

CARACTERIZAÇÃO, AVALIAÇÃO E IMPACTO DA FEIRA DO QUEIJO DE SEIA 2018



Relatório Final
Novembro de 2018



Agradecimentos

A equipa da Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda (ESTH/IPG) e do Observatório do Turismo da Serra da Estrela (OTSE) que realizou este estudo contou com a disponibilidade e colaboração de um conjunto de pessoas a quem queremos agradecer muito reconhecidamente.

À Câmara Municipal de Seia na pessoa do seu Presidente, Dr. Carlos Filipe Camelo Miranda de Figueiredo, agradecemos a iniciativa e a oportunidade que nos deu para a realização deste estudo. Esperamos que o seu resultado, que aqui se apresenta, tenha utilidade para que os responsáveis pela organização da Feira do Queijo de Seia possam, em próximas edições, adequá-la da melhor forma às exigências dos diversos públicos e, por outro lado, possam ter mais facilitada a missão de ajudar a transmitir a quem nos procura, e em especial às gerações futuras, este legado tão marcante para as gentes do território de Seia.

Aos alunos da ESTH/IPG (do Mestrado em Gestão e Sustentabilidade no Turismo e da licenciatura em Gestão Hoteleira) que colaboraram na distribuição e recolha dos questionários, Adriana Monteiro, Beatriz Lopes, Esmeralda Rodrigues, João Fernandes, Rafaela Silva e Tiago Saramago, por toda a sua disponibilidade e todo o seu empenho.

FICHA TÉCNICA

Autoria:

ESTH/IPG – Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda
OTSE – Observatório do Turismo da Serra da Estrela

Data:

Novembro de 2018

Contactos:

Morada - Rua Dr. José António Fernandes Camelo, Arrifana, 6270-372 Seia
Telefone - 238 320 800
e-mail - geral.esth@ipg.pt

Equipa:

Adriano Costa
José Alexandre Martins

Índice Geral

Introdução.....	1
1. Metodologia	2
1.1. Visitantes	2
1.1. Expositores.....	3
2. Análise dos dados relativos aos visitantes	4
2.1. Caracterização da amostra de visitantes	4
2.2. Avaliação dos visitantes.....	8
2.3. Impacto económico dos visitantes	15
3. Análise dos dados relativos aos expositores	20
3.1. Caracterização dos Expositores.....	21
3.2. Avaliação dos expositores.....	23
3.3. Impacto económico dos expositores	28
Considerações finais.....	30

Índice de gráficos

Gráfico 1 – Distribuição das idades dos respondentes.....	5
Gráfico 2 – Distribuição dos respondentes por distrito.....	7
Gráfico 3 – Distribuição do rendimento médio por distrito	8
Gráfico 4 – Formas de tomada de conhecimento do evento	9
Gráfico 5 – Nível de satisfação relativamente a aspetos do evento..	10
Gráfico 6 – Média da satisfação relativa a aspetos do evento	11
Gráfico 7 – Participação em edições anteriores do evento.....	13
Gráfico 8 – Número de dias de participação dos não residentes	15
Gráfico 9 – Número de produtos comprados ou a comprar.....	17
Gráfico 10 - A distribuição das noites pernoitadas.....	19
Gráfico 11 – N^o de Expositores por tipo de Atividade.....	21
Gráfico 12 – Atividades dos feirantes/expositores que estão presentes pela 1^a vez	22
Gráfico 13 – Alterações a efetuar na Feira do Queijo de Seia	25
Gráfico 14 - Nível de Satisfação dos feirantes/expositores da Feira do Queijo de Seia.....	26

Índice de tabelas

Tabela 1 – Distribuição por dia e por turno dos questionários recolhidos	3
Tabela 2 – Distribuição dos rendimentos mensais	6
Tabela 3 – Distribuição de visitantes pelo concelho de Seia e concelhos limítrofes.....	7
Tabela 4 – Avaliação global do evento	11
Tabela 5 – Distribuição do número de participações dos respondentes.....	12
Tabela 6 – Distribuição dos dias antes e depois da prova em que estiveram presentes os respondentes	14
Tabela 7 – Distribuição dos compradores e gasto médio por produto	16
Tabela 8 – Montantes médios gastos por pessoa em várias áreas ..	18
Tabela 9 – Distribuição dos locais de pernoita	19
Tabela 10 – Frequências de indicação dos locais de consumo de refeições.....	20
Tabela 11 – 1º Ano de Expositor/Feirante	22
Tabela 12 – Número de participações por ano	23
Tabela 13 – Existem diferenças assinaláveis em relação a anos anteriores	23
Tabela 14 - Avaliação Global da Feira do Queijo de Seia	27
Tabela 15 - Vendas/Receitas realizadas Feira do Queijo de Seia	29

Introdução

A Feira do Queijo de Seia decorreu ao longo de quatro dias, de 10 a 13 de fevereiro de 2018 e teve lugar no Mercado Municipal e área envolvente. Esta foi a 40.^a edição de um dos certames do género mais antigos da região, sendo organizado anualmente pela Câmara Municipal de Seia. Este evento procura promover, dignificar e reconhecer a cultura e as tradições locais, e em especial o Queijo da serra da Estrela, bem como os produtos endógenos, como, por exemplo, o pão, o vinho, os enchidos, o mel e a lã.

Em paralelo, decorreram na área envolvente ao mercado, as mostras de artesanato e do Cão Serra da Estrela, para além das tasquinhas e da mostra de outros produtos.

No programa a animação foi também uma componente importante da Feira.

Nesta edição da Feira marcaram presença 25 produtores de Queijo, de entre aproximadamente 105 expositores presentes na mostra de artesanato e de diversas áreas comerciais de produtos locais.

Este estudo, para além de incluir a caracterização sócio económica dos visitantes da Feira do Queijo de Seia de 2018, procura identificar os impactos do mesmo, particularmente a nível económico, no concelho de Seia, através do impacto ao nível da hotelaria, restauração, comércio e outros serviços. O conhecimento destes impactos é fundamental para que os responsáveis pelo evento possam deter a informação necessária para as suas tomadas de decisões.

Assim, o presente documento encontra-se estruturado da seguinte forma:

- 1- Metodologia
- 2- Análise dos dados do inquérito aplicado aos visitantes

3- Análise dos dados do inquérito aplicado aos expositores

4- Conclusões

1. Metodologia

Para a recolha da informação primária necessária para a elaboração deste relatório sobre os impactos da Feira do Queijo de Seia, em 2018, decidiu-se realizar um inquérito por questionário para os visitantes e outro para os expositores. Além disso, para o caso dos visitantes optou-se por uma técnica de amostragem sistemática para obter a amostra de visitantes deste estudo exploratório, enquanto que para o caso dos expositores procurou-se abranger a população disponível.

1.1. Visitantes

À amostra de visitantes foi distribuído um questionário em papel nos quatro dias do evento, ao longo de três turnos de duas horas em cada dia, a visitantes de ambos os sexos e com mais de 16 anos. Este processo foi posto em prática por um grupo de seis alunos do Mestrado em Gestão e Sustentabilidade no Turismo da Escola Superior de Turismo e Hotelaria (ESTH) do Instituto Politécnico da Guarda (IPG) que foram preparados especificamente para este processo por dois docentes/investigadores da ESTH/IPG, tendo havido um guião próprio com regras e sugestões para o efeito.

Da recolha dos inquéritos realizada obtiveram-se 277 inquéritos válidos, o que, considerando a população infinita e com um nível de confiança de 95%, corresponde a um erro inferior a 5,9% para as proporções.

Os dias em que se obtiveram mais questionários foram o sábado e o domingo, respetivamente com 26,7% 32,9%, e o dia com menos questionários recolhidos foi o de terça-feira (dia de carnaval), último

dia da feira que terminou mais cedo, com 15,9%. Além disso, globalmente entre os vários turnos e dias não houve diferenças estatisticamente significativas com um nível de confiança de 95%. Contudo, em alguns dias houve diferenças entre os turnos, nomeadamente no domingo (dia 2 do evento) no terceiro turno houve menos questionários recolhidos que nos outros dois turnos e na terça-feira (dia 4 do evento) houve menos questionários no primeiro turno que no terceiro, tal como se constata na Tabela 1.

Tabela 1 – Distribuição por dia e por turno dos questionários recolhidos

Dia		Turno em que foi recolhido o questionário			Total
		10:00–12:00	14:00–16:00	17:00–19:00	
1	Contagem	23 _a	27 _a	24 _a	74
	% em Dia	31,1%	36,5%	32,4%	100%
	% do Total	8,3%	9,7%	8,7%	26,7%
2	Contagem	30 _a	44 _a	17 _b	91
	% em Dia	33,0%	48,4%	18,7%	100%
	% do Total	10,8%	15,9%	6,1%	32,9%
3	Contagem	19 _a	25 _a	24 _a	68
	% em Dia	27,9%	36,8%	35,3%	100%
	% do Total	6,9%	9,0%	8,7%	24,5%
4	Contagem	9 _a	16 _{a, b}	19 _b	44
	% em Dia	20,5%	36,4%	43,2%	100%
	% do Total	3,2%	5,8%	6,9%	15,9%
Tota l	Contagem	81	112	84	277
	% em Dia	29,2%	40,4%	30,3%	100%
	% do Total	29,2%	40,4%	30,3%	100%

Cada letra de subscrito indica um subconjunto de Turno em que foi recolhido o questionário categorias cujas proporções da coluna não se diferem significativamente umas das outras no nível ,05.

