



48ª ABAV EXPO & COLLAB

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	8
4.1	Planejamento da pesquisa da 48ª Edição da ABAV EXPO & COLLAB – 2021	8
4.2	Coleta dos dados e definição do tamanho da amostra	9
4.3	Análise estatística dos dados	10
4.4	Estrutura dos resultados da Pesquisa	10
5	Resultados	12
5.1	Perfil do Turista	12
5.1.1	Origem	12
5.1.2	Gênero, Faixa Etária e Escolaridade	12
5.1.3	Renda Familiar e Ocupação	12
5.2	Avaliação dos Serviços Turísticos, Infraestrutura de Fortaleza	13
5.3	Tamanho e característica do grupo	13
5.4	Visita a Fortaleza, participação no evento e permanência	14
5.5	Hospedagem e transporte	14
5.5.1	Meios de Hospedagem	14
5.5.2	Meios de transporte para chegar ao evento	14
5.5.3	Meios de transporte utilizado no traslado hotel/evento	15
5.6	Gastos dos turistas e o impacto econômico	15
5.7	Avaliação da aplicação dos protocolos sanitários do evento	19
	Referências	20



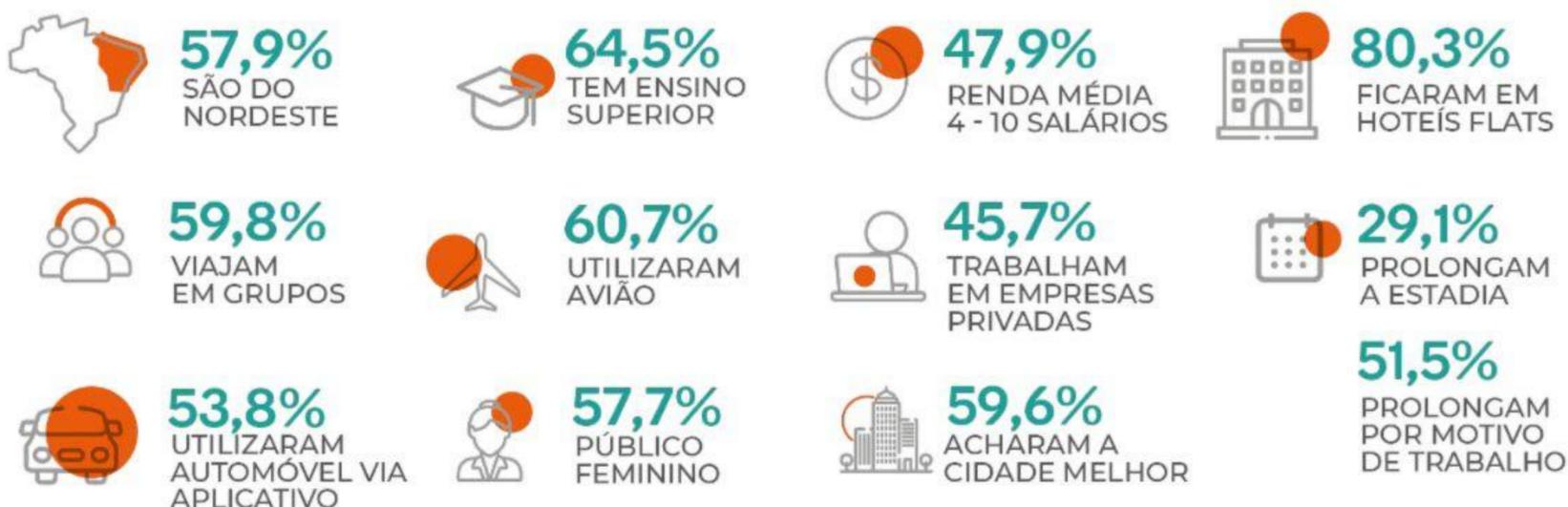
A vinda da 48ª ABAV *Expo & Collab* para Fortaleza é uma mostra da força do turismo local, fruto de um trabalho de articulação do Governo do Estado, da Prefeitura, do trade e, sobretudo, de um grande esforço do presidente da ABAV CE, Murilo Santa Cruz”, afirma. Esse é o primeiro grande evento de turismo corporativo na Cidade após a pandemia, movimentando a economia com mais de cinquenta setores que fazem parte da cadeia do turismo.



