffs* e, no final, um troféu. A possível entrada no Euro 2020/2021 é outro atrativo da competição. Portugal foi o vencedor na primeira e única edição desta competição, até à data.

#### 4.2. Como funciona?

Em Camilo (2018), pode-se ler como funciona a Liga das Nações. A prova, aprovada em março de 2014, divide as 55 federações membro da UEFA em quatro Ligas, de acordo com as respetivas posições no *ranking* de coeficientes de seleções nacionais da UEFA.

Cada liga terá quatro grupos, sendo que na Liga A estão agrupadas as melhores seleções europeias e na Liga D estão sorteadas as piores seleções do contingente europeu. Portugal está inserido no grupo 3 da Liga A, juntamente com Itália e Polónia.

Aqui entra uma nova particularidade: a possibilidade das promoções e despromoções. O último classificado de cada Liga será relegado para a Liga inferior à que estava situado à exceção, claro, das seleções que ficarão no fundo, isto é, na Liga D.

Por sua vez, os primeiros classificados terão à sua espera a promoção para a Liga seguinte. Os vencedores da Liga A discutirão quem será o campeão da Liga das Nações e quem ficará nos restantes lugares do pódio, através de uma *final four*, composta por meias-finais, jogo de apuramento do terceiro e quarto lugar e final.

Os jogos dos grupos da primeira edição da *UEFA Nations League* foram disputados ao longo de seis jornadas, em forma de "jornadas duplas", durante os meses de setembro, outubro e dezembro de 2018. A fase final da *UEFA Nations League*, para as equipas que vencerem os quatro grupos da Liga A, foi agendada para a primeira quinzena de junho de 2019.

### **4.3. Os “prós” e os “contras” da Liga das Nações**

Em Camilo (2018) podemos ler quais os prós e contras desta Liga das Nações. O objetivo da UEFA desta competição é simples: reduzir, ao máximo, os “aborrecidos” amigáveis internacionais, oferecendo uma maior competitividade e uma razão para as seleções utilizarem os seus melhores jogadores – sob risco de poderem ficar para trás relativamente a países rivais. Além disso, oferece a oportunidade de ver com maior regularidade equipas de maior valia a enfrentarem-se – permitindo, assim, que seleções de países mais pequenos possam ter maiores hipóteses de singrar na competição.

Outro ponto positivo são os prémios monetários. Só em prémios de participação - ou como a UEFA lhes chama, “verbas de solidariedade” - cada seleção da Liga A, como Portugal, recebe 1,5 milhões de Euros apenas por participar na Liga das Nações. Ao todo, se a seleção portuguesa for vencedora da competição, os prémios poderão chegar aos 7,5 milhões de euros.

Do lado negativo da competição, haverá cada vez menos espaço para a existência de amigáveis intercontinentais, que proporcionavam às federações altas receitas – como é o caso, por exemplo, de um amigável entre Portugal e Argentina.

#### 4.4. Fase Final Liga das Nações 2019

Conforme divulgou a UEFA, em 9 de março de 2018, Portugal candidatou-se à organização da “*Final Four*”, juntamente com a Polónia e a Itália.

A candidatura à Fase Final, a disputar pelos vencedores dos quatro grupos da Liga A, Portugal, Suíça, Inglaterra e Holanda, exigia a apresentação de dois estádios com uma lotação mínima para 30 mil espetadores e separados por um espaço máximo de 150 quilómetros.

Após o empate de Portugal em Itália (0-0), a UEFA confirmou que a realização da “*Final Four*” da competição seria em território luso, uma vez que foi o único país, entre os candidatos a receber o evento, que se qualificou para esta fase da competição. O Estádio do Dragão, no Porto, e o Estádio D. Afonso Henriques, em Guimarães, acolheram as meias-finais, respetivamente, nos dias 5 e 6 de junho de 2019, e a final, bem como o jogo de atribuição do terceiro lugar, no dia 9.

Em entrevista, Carlos Lucas (Anexo 5), Diretor de Competições e Eventos da FPF, este enalteceu que eram várias as alternativas para a realização da competição, mas que a escolha pelos estádios do Dragão e D. Afonso Henriques recaíram com o objetivo de descentralizar o evento: “A última Final Europeia tinha sido a *Champions* em 2014, e viemos com a Liga das Nações para a região Norte, para Porto e Guimarães”.

Para o Primeiro-ministro, António Costa, o Euro 2004 continua a ser um exemplo a nível de segurança, logística e “esta prova será outro marco importante, para nos balançarmos um dia para outros voos. Somos capazes de organizar o que for preciso organizar”. Elogia ainda toda a estrutura da FPF reconhecendo toda a sua enorme competência e capacidade organizativa (Record, 2019).

Relativamente ao Presidente da Federação Portuguesa de Futebol (FPF), Fernando Gomes, mostrou-se convicto que seria mais um motivo para o futebol “honrar o país”. O Líder Federativo enalteceu “a experiência e a paixão pelo futebol”, que foram decisivas para que a candidatura portuguesa fosse escolhida como vencedora para organizar a Liga das Nações, já que “Portugal tem demonstrado a sua enorme capacidade para receber grandes eventos desportivos europeus” (Teixeira, 2019).

Fernando Gomes, que já em março de 2019 tinha sublinhado que a FPF estará sempre disponível “para levar o nome de Portugal mais longe” e que o aprofundar da relação com o setor do turismo nacional poderá ajudar a reforçar a “visibilidade de Portugal” num contexto global: “Sabemos que somos embaixadores de Portugal num mundo inteiro e assumimos essa tarefa com muita honra e orgulho. Por outro lado, também sabemos que, quer através das nossas seleções, quer através dos eventos que organizamos, como a Fase Final da Liga das Nações ou a Final da Supertaça Europeia, poderemos ajudar a abrir novos mercados turísticos, criar mais emprego e riqueza para Portugal. É essa a missão que nos propomos realizar em conjunto com os nossos parceiros institucionais ou comerciais”. (Teixeira, 2019)

O presidente da Câmara do Porto, Rui Moreira, destacou a visão que Fernando Gomes e a Federação Portuguesa de Futebol tiveram na organização da Liga das Nações. O autarca enfatizou, também, o apoio da UEFA, para concretizar o projeto, mas, principalmente, de dois grandes clubes: o FC Porto e o Vitória de Guimarães, que vão ceder os seus estádios para acolher a competição europeia (Teixeira, 2019).

Rui Moreira não deixou de elogiar o facto de, além de Portugal, outras três “grandes nações” do Futebol Europeu, como a Inglaterra, a Holanda e a Suíça, contribuírem para atrair ainda mais visitantes às cidades do Porto e de Guimarães. Contudo, nem só de adeptos estrangeiros irá viver a Liga das Nações, já que segundo o Presidente da Câmara do Porto, este “não é um evento para o inglês ver, é para o português, portuense, vimaranense, inglês, holandês e suíço, ver e viver” (Teixeira, 2019).

Além do Porto, também Guimarães tem já “pergaminhos nos grandes eventos desportivos, como o Euro 2004”, assim defendeu o autarca vimaranense, Domingos Bragança, que exaltou o contributo do Vitória SC para a organização da primeira edição da Fase Final da Liga das Nações, que está convencido de que será “um sucesso” (Teixeira, 2019).

O Presidente da Câmara de Guimarães destacou que a cidade “vive sempre com emoção e intensidade o desporto, e por isso, sabe acolher todos os adeptos, e valoriza estas competições de alto nível” (Teixeira, 2019).

Carlos Lucas (Anexo 5), diretor de Competições e Eventos da FPF, realçou a importância de todas as entidades envolvidas “Nós só conseguimos obter sucesso, devido ao apoio facultado por todas as entidades governamentais, desde o governo, até aos municípios, aos clubes envolvidos e também às autoridades de segurança, os aeroportos, ou seja, é esta equipa toda e não apenas a FPF”.

Vítor Baía foi nomeado o embaixador da Federação Portuguesa de Futebol para a Liga das Nações e representou o organismo federativo em dois palcos que muito lhe dizem. “Estou certo de que irá ser um grande sucesso a todos os níveis, tanto na cidade do Porto, como na cidade de Guimarães”, ressaltou o antigo guarda-redes (Teixeira, 2019).

Já sobre aquela que será a prestação portuguesa na Liga das Nações, o antigo guardião portista e da Seleção Nacional deixa claro o objetivo de que “o êxito desportivo esteja associado àquilo que será, sem dúvida alguma, uma organização de excelência” (Teixeira, 2019).

Em relação às *Fan Meeting Points* da Liga das Nações no Porto, os adeptos de Portugal tiveram duas *fan zones*: na Avenida dos Aliados, no coração da cidade do Porto, e na Praça Velásquez, junto ao Estádio do Dragão. Já os Suíços, que enfrentaram a Seleção nacional na meia-final da Liga das Nações, ficaram concentrados na Alfândega do Porto e no Parque dos STCP da Bonjónia. Em Guimarães, na meia-final que opôs a Inglaterra e a Holanda, os adeptos tiveram duas *fan zones* na cidade berço: os ingleses ficaram concentrados no Multiusos, em Guimarães, e os holandeses no Parque da Cidade (Teixeira, 2019).

#### **4.5. Fase final da Liga das Nações 2019: Organização e Impactes em Guimarães**

Como referi anteriormente, o objetivo deste estudo é entender/avaliar qual o impacto económico que o evento em referência teve, incidindo sobretudo na cidade de Guimarães.

Este capítulo será para explicar em pormenor o decorrer de todo o processo em Guimarães, inclusive a metodologia organizativa, a fim de albergar com sucesso esta efeméride futebolística. Por outro lado, pretendo, ainda, esclarecer a dinâmica vimaranense, de modo a que retiremos ilações acerca do tipo de impactes (económico, turístico e social) que cada um destes aspetos provocou na cidade. Os referidos aspetos serão posteriormente alvo de discussão.

Portugal é anunciado, então, como organizador do evento e, assim sendo, há questões de carácter mais amplo que se impõem, tais como: qual o motivo para a eleição destas cidades como organizadoras? Por que razão se deu preferência uma cidade “tão pequena” como Guimarães? Como surge esta oportunidade para a cidade Vimaranesa?

Em entrevista ao Adjunto do Gabinete de Apoio à Vereação da Câmara de Guimarães, Sérgio Gonçalves (Anexo3), este afirmou que a candidatura foi iniciada em 2018 e que um dos principais interesses da candidatura se deveu ao facto do evento ser promovido pela FPF. “Por um lado, tentou-se descentralizar o evento e, por outro lado, a aposta teria de ser em cidades já com alguma dimensão e capacidade organizativa, como o Porto e Guimarães”.

O autarca defende que estas cidades detinham de antemão os estádios organizados, devido ao EURO 2004, possuindo, assim, capacidade e infraestruturas para enfrentar tão grandioso desafio. E, neste caso, como Guimarães é uma cidade bem servida em termos de rede de transportes, e de fácil deslocação pedestre a partir do centro até qualquer um dos seus pontos geográficos numa curta duração temporal (um máximo de 15 minutos), favoreceu toda a dinâmica da logística e da segurança.

Já Carlos Lucas (Anexo 5), Diretor de Competições Eventos da FPF, realça que a escolha da FPF pela cidade de Guimarães recai sobretudo pelo forte apoio e entusiasmo sentidos

por parte da Câmara Municipal de Guimarães e do Vitória Sport Club para acolher o evento, aliado ao facto da Seleção Nacional já não jogar em Guimarães, há algum tempo.

#### **4.5.1. Transportes**

Relativamente aos transportes, no dia 06 de junho, na linha Porto - Guimarães, foram definidos 10 comboios especiais, com capacidade para 1000 passageiros cada (total de 10.000 lugares), de acordo com os horários previamente estipulados pela CP, com paragens no Porto, em S. Bento e Campanhã, sem ter em conta os horários regulares nesta linha. Os horários especiais estavam dedicados aos adeptos ingleses, pois os adeptos holandeses usufruíram de um autocarro, que estabeleceu a uma ligação entre as duas cidades (Mais Guimarães, 2019).

Para dia 09 de junho, planearam-se dois cenários. Em caso da presença da seleção inglesa no jogo de domingo, em Guimarães, foram definidos 8 comboios especiais, com igual capacidade para 1000 passageiros cada (total 8 000), de acordo com os horários divulgados pela CP. Na eventualidade da não presença da seleção inglesa em Guimarães, estavam determinados 2 comboios, de acordo com os horários a divulgar previamente, também pela CP.

Os adeptos da Holanda, explicou o Vereador, Ricardo Costa, beneficiariam, no dia de jogo, de 48 autocarros entre o Porto e Guimarães e depois encaminhar-se-iam para o Parque da Cidade, “um local mais aprazível do que o Multiusos”, pois era este o ponto de encontro tradicionalmente definido (Mais Guimarães, 2019).

Devido à intensiva utilização do veículo automóvel e de autocarros, na deslocação a Guimarães, implementou-se uma sinalização direcional específica, a partir das autoestradas A7 e A11, de forma a garantir o encaminhamento correto dos adeptos, para as referidas *Fan Meeting Point*. Deste modo, os adeptos ingleses e holandeses foram encaminhados para as portagens da A7 – Guimarães Oeste (Silvares) e Guimarães Sul (Pinheiro), incluindo, neste último caso, os veículos acreditados pela organização.