1.1. Expositores

A população base era constituída por 105 expositores, mas somente foram entregues 93 questionários, o que corresponde a cerca de 89% dos expositores. O processo consistiu no seguinte:

- No dia 12 de fevereiro entre as 10 e as 12 horas foram distribuídos os questionários aos expositores a solicitar a sua colaboração no preenchimento do mesmo e estes (expositores) foram informados que passaríamos no dia seguinte para proceder à recolha do mesmo. Foram dadas algumas explicações aos expositores dos objetivos do questionário.
- No dia 13 de fevereiro foram recolhidos 77 inquéritos, o que corresponde a 73% da população e 83% dos inquéritos que foram entregues. Apesar de várias solicitações os restantes não responderam ao pedido efetuado.

Da recolha dos inquéritos realizada obtiveram-se 77 inquéritos válidos, o que, considerando a população finita e com um nível de confiança de 95%, corresponde a um erro inferior a 5,9% para as proporções.

2. Análise dos dados relativos aos visitantes

A análise dos dados recolhidos do inquérito por questionário aplicado aos visitantes é apresentada de seguida, começando pelos dados referentes à amostra, depois pelos aspetos de avaliação da Feira do Queijo e finalmente pelos dados relacionados com o impacto económico.

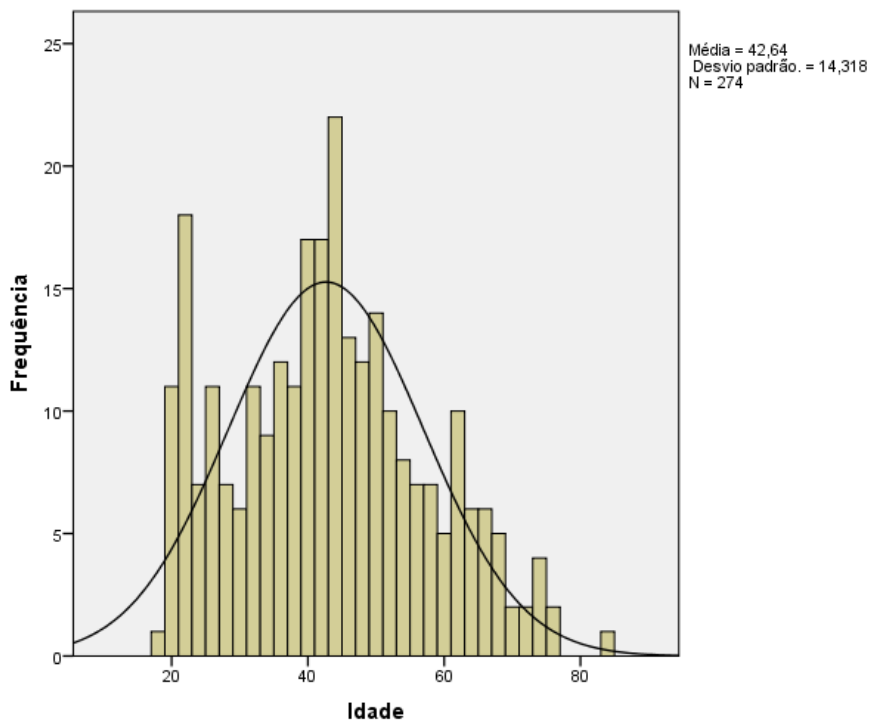
2.1. Caracterização da amostra de visitantes

Assim, em termos da caracterização da amostra podemos constatar que 50,2% dos respondentes são do género masculino.

Em termos de idades, havendo três não respondentes, a idade máxima foi de 84 anos e a mínima de 18 anos, o que corresponde a uma amplitude 66 anos. A média das idades dos respondentes não chega aos 43 anos (42,64 anos) com um desvio padrão de 14,38. A distribuição das idades pode ser observada no Gráfico 1, sendo que

pelo menos 25% dos respondentes têm 32 anos ou menos, 50% têm 42 anos ou menos e 75% 52 anos ou menos.

Gráfico 1 – Distribuição das idades dos respondentes



Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Em termos de habilitações académicas, havendo dois inquiridos que não responderam a esta questão, 25,8% dos respondentes indicaram ter até ao 3.º ciclo do ensino básico (até 9 anos de escolaridade), havendo 30,9% dos respondentes que possuem o Ensino Secundário (até ao 12º ano), e 43% que tem um grau académico do ensino superior.

No que diz respeito ao rendimento mensal a distribuição dos mesmos está patente na Tabela 2, onde se destaca que a maioria dos respondentes indicaram rendimentos inferiores a 1000€, que 32,4% apresentaram rendimentos entre 1001€ a 2000€ e que 14% afirmam ter rendimento superior a 2000€. Sendo esta questão bastante sensível, não responderam 98 (35,4%) dos inquiridos.

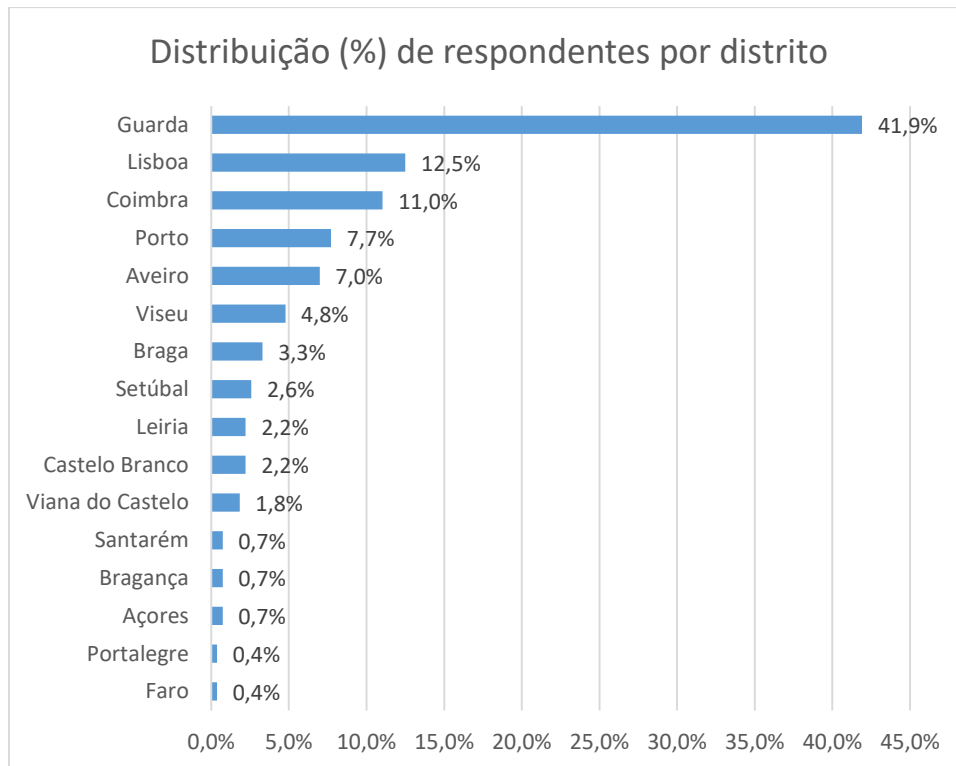
Tabela 2 – Distribuição dos rendimentos mensais

Rendimento mensal	Frequência absoluta	Frequência relativa	Frequência acumulada (%)
Menos de 1000€	96	53,6%	53,6%
1001€ - 2000€	58	32,4%	86,0%
2001€ - 3000€	13	7,3%	93,3%
3001€ - 4000€	7	3,9%	97,2%
4001€ - 5000€	5	2,8%	100%
Total	179	100%	

Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

A nacionalidade da maioria (97,8%) dos respondentes é portuguesa, havendo apenas a indicação de 6 (2,2%) inquiridos de nacionalidade estrangeira (5 com nacionalidade brasileira e 1 com nacionalidade cabo Verdiana). Com apenas um inquirido que não indicou a nacionalidade nem a residência, praticamente todos os outros inquiridos (99,3%) têm residência em Portugal e apenas 1 (0,4%) indicou a residência em França. Dos que indicaram a residência em Portugal, houve cinco não respostas, a distribuição da proveniência por distrito está visível no Gráfico 2, onde claramente se destaca o distrito da Guarda, com 41,9%, seguido do distrito de Lisboa (12,5%) e do distrito de Coimbra (11%), bem como de alguns distritos como os do Porto (7,7%), Aveiro (7%) e Viseu (4,8%).