Alexandre Pereira

Secretário Municipal do Turismo de Fortaleza

PERFIL DO TURISTA



IMPACTO ECONÔMICO



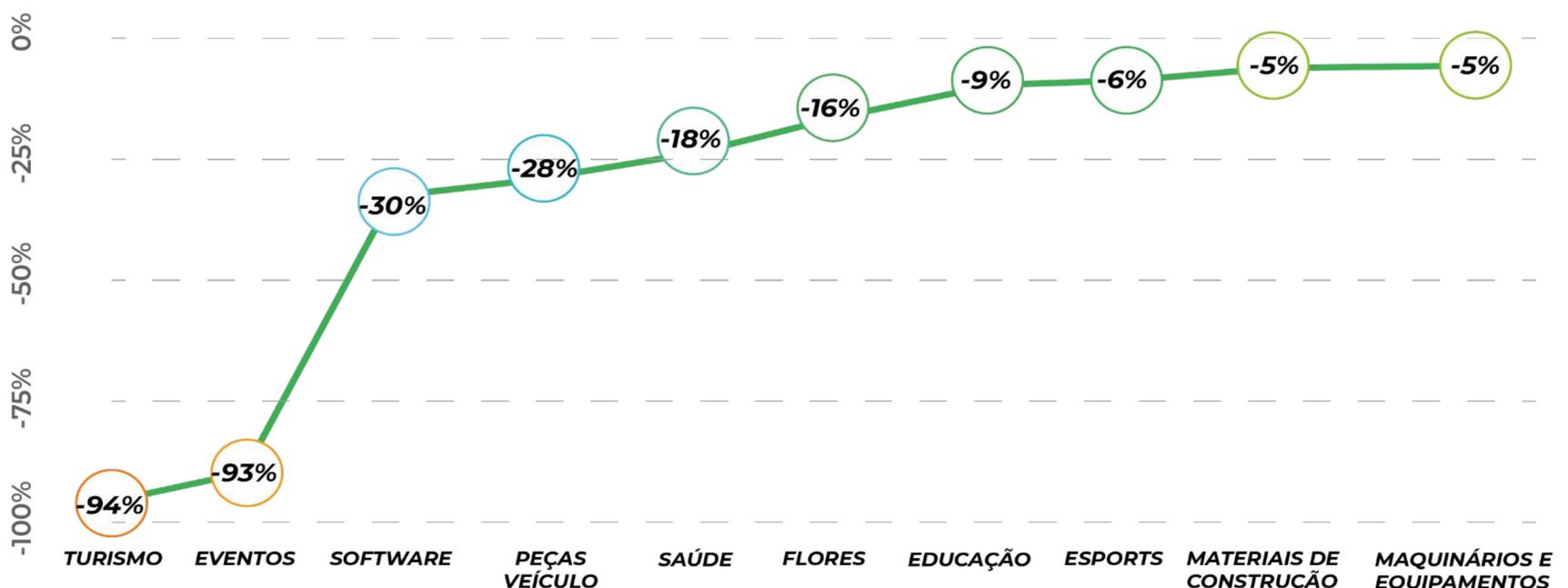
3 Introdução

O turismo como atividade econômica é definido a partir da perspectiva da demanda, a qual resulta em consumo por diferentes atributos, nível de renda, motivação dos turistas, tempo de permanência, etc, implicando em diferentes gastos no destino receptivo, como hospedagem, alimentação, lazer e diversão). Dado que os turistas têm diferentes perfis e motivações quando decidem ir ao destino, a segmentação dos produtos turísticos serve para atender a respectiva proposta. É o caso, por exemplo, dos deslocamentos realizados para trocas comerciais e participações em eventos.

