



51º CONGRESSO BRASILEIRO DE OTORRINOLARINGOLOGIA E CIRURGIA CÉRVICO FACIAL

**PERFIL DO TURISTA E O
IMPACTO ECONÔMICO**



É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

PREFEITO

José Sarto Nogueira Moreira

VICE – PREFEITO

José Élcio Batista

SECRETÁRIO MUNICIPAL DO TURISMO

Alexandre Pereira Silva

SECRETÁRIO EXECUTIVO DO TURISMO

Cláudio Ricardo Gomes de Lima

CHEFE DE GABINETE

Leiliane Batista Vasconcelos

EQUIPE DO OBSERVATÓRIO

Coordenadora do Observatório do Turismo

Suemy Andrade Vasconcelos

Coordenador de Projetos Inovadores

Janaildo Soares de Sousa

Design Gráfico

Francisco José Coelho Souza Filho

Gerente da Célula de Tecnologia da Informação e Comunicação

Lauro Bezerra Neto

Estagiária

Natália de Castro Medeiros

ELABORAÇÃO - EQUIPE TÉCNICA

Suemy Andrade Vasconcelos

Janaildo Soares de Sousa

PROJETO GRÁFICO

Franzé Coelho

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 Mensagem do Secretário | 4 |
| 2 Resumo | 5 |
| 3 Introdução | 6 |
| 4 Procedimentos Metodológicos da Pesquisa | 09 |
| 4.1 Planejamento da pesquisa da 51º CBOCCF | 09 |
| 4.2 Coleta dos dados e definição do tamanho da amostra | 10 |
| 4.3 Análise estatística dos dados | 11 |
| 4.4 Estrutura dos resultados da Pesquisa | 11 |
| 5 Resultados | 13 |
| 5.1 Perfil do Turista | 13 |
| 5.1.1 Origem | 13 |
| 5.1.2 Gênero, Faixa Etária e Escolaridade | 13 |
| 5.1.3 Renda Familiar e Ocupação | 13 |
| 5.2 Avaliação dos Serviços Turísticos, Infraestrutura de Fortaleza | 14 |
| 5.3 Tamanho e característica do grupo | 14 |
| 5.4 Visita a Fortaleza, participação no evento e permanência | 15 |
| 5.5 Hospedagem e transporte | 15 |
| 5.5.1 Meios de Hospedagem | 15 |
| 5.5.2 Meios de transporte para chegar ao evento | 15 |
| 5.5.3 Meios de transporte utilizado no traslado hotel/evento | 16 |
| 5.6 Gastos dos turistas e o impacto econômico | 16 |
| 5.7 Avaliação da aplicação dos protocolos sanitários do evento | 20 |
| Referências | 21 |



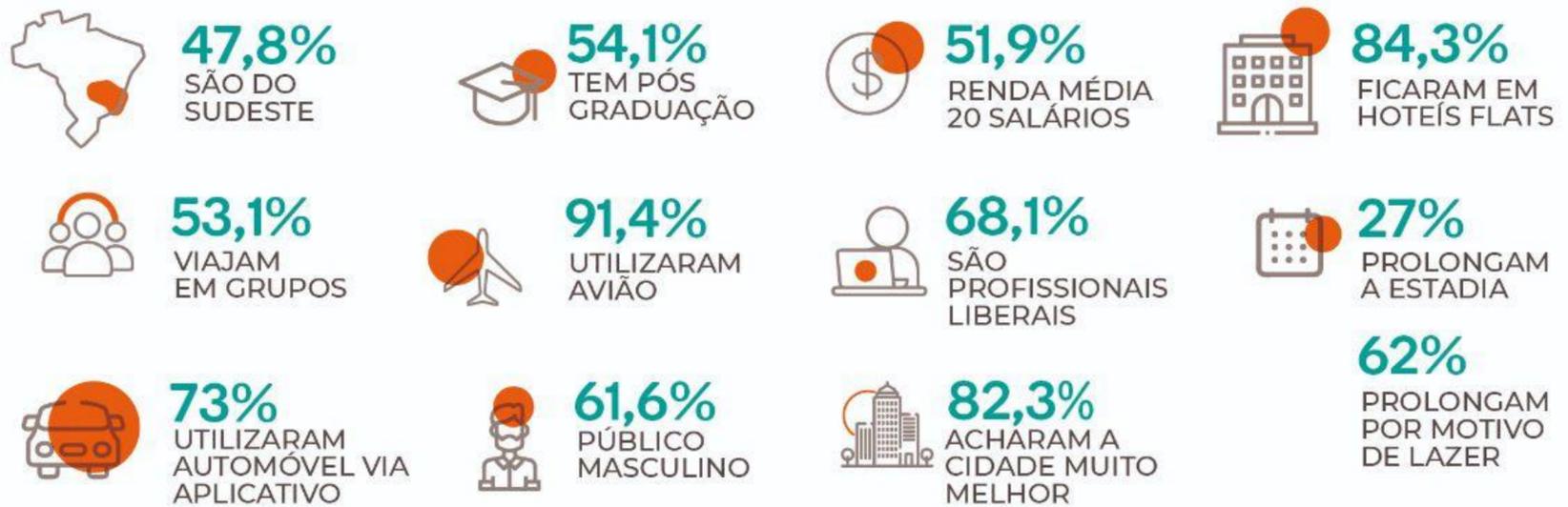
A realização da 51ª edição do Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico-Facial em Fortaleza é mais um passo rumo à recuperação econômica de um setor que sofreu duras consequências com a chegada da pandemia do novo coronavírus. O turista de eventos gera um ticket médio maior do que o do turista comum e a escolha de Fortaleza para sediar mais esse importante evento é uma prova de que estamos trabalhando bem pelo turismo da Cidade, potencializando seus encantos e reforçando a retomada econômica de toda uma cadeia produtiva.