Gráfico 2 – Distribuição dos respondentes por distrito



Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

No total, estes dados sobre os visitantes inquiridos correspondem a 65 concelhos diferentes, que condizem a 21% dos 308 concelhos portugueses. Em particular, na distribuição relativamente ao concelho de Seia e aos seus concelhos limítrofes, tal como se pode observar na Tabela 3, constata-se que desses 120 visitantes inquiridos, Seia representa 82,5% e que, dos restantes 17,5%, Gouveia e Oliveira do Hospital se destacam representando 5% cada um.

Tabela 3 – Distribuição de visitantes pelo concelho de Seia e concelhos limítrofes

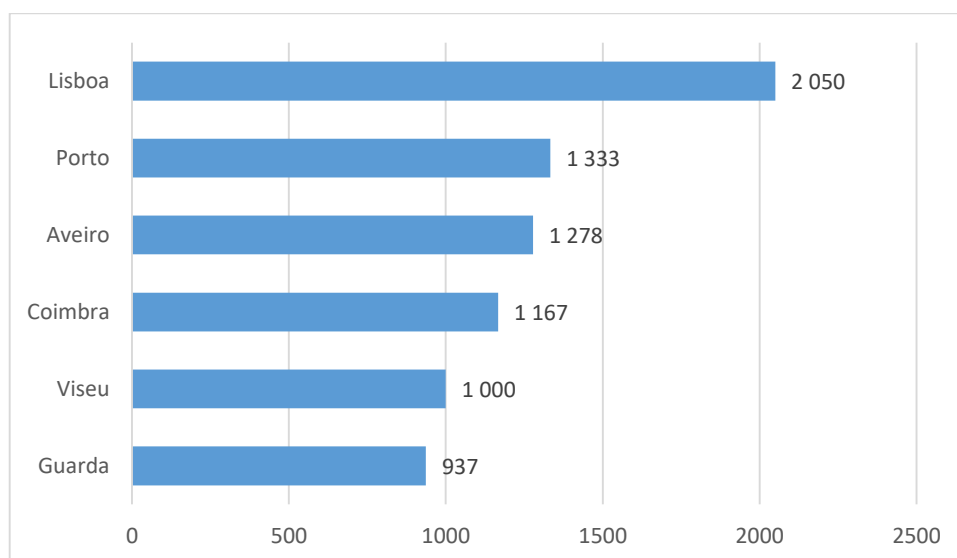
Concelho	Frequência absoluta	Frequência relativa
Arganil	0	0%
Covilhã	4	3,3%
Gouveia	6	5,0%
Mangualde	2	1,7%
Manteigas	1	0,8%

Nelas	2	1,7%
Oliveira do Hospital	6	5,0%
Seia	99	82,5%
Total	120	100%

Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Por outro lado, analisando especificamente os distritos mais representativos (Gráfico 3) verifica-se pela análise do Gráfico 3 que os seus rendimentos médios variam entre os 2050€ dos residentes em Lisboa e os 937€ dos residentes na Guarda, sendo que o segundo maior valor do rendimento médio nestes distritos é o do Porto com 1333€.

Gráfico 3 – Distribuição do rendimento médio por distrito



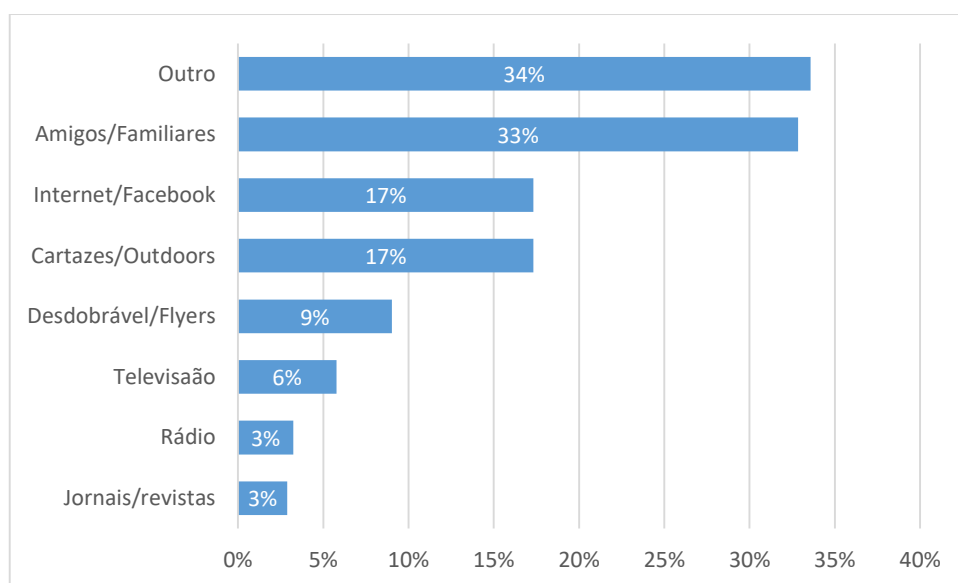
Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

2.2. Avaliação dos visitantes

Da análise do gráfico 4, que corresponde a uma pergunta que permitia resposta múltipla, fica claro que a Amigos/Familiares (33%) e Outra (34%) são as principais fontes de informação a respeito do evento, sendo que na categoria Outra estão enquadradas pessoas que estavam de passagem, residentes na cidade, trabalhadores na Feira, e pessoas convidadas. Todavia, estas fontes de informação não são necessariamente exclusivas, já que se obtiveram 17% respostas para

a Internet/Facebook e também 17% para Cartazes/Outdoors. Estes resultados não são de estranhar já que estamos perante uma amostra em que boa parte dela são locais ou de regiões relativamente próximas. É de salientar, ainda, o facto de 82,67% dos respondentes terem indicado apenas uma opção, e que os restantes 17,33% indicassem duas ou mais opções, num máximo de 6 opções.

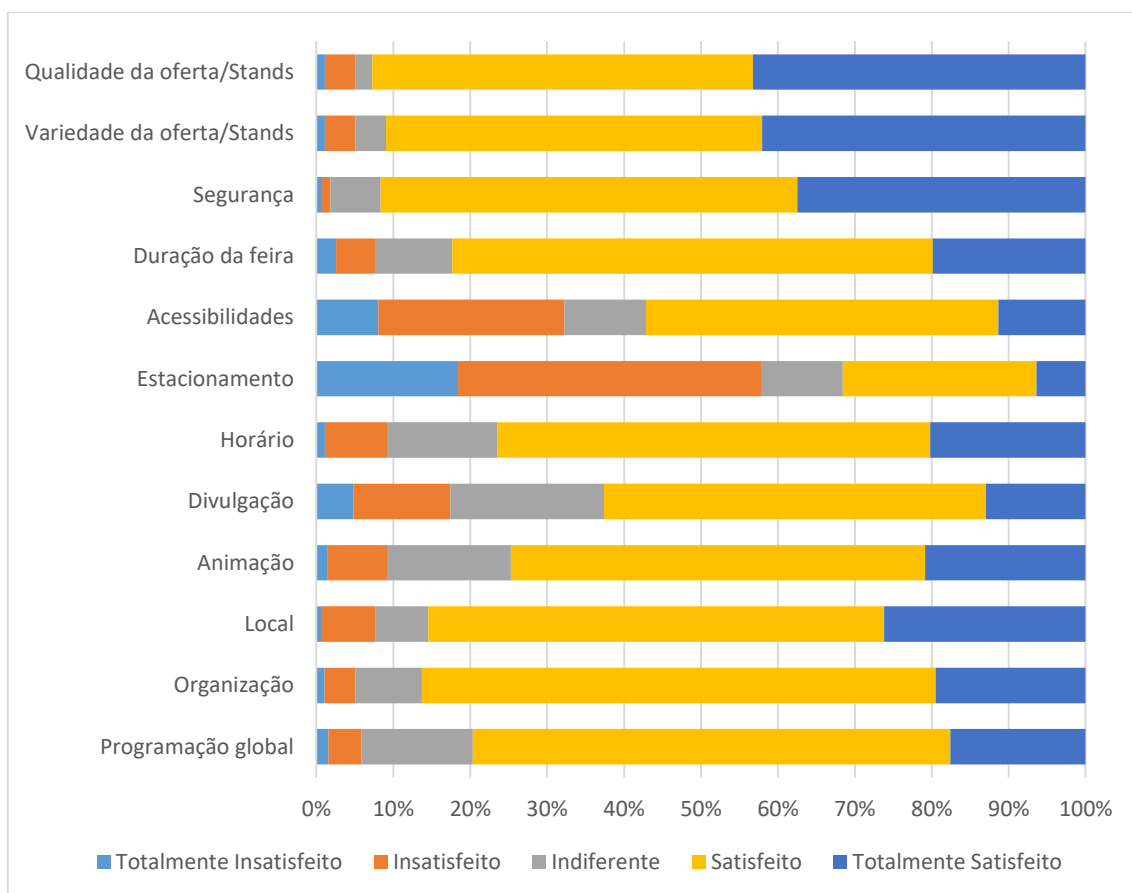
Gráfico 4 – Formas de tomada de conhecimento do evento



Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

No que concerne ao grau de satisfação relativamente a vários aspetos da Feira do Queijo de Seia 2018, obtiveram-se os valores constantes no Gráfico 5, destacando-se da sua observação que, de uma forma geral, e excetuando a questão do estacionamento, os inquiridos mostram satisfação com o evento ao nível dos vários aspetos questionados, com valores percentuais acumulados para satisfeito e totalmente satisfeito entre 92,7% e 57,1%. Em particular podem realçar-se com os níveis mais altos de satisfação e muita satisfação (acima de 90%) a qualidade da oferta/Stands, a segurança e a variedade da oferta/Stands, e com níveis menos altos de satisfação e muita satisfação (abaixo de 70%) o estacionamento (31,6%), as acessibilidades (57,1%) e a divulgação (62,6%).