No tocante ao setor de eventos, segundo o último estudo da Associação Brasileira de Empresas de Eventos - (ABEOC) 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). Sendo assim, é possível observar a importância do setor para o fluxo da economia, mas a crise sanitária da Covid-19 tem comprometido as atividades da cadeia.

Indubitavelmente, a pandemia do novo coronavírus tem impactado negativamente todos os setores da economia, com destaque para os setores de Turismo e o de Eventos (Figura 1).

Figura 1 – Segmentos mais impactados pela crise sanitária da Covid-19.



Fonte: Elaborado a partir do estudo da Associação Brasileira dos Promotores de Eventos - ABRAPE 2020.

Apesar disso, o governo do Estado do Ceará, por meio da Secretaria Executiva de Vigilância e Regulação em Saúde (SEVIR), elaborou e publicou o Protocolo sobre a realização de eventos-teste, conforme as prerrogativas do Decreto N° 34.254, de 18 de setembro de 2021. Sendo assim, o evento da **Associação Brasileira de Agências de Viagens – 48ª ABAV EXPO & COLLAB** realizado em Fortaleza, faz parte dos eventos-teste com base nos protocolos acordados pelo decreto já mencionado.

Nesse sentido, buscando somar no processo da retomada e recuperação da economia do Turismo, é que a Secretaria Municipal do Turismo de Fortaleza (SETFOR), por meio do Observatório do Turismo de Fortaleza, realizou a pesquisa do **“Perfil do Turista e o Impacto Econômico da 48ª ABAV EXPO & COLLAB”**. O objetivo da pesquisa é evidenciar o Perfil do Turista da 48ª **ABAV EXPO & COLLAB** e o impacto econômico do referido evento. A coleta de campo foi realizada no período de 06 a 08 de outubro de 2021, e contou **com uma amostra de 234 entrevistas**.

Nessa perspectiva, este relatório, intitulado **“Sondagem do Perfil do Turista e o Impacto Econômico da 48ª ABAV EXPO & COLLAB para a economia de Fortaleza”**, traz os principais resultados do evento. A referida sondagem 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.

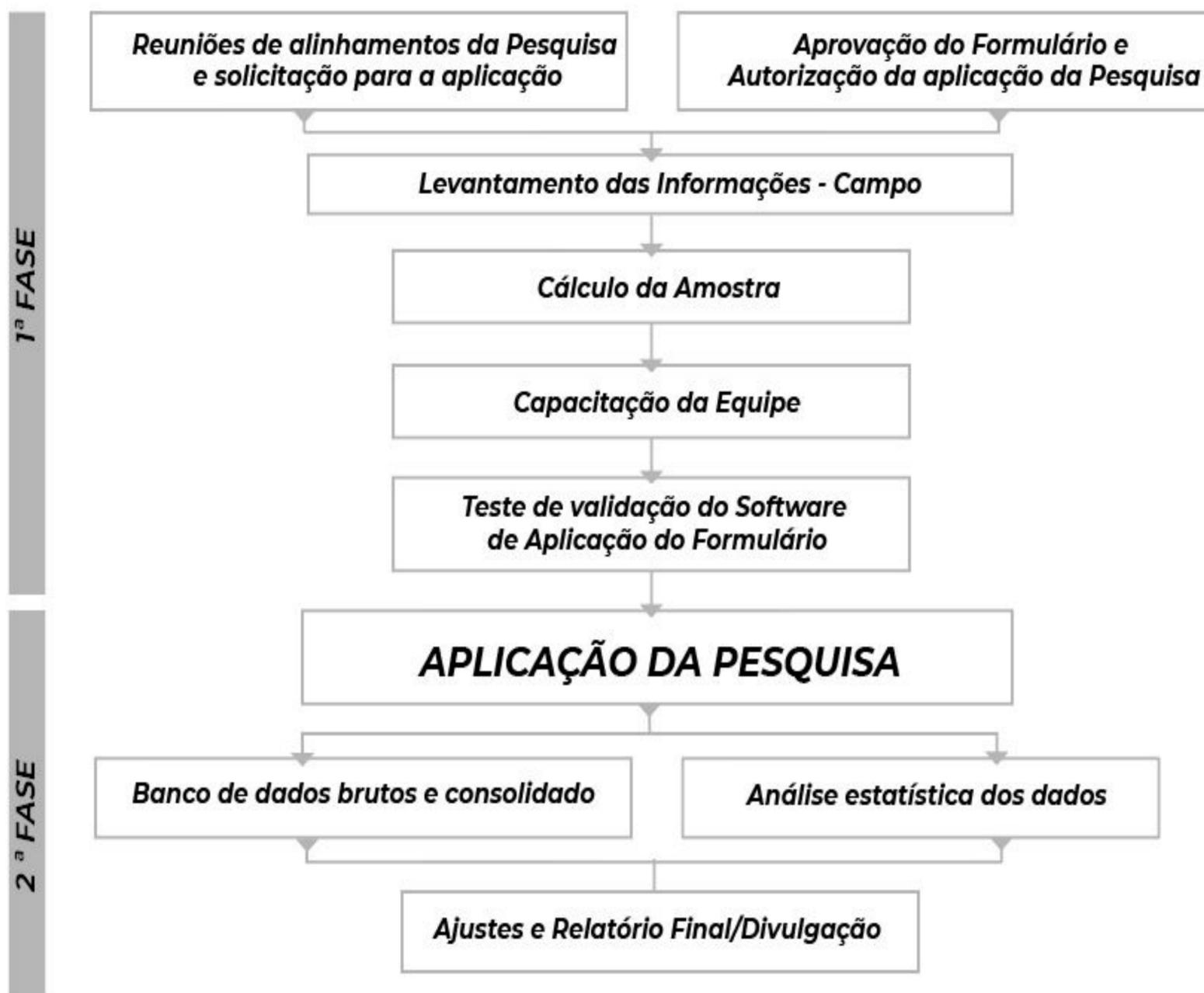
4 Procedimentos Metodológicos da Pesquisa

