FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PESQUISA DO IMPACTO ECONÔMICO DOS EVENTOS INTERNACIONAIS REALIZADOS NO BRASIL 2007/2008

SUMÁRIO

Apresentação 6
Equipe do projeto 7
1. Introdução 8
2. Aspectos econômicos relacionados a eventos 11
2.1. Definição 11
2.2. Impactos Econômicos dos Eventos 15
3. Metodologia da Pesquisa 18
3.1 Variáveis investigadas 18
3.2 Amostragem 19
3.3 Método de Coleta dos Dados 20
3.4 Seleção e Treinamento dos Entrevistadores 22
3.5 Abordagem e Seleção dos Turistas Entrevistados 23
3.6 Fases da Pesquisa de Campo 23
3.7 Tratamento de dados 24
3.8 Critério de seleção de outliers 24
3.9. Modelo de Impacto Econômico 26
4. Resultados da pesquisa 31
4.1. Análise consolidada dos eventos 32
4.2. Observações gerais sobre os participantes dos Eventos 44
4.3. Impacto Econômico dos Eventos pesquisados 45
4.3.1. Movimentação Econômica dos Eventos ICCA – Brasil – 2008 49
4.3.2. Movimentação Econômica dos Eventos ICCA – Brasil – 2009 53
5. Fontes de Consulta 57

ANEXOS

Anexo A – Gráficos com dados consolidados dos eventos pesquisados.....61
Anexo B – Resultados consolidados por segmento de evento 74
Anexo C - Resultados consolidados por cidade pesquisada.....88
Anexo D – Gráficos da pesquisa com os organizadores dos eventos.....101

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Multiplicadores do Turismo em relação aos Setores Selecionados 30
Tabela 2 – Número de participantes, Permanência Média, e Número de Pernoites, por Segmentos.....45
Tabela 3 – Gasto Médio Diário dos Visitantes por Tipo de Eventos (Em US$) 46
Tabela 4 – Total de Gastos dos Visitantes por Segmentos (Em US$) 47
Tabela 5 - Computação dos Efeitos Diretos dos gastos sobre as vendas, emprego, renda pessoal e Valor Agregado 48
Tabela 6 - Computação dos Efeitos Diretos e Indiretos 49
Tabela 7 - Total de Gastos Estimados dos Visitantes por Segmento de Eventos em 2008 – Em US$ 51
Tabela 8 - Dados Gerais dos Eventos Realizados em 2008 e Estimados para 2009, por Segmento.....53
Tabela 9 – Total de Gastos Estimado dos Visitantes por Segmento em 2009 (em US$) 54

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Efeitos Diretos e Indiretos dos Gastos Turísticos na Cadeia Produtiva da Economia Local 16

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Critérios utilizados na determinação do universo de interesse da pesquisa 19
Quadro 2 – Características principais do método de coleta de dados 21

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Percentual de eventos pesquisados por segmento..... 33
Gráfico 2- País de residência..... 33
Gráfico 3- Primeira visita ao Brasil..... 34
Gráfico 4 - Gênero..... 35
Gráfico 5 - Estado civil..... 35
Gráfico 6 - Faixa etária..... 36
Gráfico 7 - Grau de instrução/nível de formação escolar..... 36
Gráfico 8 - Faixa de renda mensal (US$)..... 37
Gráfico 9 - Pernoites no total desta viagem..... 37

Gráfico 10 - Permanência de dias adicionais na cidade sede do evento além dos dias de sua realização (*) 38
Gráfico 11 - Permanência de dias adicionais em outras cidades brasileiras (*)..... 39
Gráfico 12 - Organização da viagem 40
Gráfico 13 - Recebeu informações detalhadas de serviços/produtos turísticos antes do evento? 40
Gráfico 14 - Fonte das informações (*)..... 41
Gráfico 15 - Atividades pessoais realizadas (*) 41
Gráfico 16 - Meio de transporte utilizado para chegar ao evento 42
Gráfico 17 - Gasto médio, por tipo de Evento..... 46
Gráfico 18 – Participação na Geração da Renda por Tipos de Eventos 48
Gráfico 19 – Participantes por tipos de eventos – 2008 50
Gráfico 20 - Distribuição dos gastos do Grupo de Eventos (Medicina, Tecnologia e Meio Ambiente e Outros) 52
Gráfico 21 - Distribuição dos Gastos do Segmento de Educação, Saúde e Esporte - 2008..... 52
Gráfico 22 – Participantes por tipos de eventos – 2009 54
Gráfico 23 - Distribuição dos gastos do Grupo de Eventos (Medicina, Tecnologia e Meio Ambiente e Outros) - 2009 55
Gráfico 24 - Distribuição dos Gastos do Segmento de Educação, Saúde e Esporte - 2009..... 56

Apresentação

O Turismo de Eventos é um segmento que vem apresentando crescimento significativo nos últimos anos, sendo uma fonte de receita almejada por muitos destinos turísticos no Brasil e no exterior. O desenvolvimento deste setor proporciona a entrada de novas receitas e a geração de postos de trabalho, refletindo diretamente na movimentação econômica do turismo no país e nas cidades-sedes.