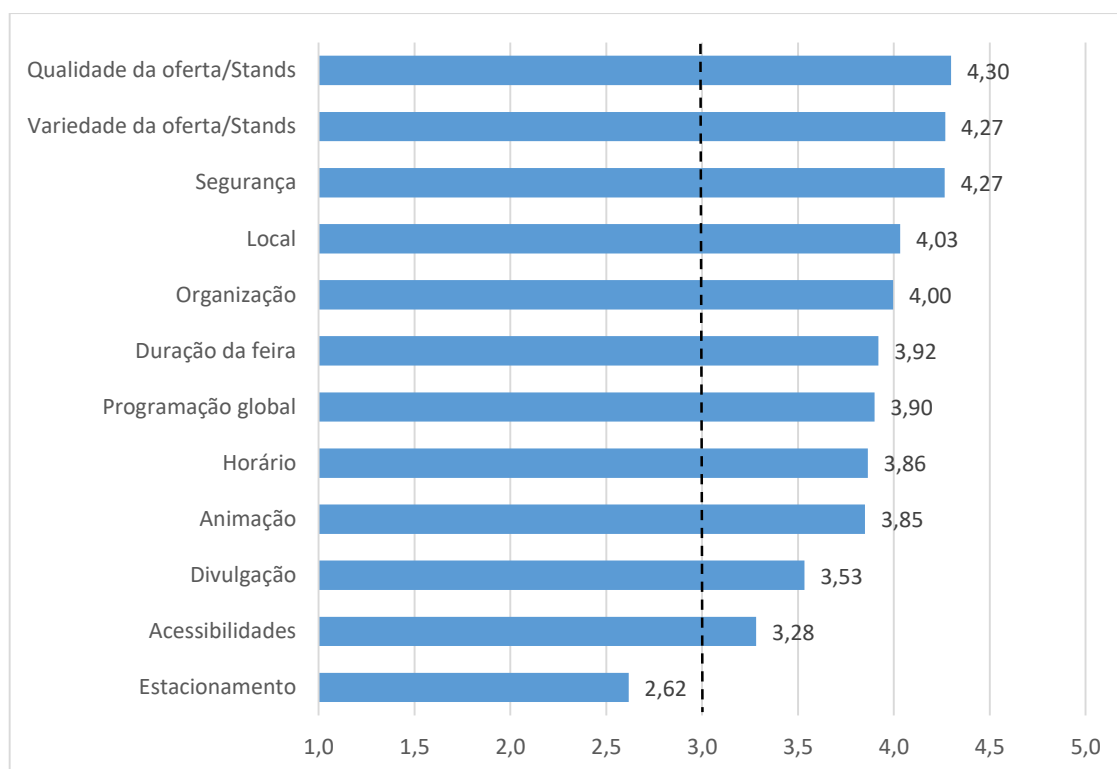
Gráfico 5 – Nível de satisfação relativamente a aspetos do evento



Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Para uma ainda mais fácil interpretação da avaliação feita pelos inquiridos relativamente aos aspetos mencionados, o Gráfico 6 mostra a média da classificação para cada um dos aspetos, reforçando a leitura anterior do Gráfico 5.

Gráfico 6 – Média da satisfação relativa a aspetos do evento



Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Na apreciação global à Feira do Queijo de Seia 2018 os 275 respondentes (ou seja, apenas duas não respostas) mostram uma avaliação muito positiva com 80% a indicarem uma avaliação de bom ou muito bom e de apenas 2,2% de mau ou muito mau, tal como se pode constatar na Tabela 4. Deste modo está bem evidenciada a satisfação global que os participantes têm com este evento.

Tabela 4 – Avaliação global do evento

Avaliação global	Frequência absoluta	Frequência relativa	Frequência acumulada (%)
Muito mau	1	0,4%	0,4%
Mau	4	1,5%	1,8%
Razoável	50	18,2%	20,0%
Bom	141	51,3%	71,3%
Muito bom	79	28,7%	100%
Total	275	100%	

Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

No que diz respeito à fidelização dos participantes, 36,5% dos respondentes foram estreantes na Feira do Queijo de Seia e a distribuição do número de vezes que os restantes respondentes (63,5%) não estreantes no evento indicaram ter já participado na prova pode ser analisada na Tabela 5, destacando-se que 66% dos não estreantes apenas tinham participado numa prova, 23% participaram em duas provas e que 5% foram intervenientes na totalidade das provas já realizadas.

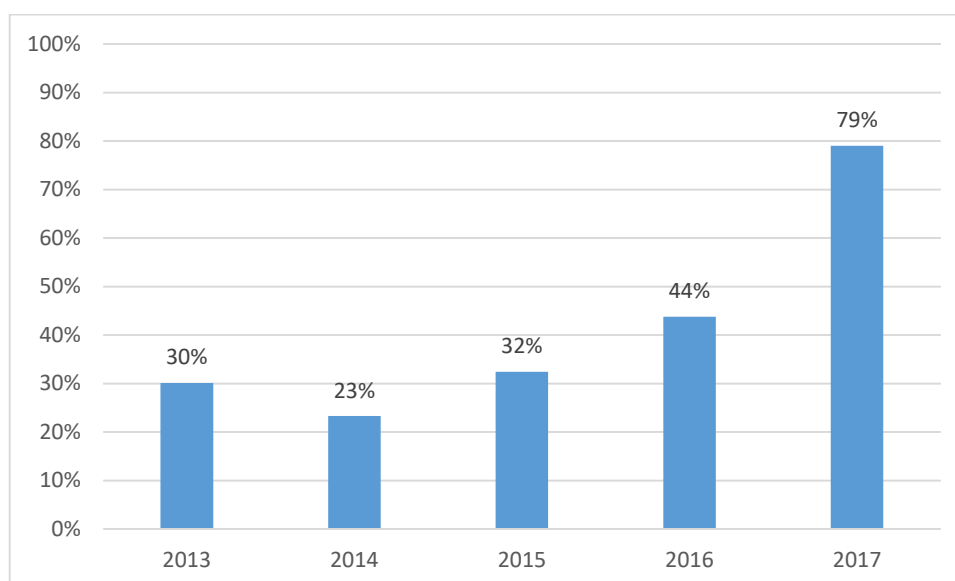
Tabela 5 – Distribuição do número de participações dos respondentes

Número de participações	Frequência absoluta	Frequência relativa (%)	Frequência acumulada (%)
0	101	36,5%	36,5%
1	101	36,5%	72,9%
2	26	9,4%	82,3%
3	12	4,3%	86,6%
4	7	2,5%	89,2%
5	30	10,8%	100%
Total	277	100%	

Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Dos 176 (63,5% da amostra) que participaram em edições anteriores da Feira do Queijo de Seia, a distribuição das participações por certame desde 2013 está patente no Gráfico 7, onde se pode perceber que a edição mais referida (79%, que corresponde a 50,2% da amostra) é a do ano transato, 2017, e a menos mencionada (23%, que corresponde a 14,8% da amostra) é a de 2014, sendo que esta é uma questão de resposta múltipla.

Gráfico 7 – Participação em edições anteriores do evento



Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Dos respondentes que já participaram em outra ou outras edições do evento, 43,7% indicaram que a Feira do Queijo de Seia 2018 foi melhor, 44,8% nem melhor nem pior e 11,5% consideraram-na pior.

Além disso, 91,7% da amostra referiram pretender voltar a participar em futuras edições, mostrando um alto nível de potencial fidelização dos participantes. Nesta questão houve 10 (3,6%) não respostas.

