

Ação de
formação
“Valores,
Ética e
Desporto”

GESTÃO ESTRATÉGICA DE EVENTOS DESPORTIVOS:: valores económicos, sociais e ambientais

Elsa Pereira, PHD

Universidade do Algarve

Margarida Mascarenhas, PHD
FMH-ULisboa, CinTurs

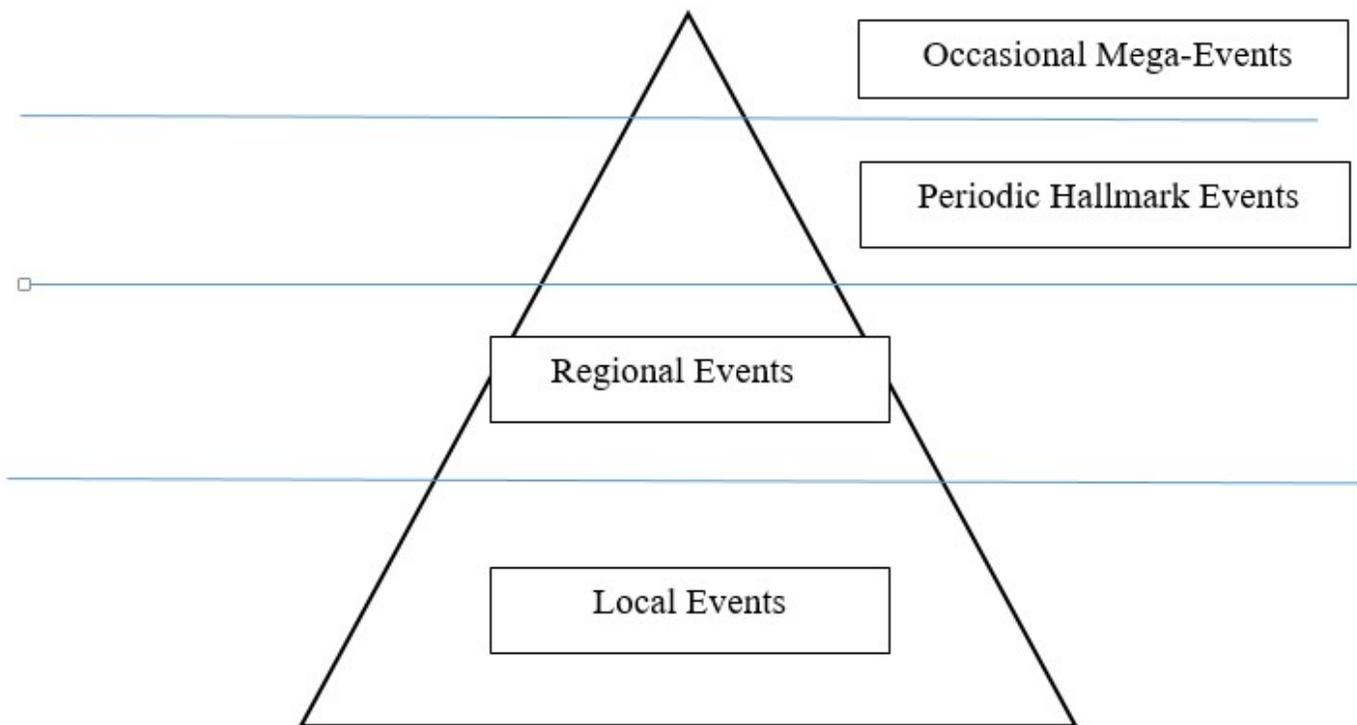
Rute Martins, Doutoranda
FMH - ULisboa, CinTurs