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 48ª ABAV EXPO & COLLAB

O planejamento da pesquisa da 48ª ABAV EXPO & COLLAB foi realizado em duas fases: i) a 1ª fase envolveu 6 etapas; e ii) a 2ª fase 4 etapas, conforme detalha o organograma abaixo.

Figura 2 – Planejamento da pesquisa por etapas.



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 6 a 8 de outubro, 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, 3.000 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)

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

Onde :

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 6,1% com um intervalo de confiança de 95%.

4.3 Análise estatística dos dados

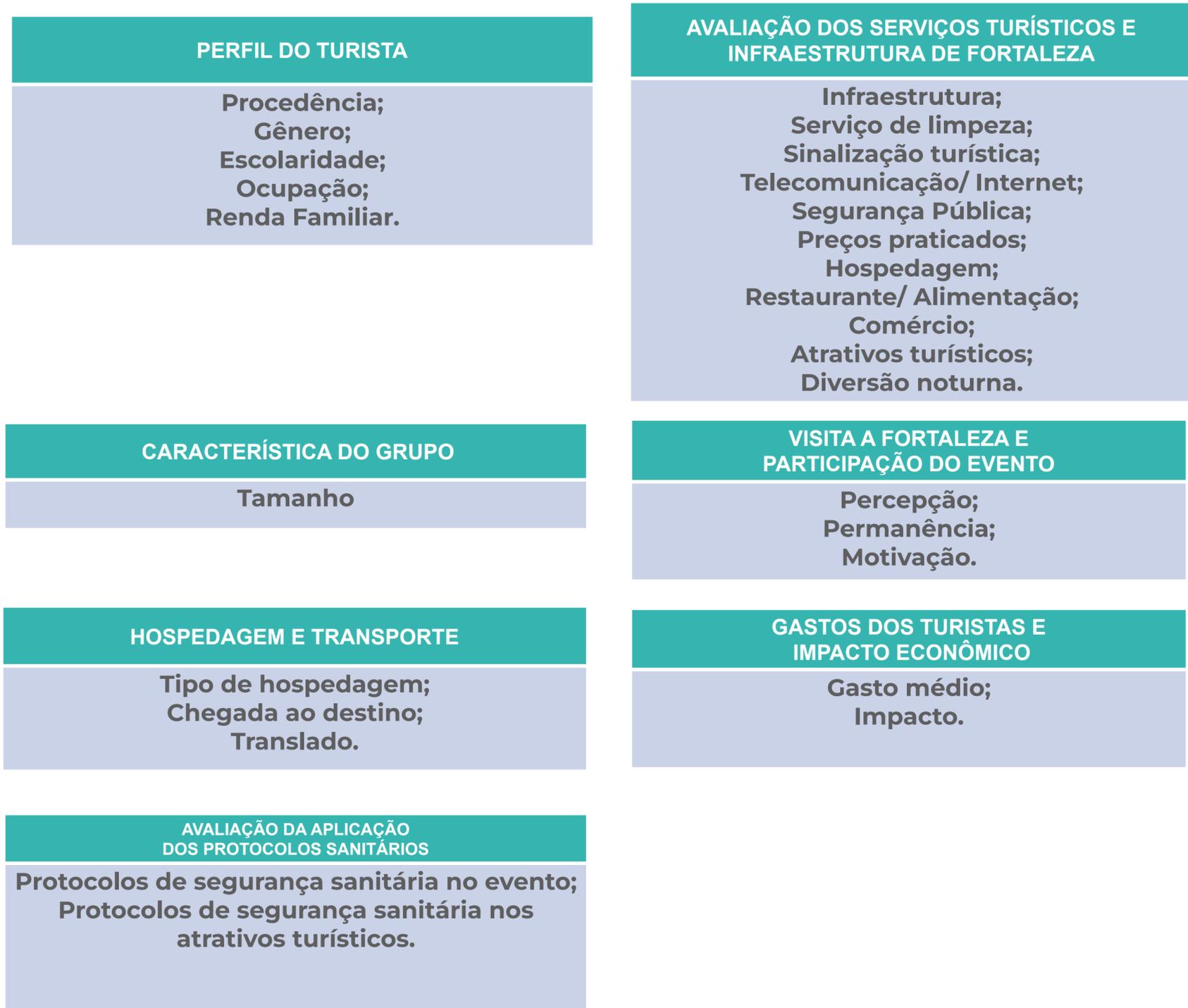
A análise estatística dos dados ocorreu inicialmente com o tratamento dos dados brutos disponibilizados pela equipe responsável pela pesquisa. O respectivo tratamento envolveu a codificação das variáveis e a busca por identificação de *missing values* (valores omissos).

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 ∂ (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 ∂ é 1,96, sendo esse 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 da 48ª ABAV EXPO & COLLAB.

5.1 Perfil do Turista

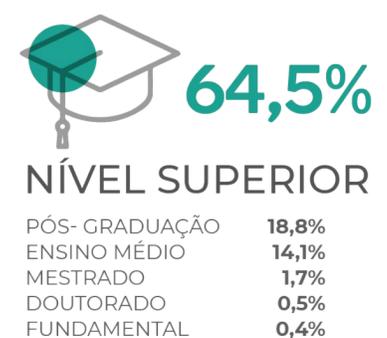
5.1.1 Origem

Em relação à procedência de País de origem, **98,3% dos entrevistados eram residentes no Brasil**, enquanto 1,7% eram de outros países. Ao analisar os principais mercados emissores de turistas, observou-se que estão concentrados nas regiões **Nordeste (57,9%) e Sudeste (23%)**, identificando ainda que **14,3% vieram do Maranhão; 12,6% de São Paulo; 11,3% de Pernambuco; 10,9% do Ceará e 7,8% do Rio de Janeiro**, respectivamente. O total dos não residentes no Brasil (1,7% do total dos entrevistados) ficou dividido entre os seguintes países: Espanha, Itália, Portugal e Quênia.