Alexandre Pereira

Secretário Municipal do Turismo de Fortaleza

PERFIL DO TURISTA



IMPACTO ECONÔMICO



3 Introdução

O turismo de eventos se tornou um importante setor econômico em muitas partes do mundo, e regiões, estados e municípios, por exemplo, buscam estimar os gastos dos visitantes em virtude de ser uma fonte potencial de crescimento econômico, pois é um novo recurso que é injetado na economia. Dados do último estudo da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC) revelam que o setor empregou até 2013 cerca de 7,5 milhões de profissionais, entre diretos, terceirizados e indiretos. Além disso, conseguiu gerar cerca de 48,7% bilhões de impostos, e contribuiu com 4,32% para o Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil (ABRAPE, 2020).

Desse modo, é possível afirmar que na vinda de tais visitantes (com turistas) tem-se um efeito multiplicador do turismo, por causa da renda oriunda da indústria do turismo. Segundo Bardal, Alberton e Campos (2010, p. 142), “este efeito se dá em função da interdependência existente entre os diversos setores econômicos: se houver um aumento na demanda de bens ou serviços em determinado setor, haverá um aumento na demanda de bens e serviços em procedentes de outros setores, que são necessários para a produção dos anteriores”.

Figura 1 – Efeito multiplicador do turismo.



Fonte: Sancho (2001).

Desse modo, “o efeito multiplicador fundamenta-se na interdependência entre diversos setores da economia, de forma que o aumento ou diminuição do consumo de bens ou serviços terá reflexos não apenas no fornecimento de insumos básicos, como também atingirá a força de trabalho, a importação de produtos e o recolhimento de impostos” (Bardal; Alberton; Campos, 2010, p. 142-143). Adicionalmente, “o aumento de divisas provenientes da atividade turística, [...], seja por meio do comércio de bens ou serviços, pagamento de salários ou aluguéis, reforça e impulsiona a economia e ajuda a combater a pobreza” (Bardal; Alberton; Campos, 2010, p. 143).

Destarte, é relevante que os gestores públicos estimem o impacto econômico do Turismo de eventos e lazer, dado que a vinda dos visitantes movimenta toda a cadeia produtiva do setor e ainda demanda de outros, ou seja, gera emprego, renda, arrecadação, além da promoção do destino. É o caso dos gastos realizados pelos congressistas no 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial.

A atividade turística favorece o desenvolvimento local; gera emprego e renda para os residentes, investimentos de capital em novas oportunidades de negócios, oportuniza a abertura de novas organizações, incluindo pequenas e médias empresas, além de outras vantagens. Assim sendo, aferir o impacto econômico proporcionado por essa atividade é uma condição necessária para uma gestão pública do turismo eficiente, adicionalmente com a criação de indicadores do setor, por ser “um instrumento para a realização de prognósticos, para a identificação de cenários e tendências e para a construção de uma visão de futuro que aponte o lugar a que se quer chegar” (Gomes; Helene, 2021). O instrumental utilizado para medir o impacto econômico é a Matriz- Insumo Produto (MIP).

É importante destacar que o Observatório do Turismo de Fortaleza construiu a MIP de Fortaleza, um legado para a gestão pública e o setor, pois com a MIP de Fortaleza é possível mapear com precisão o efeito da injeção de renda dos gastos turísticos, bem como a intersetorialidade das demandas em virtude da realização de um determinado evento.