Conforme já referido, estabeleceu-se uma ligação especial entre o Porto e Guimarães em autocarro para os adeptos holandeses, sendo os mesmos encaminhados para a *Fan Meeting Point* do Parque da Cidade, via A7, Guimarães Sul (Pinheiro).

A autarquia anunciou, no dia 22 de maio de 2019, que estariam disponíveis parques gratuitos nos dias de jogo, como foi o caso do parque da Universidade do Minho (dia 06, desde das 17h30, e dia 09, desde das 09h00), o Campo de S. Mamede ou o Parque da Cooperativa Agrícola de Guimarães (Creixomil).

#### **4.5.2. Fan Meeting Points**

Como foi dito anteriormente, a cidade de Guimarães teve duas *Fan Meeting Points*: uma no parque da cidade e outra no pavilhão multiusos. A *Fan Meeting Point* do parque da cidade era para a Holanda no jogo da meia final e para a Suíça no jogo de 3º e 4º lugar, a do pavilhão multiusos era apenas para os Ingleses. Nos jogos em que a Seleção Portuguesa jogava, as pessoas optaram por ver o jogo no Parque da cidade, por ser um sítio mais simpático, mais verde e em que as pessoas puderam sentar-se a ver o jogo.

Os locais já estavam estrategicamente definidos pela Câmara Municipal de Guimarães, para que houvesse um distanciamento razoável de uma zona para a outra e, que, de certa forma, o tempo de chegada ao estádio fosse mais ou menos distribuído entre uns e outros. Eram dois sítios de lados completamente opostos e que tinham o estádio D. Afonso Henriques a meio deste trajeto.

O adjunto do gabinete de apoio à vereação da Câmara de Guimarães, Sérgio Gonçalves (Anexo 3) explicou que, aquando da candidatura, a Câmara Municipal de Guimarães, na sua carta de apoio, além de acolher de braços abertos o evento, revelou que seria responsável pela organização de duas *Fan Meeting Points*. Realçou a importância da sua realização para criar uma imagem positiva da cidade, porque nisto é como se diz: “não há uma segunda oportunidade para criar uma boa primeira impressão e, por isso, decidimos realizar um pequeno investimento na criação, à semelhança do que a cidade do Porto também fez”.

Miguel Carvalho (Anexo 4) foi o responsável pela organização das *Fan Meeting Points* em Guimarães. Explicou, em entrevista, que a sua empresa (*Designer for party people*) venceu um concurso público de cerca de 40 mil euros, que foi organizado pela Câmara Municipal de Guimarães. A Câmara de Guimarães assegurou-se apenas da segurança e da limpeza do espaço e a empresa de Miguel Carvalho ficou responsável por criar as condições presentes no caderno de encargos, para que os adeptos pudessem socializar e ter uma zona de lazer.

Para Carlos Lucas (Anexo 5), “A nível Financeiro, o investimento da Câmara, para o Multiusos ou para o Parque da cidade, é mínimo, quando, em contrapartida, os adeptos que lá estiveram fizeram um consumo em massa naquela semana, por isso tudo o que eles deixaram a nível de comércio, pagou o investimento sem problema nenhum”.

A este respeito, Miguel Carvalho (Anexo 4) defendeu que a estratégia da empresa foi pensar do ponto de vista do sucesso do evento em que tudo estivesse muito bem organizado para que nada corresse mal e não o estar “obcecados” com o sucesso financeiro.

Ainda assim assume que foi obtido lucro e aponta as três principais razões para que isso tenha acontecido: a primeira, a predisposição das pessoas para assistirem a um jogo de futebol, sejam elas portuguesas ou de outros países, ou seja, quando as pessoas vêm ver um jogo de futebol a uma *Fan Meeting Point* procuram animação, espetáculo e poderem consumir algum álcool; em segundo lugar, o facto de Portugal ser um país “simpático” e muito acolhedor; e em terceiro, os preços elevados e que não são praticáveis para os adeptos portugueses, que têm um poder de compra mais baixo que os adeptos das outras seleções estiveram em Guimarães.

Miguel Carvalho (Anexo 4) terminou, destacando que “O reconhecimento do sucesso foi de todos, da parte da Câmara, que nos congratulou pela forma como nos organizamos. Não faltaram condições absolutamente nenhuma ao público, tanto é que os organizadores das claques das seleções ficaram extremamente agradados pela forma como foram recebidos e por todo o serviço que nós disponibilizamos para que eles pudessem usufruir de bons momentos antes dos jogos”.

As *Fan Meeting Points* são extremamente importantes, quer a nível da criação de um bom ambiente antes dos jogos quer a nível financeiro. Este tipo de Eventos necessita deste tipo de iniciativas de forma a acarinharem os adeptos estrangeiros e ao mesmo tempo envolver a cidade com o evento. Isto acaba por trazer a festa do futebol para fora do “relvado” o que leva a que a alegria da cidade seja maior e a sua economia seja mais desenvolvida.

#### **4.5.3. Hospedagem das Seleções Participantes**

Segundo o Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), os cerca de 100 mil adeptos que visitam Portugal para a Liga das Nações, praticamente esgotaram os hotéis das cidades anfitriãs e dos concelhos vizinhos do evento”, revelando ainda que, “na cidade de Guimarães, sede da Inglaterra, a capacidade hoteleira está esgotada e em Braga, onde estagia a Holanda, está muito perto disso” (Paulo, 2019).

Na cidade do Porto, “a situação é similar, com o índice de ocupação hoteleira muito perto da lotação esgotada e nos concelhos limítrofes a ultrapassar os 80 por cento”, acrescenta a TPNP, na mesma informação (Paulo, 2019).

Foram três as seleções que jogaram em Guimarães: Inglaterra, Holanda e Suíça, contudo, apenas a Inglesa se hospedou na Cidade Berço, mais propriamente, no Santa Luzia ArtHotel. Quanto às restantes seleções, a Holandesa optou por se instalar no Hotel Meliã, em Braga, e a Suíça alojou-se no Porto.

Neste ponto, vou apresentar o funcionamento e a organização dos Hotéis que recebem este tipo de eventos e qual o impacto na economia, baseado nas entrevistas a Pedro Mendes (Anexo 2), diretor comercial do Santa Luzia ArtHotel, e Ângela Araújo (Anexo 1), gestora de contas do Hotel Meliã.

##### **4.5.3.1. Seleção dos Hotéis em questão**

No caso do Santa Luzia ArtHotel, a ideia inicial era que o Hotel fosse utilizado como uma base para o Staff, jornalistas, pessoas da área da organização que estivessem envolvidas, devido à proximidade do Hotel em relação ao estádio. Posteriormente, com a

confirmação que o evento ia ser realizado em Portugal, no Porto e Guimarães, a UEFA colocou a possibilidade de, em vez do Hotel ser utilizado como base para esse tipo de elementos, ser um potencial candidato para receber uma equipa participante. A concretização da reserva da Seleção Inglesa acontece após terem sido enviados técnicos da área logística para conhecer o Hotel.

O Diretor Comercial do Santa Luzia ArtHotel, Pedro Mendes (Anexo 2), aponta como fator determinante o facto de, nestas situações, só aceitarem reservar o hotel em exclusivo. Justifica este fator pelo facto das próprias equipas darem grande valor à privacidade e à liberdade de deslocação dentro do hotel.

No caso do Hotel Meliá, ocorreu de forma ligeiramente diferente. O primeiro contacto foi feito pela FPF que, por sua vez, passou os contactos e preços do Hotel à UEFA. A partir do momento em que a UEFA fez a visita e aceitou as condições, passou a tratar diretamente com o Hotel. Ângela Araújo (Anexo 1), gestora de contas, aponta as facilidades em termos de acessos, o facto de o Hotel ser vocacionado para receber equipas de futebol e o já terem existido experiências anteriores muito positivas com a FPF, como fatores decisivos para a escolha da Seleção Holandesa.

A Seleção Holandesa não ficou com exclusividade do hotel, mas sim com pisos exclusivos: os pisos 9.º, 10.º, 11.º, 12.º, e o 8.º, com alguns quartos. De entre todos estes quartos, havia quartos para os atletas e *staff* técnico e, ainda, para alguns elementos da UEFA. Cada um destes pisos estava totalmente equipado e apresentava todas as condições necessárias como, por exemplo, a existência de três salas de massagem e a existência de banheiras preparadas para a execução de banhos de gelo, de cuidados preventivos e de relaxamento.

#### **4.5.3.2. Logística e Segurança**

A nível do investimento na logística e segurança, ambos os entrevistados concordaram que não houve nenhum tipo de investimento significativo.

Pedro Mendes (Anexo 2) afirmou que foram feitos alguns ajustes, não tanto para melhorar a qualidade dos serviços, mas sim para adaptar o hotel àquilo que a seleção

pretendia. O Diretor Comercial dá alguns exemplos como: a sala de estar de o Hotel ter sido utilizada como salão de jogos e de diversão e, por isso, foi necessário comprar mesas de ténis, *playstations*, televisões e alguns adornos de conforto. Os quartos tiveram de ser alterados de duplos para individuais, o que não implica um custo adicional, mas implica, uma gestão em termos logísticos e de mão de obra.

Houve também um investimento, mas pouco significativo, na parte da segurança, tal como a instalação de algumas câmaras adicionais, porque todo o esquema de segurança foi garantido pela coordenação entre a FPF, a UEFA e a Seleção Inglesa.

Ângela Araújo (Anexo 1) expressa que: “Foi a equipa mais ambiciosa e, para mim, o maior desafio pela logística em si. Só para ter uma ideia, os atletas até os próprios colchões trouxeram!” A gestora de contas, explicou que cada atleta tinha as suas almofadas e os seus colchões terapêuticos, que vieram num camião com antecedência, coisa que nunca tinha acontecido com outras equipas que o Hotel já recebeu. A nível da segurança era tudo organizado entre FPF, UEFA e a Seleção Holandesa, à semelhança do que acontecia no Santa Luzia ArtHotel, mas a gestora realçou: “Tínhamos *Snipers* no Hotel, nos topos. Os cães realizavam buscas no percurso de saída dos atletas até ao autocarro”.

#### **4.5.3.3. Impacte Financeiro**

De acordo com os entrevistados, constatamos que este tipo de eventos é muito positivo, principalmente, para a atividade turística. Primeiro, para os hotéis onde estas seleções ficam hospedados e, depois, sobretudo nas cidades onde foram realizados, Guimarães e Porto, os adeptos acabam por consumir e visitar todos os pontos atrativos das cidades, o que acaba por ser benéfico para a economia local e, conseqüentemente, para o país.

Pedro Mendes (Anexo 2) e Ângela Araújo (Anexo1) caracterizaram este tipo de clientes. Para os entrevistados este tipo de grupos é bastante proveitoso porque passam grande parte do tempo dentro do Hotel, logo, consomem muito mais do que um grupo “normal”, que normalmente dorme, toma o pequeno-almoço, sai e depois volta para jantar. Os clientes individuais consomem se quiserem, enquanto este tipo de grupos tem todo um conjunto de serviços pré-estabelecidos. “Eles não vieram só dormir, vieram

tomar pequeno-almoço, almoçar, lanchar, jantar, tiveram a utilização de imensos serviços que para nós foi uma mais-valia, porque fazia parte de uma negociação prévia estabelecida”, destaca Pedro Mendes.

Em relação ao impacte financeiro, ambos os Hotéis tiveram um negócio que envolveu muitos milhares de euros, uma vez que as respetivas Seleções ficaram hospedadas seis noites. Os entrevistados justificam estes valores com os seguintes pontos: primeiro, os preços dos alojamentos, por si só, estarem elevados, devido à presença de um evento internacional; segundo, devido ao elevado nível competitivo, as refeições das Seleções eram refeições especiais, ou seja, tinham uma série de *itens* e artigos que normalmente não constam no serviço e isso, obviamente, tem um custo adicional; e, terceiro, normalmente, pela sua qualidade, estes Hotéis podem ser um entrave por causa do preço, mas com a Seleção Holandesa e Inglesa isso não era, de todo, um problema uma vez que são tipos de cliente em que o preço não era relevante, apenas queriam qualidade no serviço.

No caso do Santa Luzia ArtHotel, com a estadia da Seleção Inglesa, se compararmos a semana da Liga das Nações a uma semana de época alta para o hotel, esta foi superior pelo menos 60%, pela questão dos quartos todos ocupados durante uma semana, embora não estivessem realmente ocupados o cliente estava a pagá-los. “Num “bolo” total final, diria que foi, à vontade 60% superior comparado a uma semana de época alta para o hotel. Se quiséssemos comparar com uma semana normal, seria talvez mais de 80/90%”, ressaltou Pedro Mendes (Anexo 2).

No caso do Hotel Meliá, Ângela Araújo (Anexo 1) dá valores ainda mais concretos. As ementas de jogadores de Futebol deste nível são muito exigentes, por isso, para termos uma noção, um almoço ou jantar deste tipo de equipas ronda os 50 euros por pessoa, um pequeno almoço ou lanche ronda os 25 euros e uma ceia ronda os 20 euros por pessoa. E o alojamento estamos a falar de valores que ultrapassam os 120 euros por noite, multiplicando por 70 quartos, durante 6 noites. “Mais de metade do nosso alojamento estava ocupado pela Seleção Holandesa e como estávamos perante a realização de um grande evento desportivo, isto funciona como a lei da oferta e da procura, logo é lógico que nas semanas anteriores, durante e após o evento, os preços também aumentaram”.