MA	14,3%	AM	2,2%
SP	12,6%	AL	1,7%
PE	11,3%	PA	1,7%
CE	10,9%	SC	1,7%
RJ	7,8%	TO	1,7%
PB	5,7%	ES	1,3%
RN	5,7%	MG	1,3%
AP	3,5%	SE	1,3%
BA	3,5%	GO	0,9%
PI	3,5%	MT	0,9%
PR	2,5%	RO	0,9%
AC	2,2%	DF	0,4%
		RR	0,4%

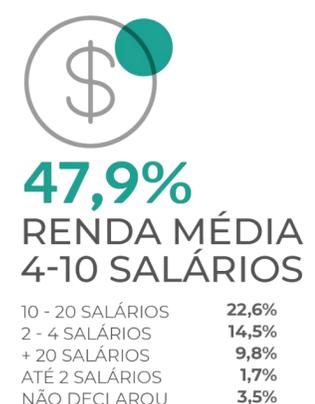
5.1.2 Gênero, Faixa Etária e Escolaridade

Analisando os resultados referentes ao gênero, observou-se que **57,7% são do sexo feminino** e 42,3% do sexo masculino. A faixa etária predominante foi de **40,2% entre 35 a 44 anos, seguido de 28,6% entre 45 e 59 anos e 21,4% entre 25 a 34 anos**. Já em relação a escolaridade, verifica-se que **(64,5%) dos turistas têm Ensino Superior, seguido de (18,8%) com Pós-Graduação, (14,1%) Ensino Médio, (1,7%) Mestrado, (0,5%) Doutorado e (0,4%) até o fundamental**.



5.1.3 Renda Familiar e Ocupação

Quanto a renda familiar, verifica-se que **47,9% dos turistas apresentam renda familiar entre 4 e 10 salários mínimos, seguido de 22,6% com renda familiar entre 10 e 20 salários mínimos**, 14,5% de 2 a 4 salários mínimos, 9,8% acima de 20 e 1,7% até dois salários mínimos. Apesar disso, 3,5% não informaram a renda.



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

Destaca-se ainda que, **45,7% trabalham em empresa privada**, sendo 37,2% a segunda maior ocupação, referente à de empresários, seguido de 8,1% servidores públicos, 7,7% profissionais liberais e 1,3% 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 **limpeza urbana obteve uma avaliação de 65,8%**, seguido de 63,2% da sinalização turística, 61,5% de telecomunicação/internet, 54,3% de segurança pública, e 49,1% do serviço de transporte. 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 (70,1%)**, seguido da hospedagem com (64,5%), restaurante/alimentação (61,5%), comércio (55,1%), atrativos turísticos (53%) e diversão noturna (48,7%).



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 (59,8%)**, e sozinho (25,2%). Do percentual restante dos entrevistados, 8,1% eram casal sem filhos, 5,6% amigos e 1,3%, grupo familiar. Em relação ao tamanho do grupo, verificou-se que 25,2% é de apenas uma pessoa e a média por grupo é de 8,34 pessoas.

5.4 Visita a Fortaleza, participação no evento e permanência

Em relação à visita a Fortaleza, observou-se que **62,4% já tinham visitado a cidade** e para 37,6% dos entrevistados era a primeira visita. Em sua maioria **59,6% achou a cidade muito melhor em relação à sua visita anterior.**

O tempo médio de permanência na cidade foi de **3,6 dias**, sendo que **29,1% ficaram mais dias no destino**, sendo o **trabalho como principal motivo de permanência (51,5%)**, seguido do lazer (48,5%). 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 2,6% se hospedaram em outras cidades, sendo elas Trairi (0,9%), Beberibe (0,9%), Horizonte (0,4%) e Itapipoca (0,4%).

5.5 Hospedagem e transporte

5.5.1 Meios de Hospedagem

Os meios de hospedagens mais utilizados foram **os hotéis e flats (80,3%)**, casa de amigos/parentes (9,8%), pousadas (5,6%), imóvel próprio (2,2%), resort (1,7%) e imóvel alugado (0,4%).

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 (60,7%)**, seguido de ônibus/van fretado (18,8%), automóvel próprio (11,5%), ônibus de linha (6,4%) e automóvel alugado (2,6%).