SUMÁRIO

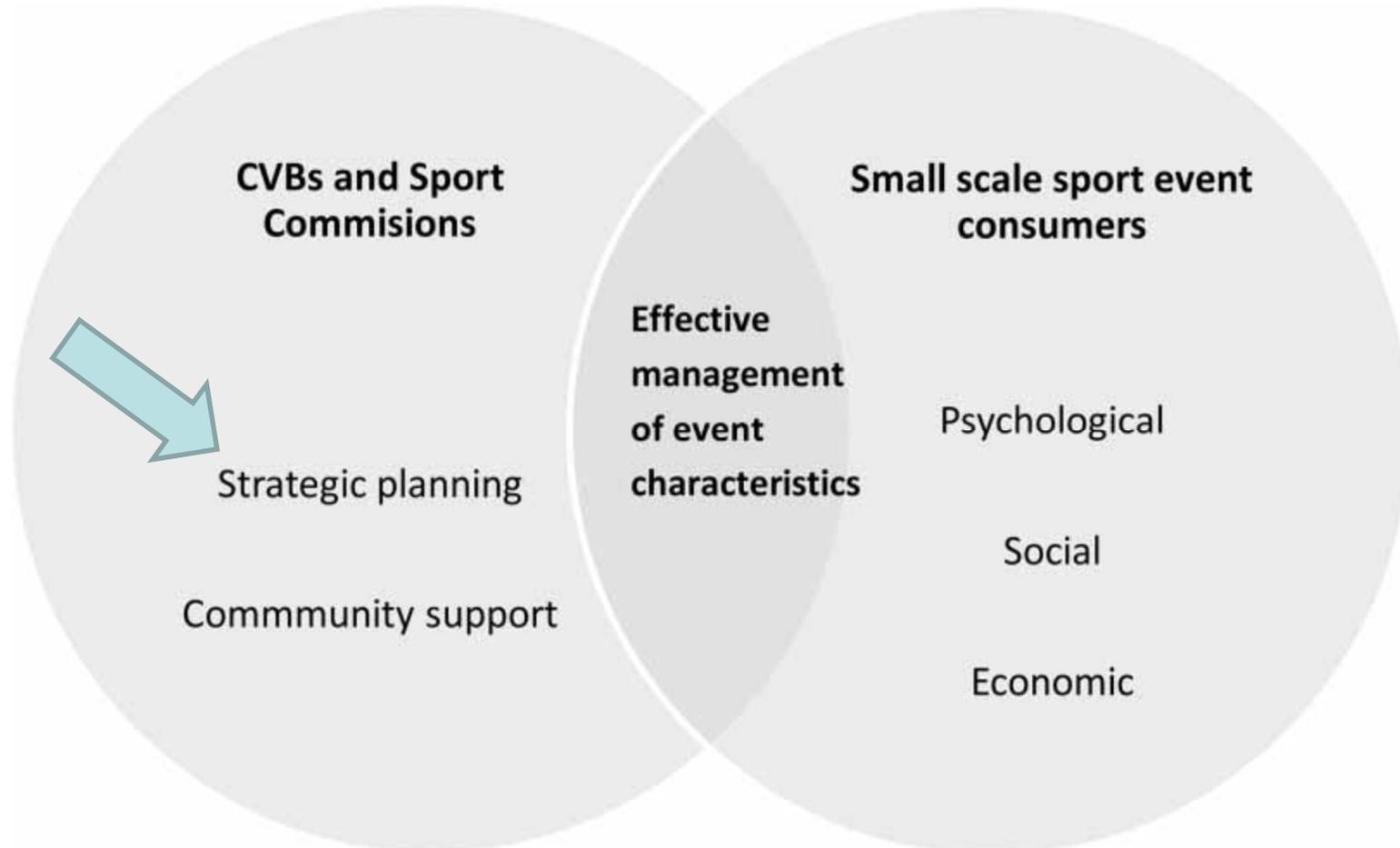
- Eventos desportivos - tipologias
- Conceito e modelos de alavancagem estratégica
- Análise dos eventos desportivos na ótica da alavancagem
- Apresentação e discussão das análises desenvolvidas
- Conclusões

Portfólio de Eventos



Fonte: Getz (2016).

Eventos Desportivos: Fatores Sucesso SSE



Kaplanidou, Kerwin, & Karadakis (2013)

PERSPETIVAS DE ABORDAGEM AOS EVENTOS DESPORTIVOS

<i>EX POS</i>	<i>EX ANTE</i>
<p>Análise do impacto económico (Ritchie, 1984; Hiller, 1998; Mc Donnell <i>et al.</i>, 1999; Ritchie, 2000, Gratton, 2000).</p>	<p>Intencionalidade e planeamento estratégico (Chalip, 2000, 2004; Chalip & Leyns, 2002; O'Brien, 2006).</p>

Conceitos

Abordagem aos eventos desportivos

Impacto

Efeitos económicos, sociais e ambientais gerados pelo eventos.

pós evento, a curto prazo

'à posteriori'

Legado

Benefícios positivos dos eventos.