Para melhor entender a dinâmica deste segmento e balizar as iniciativas públicas e privadas, o Ministério do Turismo, por intermédio da EMBRATUR, e a Fundação Getulio Vargas, por meio do Núcleo de Turismo, da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, estabelecem, com prioridade, realizar estudos e pesquisas que venham a fornecer dados consistentes nesta área de atuação.

Este primeiro estudo, denominado **Pesquisa do Impacto Econômico dos Eventos Internacionais Realizados no Brasil 2007/2008**, procura analisar a movimentação econômica e o perfil do turista estrangeiro que participa destes eventos, tais como conferências, colóquios, congressos e reuniões de diversos segmentos. Para isso, foi desenvolvida uma metodologia de medição de impacto econômico de eventos, que permitiu analisar os dados coletados nos eventos internacionais, predefinidos pela EMBRATUR no período 2007/2008.

Esta publicação apresenta uma compilação de informações, dados e gráficos referentes aos certames pesquisados, possibilitando ao leitor uma visão geral do turismo de negócios e eventos no país.

O Brasil vem se profissionalizando neste segmento. Observa-se uma orientação federal do Ministério do Turismo e a fundamental parceria com os empresários, *conventions* e associações na captação de eventos internacionais, beneficiando diversos destinos que atuam no setor.

A EMBRATUR agradece a valiosa colaboração das entidades que possibilitam a elaboração deste estudo, que visa contribuir para o aprimoramento contínuo do turismo de eventos no Brasil.

Jeanine Pires

Presidente da EMBRATUR

Equipe do projeto

EMBRATUR

Presidente	Jeanine Pires
Diretor de Negócios e Eventos	Marcelo Pedroso
Gerente de Turismo de Eventos	Flávia Malkine Araújo
Diretor de Estudos e Pesquisas	José Francisco de Salles Lopes
Gerente de Estudos e Pesquisas	Neiva Aparecida Duarte

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Coordenação

Diretor do Projeto	César Cunha Campos
Supervisor	Ricardo Simonsen
Coordenação Geral	Luiz Gustavo M. Barbosa
	Saulo Barroso Rocha
Coordenadora do Projeto	Paola Lohmann

Especialistas

Estatística e Pesquisa de Mercado	Leonardo Vasconcelos
	Marcela Cohen
Administração e Finanças	Erick Lacerda
	Fabiola Barros
Análise Econômica	João Evangelista
	Paulo Cesar Stilpen
Assistente de Coordenação	Luciana Vianna

1. Introdução

O turismo é considerado uma importante atividade econômica no contexto mundial, responsável por movimentar milhões de pessoas e, consequentemente, gerar renda e emprego (direto e indireto) nos diversos destinos nacionais e internacionais. As motivações variam desde a busca por sol e praia, lazer, ecoturismo, esportes radicais até a realização de negócios e participação em feiras e eventos.

A realização de eventos, quando planejada adequadamente, propicia a demanda de produtos e serviços de diversos segmentos da economia, desenvolvimento da infraestrutura, geração de receitas e de mão-de-obra direta e indireta, preservação do patrimônio natural e cultural, além da troca de experiências entre turistas e a população local.

Efetivamente, os eventos já vêm sendo considerados, há algum tempo, uma atividade turística, em virtude de utilizarem a estrutura e serviços de determinada região, contribuindo inclusive para a propaganda positiva da imagem turística da cidade receptora.

Tanto no pré, quanto trans e no pós-evento ocorrem passeios e compras efetuadas por participantes e seus acompanhantes, constituindo igualmente fator importante o retorno ao Brasil desses turistas e a divulgação dos nossos destinos turísticos para demais amigos e parentes.

Neste contexto, o turismo de feiras e eventos é considerado atualmente um dos segmentos que mais crescem no turismo. Os governos apoiam e promovem eventos como parte de suas estratégias para o desenvolvimento econômico da nação e marketing de destino. Organizar ou sediar eventos tornou-se uma forma de os países promoverem a sua imagem, de se apresentarem ao mundo e gerarem lucros para a cidade ou região anfitriã.