Em relação à possibilidade de novas parcerias, devido à presença das Seleções, ambos os hotéis ficaram muito bem cotados pela UEFA, com a realização da Liga das Nações. E, em 2020, devido à pandemia do Covid 19, houve a possibilidade de os Oitavos de Final da Liga dos Campeões serem realizados no Norte do país e estes hotéis foram contactados para receberem as equipas que fossem participar neste evento.

No caso do Santa Luzia ArtHotel, ainda mais vantajoso se tornou uma vez que não é um hotel típico para receber a equipas de desporto por estar situado muito perto do estádio e porque é um tipo de Hotel que está no centro da cidade sem qualquer campo de Futebol para treinar. Logo o facto de o Hotel conseguir receber uma Seleção de reputação Mundial, como é o caso da Inglesa, despertou o interesse de outros clubes e de mais clientes. O diretor comercial do Santa Luzia ArtHotel afirma, afincadamente, que a estadia da Seleção Inglesa foi fulcral para se constatar um acentuado aumento da procura, tendo, ainda, facultado alguns exemplos de equipas que após a Liga das Nações ficaram hospedadas no hotel, como: o “O Arsenal, que veio jogar contra o Vitória SC; um estágio, de duas semanas, da Seleção Nacional de Futsal Sénior e Sub 21; e outras equipas nacionais que nos contactaram para estagiar”.

E para além disto, existe um impacte comunicacional e de imagem. Guimarães, passou a estar “no mapa”. “Eu tive aqui jornalistas do “*The Sun*”, a fazer reportagens sobre o hotel e a cidade de Guimarães, a publicarem artigos sobre Guimarães no jornal mais lido de Inglaterra, e isto é o que chamamos a publicidade gratuita, que é a melhor publicidade que existe, porque não custa nada e porque é a verdadeira publicidade. E isto não é alguém a pôr um anúncio, é alguém que está a falar deste sítio e as pessoas ficam despertas para conhecer o local, finaliza Pedro Mendes (Anexo 2).

Abaixo, apresento um quadro que apresenta o resumo financeiro de tudo o que falei acima acerca destes dois hotéis.

**Quadro 1 - Resumo Financeiro \***

<b>Hotel:</b>	<b>Meliá</b>	<b>Santa Luzia</b>
Nº de STAFF do Hotel:	65	45
Nº Seguranças:	4	6
Exclusividade:	Pisos exclusivos	Hotel exclusivo
Nº de Quartos do Hotel:	182	99
Nº de Quartos ocupado pela Seleção:	70	70 (mas pagaram todos)
Nº de Noites:	6	6
Nº de Refeições por dia:	5	4
Ceia:	20€/pessoa – 20x70x6= 8.400€	40€/pessoa – 40x70x6= 16.800€
Pequeno-almoço:	25€/pessoa – 25x70x6= 10.500€	25€/pessoa – 25x70x6= 10.500€
Lanche:	25€/pessoa – 25x70x6= 10.500€	N/A
Almoço e Jantar:	50€/pessoa – 50x70x6x2= 42.000€	60€/pessoa – 60x70x6x2= 50.400€
Valor da estadia:	120€/pessoa – 120x70x6= 50.400€	70.500€
Valor Total recebido:	mais de 120.000€	mais de 140.000€

Fonte: Elaboração Própria baseado nas entrevistas a Ângela Araújo e Pedro Mendes

\* Dados que consegui obter com a entrevista.

#### **4.5.4. Papel do Vitória Sport Clube**

Neste *item*, explanarei todos os procedimentos do Vitória SC, este que foi, sem dúvida, um dos parceiros mais fortes da FPF na organização deste evento, baseando-me sobretudo na entrevista a Pedro Coelho Lima (Anexo 6), diretor de operações e gestor das instalações desportivas do Vitória SC, e ainda “*Project Leader*” de Guimarães neste evento.

Sérgio Gonçalves (Anexo 3) referiu: “Os principais promotores foram a FPF e o Vitória Sport Club, no que concerne à cedência do espaço, no caso do Vitória Sport Club, e como órgão máximo responsável pelo desporto Português, no caso da FPF”.

##### **4.5.4.1. Organização**

Do ponto de vista organizativo, a FPF alocou sempre um conjunto de pessoas para cada uma das áreas específicas. Uma para a área das equipas, outra para os serviços de hospitalidade, uma para verificar os serviços de *catering*, uma para verificar os relvados, outra para as acessibilidades e outra para a parte informática. E o Vitória SC tinha de ter um indivíduo para acompanhar cada um dos elementos da FPF. Com a UEFA acontecia exatamente o mesmo, só que multiplicado por três.

A UEFA tem todas as etapas bem definidas, que, não raras vezes, ultrapassam as competências dos clubes. Antes dos jogos, realizam-se sempre um conjunto de atos solenes, que passam pela forma como as equipas entram em campo, pelo cumprimento de todo o ato protocolar e pela entrega de medalhas e taças. Neste sentido, no âmbito da candidatura, houve um conjunto de operações que o Vitória SC teve de fazer ou ceder, por exemplo, teve de ceder a sua academia para uma das Seleções treinar, encontrar Hotéis, arranjar um estádio alternativo para fazer uma simulação das cerimónias, entre outras condições.

Sobre este tópico, o adjunto do gabinete de apoio à verificação da Câmara de Guimarães, Sérgio Gonçalves (Anexo 3), realçou que “A Câmara Municipal foi um parceiro essencial, visto ser a entidade gestora do território, logo estava incumbida de auxiliar nas questões logísticas”.

#### 4.5.4.2. Adeptos e Segurança

Sérgio Gonçalves (Anexo 3) destacou que nos dois jogos que se realizaram no Estádio D. Afonso Henriques esperavam-se, aproximadamente, 50 mil adeptos e contava-se com a presença de membros da família real Inglesa e Holandesa. Claro que este tipo de expectativas estava sujeito a imprevistos.

A cidade de Guimarães recebeu a meia-final em que a seleção da Holanda derrotou a Inglaterra (3-1, após prolongamento), no dia 06 de junho, e o jogo em que os ingleses alcançaram o terceiro lugar, frente à Suíça (6-5, após penáltis), no dia 09 de junho, com um total de 41.453 mil espetadores no Estádio D. Afonso Henriques (Sportinforma e Lusa, 2019).

Com base neste número de espetadores, Pedro Coelho Lima (Anexo 6) apresentou o balanço seguinte: “Eu julgo que foram 26.000 no primeiro jogo entre Holanda VS Inglaterra e 16.000 no Suíça VS Inglaterra”.

**Figura 4 - Estádio D. Afonso Henriques no jogo Inglaterra VS Suíça**



Fonte: Pedro Coelho Lima (Diretor de operações e gestor das instalações desportivas do Vitória SC)

A Polícia de Segurança Pública (PSP) afetou 9.000 agentes para a Liga das Nações de futebol entre Porto e Guimarães. O intendente Alexandre Coimbra explicou estes números com o assegurar a “liberdade e segurança” dos adeptos, bem como a “ameaça terrorista”, que neste tipo de eventos tem sempre de se ter em conta, noticiou o jornal (Mais Guimarães, 2019).

Cerca de 2 500 polícias fizeram parte do esquema de segurança para a final da Liga das Nações, entre Portugal e Holanda, e para o jogo entre Suíça e Inglaterra, de atribuição do 3.º e 4.º lugar. “Entre Guimarães e Porto, vão estar cerca de 2.500 polícias a trabalhar na segurança das cidades e dos estádios, 1.500 no Porto e cerca de 1.000 em Guimarães, apoiados por 40 operacionais do INEM.”, explicou o Diretor do Gabinete de Imprensa e relações públicas da Polícia de Segurança Pública (PSP), intendente Alexandre Coimbra, em conferência de imprensa na sede policial de Guimarães (Mais Futebol, 2019).

#### **4.5.4.3. Balanço Financeiro**

Em relação ao investimento, segundo Sérgio Gonçalves (Anexo 3), foi considerado “norma” para um evento deste género, na ajuda da limpeza, no policiamento, na questão dos regulamentos e da proteção civil, porque, quer fosse a “*Final Four*” da Liga das Nações, quer fosse um festival de cinema ou de música, iriam existir sempre custos associados a essa organização. Mas a nível de encargos extra, como a construção de infraestruturas, por exemplo, não se verificaram, por isso esta questão em termos de retorno é muito superior ao investimento.

A UEFA, em todas as competições que organiza, participa no investimento. Normalmente, investe em melhorias de infraestruturas para que as suas passagens nas várias competições deixem um legado. A Fase Final da Liga das Nações 2019 não foi exceção e também se fez um conjunto de melhorias, isto é, a FPF viu no evento uma oportunidade de, juntamente com os clubes que tinham possibilidades de fazer investimentos nos seus estádios, melhorar as suas condições.

Neste sentido, Pedro Lima Coelho (Anexo 6) explicou como é que o Vitória SC procedeu de forma a tirar o máximo proveito desta situação. O trabalho foi, do ponto de vista orçamental, arranjar soluções em que a UEFA gastasse o mesmo ou menos que gastaria

num aluguer, enquanto o Vitória SC pagaria a diferença para ficar com o processo. Por exemplo, queriam trocar os ecrãs gigantes, pelo que mostraram à UEFA os respetivos orçamentos de aluguer, que tinha um custo de 50.000 euros. Se o Vitória SC pretendesse ficar com o equipamento, teria de pagar mais 50.000 euros e a UEFA suportaria a outra metade.

Isto foi válido para ecrãs gigantes, pequenas melhorias dos espaços de hospitalidade, cozinhas novas, rede de *internet*, aperfeiçoamentos nas banheiras de crioterapia nos balneários, entre outros. Estas iniciativas acabaram por transmitir confiança à UEFA, que percebeu que o Vitória SC estava comprometido e empenhado com o evento.

No projeto final, com todas estas remodelações, a UEFA investiu como “*set-up costs*” cerca de 700.000 euros e o Vitória SC 150.000 euros para que parte das instalações provisórias ficassem como legado da prova, declarou Pedro Lima Coelho (Anexo 6).

O gestor de projetos assegura que do ponto de vista financeiro, este evento teve um impacto positivo para o Vitória SC, isto porque, existiram melhorias nas infraestruturas. A UEFA alugou o estádio por 150.000 euros, sendo a receita do Vitória SC de 300.000 euros por terem sido realizados 2 jogos. O Vitória SC decidiu investir esse dinheiro na modernização do estádio, acabando por obter um lucro entre os 50.000 e 60.000 euros com a realização deste evento.

Quanto a novas oportunidades de negócio, o responsável máximo de Guimarães esclareceu que não houve ninguém que quisesse investir no Vitória SC, dado que, após a Liga das Nações ficou noutra patamar mais impactante, mas que a credibilidade e imagem do clube perante a UEFA aumentaram. No decorrer da modernização do estádio o Vitória SC, estabeleceu uma vasta rede de contactos ligados a esta área, por exemplo, na segurança, videovigilância, relvado, infraestruturas informáticas, iluminação do relvado, banheiras de crioterapia e sistemas de áudios.

Em resumo, Pedro Lima Coelho (Anexo 6) destaca que este evento foi muito positivo para o clube porque, de uma outra forma, “nunca investiríamos o que investimos no estádio”. Realça que os dois aspetos absolutamente essenciais para o Vitória SC foram o obter lucro com a modernização do estádio e a experiência de organizar um evento desta dimensão. No fundo o “*know how*” que fica para o *staff* do Vitória SC.

#### **4.5.5. Impacte Económico do Evento**

##### **4.5.5.1. Impactes Gerais**

O presidente da Câmara Municipal de Guimarães, Domingos Bragança, afirmou que a organização da Liga das Nações de futebol na cidade foi um sucesso, apesar dos constrangimentos na rotina diária da população. “A Liga das Nações correu muito bem. Todos os vimaranenses estão de parabéns, bem como o Vitória e a Câmara. A UEFA aceitou este acordo para que tivéssemos a Liga das Nações. É um evento de notoriedade mundial e que obviamente afirma a cidade”, disse, após a reunião quinzenal do executivo municipal. (Sportinforma & Lusa, 2019)

O autarca do PS frisou ainda que o acolhimento de adeptos estrangeiros, apesar dos condicionalismos impostos ao quotidiano da população, e a presença televisiva a nível mundial em Guimarães podem impulsionar o turismo na cidade “a médio e longo prazos”. (Sportinforma & Lusa, 2019)

Sérgio Gonçalves (Anexo 3), Adjunto do Gabinete de Apoio à Vereação da Câmara de Guimarães, coloca um conjunto de questões. “Até quando se medem os investimentos? É só durante o evento? É até um determinado número de anos?” Para o autarca este evento foi positivo para a cidade e para os Vimaranenses e deixa a título de exemplo o EURO 2004 que ainda hoje tem impacte na nossa economia, e a Liga das Nações 2019 e os estádios do Dragão e D. Afonso Henriques, são provas disso mesmo.

Já Carlos Lucas (Anexo 5), gestor de eventos da FPF, questionado acerca do impacte positivo que este tipo de eventos tem, defendeu: “Não é uma questão de acreditar; é ter a certeza. Todos os estudos financeiros que existem de diversos eventos, mesmo que a UEFA não o tenha feito neste, assim o provam. Há também o efeito que foi estudado em diversos Jogos Olímpicos, Mundiais, Europeus que mostra que existe uma correlação do aumento do turismo nessas cidades, de uma determinada percentagem, nos anos seguintes”. O mesmo realça que a cidade de Guimarães ganhou uma projeção a nível nacional e sobretudo a nível internacional. A cidade conseguiu afirmar-se através da beleza dos seus pontos turísticos, da sua história, da sua capacidade organizativa e da sua paixão futebolística.