Desse modo, buscando somar no processo da retomada e recuperação da economia do turismo, é que a Secretaria Municipal de Turismo de Fortaleza (SETFOR), por meio do Observatório do Turismo de Fortaleza, realizou a pesquisa “do **Perfil do Turista e o Impacto Econômico da 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial**”. O objetivo da pesquisa é evidenciar o Perfil do Turista que participou do evento e o impacto econômico para a economia de Fortaleza. A coleta de campo foi realizada no período de 25 a 27 de novembro de 2021, e contou com uma amostra de 185 entrevistas.

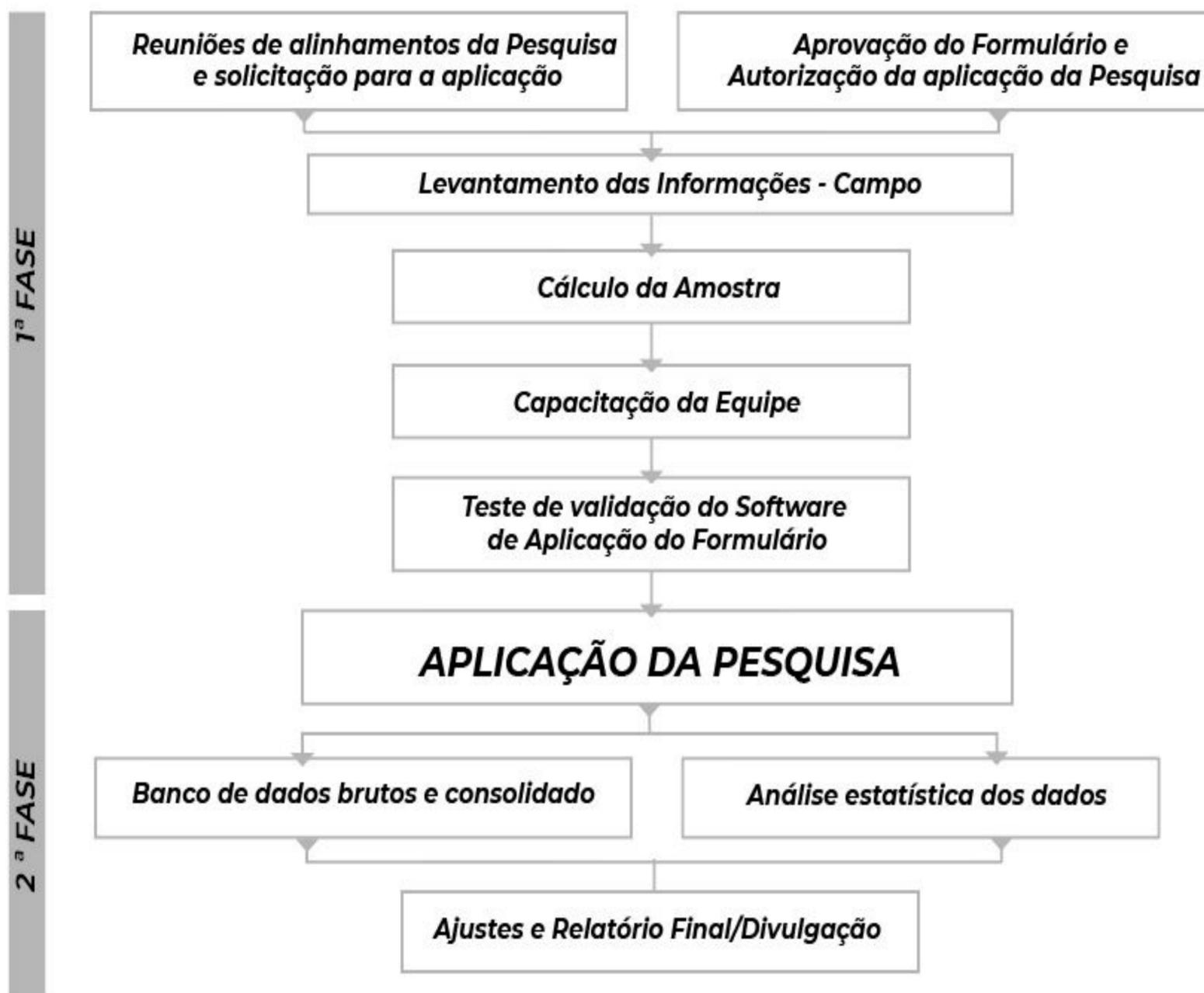
Nessa perspectiva, este relatório, intitulado “**Sondagem do Perfil do Turista e o Impacto Econômico da 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial**”, traz os principais resultados do evento e está estruturada em sete eixos norteadores, a saber: i) Perfil do Turista; ii) Avaliação dos Serviços Turísticos e Infraestrutura de Fortaleza; iii) Tamanho do grupo; iv) Visita a Fortaleza e Participação no Evento; v) Hospedagem e Transporte; vi) Gastos dos Turistas e Impacto Econômico; e vii) Avaliação da aplicação dos protocolos sanitários do evento.