a longo prazo

Alavancagem

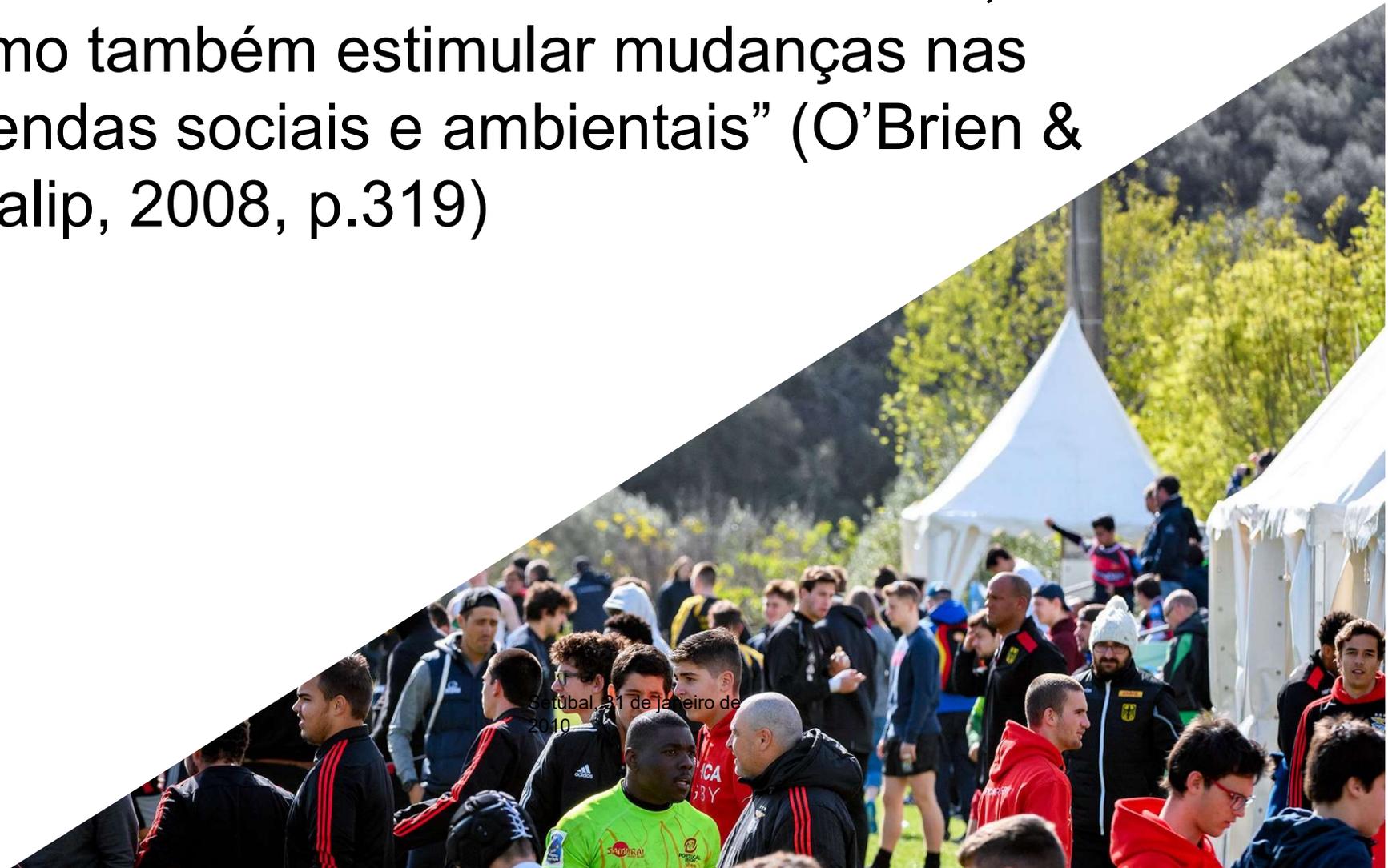
Benefícios positivos que podem ser maximizados e planeados através dos eventos

'à priori'

CONCEITO DE ALAVANCAGEM

- *Leverage* – “is about getting the best possible benefits from the event” (Chalip, 2004:228).
- *Leveraging* – os processos através dos quais os benefícios dos investimentos são maximizadas.