Pedro Mendes (Anexo 2), por seu turno, realçou a importância deste tipo de eventos numa cidade como Guimarães: “É muito positivo. (...) Em relação à Liga dos Campeões ser em Lisboa, apesar de toda a importância mediática que se deu e mesmo que até possa haver público, que acredito que não vá haver, o impacto de um evento desses em Lisboa é grande, porque são vários jogos entre várias equipas de topo, em que numa situação normal sem a pandemia da Covid-19, iria ser um excelente negócio para a cidade de Lisboa. Mas um evento desses como foi a Liga das Nações, ou eventualmente os oitavos de Final da Liga dos Campeões, numa cidade como Guimarães, tem um impacto muito maior, porque a zona de Lisboa tem 3 milhões de habitantes, e a de Guimarães tem 60 mil e é uma realidade completamente distinta. Como Guimarães, é uma cidade pequena a nível de dimensão, o impacto económico de um evento desses aqui é completamente diferente do que se fosse em Lisboa ou no Porto, porque são cidades muito maiores, portanto o efeito dilui-se muito mais. Beneficiam pontualmente algumas pessoas, algumas empresas, alguns hotéis, algumas áreas de restauração, porque vêm muitos adeptos e isto tem muito impacto, é verdade. Mas em Guimarães não tem apenas um impacto, é um impacto gigantesco, porque repare, para ter uma ideia, nesses dias em que a Seleção Inglesa e a Seleção Holandesa aqui estiveram, de certeza que estavam aqui mais pessoas dessas equipas do que habitantes da cidade, portanto só isso é um impacto enorme”.

#### **4.5.5.2. Impacte Financeiro**

Segundo notícia a Tvi 24, a Federação Portuguesa de Futebol contava receber cerca de 100 mil adeptos de Portugal, Suíça, Holanda e Inglaterra. Por sua vez, a UEFA previu que uma rede de mais de 60 emissoras transmitiu os jogos da Liga das Nações da UEFA para 217 países, com uma audiência de televisão acumulada de mais de 100 milhões para a Fase Final em Portugal (Maia, 2019).

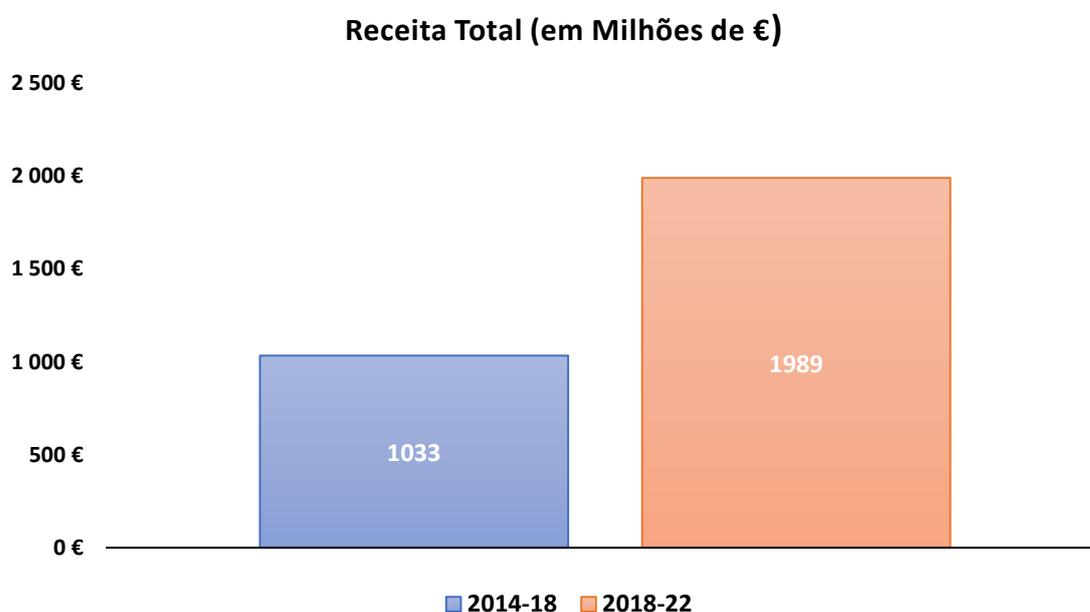
Segundo o relatório de contas da época 2018/2019 do *site* da UEFA, as questões financeiras das competições, *marketing* e vendas de patrocínio para 2018/2019 e 2020/2021 da UEFA Liga das Nações, bem como para as eliminatórias do Campeonato da Europa para o EURO2020 e Campeonato do Mundo FIFA de 2022, incluindo ainda alguns jogos amigáveis, são centralizados e os diferentes pacotes são agrupados. As

federações de futebol dos países mantêm a receita gerada pelas vendas de bilhetes e serviços de hospitalidade.

Como podemos ver na Figura 6, a receita total do segundo ciclo (2018–2022) é estimada em 1,99 bilhões de euros, e será quase o dobro do primeiro ciclo (2014–2018: 1,03 bilhões de euros). O facto de ter mais jogos e um formato mais competitivo tem, claramente, um impacte muito positivo na receita.

Em 2018/2019, 551,6 milhões de euros foram distribuídos pelas associações participantes, baseadas em declarações individuais assinadas entre os membros das associações correspondentes e a UEFA. Esses valores são fixos, sem conceder nenhum bónus de desempenho por uma vitória ou empate nas eliminatórias de qualificação para o europeu.

**Figura 5 – Receita Total Financeira das Competições**



**Fonte: UEFA (2019)**

Além disso, os montantes fixos foram pagos a todas as federações por jogarem na Liga das Nações. O quadro seguinte divulga os valores fixos por liga e os valores adicionais para os vencedores de cada liga. Os quatro vencedores da Liga A que disputaram a Fase

Final em Portugal em junho de 2019 receberam pagamentos de acordo com o seu desempenho, bem como uma participação de 60% nas receitas de bilheteira.

Como podemos verificar no Quadro 2, Portugal foi o país que mais retorno financeiro obteve, com um total de 11,418 milhões de euros, fruto do seu rendimento desportivo, que terminou com a vitória desta primeira edição da Liga das Nações.

**Quadro 2 – UEFA Nations League, distribuição financeira por Grupos e Seleções**

League	Group	Association	UEFA Nations League		Finals			Total	
			Starting fee	Winner	Ticket share	Semi-finals	Third-place match		Final
A	1	Netherlands	2 250	2 250	918	2 500		2 000	9 918
		France	2 250						2 250
		Germany	2 250						2 250
	2	Switzerland	2 250	2 250	918	2 500			7 918
		Belgium	2 250						2 250
		Iceland	2 250						2 250
	3	Portugal	2 250	2 250	918	2 500		3 500	11 418
		Italy	2 250						2 250
		Poland	2 250						2 250
	4	England	2 250	2 250	918	2 500	1 000		8 918
		Spain	2 250						2 250
		Croatia	2 250						2 250
B	1	Ukraine	1 500	1 500					3 000
		Czech Republic	1 500						1 500
		Slovakia	1 500						1 500
	2	Sweden	1 500	1 500					3 000
		Russian	1 500						1 500

		Turkey	1 500						1 500
	3	Bosnia & Herzegovina	1 500	1 500					3 000
		Northern Ireland	1 500						1 500
		Austria	1 500						1 500
	4	Denmark	1 500	1 500					3 000
		Wales	1 500						1 500
		Republic of Ireland	1 500						1 500
C	1	Scotland	1 125	1 125					2 250
		Israel	1 125						1 125
		Albania	1 125						1 125
	2	Finland	1 125	1 125					2 250
		Hungary	1 125						1 125
		Greece	1 125						1 125
		Estonia	1 125						1 125
	3	Norway	1 125	1 125					2 250
		Bulgaria	1 125						1 125
		Cyprus	1 125						1 125
		Slovenia	1 125						1 125
	4	Serbia	1 125	1 125					2 250
		Romania	1 125						1 125
Montenegro		1 125						1 125	
Lithuania		1 125						1 125	
D	1	Georgia	750	750					1 500
		Kazakhstan	750						750
		Latvia	750						750
		Andorra	750						750

	2	Belarus	750	750				1 500	
		Luxembourg	750					750	
		Moldova	750					750	
		San Marino	750					750	
	3	Kosovo	750	750				1 500	
		Azerbaijan	750					750	
		Faroe Islands	750					750	
		Malta	750					750	
	4	North Macedonia	750	750				1 500	
		Armenia	750					750	
		Gibraltar	750					750	
		Liechtenstein	750					750	
Total			73 875	22 500	3 672	10 000	1 000	5 500	116 547

Fonte: UEFA (2019)

A Fase Final da Liga das Nações deverá ter tido um impacto na ordem dos 150 milhões de euros na economia portuguesa, indica uma análise do Instituto Português de Administração e Marketing (IPAM). “Tendo em conta o formato da competição, com quatro jogos em duas cidades, estimamos que tenha um impacto de 150 milhões de euros na nossa economia”, afirmou Daniel Sá, professor do IPAM, admitindo que houve uma conjugação de fatores que potenciaram os ganhos (Lusa, 2019).

Para perceber melhor alguns pontos, eu entrevistei o professor Daniel Sá (Anexo 7). Nesta entrevista, o professor Daniel Sá explicou que no IPAM trabalha com estimativas/previsões, e afirmou que devemos olhar para as previsões como “sondagens eleitorais” uma vez que não são 100% fiáveis, mas têm um grau de eficácia muito alto, porque há uma metodologia científica por trás que vai sendo afinada, melhorada e estudada que acaba por dar uma grande margem de confiança nos resultados obtidos.

Conforme Daniel Sá (Anexo 7), os estudos realizados pelo IPAM acerca de uma década mostram que um “jogo grande” da Primeira Liga portuguesa, como um FC Porto-Benfica, ou um Sporting-Benfica, “geram impactes de 20 a 25 milhões de euros”, ou seja, se forem realizados 4 jogos daria um valor entre 80 e 100 milhões de euros. Se compararmos com os 4 jogos da Fase Final da Liga das Nações, que teve um impacte na ordem dos 150 milhões de euros, deparamo-nos com uma diferença de 50 a 70 milhões de euros. O professor realça que os jogos da Liga das Nações não devem ser comparados individualmente com estes, por vários fatores, entre os quais “a proveniência dos adeptos e todos os gastos relativos a fatores como o alojamento, serviços de hospitalidade e os transportes”.

O docente do IPAM destacou a presença de Portugal na competição, e o facto das outras três seleções - Suíça, Inglaterra e Holanda - serem provenientes de “países endinheirados”. Em declarações mais pormenorizadas sobre este assunto, o professor ressaltou que nos dias do evento, entre Porto e Guimarães, houve uma verdadeira enchente de adeptos. Existiu aquele adepto que só veio ver determinado jogo, mas houve alguns milhares de adeptos que estiveram praticamente “acampados” entre Porto e Guimarães, quer uns dias antes da competição se realizar, quer naqueles dias entre Meias-Finais e Final. No caso do Futebol ainda há a questão cultural. O espírito futebolístico leva a uma irracionalidade de consumo, ou seja, os adeptos despendem bastante dinheiro em comida e bebida. No decorrer da estadia aproveitam para visitar vários pontos turísticos da cidade e consumir serviços de hospitalidade, tudo isto a pretexto de uma competição desportiva.

O professor do IPAM afirmou, também, que “um jogo da seleção portuguesa é visto por três/quatro milhões de pessoas no país”, e que a realização do evento em Portugal fez com que “os patrocinadores reforçassem investimentos, e aumentou as vendas de *merchandising* da seleção portuguesa, porque há uma espécie de euforia, que se traduz em consumo adicional. O desporto, em geral, e o futebol, em particular, são negócios de paixão e emoção. Todos nós, pessoas normais nas nossas vidas, somos um bocadinho anormais quando se trata de “consumir futebol”, anormais não no sentido negativo da palavra, mas somos levados a fazer coisas que num estado “normal” não fazemos. E, de facto, os números provam que as vendas de *merchandising* sofrem positivamente,

porque há um espírito de nos associarmos à Seleção Portuguesa, e uma das formas de nos associarmos é com uma camisola, uma bandeira, um cachecol, um boné, isto é uma forma de nos sentirmos mais próximos da equipa, e os números são claros: há, de facto, um aumento de vendas de *merchandising* nestas alturas”, justificou.

Uma eventual ausência de Cristiano Ronaldo (CR7) poderia, segundo Daniel Sá, “Ter tido uma influência negativa, mas não a tão pouca distância temporal do evento”. O mesmo reforça que CR7 é a pessoa, marca ou empresa com mais seguidores no mundo e com uma visibilidade Mundial e a sua ausência poderia levar à diminuição da rentabilidade financeira.

O Professor do IPAM termina a entrevista destacando a importância deste tipo de eventos que para além da importância económica, traz visibilidade ao país. Este reconhecimento proporciona uma “injeção de moral” nos Portugueses porque, passa uma mensagem ao Mundo que o país é ativo e dinâmico. Estes eventos do futebol acabam por, indiretamente, trazer vantagens para outros tipos de negócio como o calçado, turismo ou têxtil.