Desta maneira, a captação e a promoção de eventos contribuem significativamente na geração de benefícios econômicos e sociais para a cidade-sede do evento.

Este é um setor que apresenta diversas oportunidades, tais como: criar demanda turística, aumentar o gasto médio por turista, bem como o período

de permanência, gerar incremento da economia local, criar novos postos de trabalho, estimular a circulação de renda e movimentar a estrutura de serviços.

A perspectiva do setor é de que, nos próximos anos, aumente significativamente o número de eventos comerciais, educacionais, esportivos, de comemorações históricas, feiras, congressos, entre outros. A concorrência para sediar esses eventos é, cada vez mais, acirrada, o que exige planejamento e preparação das cidades brasileiras, com atuação e investimento dos setores público e privado, incluindo a criação de infraestrutura turística, pesquisas de dados, capacitação de mão-de-obra, entre outros.

De acordo com a "International Congress & Convention Association" – ICCA, maior entidade mundial do setor de eventos, o Brasil ocupa a 8ª posição entre os países que mais sediam eventos internacionais. A lista[1] divulgada pela ICCA contempla as cidades que receberam, em 2007, pelo menos cinco eventos internacionais que cumprem as exigências da entidade. No Brasil, as que mais se destacaram, nos últimos anos, neste segmento, foram São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Porto Alegre, Florianópolis, Foz do Iguaçu, Ouro Preto e Campinas.

Hoje, dada à sua crescente relevância, é consenso que as viagens para participação nos diversos tipos de eventos também devem ser contabilizadas como consumo turístico, já que o visitante de eventos utiliza a infraestrutura e consome produtos e serviços turísticos.

A partir desta perspectiva, observa-se como o turismo de eventos está intimamente ligado ao turismo de negócios, pois esses se tornam, em certos momentos, o objetivo maior de uma viagem, sendo, de certa forma, motivadores e indutores do deslocamento de pessoas.

Para a EMBRATUR, a captação de eventos é uma estratégia vital para o turismo brasileiro, aumentando a visibilidade do país no exterior e atraindo turistas cujos gastos médios são elevados. Por esse motivo, conhecer os

[1] http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?ID=1577, consultado em 22/12/2008.

impactos econômicos e o perfil destes visitantes é fundamental para consolidar os resultados obtidos.

O bom planejamento requer estudo aprofundado de todo o contexto presente, da conjuntura socioeconômica, não devendo se restringir ao empirismo. Portanto, é de grande importância a devida mensuração de dados sobre o setor, que subsidiarão a tomada de decisão por parte dos setores público e privado.

A **Pesquisa do Impacto Econômico dos Eventos Internacionais Realizados no Brasil – 2007/2008** surge como uma resposta a tal necessidade, e tem como objetivo principal analisar os impactos diretos e indiretos dos gastos dos turistas estrangeiros na economia do país e na cidade-sede durante a realização dos eventos, bem como identificar a relevância do setor de turismo como ferramenta para a geração de emprego e renda.

Os objetivos específicos do estudo consistem em:

- Definir o perfil sóciodemográfico, dos turistas residentes no exterior, participantes de eventos internacionais no Brasil;
- Identificar os principais meios de hospedagem e transporte utilizados por estes turistas durante a viagem;
- Realizar um levantamento da média de pernoites no total da viagem;
- Averiguar o tempo de permanência do turista no Brasil durante o pré e o pós-evento;
- Determinar as principais motivações da permanência adicional no Brasil dos turistas pesquisados.

Para alcançar tais objetivos e melhor avaliar o funcionamento desse ramo de atividade, a Fundação Getulio Vargas e o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR resolveram elaborar um estudo sobre a movimentação econômica e a geração de indicadores de perfil dos turistas estrangeiros de eventos no Brasil.

2. Aspectos econômicos relacionados a eventos

2.1. Definição

O mercado de eventos tornou-se uma atividade de âmbito mundial através de seu impacto econômico, comercial, técnico, científico e sociocultural. A captação de eventos é hoje uma estratégia utilizada pelo setor público para a atração de visitantes, consequente do desenvolvimento local em todo mundo.

O âmbito de atuação do mercado de eventos é extremamente amplo, podendo movimentar na sua cadeia produtiva, segundo a Organização Mundial do Turismo, mais de 50 segmentos, abrangendo as mais variadas formas de transporte, hospedagem, lazer, alimentação, comércio e demais serviços especializados que um evento pode demandar/oferecer. Desta forma, a perspectiva econômica predomina na decisão de sediar um evento; no entanto, existe um crescente reconhecimento de outros benefícios que um evento pode gerar.