“ através de uma alavancagem apropriada ,
os eventos desportivos podem estimular
não só o desenvolvimento económico,
como também estimular mudanças nas
agendas sociais e ambientais” (O’Brien &
Chalip, 2008, p.319)



Modelo de Alavancagem Económica

(Chalip, 2004)



Ação: Prolongar a estadia visitantes



Tokyo Sightseeing Trips

Sightseeing Tours - Pre and Post Olympics

Once you have traveled all the way to Japan, why not extend your stay to explore this incredible country! Side
More information...

Ações: “Reforçar a imagem do destino”

- **Contratos** promoção do nome Portimão/
NAMMING
- **Definição de locais** do destino turístico para recolher imagens
- **Informação diária** do evento, prova desportiva + imagens/noticias do destino
- **Exposição** do nome Portimão (em bandeiras, faixas e pendões), maximizar projeção através dos media e da visibilidade no local





“Reforçar a imagem do destino”: Integração do portfólio náutico



Um mar de emoções...

SELVA INCLUIDA DE MÉRITO

Antemis

Guia Náutico 08

 **Portimão**

Portimão

Os melhores eventos náuticos passam por aqui

Em 2009, são muitos os pontos altos do desporto náutico que terão lugar em Portimão.

O Grande Prémio de Motonáutica F1 regressa à cidade, pela 11ª vez consecutiva, trazendo consigo uma multidão de entusiastas da velocidade sobre as águas.

A Med Cup é também uma presença habitual e muito esperada nas águas de Portimão. Os mais belos e imponentes veleiros do mundo desfilam perante o olhar maravilhado do público, numa prova que inclui regatas como a prestigiada Copa del Rey.

Portimão é porto de partida e de chegada para uma prova original e de grande fôlego. Trata-se da **Portimão Global Ocean Race**, a primeira Volta ao Mundo em Solitários/Duplas com passagem por África do Sul, Nova Zelândia, Brasil e E.U.A - 30.000 milhas de comunhão com o mar e com as forças da natureza que vão pôr à prova velejadores e veleiros – uma aventura a seguir com atenção, e a servir de inspiração!



Modelo de Alavancagem Social

(Chalip, 2006)

Recurso Oportunidade Objetivo estratégico Táticas

Alavancável



Ações: “Gerar e cultivar liminaridade”

Public village Power Boat



Modelo de Alavancagem Sócio-Ambiental (O'Brien, Chalip, 2008)