Dos inquiridos 68 (24,5%) destacaram alguns aspetos (negativos e/ou positivos), bem como sugestões. Entre os aspetos negativos indicados salientam-se a questão do estacionamento e da sinalização considerados insuficientes, a questão do espaço usado que alguns consideraram não adequado para o tempo e temperatura do período em que se realiza a feira. Outras situações negativas invocadas foram a da divulgação, bem como a consideração de alguns de uma insuficiente variedade de produtos e produtores, de exposições e de animação. Esta última indicação contrasta fortemente com o facto de em termos dos aspetos positivos se destacar precisamente a qualidade/excelência e variedade dos produtos e produtores. Também em contraste com um dos aspetos negativos referidos, a divulgação também foi considerada por alguns inquiridos como positiva. Outros

dos aspetos positivos realçados foram o apoio ao comércio e produtores locais, a simpatia e proximidade com os produtores e produtos, bem como o convívio e ambiente que a feira proporciona e, ainda, a gastronomia. Em jeito de sugestões, para além de eventuais alterações em alguns dos aspetos negativos referidos no sentido de os minimizar, e ainda que com pouco expressão quantitativa, acrescentam-se o melhorar as facilidades (em particular o número de WC), o estímulo a que se pratiquem na feira preços mais acessíveis, o convite a mais artistas locais para participarem e animarem a feira, o melhorar o *videoled* e as filmagens e o eventual repensar em encurtar a duração da feira.

Relativamente ao número de dias em que participaram, dos inquiridos apenas 3 (1,1%) não responderam. Dos 274 respondentes estiveram presentes em mais do que um dia 55,5%, havendo 26,6% a participar 4 dias, tal como se constata na Tabela 6. Estes dados, apesar de haver 63,5% de respondentes a participar em 1 ou 2 dias, não parecem pôr em causa a duração do evento.

Tabela 6 – Distribuição dos dias antes e depois da prova em que estiveram presentes os respondentes

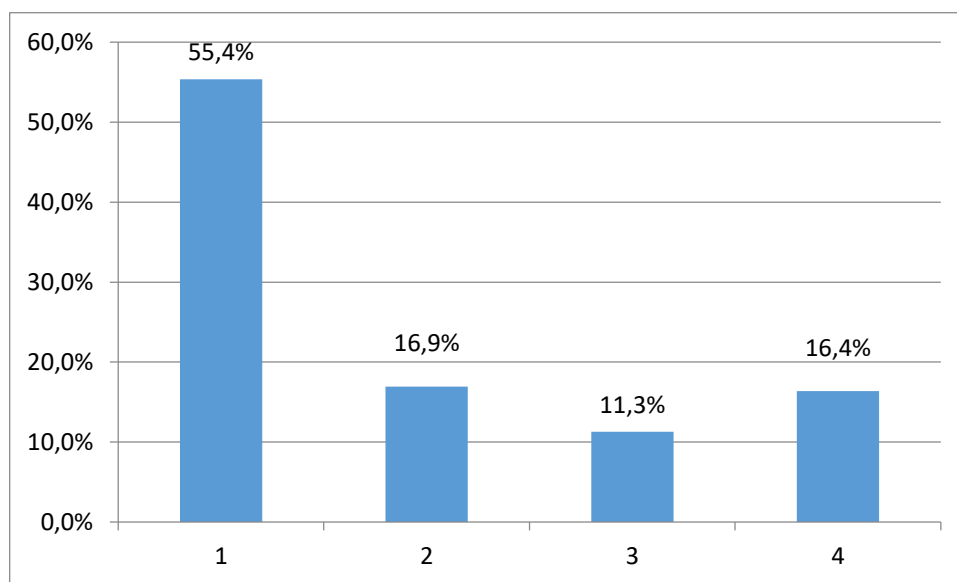
Nº de dias	Frequência absoluta	Frequência relativa	Frequência relativa válida	Frequência acumulada (%)
1	122	44,0%	44,5%	44,5%
2	52	18,8%	19,0%	63,5%
3	27	9,7%	9,9%	73,4%
4	73	26,4%	26,6%	100%
Total	274	98,9%	100%	
Omissos	3	1,1%		
Total	277	100%		

Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Contudo, tendo apenas em linha de conta com os respondentes que não residem no concelho de Seia, a distribuição da Tabela 6 altera-se ligeiramente com 55,4% a participarem em apenas um dos dias e em que a participar nos 4 dias surgem 16,4% dos respondentes (Gráfico

8). Por outro lado, dos que residem no concelho de Seia 47,4% participam em 1 ou 2 dias (24,7% e 22,7%, respetivamente), enquanto 45,4% indicaram participar nos 4 dias.

Gráfico 8 – Número de dias de participação dos não residentes



Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

2.3. Impacto económico dos visitantes

A maioria dos inquiridos (84,5%) responderam que pretendiam comprar algo na Feira, tendo havido apenas 2 (0,7%) que não responderam a esta questão do questionário.

Na Tabela 7 são apresentados o número e a percentagem (sobre o total de inquiridos) dos que responderam ter comprado ou pretender comprar cada um dos produtos apresentados no questionário. Pode destacar-se naturalmente o queijo, com quase 50% de respostas, mas também os enchidos e o artesanato, com 22,4% e 14,8%, respetivamente.

Além disso, na Tabela 7 é ainda possível verificar o gasto ou intenção de gasto médio por produto. Assim, para além dos 98,33€ de gasto médio em produtos de Burel, mas em que existem muito poucos

compradores (1,1%), e de Outros com gasto médio de 21,20€, destacam-se o queijo, o azeite, o vinho e o artesanato com gastos médios de 20.60€, 18.60€, 18.22€ e 16.23€, respetivamente. Deve-se, no entanto, realçar que estes valores apresentam valores altos de dispersão.

Apesar de não haver uma estimativa oficial de visitantes da Feira, considerou-se como aproximação, num cenário adiantado pelo Sr. Presidente da Câmara Municipal de Seia, o número de visitantes entre 10000 a 20000. Assim, considerando os valores médios gastos por pessoa em cada tipo de produto obtidos multiplicados pelas multiplicações das percentagens dos que indicaram comprar determinado produto e o total de visitantes, obteve-se o montante direto gasto na Feira relativo à totalidade dos visitantes compreendido entre os 232 285€ e os 464 570€. Aproximadamente os mesmos valores foram obtidos considerando que a média por pessoa que gastou dinheiro foi de 29,79€ e que a percentagem de pessoas que indicaram ter gasto ou pretender gastar foi de cerca de 78%.

Tabela 7 – Distribuição dos compradores e gasto médio por produto

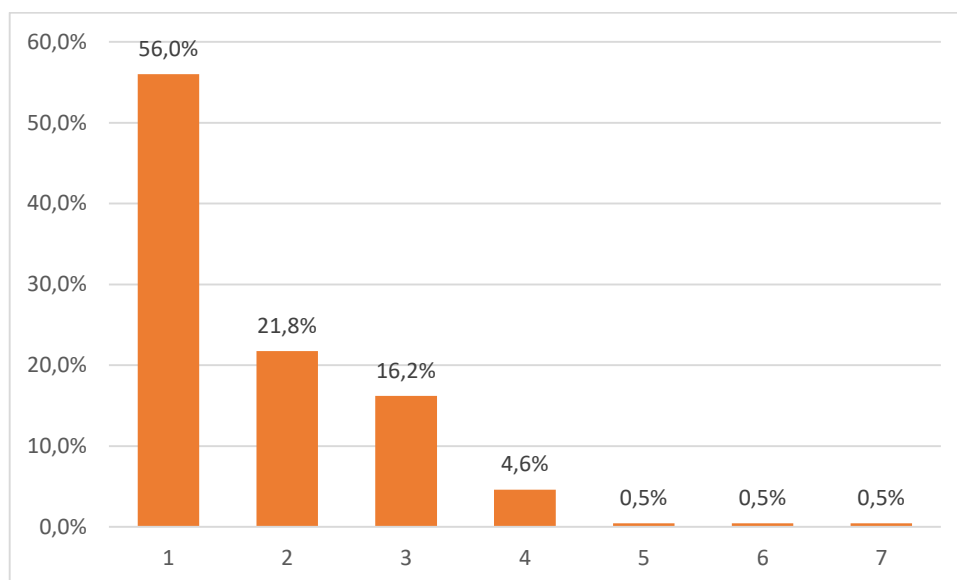
	Queijo	Enchidos	Vinho	Pão	Azeite	Doçaria	Mel e Compotas	Tasquinhas	Artesanato	Burel	Outros
Frequência	138	62	23	17	5	16	13	25	41	3	35
%	49,8%	22,4%	8,3%	6,1%	1,8%	5,8%	4,7%	9,0%	14,8%	1,1%	12,6%
Gasto Médio	20,60	12,75	18,22	4,07	18,60	5,66	8,42	12,66	16,23	98,33	21,20
Variância	265,39	81,76	167,63	21,18	244,80	14,56	95,66	117,18	250,78	6358,33	477,77
Gasto Mínimo	1,00	2,00	5,00	1,50	3,00	,50	3,00	3,50	2,00	45,00	1,00
Gasto Máximo	150,00	50,00	50,00	20,00	40,00	14,00	40,00	50,00	100,00	190,00	100,00

Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Dos resultados obtidos pode também referir-se que dos 234 respondentes que indicaram comprar algo na Feira, 18 (7,7%) não indicaram qualquer produto em concreto nem o respetivo gasto. Dos 216 respondentes que indicaram o ou os produtos que compraram ou que pretendiam comprar, 56% fizeram-no apenas em relação a um

produto (Gráfico 9). Contudo, houve a indicação de um máximo de sete produtos, mas com mais do que quatro produtos os valores são residuais.