A predominância da perspectiva econômica é visível principalmente pelos resultados de curto prazo apresentados na realização dos eventos, como arrecadação de milhões de reais em impostos e geração de milhares de empregos diretos e indiretos.

A indústria de feiras e eventos foi reconhecida oficialmente pela ONU e, pela primeira vez na história, incluída como categoria econômica diferenciada no "Padrão Internacional de Classificação de Atividades Econômicas" (*International Standard Industrial Classification of All Economic Activities – ISIC*). A partir de agora, a TSA - *Tourism Satellite Account* - vai incorporar os dados da indústria de eventos, para estudar a participação e o impacto dos gastos da área em relação a outros indicadores econômicos, como o PIB e a geração de empregos. Isto mostra a importância deste segmento.

De acordo com Blake *et al.* (2003), existem diferentes métodos para estimar os impactos causados pelo turismo, como a matriz de insumo-produto, a matriz de contas nacionais e o modelo de equilíbrio geral (CGE). Todas essas abordagens têm como vantagem a possibilidade de computar a relação entre o

turismo e os outros setores da economia. No entanto, esses modelos possuem falhas no que diz respeito à questão temporal que caracteriza os eventos. Pela natureza dos eventos, pode-se dividir um estudo de impacto econômico para um evento em três fases distintas, a saber:

Pré-Evento: Impactos na fase anterior à realização do evento, os quais incluem os gastos e seus impactos em atividades como: estudos e planejamento para a realização do evento; investimentos para o processo de licitação; gastos com treinamento; gastos com marketing; organizadores de eventos, agências de publicidade, montadores de estandes, arquitetos, *designers*, construtores, estrategistas de marketing, investimentos realizados para a construção de instalações; investimentos em infraestrutura de apoio e logística para a realização do evento. Os impactos econômicos desta fase têm dimensão temporal finita;

Evento: Os impactos durante o evento derivam dos gastos realizados pelos não residentes nacionais e estrangeiros nas mais diversas atividades relacionadas com o evento e com a atividade turística gerada: hotelaria, transporte, alimentação, suvenires, impostos etc. Além destes gastos, pode-se incluir os aluguéis de espaço físico e publicitário, as taxas cobradas e os salários pagos aos prestadores de serviço no evento. Os impactos econômicos desta fase também têm dimensão temporal finita; e

Pós-Evento: Impactos derivados do legado de infraestrutura disponível após a realização do evento, a exposição na mídia internacional e o consequente aumento de turistas para a cidade, a capacidade instalada para sediar futuros eventos etc. Outro ponto que deve ser ressaltado refere-se aos gastos de manutenção da infraestrutura construída. Os impactos econômicos desta fase podem ter a dimensão temporal infinita, dificultando a sua mensuração.

É importante ressaltar que existe uma diferença entre o impacto econômico associado às despesas turísticas e aquele associado ao investimento da atividade turística. A diferença entre esses dois tipos de impacto é fundamental, porque eles demandam diferentes abordagens metodológicas. A avaliação do impacto econômico das despesas turísticas é realizada a partir da análise dos gastos dos visitantes, enquanto que a estimativa do impacto econômico dos projetos de investimento turístico geralmente é realizada a

partir da utilização das técnicas de análise de projetos, como a análise custo-benefício.

Por exemplo, para uma avaliação de impacto econômico de megaeventos, como as Olimpíadas ou os Jogos Pan-americanos, que envolvem investimento na construção de empreendimentos esportivos e de infraestrutura, deve-se levar em conta tanto o impacto das despesas turísticas como o efeito dos investimentos turísticos sobre a economia local. Já para eventos de menor porte, o estudo das despesas turísticas é considerado satisfatório.

A mensuração dos efeitos dos gastos turísticos sobre a economia local deve levar em conta três níveis de impactos: diretos, indiretos e induzidos.

Segundo Cooper (2001), **os efeitos diretos** das atividades turísticas são os gastos realizados pelos turistas nos estabelecimentos que fornecem bens e serviços turísticos. Parte deste valor sairá imediatamente da economia para cobrir os gastos com as importações. Desta forma, os impactos diretos dos gastos tendem a ser menores que o próprio gasto, a não ser em casos raros, onde a economia local consegue produzir e satisfazer todas as necessidades dos turistas.