#### **4.6. Dados obtidos através do inquérito por questionário**

##### **4.6.1. Objeto e objetivo de estudo**

O presente questionário teve como principal objetivo analisar a percepção que o evento Liga das Nações, realizado em Portugal do dia 5 a dia 9 de junho de 2019, teve nos habitantes de Guimarães. Guimarães foi uma das cidades anfitriãs, e as opiniões e expectativas dos moradores em relação a este evento, nunca realizado, tornam-se essenciais para o estabelecimento dos impactes deste megaevento desportivo. Para tal, este questionário foi aplicado num formato *online* a habitantes de Guimarães e, pontualmente, a não residentes, mas indivíduos que, por razões de trabalho ou de estudo, tinham uma forte relação com o município; em concreto: estudantes e trabalhadores da cidade, bem como a colaboradores do evento.

##### **4.6.2. Instrumento de recolha de dados**

A recolha de dados recaiu na aplicação de um questionário, *online*, sendo utilizada a plataforma *Google Forms*, que também serviu para o tratamento dos dados (método quantitativo). Numa primeira fase, este foi elaborado tendo por base o questionário utilizado por Garbacz, Cadima Ribeiro & Mourão (2016), embora no meu estudo tenha sido adaptado ao contexto do evento Liga das Nações. Posteriormente, foi realizado um pré-teste, com uma amostra piloto de 10 habitantes de Guimarães, para a validação do questionário que iria servir de suporte ao presente estudo. Após análise dos resultados, foi necessário corrigir algumas questões e alterar a ordem de algumas delas.

O questionário final encontra-se dividido em três partes. A primeira parte do questionário, composta por 3 questões meramente informativas acerca do envolvimento no evento por parte dos inquiridos. A segunda parte é composta por 17 questões, que permitiram questionar os residentes sobre as percepções pessoais e os impactes verificados, na cidade, devido ao acolhimento da Liga das Nações 2019. A terceira parte, engloba 4 questões que permitem fazer a caracterização sociodemográfica dos participantes.

Na primeira e terceira parte utilizaram-se questões fechadas. As questões da segunda parte são de natureza quantitativa e foi utilizada a escala de *Likert* de 5 pontos, em que

1 correspondia à situação de “discordo totalmente” e 5 a “concordo totalmente”. Foi utilizada uma escala de 5 pontos de modo a diminuir a ambiguidade na interpretação das questões por parte do questionado. Todas as questões foram de caráter obrigatório, exceto a questão 18, uma vez que poderia não ser aplicável a alguns participantes.

Este questionário foi aplicado 1 ano após a prova ter sido realizada, tendo estado disponível entre os meses de junho e setembro de 2020 e obteve-se um total de 201 respostas. Este número foi conseguido, maioritariamente, através da rede social *Facebook*, onde foi partilhado de forma a alcançar um bom número de pessoas para obter dados sobre o tema em estudo, pelo que resulta numa amostra não probabilística, por conveniência.

#### **4.6.3. Apresentação e análise dos resultados**

Para dar resposta ao objetivo de estudo, recorreu-se às técnicas de análise exploratória/descritiva (Apresentação de Quadros e Figuras).

##### **4.6.3.1. Informações Pessoais**

Dos 201 inquiridos, 112 (55,7%) eram do sexo masculino e 89 (44,3%) do sexo feminino.

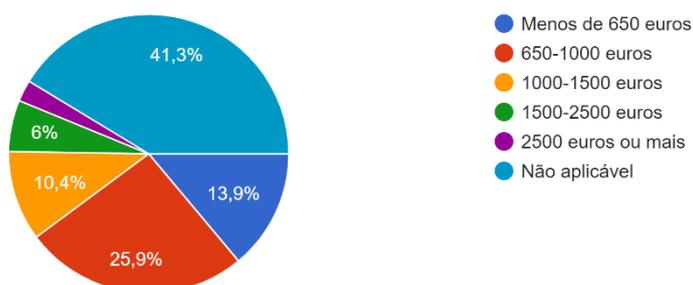
Podemos ainda observar no Quadro 3 a faixa etária dos participantes. Verifica-se que a maioria dos interrogados se situa entre os 16-25 anos, com uma percentagem de 64,2%, ao passo que pessoas com 66 anos ou mais foram os menos participativos, com uma percentagem de apenas 0,5%.

**Quadro 3 – Faixa Etária**

<b>Faixa Etária</b>	<b>Número</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Entre 16-25 anos</b>	129	64,2%
<b>Entre 25-50 anos</b>	54	26,8%
<b>Entre 50-66 anos</b>	17	8,5%
<b>66 anos ou mais</b>	1	0,5%
<b>Total</b>	201	100%

Fonte: Elaboração Própria

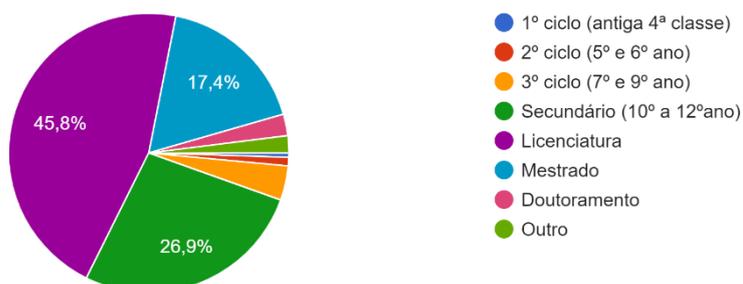
**Figura 6 – Montante mensal auferido**



**Fonte: Elaboração Própria**

Em relação ao montante mensal auferido, como era de esperar, a resposta “não aplicável” aparece em primeiro lugar, com 41,3%, visto que, como vimos no quadro anterior, a maior parte dos inquiridos estão situados entre os 16-25 anos. Podemos verificar também que a quantia mensal entre 650-1000 euros corresponde à segunda maior fatia dos indivíduos questionados, com uma percentagem de 25,9%, seguido de menos de 650 euros, com 13,9%, 1000-1500 euros, com 10,4%, 1500-2500 euros, com 6% e 2500 ou mais, com 2,5%.

**Figura 7 – Nível de ensino**



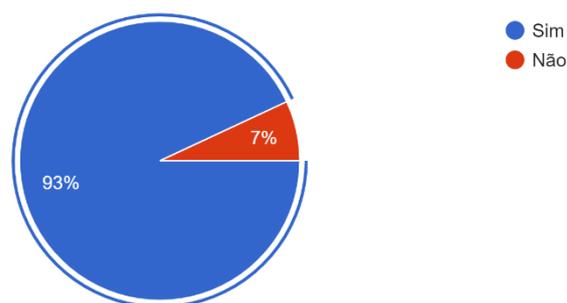
**Fonte: Elaboração Própria**

Em relação ao nível de ensino, a maior parte dos participantes são licenciados, perfazendo um total de 45,8%, seguidos de alunos do secundário, com 26,9%, e mestres, com 17,4%. Dos interrogados, 1% e 0,5% correspondem a indivíduos com níveis de ensino de 2º ciclo (5º e 6º ano) e 1º ciclo (antiga 4ª classe), respetivamente.

#### 4.6.3.2. Envolvimento no evento

Esta parte do questionário, era composta por 3 questões meramente informativas acerca do envolvimento no evento por parte dos inquiridos. Podemos concluir com os dados abaixo descritos que o nível de envolvimento das pessoas com o evento foi bom.

Figura 8 - “Sabia que a cidade de Guimarães foi uma das cidades anfitriãs que recebeu a Liga das Nações?”



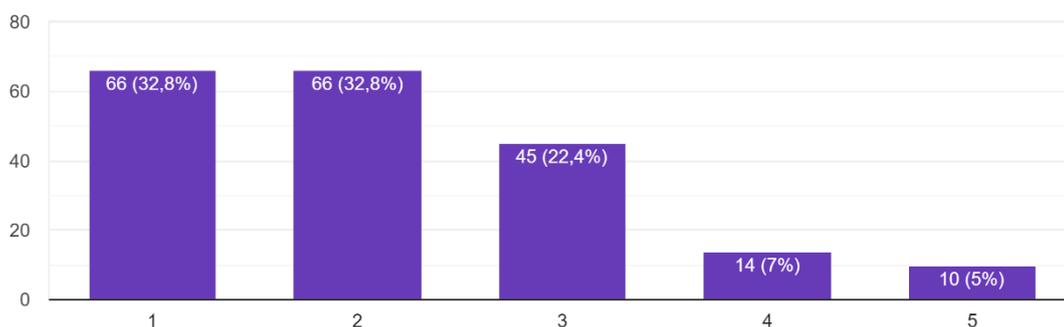
Fonte: Elaboração Própria

Foram inquiridas um total de 201 pessoas, em que, 187 (93%) sabiam que a cidade de Guimarães recebeu a Liga das nações e apenas 24 (7%) não tinham esse conhecimento. A maior parte dos inquiridos eram habitantes de Guimarães, representando cerca de 56,7%, sendo as restantes percentagens distribuídas por estudantes, trabalhadores, voluntários e outros. 76,1% dos inquiridos não assistiram a nenhum jogo no estádio, ao passo que 23,9% assistiram.

#### 4.6.3.3. Perceções pessoais e impactes verificados na cidade

Vou agora analisar questões da segunda parte do meu questionário e subdividi-las, selecionando as questões mais importantes, de forma a entendermos melhor os resultados obtidos.

**Figura 9 - “Retirou bem-estar aos habitantes de Guimarães?”**

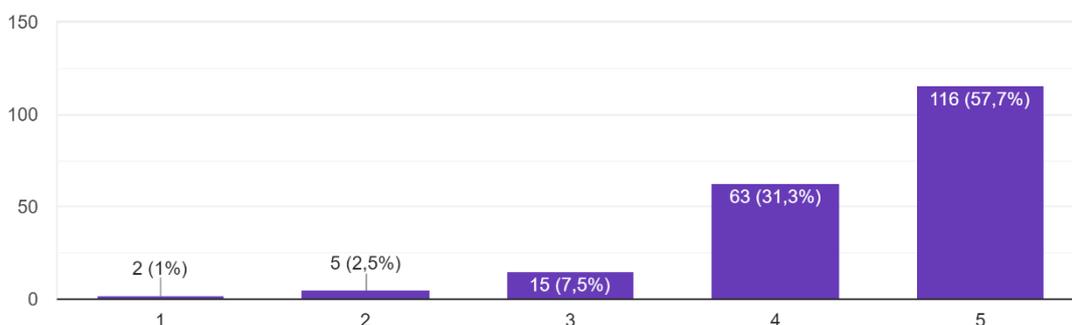


**Fonte: Elaboração Própria**

Os inquiridos exprimiram maioritariamente a ideia de que o evento não retirou bem-estar. Quando questionados, 32,8% discordaram totalmente e 32,8% discordaram que o seu bem-estar tenha sido ameaçado pelo evento. Apenas 5% dos inquiridos concordam totalmente que este evento lhes retirou bem-estar.

A nível da imagem da cidade este questionário vem também comprovar que para os Vimaraneses este evento foi extremamente positivo.

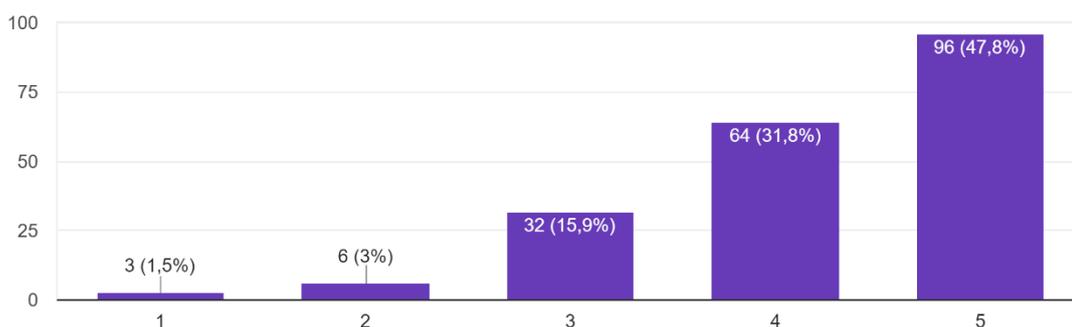
**Figura 10 - “Favoreceu a cidade de Guimarães a nível Turístico?”**



**Fonte: Elaboração Própria**

Uma percentagem de 57,7% dos participantes no questionário concordam totalmente que este evento favoreceu a cidade a nível turístico, seguidos de 31,3% que concordam e 7,5% que nem concordam nem discordam. Apenas 2,5% discordam e 1% discordam totalmente.