Recurso Oportunidade Objetivo estratégico Táticas

Alavancável



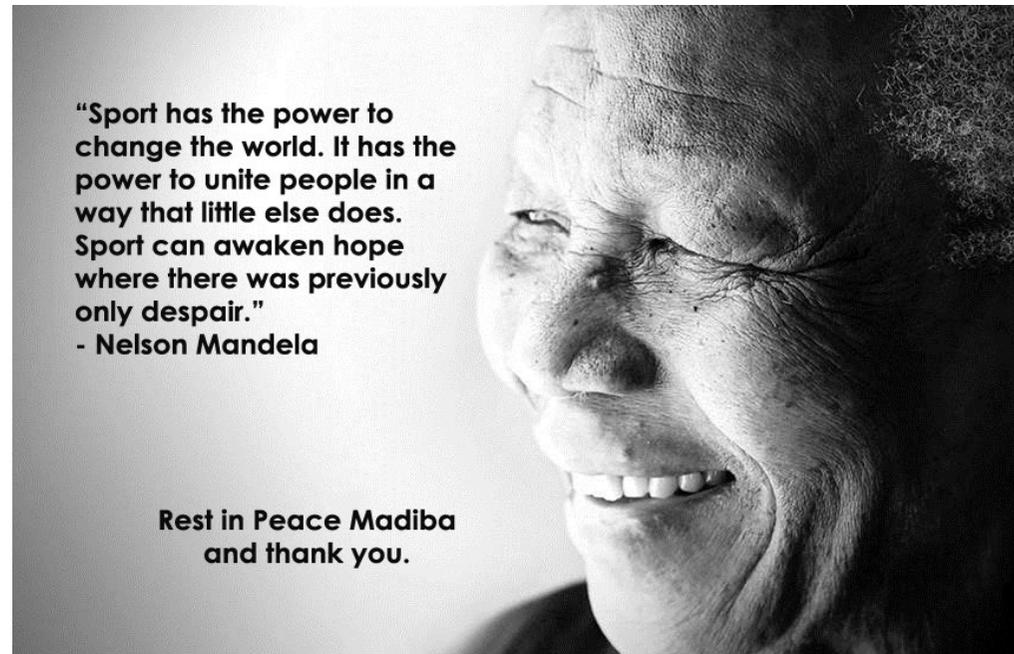
Campeonato do Mundo de Râguebi de 1995



<https://www.youtube.com/watch?v=25pSEic>

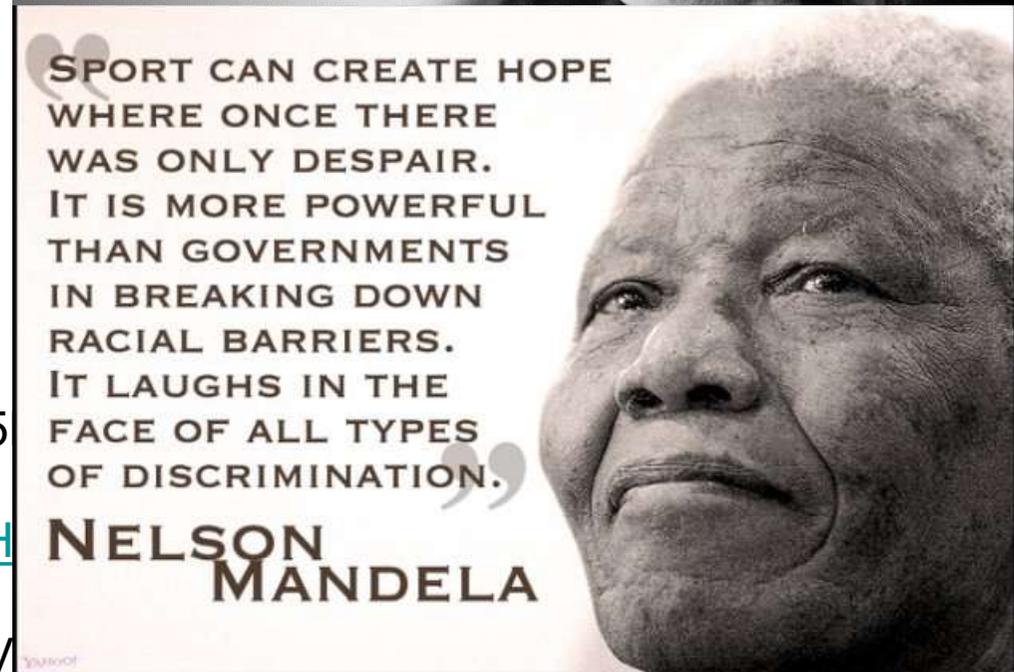
<https://www.youtube.com/watch?v=zHU378EI>

https://www.youtube.com/watch?v=_V



"Sport has the power to change the world. It has the power to unite people in a way that little else does. Sport can awaken hope where there was previously only despair."
- Nelson Mandela