Por sua vez, os estabelecimentos comerciais que recebem os gastos diretos dos turistas necessitam de fornecedores, ou seja, precisam comprar bens e serviços de outros setores dentro da economia local. Como exemplo, citam-se os hotéis que contratam serviços como os de construção civil, bancos, contadores, e fornecedores de alimentos e bebidas. Partes destes gastos saem de circulação, pois estes fornecedores precisarão comprar produtos importados para cobrir suas necessidades. A atividade econômica, gerada em consequência das rodadas de compras e gastos, é conhecida como **efeito indireto.**

Já o **efeito induzido** é aquele gerado através dos salários, aluguéis e juros recebidos das atividades turísticas que, por sua vez, geram outras atividades econômicas. Os juros pagos aos bancos, por empréstimos, geram mais recursos para futuros empréstimos, ocorrendo consequentemente um aumento da atividade econômica.

A análise do impacto econômico direto do turismo verifica os fluxos de gastos associados à atividade turística, identificando as mudanças no

comércio, pagamento de impostos, renda e geração de emprego e trabalhos devidos à atividade de turismo. Embora cada tipo de análise econômica possua características que as distinguem umas das outras, elas são, muitas vezes, confundidas, já que um problema a ser analisado geralmente exige diferentes metodologias.

Em geral, o instrumento mais utilizado para avaliar a contribuição da atividade turística para a economia de uma região é o estudo de impacto econômico do turismo (Stynes, 1999). Este estudo revelará as relações entre os setores da economia e o turismo, assim como proverá estimativas sobre as mudanças que poderão ocorrer na economia após uma ação.

As implicações mais comuns de uma análise do impacto econômico do turismo são:

- Mudanças na oferta do setor poderão envolver mudanças quantitativas (abertura ou fechamento de hotéis e atrativos) - acarretando uma expansão ou contração da capacidade, ou mudanças qualitativas (melhora na qualidade ambiental, infraestrutura local, natureza dos produtos e serviços disponíveis na região). Estas mudanças provavelmente resultarão em diversos impactos que precisam ser analisados cuidadosamente;
- Avaliação dos impactos econômicos devido à mudança na demanda turística - mudança na população, na posição competitiva da região, promoções, modismo, mudanças nas variáveis econômicas. Tudo isso provavelmente resultará em alterações na quantidade de turistas para a região e nos gastos turísticos. Uma análise de impacto econômico pode calcular a magnitude e a natureza destes impactos;
- Avaliação dos efeitos de ações e políticas que afetem a atividade turística de forma direta ou indireta - desta forma, os tomadores de decisão poderão ter informações e subsídios para analisar e entender as consequências das ações a serem realizadas e escolher a melhor alternativa;
- Entendimento da estrutura econômica e as interdependências entre os diferentes setores na economia local - os estudos econômicos ajudam a mensurar o tamanho e a estrutura do setor de turismo em determinada região, e sua ligação com os demais setores econômicos; e

- Comparação dos impactos econômicos em diferentes alternativas de alocação de recursos para o desenvolvimento local - este estudo poderá servir para incentivar o gasto público no setor de turismo, ou mesmo a obtenção de tratamento diferenciado relativo a outros setores da economia.

2.2. Impactos Econômicos dos Eventos

Pesquisas realizadas pela EMBRATUR[2] confirmam que o turista de negócios e eventos gasta mais do que o turista convencional, proporcionando maior impacto econômico local. O estudo dos impactos econômicos dos eventos internacionais tem como objetivo analisar os impactos diretos e indiretos dos gastos dos turistas estrangeiros na economia do país e na cidade-sede durante a realização dos eventos, bem como identificar a relevância do setor de turismo como ferramenta para a geração de emprego e renda.