**Figura 11 - “Expandiu a visibilidade internacional da cidade, devido ao mediatismo do evento?”**

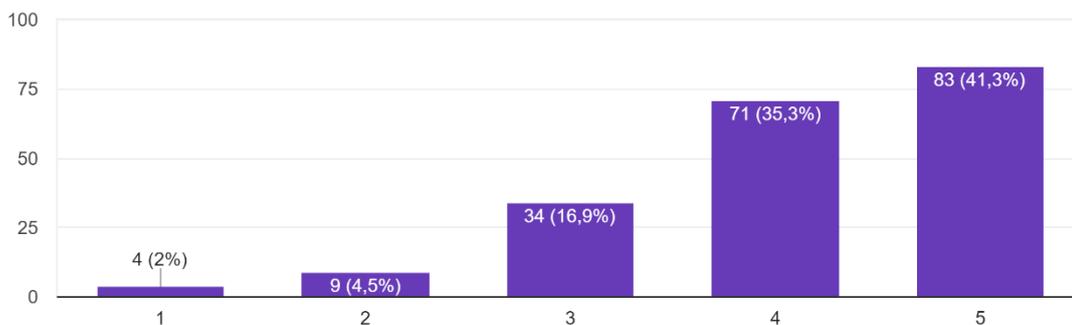


**Fonte: Elaboração Própria**

Já no que toca à expansão da visibilidade internacional da cidade, 47,8% dos inquiridos concordam totalmente, 31,8% concordam e 15,9% não concordam nem discordam. Somente 3% discordam e 1,5% discordam totalmente.

Em relação ao evento e ao seu sucesso do ponto de vista organizativo, económico, turístico e social os inquiridos também não têm dúvidas: o evento foi positivo para a cidade.

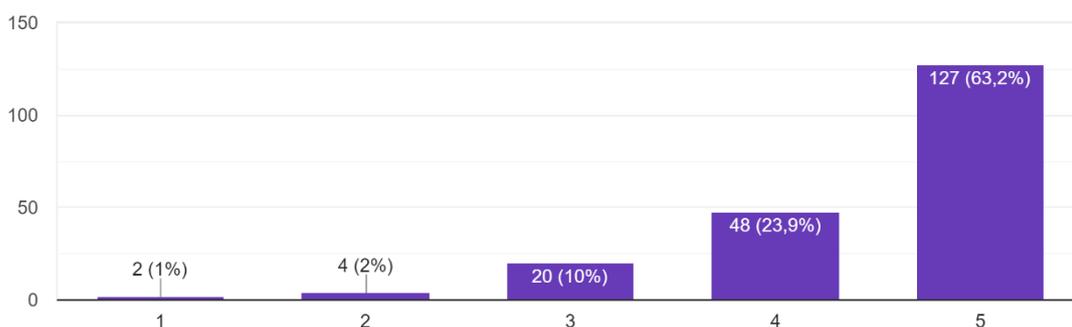
**Figura 12 - “Os impactes positivos da Liga das Nações superam os negativos?”**



**Fonte: Elaboração Própria**

Dos questionados, 41,3% concordam totalmente que os impactes positivos da Liga das Nações superam os negativos, seguidos de 35,3% que concordam e 16,9% que nem concordam nem discordam. Somente 4,5% discordam e 2,5% discordam totalmente.

**Figura 13 - “Deveria Guimarães contemplar outro grande evento como o da Liga das Nações?”**

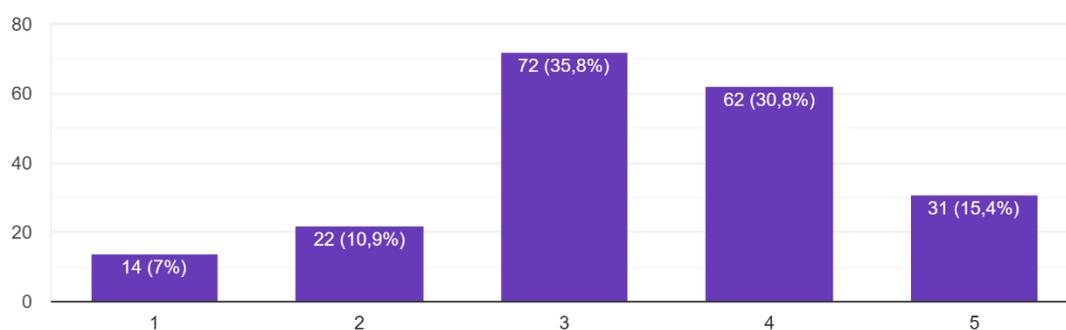


**Fonte: Elaboração Própria**

Já no que toca a contemplar outro grande evento desportivo futuro, 63,2 % dos interrogados concordam totalmente e apenas 1% discorda totalmente.

No que diz respeito a questões de sentido de comunidade e de união, podemos afirmar que este evento foi bom, mas que não teve tanto impacte como em outras vertentes estudadas (Económica, Visibilidade Internacional, etc.).

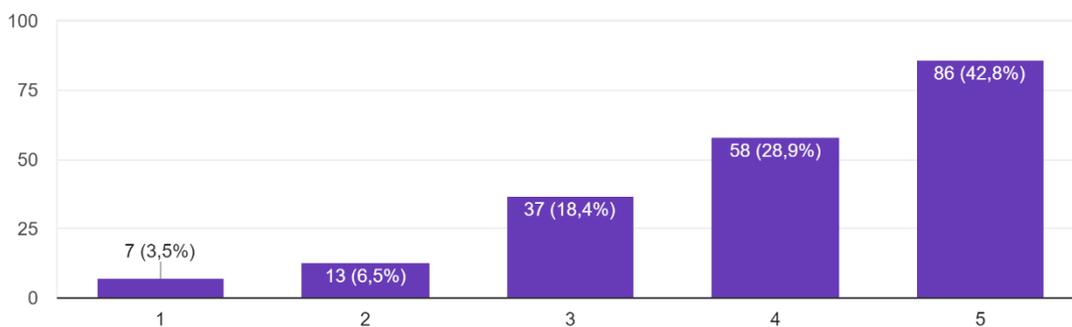
**Figura 14 - “Este evento aproximou a comunidade Vimaranense?”**



**Fonte: Elaboração Própria**

O mesmo pode ser comprovado ao observarmos que 35,8% dos participantes no questionário nem concordam nem discordam que este evento aproximou a comunidade Vimaranense. Destaco ainda que, apesar da indiferença dos inquiridos nem relação a esta questão, foram mais os que concordaram dos que discordaram.

**Figura 15 - “Sentiu que aumentou o orgulho dos habitantes de Guimarães?”**



**Fonte: Elaboração Própria**

No que concerne ao aumento do orgulho dos respondentes por Guimarães receber um evento tão importante, 42,8% concordam totalmente, seguidos de 28,9% que concordam e 18,4% que não concordam nem discordam. É de sublinhar ainda os 6,5% que discordam e os 3,5% que discordam totalmente.

#### 4.7. Discussão de resultados

Como conseguimos perceber nos capítulos anteriores, foram aplicadas entrevistas semiestruturadas a um conjunto de agentes e ainda aplicado um inquérito por questionário aos habitantes de Guimarães. As entrevistas foram desenvolvidas com o objetivo de perceber o ponto de vista das entidades organizadoras, ao passo que o questionário foi aplicado ao público, ou seja, aos recetores do evento e àqueles que podiam ter um ponto de vista diferente daquele que foi o impacto do evento na cidade.

Como referido nas entrevistas, os envolvidos na organização destacam os muitos aspetos positivos do evento na cidade. O impacto sentiu-se nos 3 níveis chave: económico, social e turístico.

O evento proporcionou pequenas melhorias nas infraestruturas e deixou no Estádio D. Afonso Henriques (Estádio do Vitória SC) o maior legado, com o recinto desportivo a ter melhorias importantes para a sua modernização. Contudo, para os habitantes de Guimarães, este fator não foi bem percebido, com 60,7 % a discordar de que essas melhorias tenham proveito público.

A organização, para além de ter tido reconhecimento e apoio da UEFA, teve também ganhos advindos não só do alojamento das seleções e respetivos jogos, mas, também, de toda a envolvência pré e pós jogos (*Fan meeting Points*, transportes, comércio local, todos os serviços de hospitalidade, entre outros). Do mesmo modo, as pessoas questionadas sentiram um enorme reconhecimento do evento em relação à cidade, sendo que 93% dos participantes sabiam da sua realização em Guimarães e 87,1% concorda que a cidade deveria contemplar outro grande evento desportivo como a Liga das Nações.

A nível turístico, o presidente da Câmara de Guimarães, Domingos Bragança, reconhece que, no futuro, este evento pode ser fundamental para impulsionar o turismo na cidade e os questionados concordam, uma vez que 89% acredita que o evento favoreceu a cidade turisticamente e 79,6% que a visibilidade internacional da cidade aumentou. A nível económico, estima-se que o evento tenha tido um impacto na ordem dos 150 milhões de euros e que foi extremamente positivo para as cidades organizadoras. Para

76,6% dos inquiridos, os impactes positivos da Liga das Nações superam os negativos, o que ajuda a sustentar este fator.

A nível social, todas as entidades entrevistadas assumem que os Vimaranenses se sentiam felizes com o evento e que a cidade estava ativa e dinâmica. O questionário comprova isso mesmo pois 71,2% concordam que Liga das Nações aumentou o orgulho dos habitantes de Guimarães. Ainda assim, 35,8% dos inquiridos, não concorda nem discorda que o evento tenha aproximado a comunidade Vimaranense.

Antes da elaboração desta dissertação tinha a perceção que este tipo de eventos é extremamente positivo quer para as cidades organizadores quer para o próprio país. Após a redação da dissertação e com as metodologias utilizadas (Entrevistas e Questionário), obtive a confirmação daquilo que eram as minhas expectativas iniciais.

## **5. Conclusões**

### **5.1. Síntese**

O objetivo fundamental deste estudo foi retirar ilações sobre o impacte económico que a Fase Final da Liga das Nações 2019 teve na cidade de Guimarães, bem como outros impactes que este tipo de evento tem nas cidades organizadores, a sua contribuição para o crescimento do turismo e de que forma incentivou o desenvolvimento da cidade de Guimarães. Após a revisão da literatura e as análises realizadas, conclui-se que este objetivo foi conseguido, uma vez que, em virtude dos factos tratados, este evento teve um impacte positivo na economia e sobretudo na cidade organizadora objeto de atenção.

Do ponto de vista da FPF, este evento foi fundamental para acentuar o nome de Portugal no panorama Mundial, a nível desportivo e, indiretamente, noutros setores de atividade. Foi igualmente importante para o país ser cada vez mais reconhecido como ativo e dinâmico e que, apesar da sua pequena dimensão, é capaz de organizar eventos de tamanha dimensão.

Para os responsáveis da Câmara Municipal de Guimarães, este foi um evento de notoriedade mundial e que afirmou a cidade. O acolhimento de adeptos estrangeiros e a presença televisiva a nível mundial, em Guimarães, impulsionaram o turismo na cidade.

Para o Vitória SC, clube responsável por ceder o estádio, este evento deixou um forte legado, pois conseguiu remodelar consideravelmente o D. Afonso Henriques, modernizando-o para situações futuras e obtendo lucro com este acontecimento.

Percebeu-se que a nível da Hotelaria e da Restauração, Guimarães e as cidades em redor estavam praticamente lotadas e a funcionar com uma dinâmica extremamente positiva. Tudo o que fosse relacionado com serviços e hospitalidade, como comércio, museus, transportes estiveram com uma atividade económica muito acima da média corrente.

Em resumo, este evento foi bastante salutar para a cidade de Guimarães e para o país. Todas as entidades entrevistadas lucraram com a sua realização. Para além disso, sentiu-se um grande entusiasmo e orgulho nos habitantes de Guimarães devido à presença de tantos turistas e conseqüente aumento da atividade na cidade. Guimarães esteve nas

“bocas do mundo”, foi elogiada por todas as entidades organizadoras e mostrou como uma cidade pequena e acolhedora é capaz de organizar um evento tão complexo e de tamanha importância, como a Fase Final da Liga das Nações 2019.

## **5.2. Limitações do estudo**

Como pudemos ver ao longo da dissertação, verifica-se uma crescente expansão mundial a nível de eventos desportivos, sendo que este é um tema que cada vez mais desperta interesse nos investigadores. Existe, de facto, um número crescente de estudos, realizados por escolas de *marketing* ou de economia, destinados a analisar e avaliar o valor do impacte, direto ou indireto, de determinado evento para o desporto em geral ou para a cidade de acolhimento, porém, o número de estudos realizados é ainda insuficiente para aquilatar todas as dimensões do impacte deste tipo de eventos.

Uma das maiores dificuldades sentidas ao longo da dissertação prendeu-se com a escassez de estudos e dados quantitativos no âmbito da temática desenvolvida, uma vez que esta competição teve a sua génese em 2018.

Outro aspeto relevante prende-se com os obstáculos na obtenção de dados fundamentais para a aferição das lotações e frequências dos vários pontos turísticos das cidades. A captação desses dados é praticamente impossível devido à inexistência de uma Plataforma para o efeito. Notei essa lacuna aquando do contacto com o Posto de Turismo de Guimarães e com o Turismo de Portugal.

Quanto à aplicação do questionário *online*, deparei-me com constrangimentos relacionados com a especificidade da residência e a resistência do meu público-alvo vimaranense, já que a minha maior rede de convivência se insere em Barcelos. Foi necessário muito esforço e trabalho para conseguir atingir o número de inquiridos que obtive.

Por fim, nas entrevistas realizadas, constatei que o excesso de burocracias protocolares não permitiu que os meus entrevistados me facultassem números exatos, o que tornaria o meu estudo ainda mais completo. Há a destacar o envolvimento que todos tiveram para que o meu trabalho alcançasse a máxima valorização.