4 Procedimentos Metodológicos da Pesquisa

A presente seção traz o passo a passo da estruturação e execução de todos os procedimentos metodológicos seguidos para o alcance dos resultados.

4.1 Planejamento da pesquisa da 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial

O planejamento da pesquisa da 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial foi realizado em duas fases: i) a 1ª fase envolveu 6 etapas; e ii) a 2ª fase 4 etapas, conforme detalha o organograma abaixo.



Fonte: Observatório do Turismo de Fortaleza (2021)

A 1ª fase compreendeu todo o desenho da pesquisa, desde as reuniões de alinhamento com a empresa que executou a pesquisa até os ajustes no formulário, levantamento da população para a amostragem, capacitação da equipe de campo e validação do formulário com o software utilizado pela empresa.

Já a 2ª fase envolveu a aplicação da pesquisa, construção do banco de dados bruto e o consolidado, apresentação, análises estatísticas dos dados e, por fim, as recomendações gerais para a publicação do presente relatório (divulgação) e a disponibilização da pesquisa por meio do *Power BI*.

4.2 Coleta dos dados e definição do tamanho da amostra

A coleta dos dados foi realizada no período de 25 a 27 de novembro, nos períodos da manhã, tarde e noite. É válido destacar que para a definição do tamanho da amostra levou-se em consideração a quantidade de inscritos no respectivo evento, ou seja, 1.852 pessoas. Sendo assim, o procedimento amostral adotado é a amostragem aleatória simples. O cálculo do tamanho da amostra foi realizado a partir da seguinte expressão estatística (PIRES, 2006):

$$n = \frac{\partial^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + \partial^2 * p * q}$$

Onde:

n = amostra que será calculada (número de questionários a serem aplicados)

∂ (sigma) = intervalo de confiança = 1,96*

p.q = porcentagem pela qual o fenômeno ocorre = 50.50**

N = população

e = margem de erro

Já o cálculo do erro amostral seguiu o seguinte procedimento (PIRES, 2006; TRIOLA, 2008)

$$e = \sqrt{\frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{\frac{n \cdot (N-1)}{(N-n)}}} \cdot 100$$

n= tamanho da amostra;

N= tamanho do universo;

p= proporção de elementos da população com características consideradas semelhantes;

d= margem de erro;

z= abscissa da curva de frequência normal.

Sendo assim, a margem de erro do presente estudo é de 5% com um intervalo de confiança de 95%.

4.3 Análise estatística dos dados

A análise estatística dos dados ocorreu inicialmente com o tratamento dos dados brutos disponibilizados pela equipe responsável pela pesquisa. O respectivo tratamento envolveu a codificação das variáveis e a busca por identificação de *missing values* (valores omissos).

4.4 Estrutura dos resultados da Pesquisa

A apresentação dos resultados da pesquisa segue a estrutura de sete eixos norteadores, conforme detalha a Figura 3. A escolha em segmentar os resultados de tal forma é puramente didática, ou seja, tem o objetivo de compilar as questões que dialogam entre si para que a análise descritiva seja melhor assimilada/interpretada.

*Os valores de σ (sigma) são tabelados de acordo com o intervalo de confiança que se deseja utilizar. Para uma pesquisa com intervalo de confiança de 95%, o valor de σ é 1,96, sendo este o mais utilizado nas propostas de estudo.

Figura 3 – Estrutura da pesquisa



Fonte: Observatório do Turismo de Fortaleza (2021)

5. Resultados

A presente seção traz os resultados da pesquisa do 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial.

5.1 Perfil do Turista

5.1.1 Origem

Em relação à procedência de País de origem, **99,5% dos entrevistados eram residentes no Brasil**, enquanto 0,5% eram de outros países. Ao analisar os principais mercados emissores de turistas, observou-se que estão concentrados nas regiões **Sudeste (47,8 %), Nordeste (27,8%), Sul (11,4%), Centro-Oeste (7,6%) e Norte (5,4%)**, identificando ainda que **31% vieram de São Paulo; 10,8% do Rio de Janeiro; 6,0% de Pernambuco**, respectivamente. O total dos não residentes no Brasil (0,5% do total dos entrevistados) são da Colômbia (Bogotá).

5.1.2 Gênero, Faixa Etária e Escolaridade

Analisando os resultados referentes ao gênero, observou-se que **61,6% são do sexo masculino** e 38,4% do sexo feminino. A faixa etária predominante foi de **33,5% entre 25 a 34 anos, seguido de 30,3% entre 16 a 24 anos, 25,9% entre 35 a 44 anos, 6,0% entre 60 anos ou mais e 4,3% entre 45 a 59 anos**. Já em relação à escolaridade, verifica-se que **(54,1%) dos turistas têm Pós-Graduação, seguido de (38,4%) com Ensino Superior**, (4,9%) mestrado e (2,6%) Doutorado.