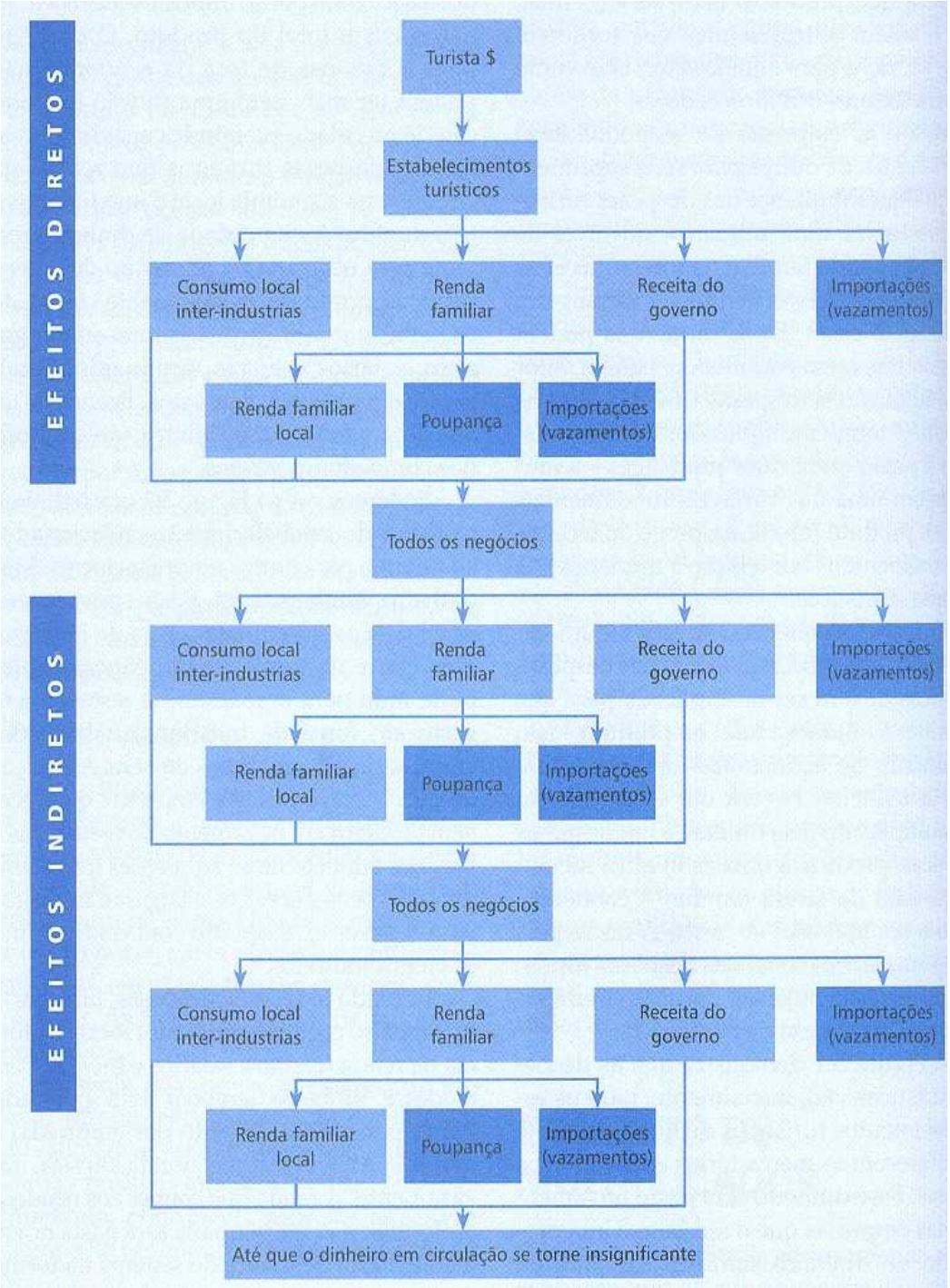
Para tal, foram utilizados três métodos para obtenção de dados: pesquisa documental sobre modelos econômicos aplicáveis ao setor de turismo, assim como outras informações técnicas sobre a economia setorial e seu desenvolvimento; a pesquisa de dados secundários dos organizadores do evento; e a aplicação de pesquisa primária e análise do questionário e dos microdados da pesquisa realizada com os participantes estrangeiros durante os eventos.

Na elaboração deste estudo foram analisados eventos de diversos formatos (congressos, conferências etc.) e tamanhos (de 50 a 6000 pessoas), que utilizam a infraestrutura já existente na cidade. Portanto, é importante ressaltar que este projeto restringe-se a avaliar os impactos diretos e indiretos dos gastos turísticos sobre a economia local, dos eventos pesquisados, os quais foram pré-estabelecidos pela EMBRATUR.

A figura a seguir ilustra, a partir da receita turística (novo dinheiro em circulação), a sua distribuição ao longo da cadeia, com os efeitos diretos:

[2] Estudo da Demanda Turística Internacional – EMBRATUR/FIPE

Figura 1 – Efeitos Diretos e Indiretos dos Gastos Turísticos na Cadeia Produtiva da Economia Local



Fonte: COOPER, Chris (2001)

Os dados da pesquisa de demanda realizada pela FGV permitem analisar a estimativa de alguns dos mais importantes parâmetros dos gastos dos visitantes durante o evento. A amostra apresenta altos níveis de confiabilidade, que suportam inferências nos agregados do trabalho,

particularmente no que tange à mensuração dos impactos econômicos diretos e indiretos do turismo durante o evento.