59,6%
ACHARAM
A CIDADE
MELHOR



3,6
DIAS

FOI A MÉDIA DE
PERMANÊNCIA
EM DIAS DOS
VISITANTES

29,1%
PROLONGAM
A ESTADIA

51,5%
PROLONGAM
POR MOTIVO
DE TRABALHO



80,3%
FICARAM EM
HOTEIS E FLATS

AMIGOS/PARENTES	9,8%
POUSADAS	5,6%
IMÓVEL PRÓPRIO	2,2%
RESORTS	1,7%
IMÓVEL ALUGADO	0,4%



60,7%
UTILIZARAM
AVIÃO

ÔNIBUS /VAN FRETE	18,8%
CARRO ALUGADO	11,5%
ÔNIBUS LINHA	6,4%
CARRO ALUGADO	2,6%

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 (53,8%)**, seguindo de ônibus/van fretada (20,5%), automóvel próprio (12,8%), táxi (7,7%) e automóvel alugado (5,2%).



53,8%
AUTOMÓVEL VIA APLICATIVO

ÔNIBUS /VAN FRETE **20,5%**
CARRO PRÓPRIO **12,8%**
TÁXI **7,7%**
CARRO ALUGADO **5,2%**

5.6 Gastos dos turistas e o impacto econômico

Verificou-se que o turista ficou em média **3,6 dias** por todo o período de estadia em Fortaleza, com um gasto médio de R\$ **693,26**, totalizando um gasto de **R\$ 2.495,73**. Desse total, o maior gasto foi com **hospedagem (34,1%)**, seguido de **compras (27,5%)**, **alimentação (16,9%)**, **entretenimento (11,7%)** e **transporte (9,8%)**. A Tabela 1 detalha a média dos gastos dos turistas que participaram do evento, com o respectivo percentual.



Hospedagem **34,1%**



Compras **27,5%**



Alimentação **16,9%**



Lazer **11,7%**



Transporte **9,8%**

Tabela 1 – Discriminação da média dos gastos dos turistas.

Discriminação	Média dos gastos	%
Hospedagem	R\$ 851,51	34,1 %
Compras	R\$ 685,23	27,5%
Alimentação	R\$ 422,55	16,9%
Entretenimento	R\$ 293,10	11,7%
Transporte	R\$ 243,34	9,8 %
Total gasto por 3,6 dias por participante por todo período de estadia	R\$ 2.495,73	100 %
Gasto médio diário por participante	R\$ 2.495,73 / 3,6 = R\$ 693,26	

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

A realização de eventos como o da 48ª ABAV EXPO & COLLAB, 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.

Segundo o estudo **“Impacto Econômico do Turismo de Eventos realizados em Fortaleza 2018”**² do Fortaleza Convention & Visitors Bureau (Visite Ceará), Fecomércio – CE e Universidade de Fortaleza, do total dos participantes de eventos, em média, **70% são turistas**. Sendo assim, o cálculo do impacto econômico da 48ª ABAV EXPO & COLLAB levou em consideração tal índice. Dado que o evento teve 3.000 mil inscritos, é possível afirmar que 2.100 eram turistas e, portanto, o efeito é medido a partir da injeção de renda destes turistas (2.100)