5.1.3 Renda Familiar e Ocupação

Quanto a renda familiar, verifica-se que **51,9 % dos turistas apresentam renda familiar acima de 20 salários mínimos, seguido de 23,2% com renda familiar entre 10 e 20 salários mínimos**, 15,7 % de 4 a 10 salários mínimos e 4,3% entre 2 a 4 salários mínimos. Apesar disso, 4,9% não informaram a renda.

| | | | |
|----|-------|----|------|
| SP | 31,0% | AM | 2,2% |
| RJ | 10,8% | MT | 2,2% |
| PE | 6,0% | PB | 2,2% |
| RN | 6,0% | PI | 2,2% |
| RS | 6,0% | AL | 2,2% |
| MG | 4,9% | DF | 1,6% |
| BA | 3,8% | ES | 1,1% |
| CE | 3,8% | MS | 1,1% |
| GO | 2,7% | SE | 1,1% |
| PA | 2,7% | MA | 0,5% |
| PR | 2,7% | RR | 0,5% |
| SC | 2,7% | | |



61,6%
PÚBLICO
MASCULINO

| | |
|--------------|-------|
| 25 A 34 ANOS | 33,5% |
| 16 A 24 ANOS | 30,3% |
| 25 A 34 ANOS | 25,9% |
| 60+ | 6,0% |
| 45 A 59 ANOS | 4,3% |



54,1%
PÓS
GRADUAÇÃO

| | |
|----------------|-------|
| NÍVEL SUPERIOR | 38,4% |
| MESTRADO | 4,9% |
| DOUTORADO | 2,6% |



51,9%
RENDA MÉDIA
20 SALÁRIOS

| | |
|------------------|-------|
| 10 - 20 SALÁRIOS | 23,2% |
| 04 - 10 SALÁRIOS | 15,7% |
| 02 - 04 SALÁRIOS | 4,3% |
| NÃO DECLAROU | 4,9% |

A partir desse resultado percebe-se o elevado poder aquisitivo dos turistas que participaram do evento.

Destaca-se ainda que, **68,1% são profissionais liberais**, enquanto 18,9% trabalham na empresa privada, seguido de 5,4% servidores públicos, 4,9% são empresários e 2,7% estudantes.

5.2 Avaliação dos Serviços Turísticos, Infraestrutura de Fortaleza

Essa etapa diz respeito à percepção da qualidade dos serviços de infraestrutura avaliados pelos turistas. O serviço de **transporte obteve uma avaliação de 73,5%**, seguido de 70,8% de telecomunicação/ internet, 64,3% de sinalização turística, 61,1% segurança pública e 60,0% de limpeza urbana. Todos os itens acima foram avaliados de forma positiva **(Bom)**.

No geral a avaliação da percepção da qualidade dos serviços turísticos foram bem avaliados **(Bom)**, sendo que **os preços praticados foi o melhor serviço avaliado (77,3%)**, seguido de comércio com (70,3%), hospedagem (67,0%), restaurante/alimentação (64,3%), diversão noturna (55,7%), atrativos turísticos (53,0%) e saúde (11,4%).

5.3 Tamanho e característica do grupo

De uma forma geral, verificou-se que os entrevistados estavam, em sua maioria, viajando com **colegas de trabalho (53,1%)**, seguido de sozinho (24,3%). Do percentual restante dos entrevistados, 10,8% eram casal sem filhos, 7,0%, grupo familiar, 4,3% amigos e 0,5% casal com filhos. Em relação ao tamanho do grupo, verificou-se que 33,2% viajam com duas pessoas e a média por grupo é de 4,32 pessoas.



73,5%
 AVALIARAM O
 SERVIÇO
 TRANSPORTE
 COMO BOM

| | |
|-----------------------|-------|
| SINALIZAÇÃO TURÍSTICA | 70,8% |
| COMUN. / INTERNET | 64,3% |
| SEGURANÇA PÚB. | 61,1% |
| LIMP. URBANA | 60% |



77,3%
 AVALIARAM
 OS PREÇOS
 PRATICADOS
 COMO BOM

| | |
|---------------------------|-------|
| COMÉRCIO | 70,3% |
| HOSPEDAGEM | 67,0% |
| RESTAURANTE E ALIMENTAÇÃO | 64,3% |
| DIVERSÃO NOTURNA | 55,7% |
| ATRATIVOS TURÍSTICOS | 53,0% |
| SAÚDE | 11,4% |