### **5.3. Recomendações para Estudos Futuros**

Na sequência do presente trabalho, surgiram alguns aspetos detentores de acentuado interesse para uma abordagem mais detalhada. Seguidamente, são referidos aqueles que poderão vir a ser objeto, no futuro, de investigação; a saber:

- i) o Futebol como contributo para o fomento da economia turística, contribuindo para a sustentabilidade dos territórios;
- ii) oportunidades de criação de emprego de base regional e local, com diferentes graus de especialização de mão-de-obra, proporcionados pelas estruturas empresariais patentes nas entidades organizadoras (UEFA, FPF, Câmaras Municipais);
- iii) a exclusão social e o estigma associados ao Futebol enquanto promotores de riqueza/pobreza, ideia que foi disseminada no passado, mas onde já se constata pequenas mudanças de perspetiva;
- iv) o Futebol como instrumento de recuperação da económica e de promoção da autoestima dos portugueses.

## 6. Bibliografia

- Almeida, B. A. (2001). *O Desempenho dos voluntários e profissionais na organização de eventos desportivos internacionais : O Papel das relações humanas*. FADEUP - Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade do Porto. Porto, Portugal: Universidade do Porto. Reitoria.
- Almeida, J. L. (2013). *O Controlo de Multidões e os seus intervenientes na Segurança dos Estádios*. Dissertação, Universidade Técnica de Lisboa, Faculdade de Motricidade Humana, Lisboa.
- Balsas, C. J. (2017). Country Marketing and Planning Implications of the European Soccer Championship EURO 2004. *Journal of Urban Technology*, 25: 29-46.
- Boer, W. I., Koning, R. H., & Mierau, J. O. (2018). Ex Ante and Ex Post willingness to pay for hosting a large international sport event. *Journal of Sports Economics*, 20: 159-176.
- Cadima Ribeiro, J., Viseu, J., Delalande, T., Gomes, P., Pereira, N., Rodrigues, C., & Martingo, M. j. (2004). *Avaliação do impacto económico do EURO 2004*. Núcleo de Investigação em políticas económicas, Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Camilo, D. (2018, Setembro 11). Tudo o que precisa de saber sobre a Liga das Nações. *Sábado*. Retrieved Dezembro 2, 2019, from <https://www.sabado.pt/desporto/detalhe/tudo-o-que-precisa-de-saber-sobre-a-liga-das-nacoes>
- Curado, P. (2004, Julho 1). UEFA classifica Euro 2004 como o melhor de sempre. *Jornal Público*. Retrieved Novembro 28, 2019, from <https://www.publico.pt/2004/07/01/jornal/uefa-classifica-euro-2004-como-o-melhor-de-sempre-190334>
- Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32: 1364-1370.
- Garbacz, J., Ribeiro, J. C., & Mourão, P. R. (2016). Discussing the posthosting evaluation of a mega sporting event: The perception of Warsaw Residents toward UEFA EURO 2012. *Tourism and Hospitality Research*, 17.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29: 403-428.
- Horne, J., & Manzenreiter, W. (2006). An Introduction to the Sociology of Sports Mega-Events. *The Sociological Review*, 54: 1-24.
- JN, & NAF. (2005, Fevereiro 23). *EURO 2004 criou riqueza de 700 milhões*. Retrieved Abril 22, 2020, from Tvi24: <https://tvi24.iol.pt/futebol/campeonato-europeu/euro2004-criou-riqueza-de-700-milhoes>
- Kavetsos, G., & Szymanski, S. (2010). National well-being and international sports events. *Journal of Economic Psychology*, 31: 158-171.
- Kim, H., Gursoy, D., & Lee, S.-B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, 27: 86-96.

- Lusa. (2013, Maio 14). *Final da Liga Europa tem impacto económico de 26 milhões euros em Portugal*. Retrieved Abril 12, 2020, from Sic Notícias: <https://sicnoticias.pt/desporto/2013-05-14-final-da-liga-europa-tem-impacto-economico-de-26-milhoes-euros-em-portugal>
- Lusa. (2019, junho 2). Liga das Nações poderá ter impacto de 150 milhões de euros na economia portuguesa. *Jornal Record*. Retrieved Junho 9, 2019, from <https://www.record.pt/internacional/competicoes-de-selecoes/liga-das-nacoes/detalhe/liga-das-nacoes-podera-ter-impacto-de-150-milhoes-de-euros-na-economia-portuguesa>
- Maia, V. (2019, Abril 12). *Liga das Nações: Pode comprar bilhete para a final e acaba a ver outro jogo*. Retrieved Agosto 16, 2020, from TVI 24: <https://maisfutebol.iol.pt/liga-das-nacoes/portugal/ligas-das-nacoes-pode-comprar-bilhete-para-a-final-e-acabar-a-ver-outro-jogo>
- Mais Futebol. (2019, Junho 8). 2 500 policiaes vão garantir segurança no Porto e em Guimaraes. *Mais Futebol*. Retrieved Maio 22, 2020, from <https://maisfutebol.iol.pt/liga-das-nacoes/portugal/2-500-policiaes-vaao-garantir-seguranca-no-porto-e-em-guimaraes>
- Mais Guimarães. (2019, Maio 22). D. Afonso Henriques terá lugar para 28 mil adeptos nos jogos da Liga das Nações. *Mais Guimarães*. Retrieved Junho 3, 2020, from <https://maisguimaraes.pt/d-afonso-henriques-tera-lugar-para-28-mil-adeptos-nos-jogos-da-liga-das-nacoes/>
- Mais Guimarães. (2019, Junho 4). PSP Mobiliza 9 mil agentes para a Liga das Nações. *Mais Guimarães*. Retrieved Junho 3, 2020, from <https://maisguimaraes.pt/psp-mobiliza-9-mil-agentes-para-a-liga-das-nacoes/>
- Matias, M. (2013). *Organização de Eventos Procedimentos e Técnicas (6th ed.)*. Manole.
- Minnaert, L. (2012). An Olympic legacy for all? The non-infrastructure outcomes of the Olympic Games for socially excluded groups (Atlanta 1996eBeijing 2008). *Tourism Management*, 33: 361-370.
- Paulo, I. (2019, Junho 5). Liga das Nações enche hotéis do Grande Porto e Minho. Retorno da prova na economia local é estimado em €150 milhões. *Tribuna Expresso*. Retrieved Julho 15, 2020, from <https://tribunaexpresso.pt/selecao/2019-06-05-Liga-das-Nacoes-enche-hoteis-do-Grande-Porto-e-Minho.-Retorno-da-prova-na-economia-local-e-estimado-em-150-milhoes>
- Peixoto Dias, P. (2006). *Os grandes eventos desportivos : análise das vertentes políticas, económicas, sociais e organizacionais*. Dissertação de Licenciatura, FADEUP - Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Pereira, N., Cadima Ribeiro, J., & Viseu, J. (2004). Sport Tourism: Regional Promotion Strategies. *NIFE Working Papers*.
- Pinheiro Pais, N. F. (2017). *Impacto de Eventos Desportivos no Turismo em Lisboa: UEFA Champions League Lisboa 2014*. Dissertação de Mestrado, Universidade Europeia, Carnide, Portugal.

- Pop, I., Kanovici, A., Ghic, G., & Andrei, M. (2016). The Economic Effects of the Mega Sport Events on Tourism in the BRICS Countries Case. *Amfiteatru Economic*, 18: 960-975.
- Publituris. (2014, Maio 21). Final da Liga dos Campeões com impacto global de 409,8 milhões de euros. *Publituris*. Retrieved Fevereiro 11, 2020, from <https://www.publituris.pt/2014/05/21/final-da-liga-dos-campeoes-com-impacto-global-de-4098-milhoes-de-euros/>
- Record. (2013, Dezembro 4). Final de Lisboa 2014 vai dar muito lucro. *Jornal Record*. Retrieved Fevereiro 19, 2020, from <https://www.record.pt/internacional/competicoes-de-clubes/liga-dos-campeoes/detalhe/final-de-lisboa-2014-vai-dar-muito-lucro-856925>
- Record. (2019, Junho 5). António Costa: «Acolher a Liga das Nações é importante para fazermos outros voos um dia». *Jornal Record*. Retrieved Março 18, 2020, from <https://www.record.pt/internacional/competicoes-de-selecoes/liga-das-nacoes/detalhe/antonio-costa-acolher-a-liga-das-nacoes-e-importante-para-fazermos-outros-voos-um-dia>
- Roche, M. (2000). *Megaevents and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. Routledge, Londres.
- Sanz, V. (2003). *Organización y gestión de actividades deportivas: Los grandes eventos (Vol. 608)*. Barcelona, Espanha: INDE.
- Sarmento, J., Pinto, A., Silva, C., & Pedroso, C. (2011). O Evento Desportivo: Etapas, Fases e Operações. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 78-96.
- Silva Fonseca, R. M. (2013). *Gestão e Organização de Eventos Desportivos: Jogos Desportivos de Viseu*. Dissertação de Mestrado, Universidade Técnica de Lisboa - Faculdade de Motricidade Humana, Lisboa, Portugal.
- Silva, A. R. (2014, Maio 24). Final da Champions é boa para a economia, mas ainda melhor para a reputação de Lisboa. *Público*. Retrieved Março 24, 2020, from <https://www.publico.pt/2014/05/24/economia/noticia/final-da-champions-e-boa-para-a-economia-mas-ainda-melhor-para-a-reputacao-de-lisboa-1637213>
- Sportinforma, & Lusa. (2019, Junho 13). Câmara de Guimarães considera que a Liga das Nações “correu muito bem”. *Sapo*. Retrieved Fevereiro 11, 2020, from <https://desporto.sapo.pt/futebol/liga-europa/artigos/impacto-economico-de-26-milhoes-para-portugal>
- Teixeira, T. (2019, Abril 12). Liga das Nações: o "desejo" é que Portugal só jogue no Dragão. *Observador*. Retrieved Julho 2, 2020, from <https://observador.pt/2019/04/12/liga-das-nacoes-o-desejo-e-que-portugal-so-jogue-no-dragao/>
- UEFA. (2012, dezembro 14). *Amsterdam up for UEFA Europa League Final*. Retrieved Janeiro 5, 2020, from UEFA.com: UEFA Europe League: <https://www.uefa.com/uefaeuropaleague/news/0204-0e8275a2bf9d-529f76ba8682-1000--amsterdam-up-for-uefa-europa-league-final/>
- UEFA. (2012, novembro 30). *Kluivert excited by Amsterdam final prospect*. Retrieved Janeiro 5, 2020, from UEFA.com: UEFA Europe League:

- <https://www.uefa.com/uefaeuropaleague/news/0203-0e82258eedc0-c03ad75e31e3-1000--kluivert-excited-by-amsterdam-final-prospect/?iv=true>
- UEFA. (2012, setembro 15). *Kluivert hails "a real football city"*. Retrieved Janeiro 5, 2020, from UEFA.com: UEFA Europe League:  
<https://www.uefa.com/uefaeuropaleague/news/0201-0e7f081e9dfa-f41e164459f7-1000--kluivert-hails-a-real-football-city/?referrer=%2Fuefaeuropaleague%2Fnews%2Fnewsid%3D1857501>
- UEFA. (2013, abril 18). *Amsterdam receives UEFA Europa League trophy*. Retrieved Janeiro 16, 2020, from UEFA.com: UEFA Europe League:  
<https://www.uefa.com/uefaeuropaleague/news/025a-0ea90a67d417-0966a5a52e13-1000--amsterdam-receives-uefa-europa-league-trophy/>
- UEFA. (2013, agosto 29). *Figo embarks on ambassadorial role*. Retrieved Fevereiro 8, 2020, from UEFA.com: UEFA Champions League:  
<https://www.uefa.com/ufachampionsleague/news/0253-0d0408001718-99d1eacd8ea8-1000--figo-embarks-on-ambassadorial-role/?iv=true>
- UEFA. (2013, agosto 29). *Lisbon visual identity unveiled*. Retrieved Fevereiro 7, 2020, from UEFA.com: UEFA Champions League:  
<https://www.uefa.com/ufachampionsleague/news/0253-0d0407a273b0-7cb9ad24c48a-1000--lisbon-visual-identity-unveiled/?iv=true>
- UEFA. (2019). *UEFA Financial Report 2018/19*. Nyon, Suíça: UEFA.
- Vieira, J. M. (2015). *Eventos e Turismo – Planeamento e Organização – Da teoria à prática (4th ed.)*. Frenchs Forest, Austrália: Edições Sílabo.
- Wicker, P., Hallmann, K., Breuer, C., & Feiler, S. (2012). The value of Olympic success and the intangible effects of sport events - a contingent valuation approach in Germany. *European Sport Management Quarterly*, 12: 337-355.

## **Anexos**

### **Anexo 1 – Guião de Entrevista Ângela Araújo – Gestora de contas do Hotel Meliá**

- 1) A Seleção Holandesa optou por efetuar a sua estadia neste Hotel. Na sua opinião, quais terão sido os fatores que contribuiram para esta escolha?
- 2) Em algum momento ocorreu a necessidade de realizar um investimento extra na logística e na organização para melhorar a qualidade dos serviços prestados pelo Hotel?
- 3) Na altura da permanência da equipa Holandesa no Hotel, deparou-se com um aumento (moderado ou significativo) das taxas de procura face aos anos transatos?
- 4) Para além da Equipa em destaque, os clientes que o Hotel recebeu então eram, maioritariamente, de nacionalidade holandesa ou não se verificou alteração do perfil habitual?
- 5) Decorrente desta estadia da Seleção Holandesa, surgiu alguma proposta de realização de novas parcerias ou negócio relacionados com o desporto ou outra área?
- 6) O hotel criou atividades, eventos específicos para animar a estadia dos hóspedes que acolheu naquela altura?
- 7) A nível financeiro, que impacte é que o hotel obteve da estadia da equipa holandesa, isto é, esse tipo de hóspede levou ao aumento da receita média do Hotel?
- 8) Após essa estadia da Seleção Holandesa, o movimento de hóspedes sofreu alguma evolução, isto é, houve procura do Hotel que possa de alguma forma estar associada ao alojamento da Seleção Holandesa?