Gráfico 9 – Número de produtos comprados ou a comprar



Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Os resultados relativos ao número de respostas e ao montante médio gasto por pessoa em várias áreas, tais como, alimentação, alojamento, lembranças, transportes, distrações, entre outros, estão refletidos na Tabela 8. Dos resultados obtidos a área da alimentação, dos transportes e do alojamento surgem como aquelas mais referenciadas pelos respondentes. Em termos dos gastos médios o maior valor é o do alojamento, sendo de destacar ainda os transportes e a alimentação, bem como a opção Outros. As áreas com menor impacto são a das distrações e a das lembranças.

Considerando novamente como aproximação o número de visitantes entre 10000 a 20000, bem como os valores médios gastos por pessoa e produto obtidos multiplicados pelas multiplicações das percentagens dos que indicaram gastos numa das áreas consideradas neste estudo pelo total de visitantes, obteve-se o montante direto gasto na

envolvente da Feira relativo à totalidade dos visitantes compreendido entre os 214 418€ e os 428 835€. Desta forma obtém-se um impacto global da Feira, nos cenários utilizados como base do número total de visitantes, aproximadamente entre os 450 000€ (446 703€) e os 900 000€ (893 405€).

Tabela 8 – Montantes médios gastos por pessoa em várias áreas

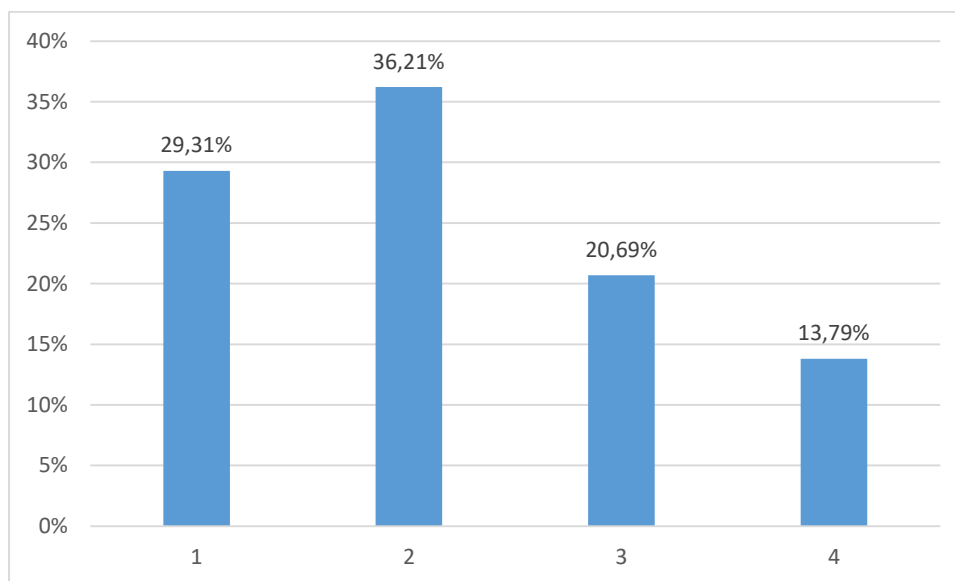
	Alojamento	Alimentação	Lembranças	Transportes	Entretenimento e distrações	Outros
Frequência	24	78	10	35	3	6
%	8,7%	28,2%	3,6%	12,6%	1,1%	2,2%
Gasto Médio	86,67	28,44	9,6	36,57	20	34,17
Variância	5291,101	715,026	22,044	468,782	300	1324,167
Gasto Mínimo	25	4	2	10	10	5
Gasto Máximo	380	160	20	100	40	100

Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Analisando, agora, mais em detalhe as áreas com maior impacto económico direto na região por parte dos visitantes da Feira, 67 (24,2%) dos respondentes indicaram ter pernoitado fora de casa devido à participação no evento. Pode destacar-se que destes 67 apenas 24 indicaram os gastos em alojamento, e que dos 43 restantes apenas 26 afirmaram ter pernoitado em casa de amigos ou familiares. Assim há 17 respondentes (25,4% dos 67 e 5,4% do total de inquiridos) que pernoitaram fora de casa, sem ser em casa de amigos ou familiares, mas que não indicaram o gasto correspondente, facto que deixa antever algumas reservas dos respondentes em referenciar gastos e, consequentemente, que as estimativas obtidas estejam provavelmente abaixo dos valores reais do impacto económico da feira. Dos 67 respondentes, 24% do total de inquiridos, que indicaram ter pernoitado fora de casa durante o evento, 9 (13,4%) não referiram o número de noites pernoitadas, e dos 58 restantes a distribuição do número de noites pernoitadas está refletida no Gráfico 10,

predominando as duas noites ou uma noite, representando ambos 66% destas respostas, embora representem apenas 14% do total dos inquiridos. Contudo, o valor de 44% das respostas acumuladas de três ou quatro noites é também assinalável, representando 7% do total de inquiridos.

Gráfico 10 - A distribuição das noites pernoitadas



Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

No que diz respeito ao onde pernoitaram, a distribuição dos locais de pernoita dos 67 (100% dos que indicaram pernoitar fora) que responderam está patente na Tabela 9. A casa de amigos ou familiares é, tal como já foi referido, a modalidade mais mencionada (38,8%) seguida de hotel (34,3%) e de unidades locais de alojamento (19,4%), representando estas duas opções em conjunto 43,7% das respostas que envolvem um impacto económico claro para a cidade/região.

Tabela 9 – Distribuição dos locais de pernoita

	Frequência Absoluta	Frequência relativa (%)
Casa de familiares ou amigos	26	38,8%
Hotel	23	34,3%
Unidade de alojamento local	13	19,4%

Casa ou quarto particular	2	3,0%
Parque de campismo	1	1,5%
Outro	2	3,0%
Total	67	100%

Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

Analisando, agora, mais em detalhe a área do consumo de refeições, 166 (59,9%) dos 277 respondentes indicaram ter consumido refeições fora de casa devido à participação no evento. No que diz respeito ao onde consumiram essas refeições, 119 respondentes, 71,7% dos que indicaram ter consumido refeições fora de casa e 43% do total de inquiridos, indicaram ter consumido refeições no evento, e a distribuição dos locais das refeições está patente na Tabela 10. Assim, percebe-se em que o outro tipo de local mais referenciado onde os respondentes consumiram as suas refeições é o restaurante (38,6% nos 166 e 23,1% nos 277). Estes dados confirmam que este evento também promove naturalmente um impacto económico na área do consumo de refeições. Esta questão permitia resposta múltipla, tendo 79,5% dos respondentes apresentado apenas uma opção, 15,1% duas opções, e os restantes 5,4% três opções.

Tabela 10 – Frequências de indicação dos locais de consumo de refeições

	Frequência	Percentagem (em 166)	Percentagem (em 277)
Casa de familiares ou amigos	14	8,4%	5,1%
Evento	119	71,7%	43,0%
Unidade de alojamento	12	7,2%	4,3%
Restaurante	64	38,6%	23,1%

Fonte: Inquérito aos visitantes (2018)

3. Análise dos dados relativos aos expositores

A análise dos dados recolhidos do inquérito por questionário aplicado aos feirantes/expositores é apresentada de seguida, começando pelos dados referentes à amostra, depois pelos aspetos de avaliação da Feira

do Queijo e finalmente pelos dados relacionados com o impacto económico.

3.1. Caracterização dos Expositores

Dos setenta e sete inquéritos recolhidos obtivemos 80 respostas, já que houve feirantes/expositores que indicaram mais do que uma atividade.

Da análise das respostas podemos constatar que a atividade mais representativa é o Artesanato com 22 respostas, o que corresponde a 27,5% das respostas dadas, seguida do Queijo com 11 respostas e que corresponde a 13,75% das respostas dadas e das Tasquinhas com 10 respostas e que corresponde a 12,5% das respostas. Estas três atividades no seu conjunto representam mais de 50% das atividades indicadas (Gráfico 11).

Gráfico 11 – Nº de Expositores por tipo de Atividade



Fonte: Inquérito aos feirantes/expositores (2018)

Relativamente ao número de presenças na feira verifica-se que somente 18,4% (14) dos expositores está na feira pela primeira vez,

o que de alguma forma reflete a confiança e a atratividade que a feira tem para os diferentes feirantes/expositores (Tabela 11).