5.4 Visita a Fortaleza, participação no evento e permanência

Em relação à visita a Fortaleza, observou-se que **61,1 % já tinham visitado a cidade** e para 38,9 % dos entrevistados era a primeira visita. Em sua maioria **82,3% achou a cidade muito melhor em relação à sua visita anterior.**

O tempo médio de permanência na cidade foi de **3,9 dias**, sendo que **27,0% ficaram mais dias no destino**, sendo o **lazer como principal motivo de permanência (62,0%)**, seguido do trabalho (38,0%). É importante destacar que a quantidade de dias que o turista fica no destino é uma importante variável para o impacto na economia local, visto que mais dias fomentam a demanda por bens e serviços, ou seja, aumenta o fluxo da economia do turismo da cidade.

Do total dos turistas que participaram do evento, cerca de 2,2% se hospedaram em outras cidades, sendo elas Jericoacoara (25%), Cumbuco (25%), Caucaia (25%) e Paracuru (25%).

5.5 Hospedagem e transporte

5.5.1 Meios de Hospedagem

Os meios de hospedagens mais utilizados foram **os hotéis e flats (84,3%)**, casa de amigos/parentes (7,0%), pousadas (4,9%), móvel alugado (2,7%), imóvel próprio (0,6%) e resort (0,5%).

5.5.2 Meios de transporte para chegar ao evento

A pesquisa apontou que o meio de transporte mais utilizado pelos entrevistados **foi o modal aéreo (91,4%)**, seguido de automóvel próprio (6,5%), ônibus de linha (1,6%) e outro (0,5%).



82,3%
ACHARAM
A CIDADE
MUITO
MELHOR



3,9
DIAS

FOI A MÉDIA DE
PERMANÊNCIA
EM DIAS DOS
VISITANTES

27%
PROLONGAM
A ESTADIA

62%
PROLONGAM
POR MOTIVO
DE LAZER



84,3%
FICARAM EM
HOTEIS E FLATS

| | |
|-----------------|-------------|
| AMIGOS/PARENTES | 7% |
| POUSADAS | 4,9% |
| IMÓVEL ALUGADO | 2,7% |
| IMÓVEL PRÓPRIO | 0,6% |
| RESORTS | 0,5% |



91,4%
UTILIZARAM
AVIÃO

| | |
|---------------|-------------|
| CARRO PRÓPRIO | 6,5% |
| ÔNIBUS LINHA | 1,6% |
| OUTROS | 0,5% |

5.5.3 Meios de transporte utilizado no traslado hotel/ evento

O meio de transporte mais utilizado no traslado de hospedagem/local do evento foi **automóvel via aplicativo (73,0%)**, seguindo de táxi (9,2%), ônibus/ van fretada (8,6%), automóvel próprio (6,5%), automóvel alugado (1,1%), outro (1,1%) e ônibus de linha (0,5%).



73,0%

UTILIZARAM AUTOMÓVEL VIA APLICATIVO

| | |
|--------------------|-------------|
| TÁXI | 9,2% |
| ÔNIBUS/VAN FRETADO | 8,6% |
| CARRO PRÓPRIO | 6,5% |
| CARRO ALUGADO | 1,1% |
| OUTRO | 1,1% |
| ÔNIBUS DE LINHA | 0,5% |

5.6 Gastos dos turistas e o impacto econômico

Verificou-se que o turista ficou em média **3,9 dias** por todo o período de estadia em Fortaleza, com um gasto médio de R\$ **913,49**, totalizando um gasto de **R\$ 3.562,64**. Desse total, o maior gasto foi com **hospedagem (42,7%)**, seguido de **compras (17,6%)**, **alimentação (17,5%)**, **entretenimento (14,9%)** e **transporte (7,3%)**. A Tabela 1 detalha a média dos gastos dos turistas que participaram do evento, com o respectivo percentual.



Hospedagem **42,7%**



Compras **17,6%**



Alimentação **17,5%**



Lazer **14,9%**



Transporte **7,3%**

Tabela 1 – Discriminação da média dos gastos dos turistas.

| Discriminação | Média dos gastos | % |
|--|---------------------------------|--------|
| Hospedagem | R\$ 1.521,17 | 42,7 % |
| Compras | R\$ 627,02 | 17,6% |
| Alimentação | R\$ 622,55 | 17,5% |
| Entretenimento | R\$ 530,97 | 14,9% |
| Transporte | R\$ 260,90 | 7,3 % |
| Total gasto por 3,9 dias por participante por todo período de estada | R\$ 3.562,61 | 100 % |
| Gasto médio diário por participante | R\$ 3.562,61 / 3,9 = R\$ 913,49 | |

Fonte: Elaborado a partir dos resultados da pesquisa (2021).