**Anexo 2 – Guião de Entrevista Pedro Mendes – Diretor comercial do Santa Luzia ArtHotel**

- 1) A Seleção Inglesa optou por efetuar a sua estadia neste Hotel. Na sua opinião, quais terão sido os fatores que contribuíram para esta escolha?
- 2) Em algum momento ocorreu a necessidade de realizar um investimento extra na logística e na organização para melhorar a qualidade dos serviços prestados pelo Hotel?
- 3) Na altura da permanência da equipa Inglesa no Hotel, deparou-se com um aumento (moderado ou significativo) das taxas de procura face aos anos transatos?
- 4) Para além da Equipa em destaque, os clientes que o Hotel recebeu então eram, maioritariamente, de nacionalidade Inglesa ou não se verificou alteração do perfil habitual?
- 5) Decorrente desta estadia da Seleção Inglesa, surgiu alguma proposta de realização de novas parcerias ou negócio relacionados com o desporto ou outra área?
- 6) O hotel criou atividades, eventos específicos para animar a estadia dos hóspedes que acolheu naquela altura?
- 7) A nível financeiro, que impacte é que o hotel obteve da estadia da equipa Inglesa, isto é, esse tipo de hóspede levou ao aumento da receita média do Hotel?
- 8) Após essa estadia da Seleção Inglesa, o movimento de hóspedes sofreu alguma evolução, isto é, houve procura do Hotel que possa de alguma forma estar associada ao alojamento da Seleção Inglesa?

### **Anexo 3 – Guião de Entrevista Sérgio Gonçalves – Adjunto do gabinete de apoio à vereação da Câmara de Guimarães**

- 1) A Liga das Nações acabou por ser realizada no Norte de Portugal, mais concretamente, no Porto e Guimarães. Na sua opinião, quais terão sido os fatores que contribuíram para esta escolha?
- 2) Qual o papel da Câmara de Guimarães na organização da Liga das Nações?
- 3) Em algum momento, ocorreu a necessidade de realizar um investimento extra na logística e na organização para melhorar a qualidade dos serviços prestados pela Cidade?
- 4) Na altura da realização do evento, deparou-se com um aumento (moderado ou significativo) das taxas de procura de serviços face aos anos transatos?
- 5) E após essa estadia, o movimento de turistas sofreu alguma evolução, que possa de alguma forma estar associada à presença das Seleções Suíça, Holandesa e Inglesa?
- 6) No seu entender, poderemos afirmar que a presença das Seleções Suíça, Inglesa e Holandesa contribuiu para o aumento do turismo local?
- 7) Decorrente da realização deste evento em Guimarães, surgiu alguma proposta de realização de novas parcerias ou negócio relacionados com o desporto ou outra área?
- 8) A nível financeiro, que impacte é que a cidade obteve da estadia das equipas que participaram no evento, isto é, este tipo de hóspede levou ao aumento da receita média da cidade?
- 9) Acredita que este tipo de eventos é benéfico para a cidade de Guimarães e para o próprio país? Sente que deveriam ser realizados mais grandes eventos, em Guimarães, como o da Liga das Nações?

**Anexo 4 – Guião de Entrevista Miguel Carvalho – Responsável máximo pela organização das *Fan Meeting Points* em Guimarães**

- 1) Como é que surgiu a oportunidade de ficar responsável pelas *Fan Meeting Points*?
- 2) Quais os requisitos que eram exigidos pela Câmara/FPF?
- 3) Qual a importância de um evento como este ter estas *Fan Meeting Points*?
- 4) Consegue dizer um número aproximado de adeptos, de cada seleção, que esteve presente nas *Fan Meeting Points* (Holandesa, Inglesa e Suíça)?
- 5) Como é que foi organizada a distribuição das seleções? Qual o motivo da escolha desses locais?
- 6) A empresa obteve Lucro com esta atividade?
- 7) Acredita que este tipo de eventos é importante a nível financeiro para a projeção internacional da cidade?

## **Anexo 5 – Guião de Entrevista Carlos Lucas – Gestor de competições e eventos da Federação Portuguesa de Futebol (FPF)**

- 1) Para o líder federativo, Fernando Gomes, “a experiência e a paixão pelo futebol” foram decisivas para que a candidatura portuguesa fosse escolhida como vencedora para organizar a Liga das Nações. Na sua opinião, qual foi o objetivo maior da FPF em efetuar esta candidatura, que iria receber, como sabemos, esta fase Final da Liga das Nações?
- 2) A Liga das Nações introduziu uma nova modalidade de bilhetes, chamados os UEFA Super Sunday. Estes ingressos permitiram o acesso à final ou ao jogo de atribuição do terceiro lugar, dependendo de onde a seleção dos adeptos jogasse. No seu parecer, que vantagens económicas esta modalidade trouxe para os adeptos e para a organização do evento?
- 3) A Liga das Nações acabou por ser realizada no Norte de Portugal, mais concretamente, no Porto e Guimarães (Quatro seleções em dois palcos). Quais os fatores que contribuíram para a escolha destas cidades?
- 4) Em algum momento, ocorreu a necessidade de serem realizados investimentos extra na logística e na organização, para melhorar a qualidade dos serviços prestados pelo país, sobretudo nas cidades organizadoras?
- 5) Na altura da realização do evento, foram criadas condições de hospitalidade para os adeptos e turistas a preços moderados ou significativos?
- 6) Decorrente da realização deste evento, surgiu alguma proposta de realização de novas parcerias ou negócio relacionados com o desporto ou outra área?
- 7) As *Fan Meeting Points* da Liga das Nações, efetuadas nas duas cidades, foram determinantes na receita final deste evento?
- 8) Doutor, pensa que este evento levou ao aumento da taxa de empregabilidade e a lucros consideráveis na área da restauração e do turismo?
- 9) Admite que o facto de Vítor Baía ser o embaixador da Federação Portuguesa de Futebol para a Liga das Nações e de ter representado o organismo federativo nas duas cidades contribuiu para o sucesso financeiro desta festa?

10) Acredita que este tipo de eventos é benéfico para as cidades envolvidas e para o próprio país? Sente que deveriam ser organizados mais grandes eventos como o da Liga das Nações?

**Anexo 6 – Guião de Entrevista Pedro Lima Coelho – Diretor de operações e gestor das instalações desportivas do Vitória SC**

- 1) A FPF/UEFA, optaram por eleger o estádio D. Afonso Henriques para receber 2 jogos desta fase final. Quais os fatores que contribuíram para esta escolha?
- 2) Em algum momento, ocorreu a necessidade de realizar um investimento extra na logística e na organização, para melhorar a qualidade e as condições do estádio?
- 3) Quantos adeptos estiveram presentes nos 2 jogos?
- 4) Qual o papel do Vitória SC na realização do evento?
- 5) Na sua análise, a nível económico, que impacte é que o Vitória SC obteve com a realização deste evento?
- 6) Durante o evento (antes ou depois) surgiu, ao Vitória SC, alguma proposta de realização de novas parcerias relacionadas com o desporto ou outra área?
- 7) Considera este tipo de eventos positivos para a cidade de Guimarães e para o próprio país?

## **Anexo 7 – Guião de Entrevista Daniel Sá – Diretor executivo do IPAM e especialista em Marketing desportivo**

- 1) O Professor Daniel Sá afirmou, à Agência Lusa, que estimavam que a Fase Final da Liga das Nações tivesse um impacto de 150 ME na nossa economia. Este valor estimado foi, de facto, alcançado?
- 2) Admitiu, também, ao mesmo meio de comunicação social, que houve uma conjugação de fatores que potenciaram os ganhos. Entre esses fatores, o Senhor Professor destacou a presença de Portugal na competição, e o facto de as outras três seleções - Suíça, Inglaterra e Holanda - serem provenientes de "países endinheirados". Gostaria que comentasse, mais aprofundadamente, este seu parecer.
- 3) De acordo com palavras suas "...a realização do evento em Portugal fez com que "os patrocinadores reforçassem investimentos, e aumentou as vendas de 'merchandising' da seleção portuguesa, porque há uma espécie de euforia, que se traduz em consumo adicional", correto? Continua a fazer a mesma análise dos resultados no que concerne ao consumo adicional e ao aumento das vendas de merchandising?
- 4) Na opinião do Senhor Professor, esta competição foi efetivamente muito rentável a nível nacional e regional?
- 5) O professor realçou que os jogos da Liga das Nações não devem ser comparados a um "jogo grande" da I Liga. Afirma também que um "jogo grande" da I Liga portuguesa, como um FC Porto-Benfica, ou um Sporting-Benfica, "gera impactos de 20 a 25 ME". A liga das Nações teve quatro encontros em que o Professor diz que o possível impacto económico seria de 150 ME. Se compararmos este valor com quatro "jogos grandes" da I Liga Portuguesa, como um FC Porto-Benfica, ou um Sporting-Benfica, estaremos a falar de um impacto económico entre 80 a 100ME. Quais os fatores responsáveis por uma diferenciação de, aproximadamente, 50 ME?
- 6) Confirma, Professor Daniel Sá, que a presença do CR7 nesta competição foi uma presença-chave nos vantajosos resultados económicos atingidos? Como fundamenta esta apreciação?

- 7) Muito se tem falado deste tipo de eventos, havendo opiniões divergentes sobre o caráter lucrativo deles. Daí que alguns autores que defendam a não realização dos mesmos devido à sua reduzida rentabilidade para o país anfitrião. Qual é o seu ponto de vista sobre esta tendência?

## Anexo 8 – Inquérito por Questionário

### Perceção dos habitantes de Guimarães em relação à Liga das Nações 2019

Este questionário tem como principal objetivo analisar a perceção que o evento Liga das Nações, realizado em Portugal 2019, teve nos habitantes de Guimarães. Guimarães foi uma das cidades anfitriãs, e as opiniões e expectativas dos moradores em relação a este evento, nunca antes realizado, tornam-se essenciais para o estabelecimento dos impactes deste megaevento desportivo. Este formulário é destinado aos habitantes de Guimarães, bem como às pessoas que estavam na cidade a trabalhar ou a estudar. Por favor, preencha o questionário, e selecione a resposta apropriada. A segunda parte do questionário contém respostas de acordo com a escala; indique o nível de escala apropriado. O questionário é anónimo e os dados retirados são confidenciais. Obrigado pela sua dedicação no preenchimento deste questionário.

\*Obrigatório

1. Sabia que a cidade de Guimarães foi uma das cidades anfitriãs que recebeu a Liga das Nações 2019? \*

- Sim
- Não

2. De que forma esteve relacionado com este evento? \*

- Voluntário
- Empregado
- Habitante
- Estudante
- Outro

3. Assistiu a algum dos jogos da Liga das Nações, no estádio? \*

- Sim
- Não

Perceções pessoais e impactes verificados, na cidade, devido ao acolhimento da Liga das Nações 2019 (Por favor seleccione a escala apropriada).

Descrição (opcional)

4. Provocou aumento de oportunidades de emprego? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

5. Favoreceu a cidade de Guimarães a nível Turístico? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

6. Existiram preços mais elevados em Guimarães, nesse momento? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

7. Foram desenvolvidas novas instalações públicas, que podem ser usadas atualmente pelos habitantes locais? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

8. Senti que foram criados mais postos de trabalho com este acontecimento? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

9. Causou a sobrelotação das instalações locais? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

10. Causou constrangimentos aos habitantes locais devido ao aumento do tráfego? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

11. Retirou bem-estar aos habitantes de Guimarães? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

12. Aumentaram os níveis de criminalidade nessa fase? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

13. Expandiu a visibilidade internacional da cidade, devido ao mediatismo do evento? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

14. Este evento aproximou a comunidade Vimaranesa? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

15. Sentiu que aumentou o orgulho dos habitantes de Guimarães? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

...

16. Os impactes positivos da Liga das Nações superam os negativos? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

17. Deveria Guimarães contemplar outro grande evento como o da Liga das Nações? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

18. O meu local trabalho beneficiou com a hospedagem da Liga das Nações, em Guimarães?

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

19. A Liga das Nações melhorou a minha situação financeira, bem como a da minha família? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

20. Senti-me satisfeito pelos ganhos advindos do aumento do número de turistas em Guimarães? \*

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				

## Informações Pessoais



Descrição (opcional)

21. Qual o seu sexo? \*

Masculino

Feminino

22. Qual a sua idade? \*

16-25

25-50

50-66

66 ou mais

23. Qual o seu nível de ensino? \*

1º ciclo (antiga 4ª classe)

2º ciclo (5º e 6º ano)

3º ciclo (7º e 9º ano)

Secundário (10º a 12ºano)

Licenciatura

Mestrado

Doutoramento

Outro

24. Por favor, indique qual o montante mensal que aufer. \*

- Menos de 650 euros
- 650-1000 euros
- 1000-1500 euros
- 1500-2500 euros
- 2500 euros ou mais
- Não aplicável