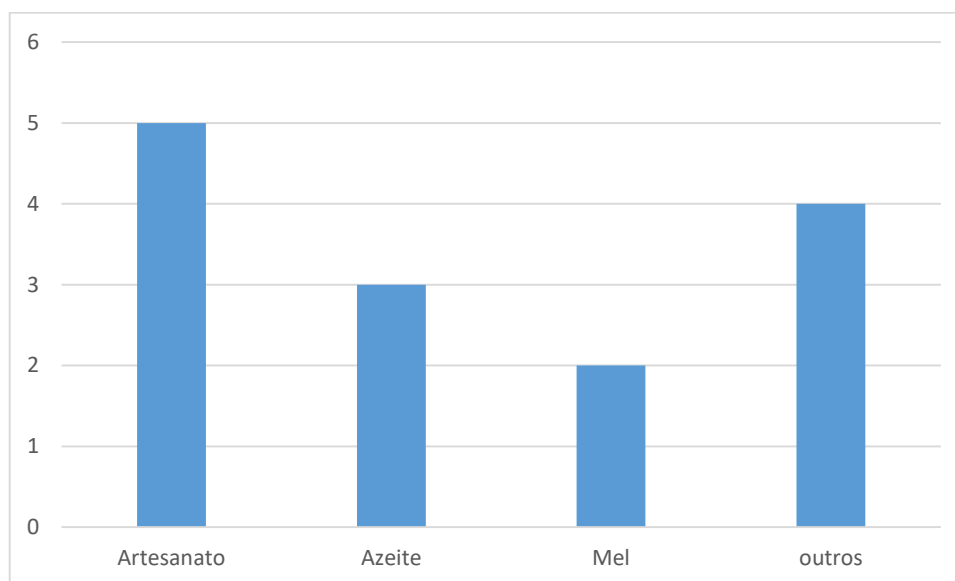
Tabela 11 – 1º Ano de Expositor/Feirante

	Frequência	Frequência relativa	Frequência acumulada (%)
Sim	14	18,2%	18,2%
Não	63	81,8%	100%
Total	77	100%	

Fonte: Inquérito aos feirantes/expositores (2018)

É de salientar que destes 14 expositores que estão presentes na feira pela primeira vez, 5 estão relacionados com atividades de artesanato, 3 de azeite e 2 de mel (Gráfico 12).

Gráfico 12 – Atividades dos feirantes/expositores que estão presentes pela 1ª vez



Fonte: Inquérito aos feirantes/expositores (2018)

Para além do referido anteriormente, podemos constatar que dos atuais feirantes/expositores inquiridos, 20 já participaram no ano de 2013, 23 em 2014, 31 em 2015, 47 em 2016 e 54 em 2017, o que representa respetivamente 26%, 30%, 40%, 61% e 70% dos

inquiridos, o que de certo modo vem comprovar a aceitação da feira por parte dos mesmos (ver Tabela 12).

Tabela 12 – Número de participações por ano

Ano	2013	2014	2015	2016	2017
N.º Participantes	20	23	31	47	54

Fonte: Inquérito aos feirantes/expositores (2018)

Quando analisamos as presenças em todos os últimos 5 anos, verificamos que as atividades relacionadas com queijo são as mais representativas, já que, dos 17 inquiridos, 8 estão relacionadas com o queijo, 3 artesanato, 1 de vinho, mel, enchidos, pão, burel e tasquinhas respetivamente.

3.2. Avaliação dos expositores

Da análise dos questionários podemos constatar que mais de 60% dos feirantes/expositores consideram que houve diferenças assinaláveis em relação aos anos anteriores (ver Tabela 13).

Tabela 13 – Existem diferenças assinaláveis em relação a anos anteriores

	Frequência Absoluta	Frequência relativa	Frequência relativa válida	Frequência acumulada (%)
Sim	25	32,5%	64,1%	64,1%
Não	14	18,2%	35,9%	100%
Total	39	50,6%	100%	
Omisso	38	49,4%		
Total	77	100%		

Fonte: Inquérito aos feirantes/expositores (2018)

Grande parte dessas variações foram no sentido de uma melhoria.

Em termos positivos verificamos que as mudanças mais referidas foram:

- As condições do espaço onde a feira se realiza (aquecimento, espaço coberto, maior limpeza, melhor organização do espaço);
- Maior animação e melhor programação;
- Maior número de feirantes e maior nº visitantes.

Em termos negativos apenas se verificaram 5 repostas e que apontam para o horário de funcionamento, local de funcionamento do espaço das tasquinhas, o qual era inclinado, e poucas provas de queijo.

Quando foi colocada a questão aos feirantes/expositores do que mudaria na feira do presente ano, os mesmos fizeram referência ao seguinte:

- O horário deve ser limitado até 20:00;
- Redução do número de dias da feira;
- Maior animação cultural;
- Encerramento mais cedo;
- Maior e melhor divulgação junto dos meios da comunicação social;
- Atribuição das bancas, tendo por base critérios justos e objetivos e de conhecimento de todos;
- Realização da feira num pavilhão;
- Criação de pontos de água para lavagem de equipamentos e materiais;
- Mudança do local da feira.

Gráfico 13 – Alterações a efetuar na Feira do Queijo de Seia



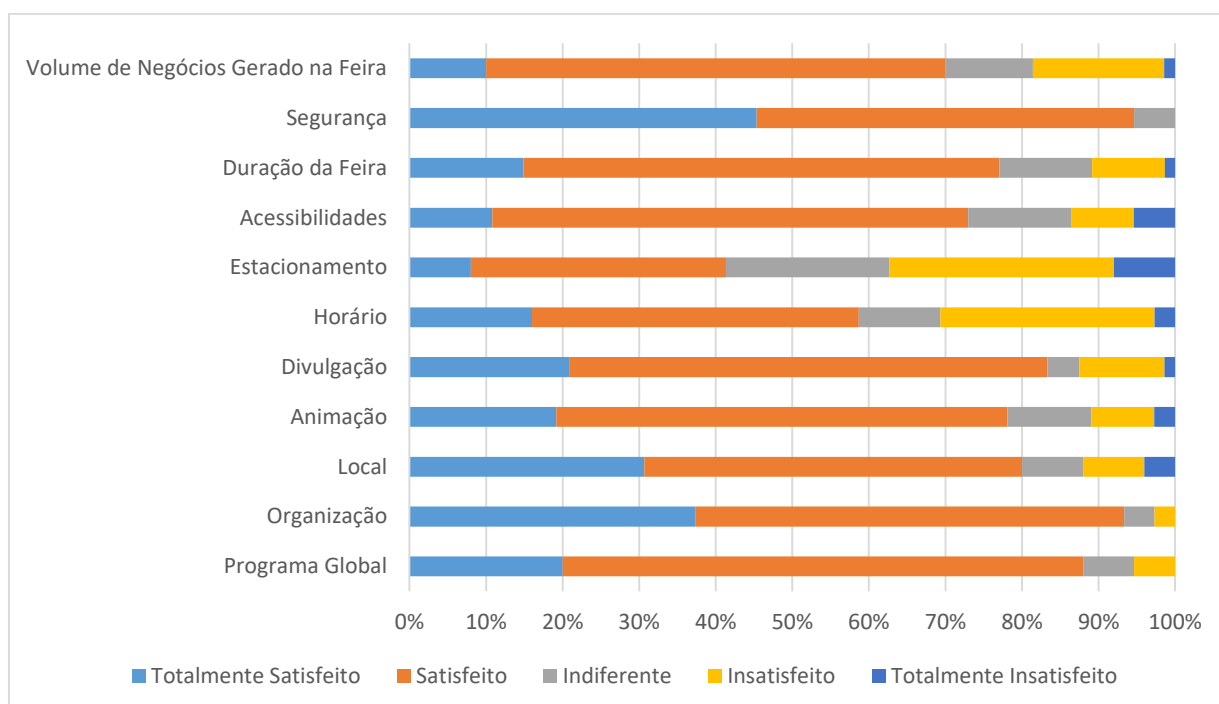
Fonte: Inquérito aos feirantes/expositores (2018)

Assim, em resultado desta análise deve-se equacionar o fecho da feira mais cedo, isto é, antes das 22:00. Para além disso o nº de dias da Feira é muito extenso, devendo-se por isso repensar esta duração. É necessária também uma maior animação cultural na feira, bem como uma maior divulgação pelos meios de comunicação social, o qual poderá passar pela inserção da feira num dos programas de grande audiência nacional, como seja: Aqui Portugal (RTP1) ou Somos Portugal (TVI).

Relativamente à avaliação dos feirantes/expositores da Feira do Queijo de Seia (Gráfico 14), de um modo geral a mesma é muito boa.

Deste modo, destaca-se pela positiva a avaliação quanto à Segurança e Organização da Feira, a qual foi considerada com muito boa, já que os valores percentuais acumulados para satisfeito e totalmente satisfeito ultrapassa os 90% (95% e 93%, respetivamente). No caso da Segurança não houve nenhum feirante/expositor que tenha ficado insatisfeito.