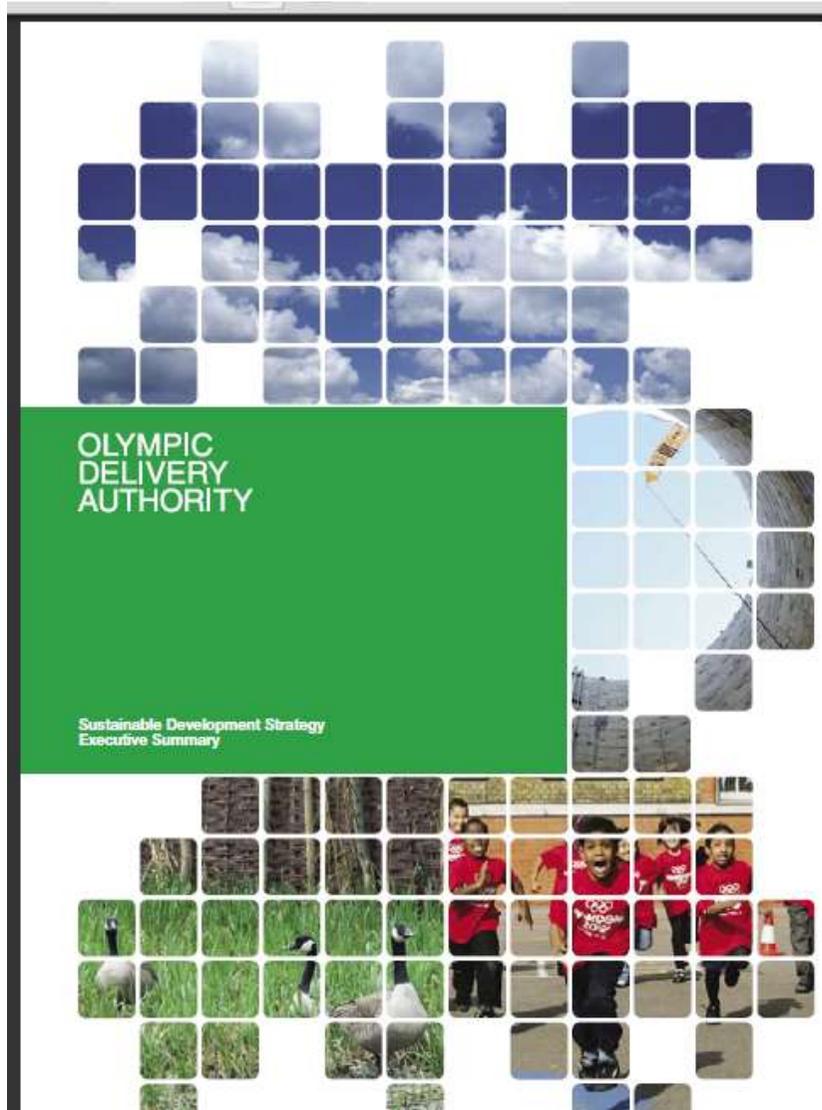
Rest in Peace Madiba
and thank you.



SPORT CAN CREATE HOPE WHERE ONCE THERE WAS ONLY DESPAIR. IT IS MORE POWERFUL THAN GOVERNMENTS IN BREAKING DOWN RACIAL BARRIERS. IT LAUGHS IN THE FACE OF ALL TYPES OF DISCRIMINATION.

NELSON MANDELA

Objetivos Ambientais



Climate change: redução da emissão de carbono

Waste and materials: reutilização ou reciclagem de 20% dos materiais usados na aldeia olímpica

Water

Transport and mobility: priorizar os percursos para circular a pé, de bicicleta, e o uso de transportes públicos, nas e entre as zonas Olímpicas, inclui a construção de + de 80 km pedestres e cicláveis.

MEO RIP CURL PRO PORTUGAL

Compromisso Ambiental



- Um 'shaper' português deu forma a 48 dias de lixo: as pranchas estão prontas para surfar a onda da consciência ambiental

<https://www.youtube.com/watch?v=G4-ZLDJhIjM#action=share>

1.Objetivo estratégico:

Direcionar a atenção da comunidade para questões sociais específicas.



**ALINHAR OS EVENTOS COM AS
QUESTÕES SOCIAIS / AMBIENTAIS
ESPECÍFICAS**

**ALINHAR OS VALORES ENTRE AS
QUESTÕES SOCIAIS / AMBIENTAIS
ESPECÍFICAS E AS SUBCULTURAS DO
DESPORTO**

**ATIVIDADES PARA AUMENTAR A
ESTADIA DOS VISITANTES**

**ATRAIR O ENVOLVIMENTO DA
COMUNIDADE E DOS VISITANTES
NESTE TIPO DE TÓPICOS**



Fatores promotores de boas práticas ambientais nos eventos

nos visitantes / participantes:

- Perceção dos esforços ambientais da organização;
- Campanhas de educação ambiental;
- Características do visitante / praticante (atitude ambiental).

(Casper, McCulloughb & Pfahl, 2019; Trail & McCullough, 2019)