A realização de eventos como o do 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial, é importante por três principais motivos, a saber: i) a acolhida de turistas de distintas localidades fomenta o compartilhamento de expertises entre o setor, bem como amplia a rede de *networking*; ii) são espaços que proporcionam a partilha de *know-how* entre os gestores de destinos e os empreendedores, ou seja, é o ambiente para a promoção do destino e update mercadológico; e iii) impacta economicamente no destino.

Os respectivos impactos são diretos, indiretos e induzidos. O primeiro refere-se ao total da renda criada nos setores turísticos em virtude da variação dos gastos da materialização da demanda. Os indiretos compreendem o total da renda criada pelos gastos dos setores de turismo em bens e serviços produzidos e ofertados na economia. Enquanto os induzidos ocorrem na medida em que os níveis de renda aumentam em toda a economia como resultado dos impactos diretos e indiretos das variações dos gastos turísticos, ademais, quando parte da renda adicional é gasta em bens e serviços produzidos na economia local (LAGE; MILONE, 2001).

Os eventos fazem parte das atividades turísticas, pois atraem turistas de diferentes lugares para os locais onde tais ofertas ocorrem e fomentam o uso de produtos e serviços do destino, bem como da região, situação essa que pode ocorrer quando os turistas vão para outro destino após o período dos eventos, como destacado nesta pesquisa. No entanto, nem todos os participantes de eventos são turistas, sendo assim, para medir o impacto de um determinado evento é preciso desconsiderar os participantes residentes.

O 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial teve 1.852 inscritos, sendo 1.647 turistas e 205 residentes em Fortaleza. Portanto, o impacto econômico é medido a partir da injeção de renda destes turistas (1.647)

O instrumental utilizado para medir o impacto econômico é a **Matriz-Insumo Produto (MIP)**. É importante destacar que o Observatório do Turismo de Fortaleza construiu a MIP de Fortaleza, um legado para a gestão pública e o setor, pois com a MIP de Fortaleza é possível mapear com precisão o efeito da injeção de renda dos gastos turísticos.

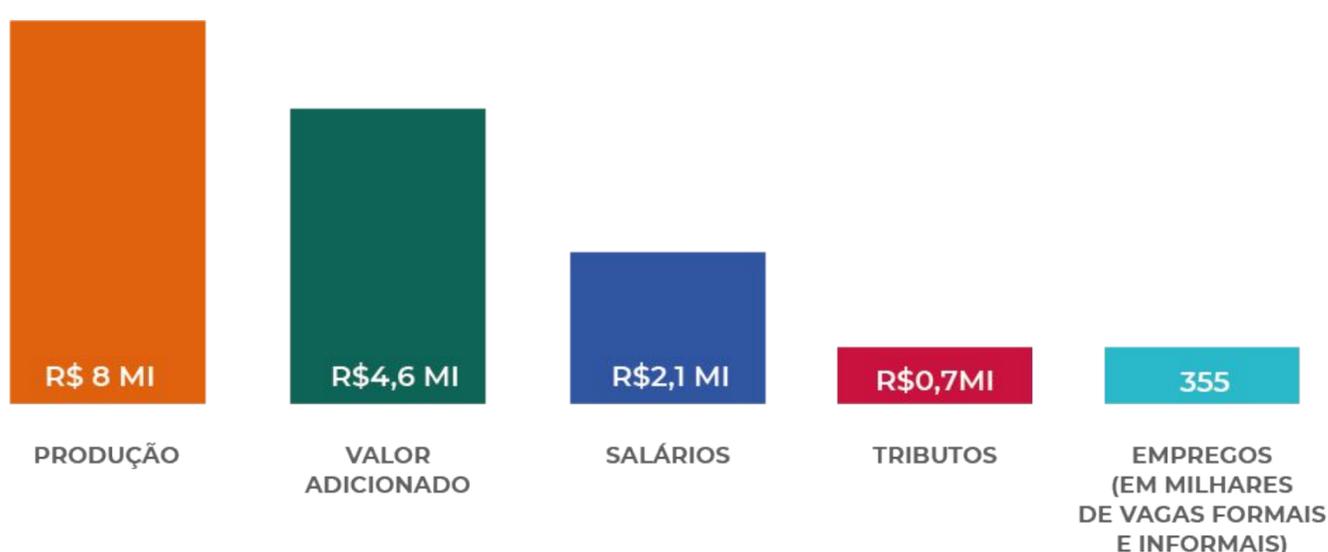
O fluxo turístico do 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial provocou um **choque inicial de demanda de R\$ 5.867.618,67**. Esse valor corresponde ao total de gastos realizados pelos turistas participantes do evento, ou seja, se distribui por toda a economia de Fortaleza, afetando, no curto prazo, o valor bruto da produção, valor adicionado, arrecadação tributária, salários e empregos na economia de Fortaleza. Os gastos com o fluxo turístico apresentam um impacto estimado, **na produção da economia de Fortaleza, de R\$ 8,0 milhões. O valor adicionado foi de R\$ 4,6 milhões**, (Gráfico 1) o que corresponde às somas das remunerações dos empregados, impostos e o excedente operacional bruto, subtraindo-se os subsídios, ou seja, pode ser associado ao conceito do Produto Interno Bruto (PIB).