As informações são apresentadas com vistas a fornecer um balizamento das inferências possíveis e de seus níveis de confiabilidade. Assim, sem incorrer em viés de estimativa, pode-se expandir o número de turistas, em nível da população pesquisada, para o restante da população de interesse, ficando essas estimativas subordinadas às hipóteses ou a cenários estabelecidos.

Com base nos microdados da pesquisa realizada pela FGV, foi retirada a informação sobre o gasto médio diário do visitante dos eventos pesquisados, subdivididos por categoria de gastos com hospedagem, alimentação, transporte, compras e presentes, cultura e lazer, telecomunicação e outros.

Para quantificar os efeitos econômicos dos eventos, utilizou-se o modelo de avaliação de impacto, com base nas informações amostrais dos turistas.

3. Metodologia da Pesquisa

Para a elaboração deste estudo, procedeu-se à revisão bibliográfica, a fim de identificar o material de pesquisa disponível, como livros, artigos e dados estatísticos, que conferissem embasamento teórico ao trabalho proposto. A etapa seguinte consistiu em pesquisa quantitativa aplicada nos locais de realização dos eventos internacionais pré-estabelecidos pela EMBRATUR, por meio de entrevistas pessoais a partir de um questionário previamente estruturado. Para realizar a pesquisa de campo, foi elaborado um questionário para ser aplicado no projeto-piloto, o que permitiu o aprimoramento e a validação do mesmo. Durante o desenvolvimento do projeto, foram aplicados questionários em inglês e espanhol, somente a turistas estrangeiros, que participaram de eventos internacionais pré-estabelecidos pela EMBRATUR, no ano de 2007 e 2008.

Para investigar as questões propostas no estudo, foram definidas 6 etapas de trabalho durante o período do projeto de pesquisa, sendo duas etapas básicas para todos os eventos:

- Etapa 1 – Planejamento detalhado; e
- Etapa 2 – Elaboração do questionário e do plano amostral para pesquisa.

E quatro etapas específicas por evento tabulado:

- Etapa 3 – Aplicação da pesquisa;
- Etapa 4 – Tabulação, teste e análise dos dados;
- Etapa 5 – Modelo de movimentação econômica de eventos; e
- Etapa 6 – Elaboração dos relatórios.

3.1 Variáveis investigadas

A presente pesquisa foi estruturada objetivando examinar diversas questões, tais como:

Quais foram os gastos (hospedagem, alimentos e bebidas, compras e presentes, transporte, cultura e lazer, telecomunicações), no Brasil, dos turistas estrangeiros participantes de Eventos Internacionais?

- Quais foram os seus principais meios de hospedagem e locomoção na cidade do evento?
- Quantos foram os pernoites no total da viagem?
- Qual foi a permanência no Brasil no pré e/ou pós-evento?
- Qual é o perfil sociodemográfico da amostra pesquisada de turistas estrangeiros participantes de Eventos Internacionais no Brasil?
- Quais as principais motivações de permanência adicional no Brasil?
- Qual foi a análise do impacto na cadeia produtiva do turismo nos locais em que foram realizados os eventos internacionais?

3.2 Amostragem

Nesta etapa fez-se necessário definir a população de interesse, a unidade observacional e o tamanho da amostra.

Definição da população de interesse e da unidade observacional da pesquisa

O objetivo central da pesquisa é a elaboração de um estudo sobre a movimentação econômica e o perfil dos turistas não-residentes que participaram de eventos internacionais no Brasil. Dessa forma, o estudo limitou-se a levantar dados sobre os turistas estrangeiros.

O Quadro a seguir descreve os critérios e o público pesquisado do universo de interesse da pesquisa, tendo como base as recomendações da Organização Mundial do Turismo:

Quadro 1 – Critérios utilizados na determinação do universo de interesse da pesquisa

Critério	Descrição
Motivo da viagem	Turistas que participam de eventos internacionais no Brasil
Local de residência	Somente foram entrevistados os que residem fora do Brasil

Fonte: Derivada da pesquisa.

Definido o universo de interesse, caracterizou-se a unidade observacional da pesquisa como: ‘o turista, residente no exterior, que participa de eventos internacionais no Brasil’.

A pesquisa foi realizada em eventos internacionais pré-estabelecidos pela EMBRATUR, durante o período de setembro de 2007 a dezembro de 2008, distribuídos por diferentes cidades do país.

Participaram desses eventos, 18.878 turistas, vindos de diversas partes do mundo.

Os eventos pesquisados foram do tipo: Congresso, Conferência, Colóquio, Encontro, Fórum, Simpósio, Reunião, *Workshop* e Competição. Os eventos estão divididos de acordo com as seguintes áreas: Administração, Agronegócios, Aventura, Beleza, Biotecnologia, Economia, Educação, Engenharia, Esporte, Medicina, Meio Ambiente, Petroquímica, Relações Internacionais, Religião e Tecnologia.