Gráfico 14 - Nível de Satisfação dos feirantes/expositores da Feira do Queijo de Seia



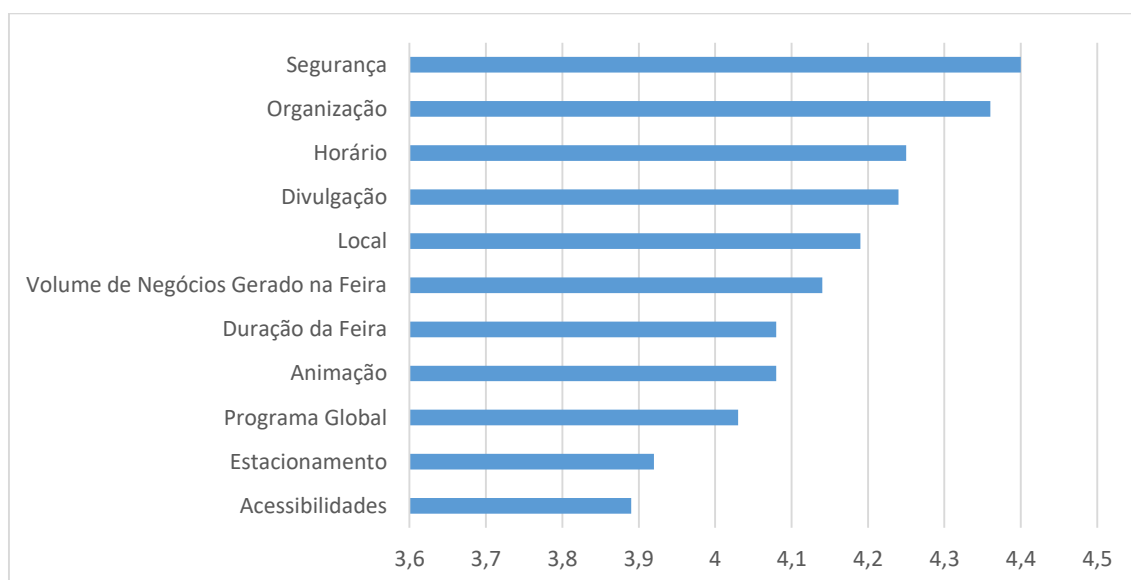
Fonte: Inquérito aos feirantes/expositores (2018)

Pela negativa os aspetos que mais foram valorizados pelos feirantes/expositores foram o estacionamento e a duração da feira. No caso concreto do estacionamento só cerca de 40% dos feirantes/expositores ficaram satisfeitos ou muito satisfeitos, havendo um número muito elevado de feirantes/expositores que ficaram insatisfeitos ou muito insatisfeitos (37%). Esta situação pode estar relacionada com a falta de estacionamento perto da feira, tornando-se por isso muito difícil fazer o reabastecimento de produtos nas bancas de cada um dos feirantes/expositores. Ainda pela negativa, embora

com menor peso temos o horário da feira. Esta situação já anteriormente foi referida como um dos aspetos a melhorar.

Esta situação poderá ser comprovada pela análise do gráfico 15 em que podemos constatar que não houve nenhum item que tivesse uma avaliação negativa, utilizando uma escala de 1 para muito insatisfeito, 2 – insatisfeito, 3- indiferente, 4 – satisfeito e 5 – muito satisfeito. Da análise do gráfico concluimos que todas os valores têm uma média superior a 3, o que demonstra o elevado índice de satisfação dos expositores face aos itens considerados nessa avaliação.

Gráfico 15 – Média da satisfação relativa a aspetos do evento por parte dos feirantes/expositores



No que diz respeito à avaliação global da Feira do Queijo de Seia (Tabela 14), 82,7% dos feirantes/expositores avaliou a feira como boa ou muito boa.

Tabela 14 - Avaliação Global da Feira do Queijo de Seia

	Frequência Absoluta	Frequência relativa	Frequência relativa válida	Frequência acumulada (%)
Muito Bom	11	14,3%	14,7%	14,7%
Bom	51	66,2%	68,0%	82,7%
Razoável	10	13,0%	13,3%	96,0%
Mau	3	3,9%	4,0%	100%

Total	75	97,4%	100%
Omisso	2	2,6%	
Total	77	100%	

Fonte: Inquérito aos feirantes/expositores (2018)

É de salientar a forte probabilidade que existe de os feirantes/expositores presentes na Feira do Queijo de Seia de 2018, virem a participar em 2019, já que 96% dos inquiridos diz que o tenciona fazer.

3.3. Impacto económico dos expositores

No que concerne às vendas dos feirantes, no houve diferenças significativas em relação à última participação, já que a média das respostas dadas se aproxima de zero% (-0,3%). Contudo, o valor que mais se repete, 10 respostas em 45 que foram dadas, é um crescimento de 10%.

Relativamente às vendas realizadas pelos feirantes/expositores, verificamos que existe um elevado nível de não resposta, já que apenas responderam 28 (36,4%) dos 77 inquéritos que foram recolhidos.

Da análise Tabela 15 podemos concluir que a média de faturação de cada expositor é de 1381,43€. Este valor, e em nossa opinião, não reflete a realidade das vendas realizadas durante a feira encontrando-se o mesmo subavaliado. A razão desta subavaliação poderá estar relacionada com questões legais.

Para disso, é importante referir que o desvio padrão é muito elevado, o que demonstra uma grande variabilidade dos valores apresentados, indicando que existe uma grande diversidade dos valores médios apresentados pelos diferentes setores de atividade. Todavia, o setor dos Queijos é aquele cujo valor médio é o mais elevado, com o valor de 3875,00€ por feirante/expositor.

Tabela 15 - Vendas/Receitas realizadas Feira do Queijo de Seia

N	Válido	28
	Omisso	49
Média		1,381.43
Mediana		725.00
Moda		1,000.00
Desvio Padrão		2254,32

Fonte: Inquérito aos feirantes/expositores (2018)

Tendo por base este valor e o número total de expositores podemos concluir a Feira do Queijo de Seia gera um volume de vendas para os expositores na ordem dos 150.000€.

Considerações finais

A Feira do Queijo da Serra da Estrela de Seia é uma das feiras do queijo da serra da Estrela de referência na região.

Este evento que vai na sua quadragésima edição, tem contribuído para o desenvolvimento da região quer através dos impactos económicos diretos que gera diretamente na economia, quer através dos indiretos. Neste sentido, destacamos o estímulo ao empreendedorismo, a promoção da cultura e das tradições locais, bem como dos produtos endógenos, para além da visibilidade que o evento proporciona nos meios de comunicação social sobre a região da Serra da Estrela em geral e sobre o Concelho de Seia em particular, contribuindo desta forma para o aumento dos negócios e dos fluxos turísticos para a região.

Além disso, em 2018, a Feira terá suscitado um volume total de negócios (de forma direta, indireta e induzida) entre os 450 000€ (446 703€) e os 900 000€ (893 405€). No que diz respeito ao emprego não existem dados concretos que nos indiquem qual o número de empregos criados, mas não temos dúvida, que alguns postos de trabalho foram criados, ainda que sazonais.

Embora devamos sublinhar nas conclusões deste trabalho a vertente económica, elas não poderão esquecer as outras realidades e as respetivas conexões. Assim, vale a pena refletir sobre algumas situações, já identificadas ao longo deste estudo, e que se descrevem de seguida.

Embora não haja conhecimento profundo de anos anteriores, verificou-se que uma parte das pessoas que participaram no evento no ano de 2018 é originária de zonas como Lisboa, Porto, Coimbra, Aveiro, Viseu ou Braga. Deste modo, pode-se dizer que existe um potencial para que o número de participantes possa vir a aumentar de forma significativa, se isso for do interesse estratégico do município de Seia. Assim, deve-

se apostar fortemente da divulgação do evento em Cartazes/Outdoors nestas cidades, já que as pessoas oriundas das mesmas são as que possuem rendimentos mais elevados, contribuindo desta forma significativamente e positivamente para o impacto positivo do evento na economia local.

Para além disso é muito provável que estes participantes se possam tornar futuros visitantes/turistas na região, já que a avaliação que os mesmos fazem do evento é muito positiva e a região, que também está espelhada de alguma forma no evento, tem reconhecidamente potencial para lhes captar o interesse. Em particular, caso seja este também o interesse dos promotores, pode-se apostar em ações de captação da atenção de públicos em idade ativa e escolarizados, com maior poder de compra. É também de salientar que, tendencialmente, quanto mais afastados geograficamente forem estes públicos, maior será o impacto na economia local.

Há, ainda, que ter em conta as observações sobre aspetos considerados menos positivos da feira, bem como de algumas sugestões feitas, para, também com esses contributos, poder implementar um processo de melhoria contínua que certamente se deseja e procura. Neste ponto destacamos apenas um pequeno número de aspetos e que de certa forma são partilhados por visitantes e expositores: duração da feira, quer em termos de dias, bem como de horário de funcionamento; melhoria das condições onde a feira é realizada; melhoria do estacionamento e acessibilidades à Feira do Queijo de Seia.

Para terminar, pensamos que seria de todo importante para efeitos de avaliação do impacto da feira na região, que fossem introduzidas técnicas de contagem do nº de participantes na mesma.

Concluímos este trabalho renovando as expetativas de que o mesmo contribua, de facto, para um melhor conhecimento da Feira do Queijo

de Seia em 2018, nas suas diferentes dimensões, e que possa afirmar-se, de algum modo, como informação pertinente e necessárias para os responsáveis pelo evento, com vista a eventuais ações e ajustamentos em futuras edições.