Com o advento do fluxo turístico em virtude do evento, houve a necessidade da criação de novos postos de trabalhos, o que ampliou a massa salarial de Fortaleza, resultando em um aumento **355 novos empregos formais e informais**, e um **incremento da massa salarial no valor de R\$ 2,1 milhões** (Gráfico 1).

É oportuno destacar que a criação de novos postos de trabalho e o crescimento da massa salarial provocam um impacto social, pois gera emprego e renda para as famílias, o que é convertido em parte em consumo interno.

Como consequência, há o aumento na arrecadação de tributos, o que repercute em mais receitas para os Governos Estadual e Municipal, o que retorna como recurso para o estado e o município em forma de investimento público, podendo ser usado nos seguintes setores: educação, saúde, segurança, infraestrutura, turismo e apoio aos eventos. É o caso da realização do 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial , a qual gerou uma arrecadação dos governos sob a forma de **impostos, taxas ou contribuições no valor de R\$ 0,7 milhão** (Gráfico 1). Portanto, ao captar eventos para a cidade de Fortaleza, tem-se o efeito-evento.

Gráfico 1 - Valores dos impactos na economia de Fortaleza a partir dos gastos dos turistas do 51º Congresso Brasileiro de Otorrinolaringologia e Cirurgia Cérvico Facial (em milhões).

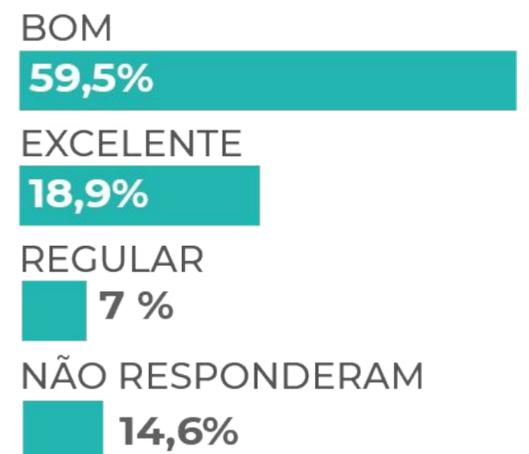
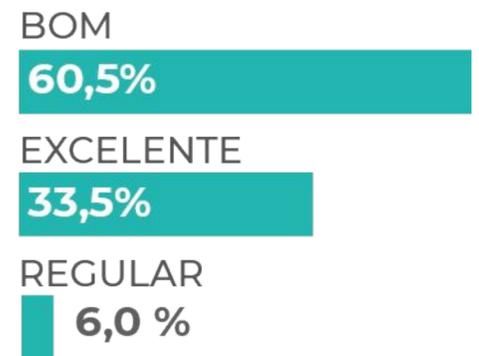


Fonte: Elaborado a partir dos resultados da pesquisa (2021).

5.7 Avaliação da aplicação dos protocolos sanitários do evento

A pesquisa avaliou ainda a percepção dos turistas em relação aos protocolos de segurança sanitária no evento, sendo que **60,5 % avaliaram como bom, seguido de excelente (33,5%)** e Regular (6,0%).

Quanto aos protocolos de segurança sanitária nos atrativos turísticos, a percepção foi a seguinte: **bom (59,5%), excelente (18,9%),** regular (7,0%), e não responderam (14,6%).



Referências

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PROMOTORES DE EVENTOS (ABRAPE). **Protocolo de retomada - Setor de Eventos - Versão 2.0**, 37p, 2020.
- BARDAL, R; ALBERTON, A.; CAMPOS, L.M.S. As dimensões e métodos de mensuração da sustentabilidade e o turismo: uma discussão teórica. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 4, n. 2, p. 138-155, Maio-Ago, 2010.
- LAGE, B. H. G; MILONE, P. C. **Economia do Turismo**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- PIRES, I. J. B. **A pesquisa sob o enfoque da Estatística**. Fortaleza: BNB, 2006. 166 p.
- SANCHO, A. (org.). **Introdução ao turismo**. OMT. São Paulo: Roca, 2001.
- TRIOLA, M. F. **Introdução à Estatística**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