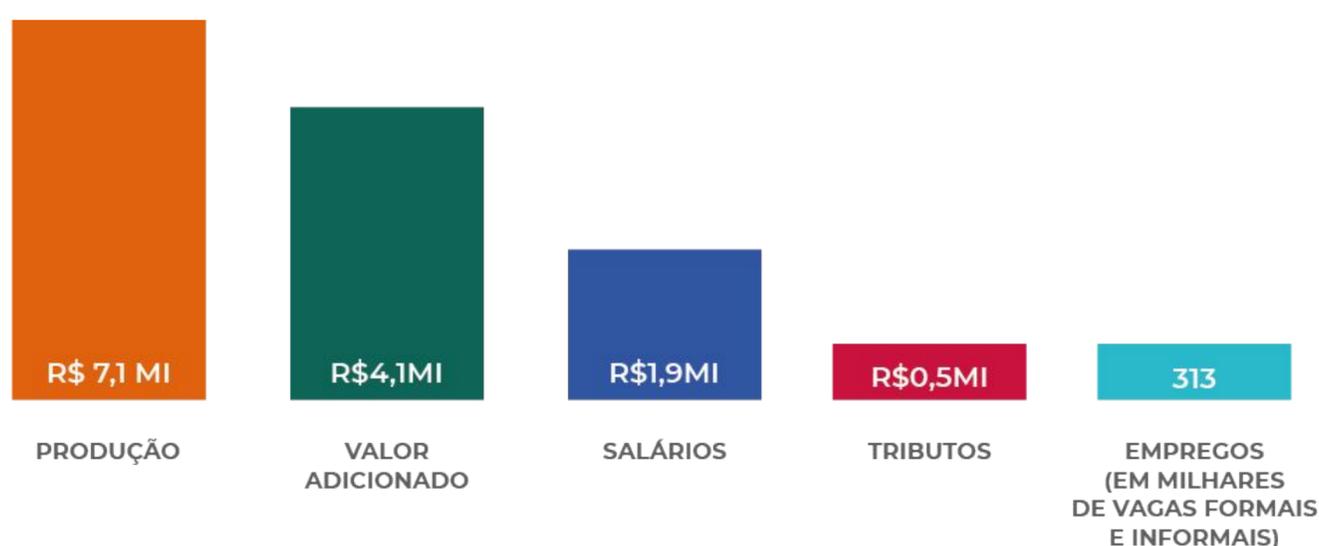
O instrumental utilizado para medir o impacto econômico é a **Matriz-Insumo Produto (MIP)**. É importante destacar que o Observatório do Turismo de Fortaleza construiu a MIP de Fortaleza, um legado para a gestão pública e o setor, pois com a MIP de Fortaleza é possível mapear com precisão o efeito da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

O fluxo turístico da 48ª ABAV EXPO & COLLAB provocou um **choque inicial de demanda de R\$ 5.241.033,00**. 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\$ 7,1 milhões. O valor adicionado foi de R\$ 4,1 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 **313 novos empregos formais e informais**, e um **incremento da massa salarial no valor de R\$ 1,9 milhão** (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 da 48ª ABAV EXPO & COLLAB, a qual gerou uma arrecadação dos governos sob a forma de **impostos, taxas ou contribuições no valor de R\$ 0,5 milhões** (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 da 48ª ABAV EXPO & COLLAB (em milhões)



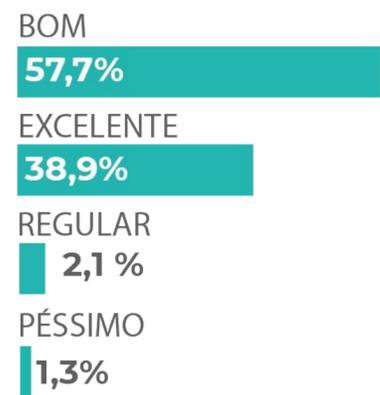
Fonte: Elaborado a partir dos resultados da pesquisa (2021).

SETFOR / OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE FORTALEZA

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 **57,7% avaliaram como bom, seguido de excelente (38,9%),** regular (2,1%) e péssimo (1,3%).

Quanto aos protocolos de segurança sanitária nos atrativos turísticos, a percepção foi a seguinte: **bom (71,8%), excelente (16,2%),** regular (5,1%), péssimo (0,9%) e não responderam (6%).



Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PROMOTORES DE EVENTOS (ABRAPE). **Protocolo de retomada - Setor de Eventos - Versão 2.0**, 37p, 2020.

FORTALEZA CONVENTION & VISITORS BUREAU; FECOMÉRCIO; UNIVERSIDADE DE FORTALEZA. **Impacto econômico do Turismo de Eventos realizados em Fortaleza em 2018**, 1ª ed, 2018.

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.

TRIOLA, M. F. **Introdução à Estatística**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