2. Objetivo estratégico:

Usar os *media* do evento para estimular a mudança na agenda social / ambiental



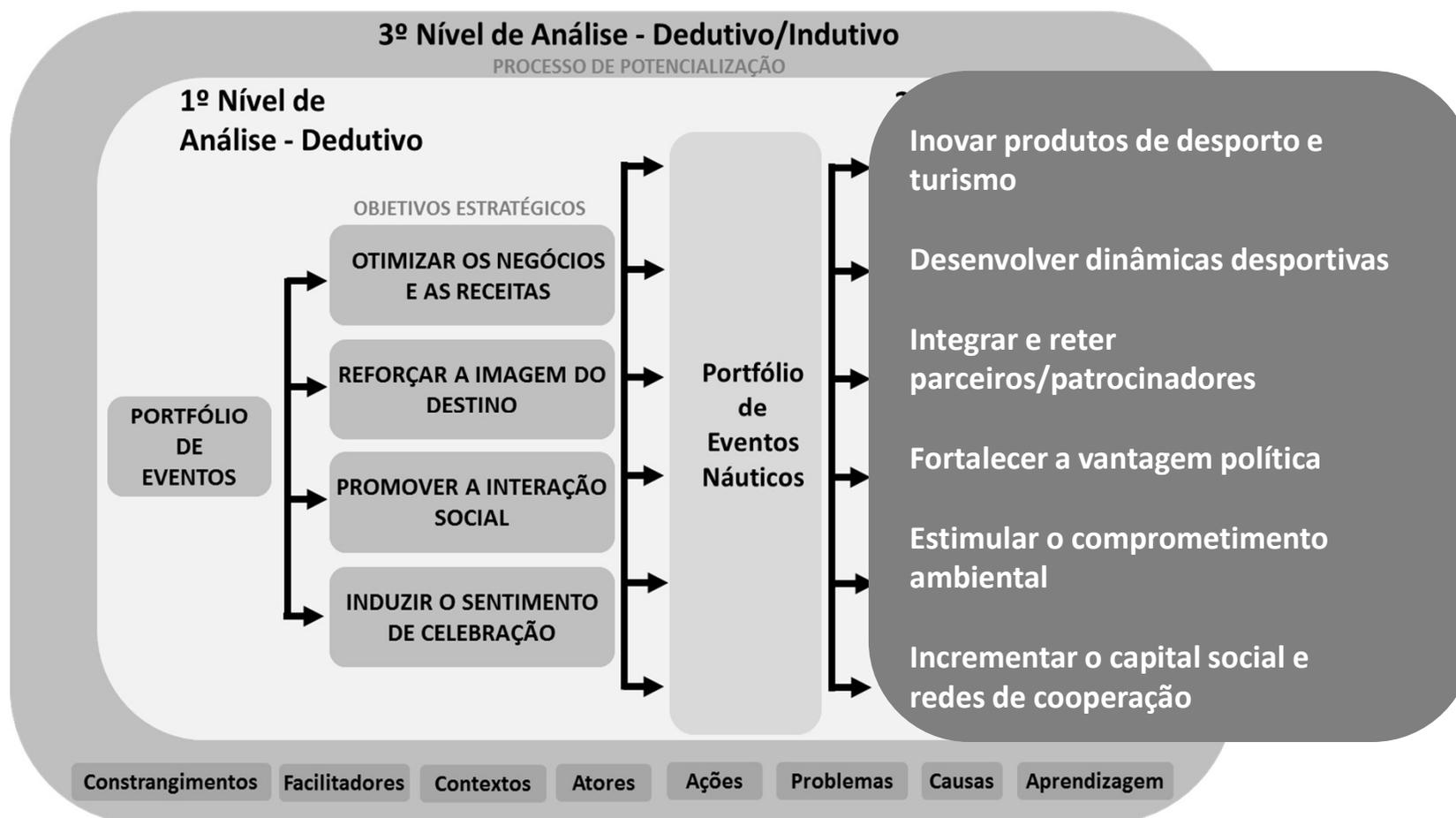
UTILIZAÇÃO DO EVENTO PARA PUBLICITAR AS QUESTÕES SOCIAIS / AMBIENTAIS

Como apoiar os *media* na descoberta e publicação de histórias que fortaleçam a ligação do evento e dos atletas aos tópicos?

Que elementos do evento se podem utilizar para fortalecer ou modificar a opinião pública nas questões sociais / ambientais?

Os patrocinadores suportam alguma causa social que se relacione com os tópicos do evento? Poderão estes tópicos ser incorporados na publicidade elaborada pelos patrocinadores?

Multiplicidade de dimensões de potencialização do portfólio de eventos náuticos



Conclusão

O evento desportivo como uma ferramenta

De alavancagem dos valores económicos, sociais e ambientais para a comunidade anfitriã.

de comunicação ambiental

de mudança dos comportamentos dos atores desportivos:

Consciencializando, educando, informando e operacionalizando.



O'Brien & Chalip (2008)

OBRIGADA PELA ATENÇÃO

epereira@ualg.pt.pt