3.3 Método de Coleta dos Dados

A presente pesquisa é realizada por meio da aplicação de um questionário estruturado com 55 perguntas, nas versões em português, inglês e espanhol, dividido em 5 blocos:

- Informações sobre a viagem;
- Avaliação do evento;
- Gastos de viagem;
- Lazer durante a viagem; e
- Categorização do entrevistado.

A construção de tal instrumento foi possível devido ao estudo de uma extensa documentação, juntamente com as orientações da EMBRATUR, e com base em pesquisas anteriores realizadas pela FGV.

As características principais do método de coleta de dados estão descritas no Quadro a seguir:

Quadro 2 – Características principais do método de coleta de dados

Características do método	Descrição
Entrevistados	Turistas estrangeiros residentes no exterior participantes de eventos internacionais no Brasil
Tipo de abordagem	Entrevista direta com respostas espontâneas, facilitadas por meio de questionário estruturado
Duração média da entrevista	10 minutos
Local	De realização dos eventos
Duração das etapas de coleta	Período de realização dos eventos
Margem de erro	O dimensionamento da amostra pressupõe uma margem de erro de 5% na estimativa dos gastos

3.4 Seleção e Treinamento dos Entrevistadores

Na seleção dos entrevistadores, foram considerados alguns cadastros existentes de profissionais que participaram de pesquisas anteriores em turismo realizadas pela FGV e Secretarias de Turismo. Sendo assim, garantiu-se que grande parte dos profissionais contratados para a pesquisa de campo possuísse experiência em pesquisas do setor de turismo.

A seleção dos entrevistadores, recrutados e treinados para os objetivos desta pesquisa, priorizou, em todas as etapas, os seguintes pré-requisitos:

- Referências (experiência anterior em atividade de pesquisa);
- Nível de escolaridade superior, preferencialmente, em área relacionada ao turismo;
- Domínio dos idiomas inglês e espanhol;
- Disponibilidade de tempo; e
- Facilidade de relacionamento e comunicação.

Para os eventos realizados no Rio de Janeiro, o treinamento dos entrevistadores foi ministrado na sede da FGV. Para os eventos realizados em outros Estados, o treinamento foi feito no próprio local, por um profissional do Núcleo de Turismo, da FGV. Os entrevistadores foram treinados em técnicas de abordagem e de entrevistas, sendo, em seguida, realizada a aplicação do questionário-piloto, e entabuladas discussões de questões visando o aperfeiçoamento do próprio questionário.

Também foi encaminhado, ao entrevistador, um manual de orientação para aplicação do questionário, onde constam as instruções de preenchimento e informações gerais sobre a pesquisa. Durante a pesquisa em campo, a supervisão, em todas as etapas, foi realizada por técnicos, consistindo em visitas aos vários locais de aplicação do questionário, objetivando verificar a coleta das informações e validação dos questionários.

3.5 Abordagem e Seleção dos Turistas Entrevistados

A abordagem ao entrevistado implicou em:

- Apresentação do entrevistador, facilitada por camisa identificadora da pesquisa, fornecida pela FGV, e identificação da EMBRATUR; e
- Exposição breve dos objetivos da pesquisa, considerando o filtro a seguir:

Filtro 1: O(A) sr.(a) reside no Brasil?

*Se a resposta fosse **NÃO**, continuava a entrevista.*

Observa-se que, em alguns casos, o possível entrevistado foi automaticamente excluído da amostra, por não ter respondido o questionário completo.

O outro requisito considerado decisivo (e já citado) era o de o turista não residir no Brasil. Em caso de família, apenas o(a) principal responsável foi entrevistado(a).

3.6 Fases da Pesquisa de Campo

Com base no cronograma elaborado pela EMBRATUR, relativo aos Eventos Internacionais realizados no Brasil, foi definida a quantidade de pesquisadores necessários para a aplicação da pesquisa, que foram distribuídos conforme o tamanho do evento e o número de participantes residentes no exterior. Dessa forma, foram realizadas pesquisas ao longo de 16 (dezesseis) meses, distribuídas segundo cronograma geral dos Eventos. O cronograma inicialmente elaborado sofreu alterações, tanto em relação aos eventos pesquisados como no tocante às datas pré-definidas, conforme decisão da organização dos eventos.

3.7 Tratamento de dados

Após a coleta dos dados, em cada um dos eventos, procedeu-se à tabulação, realizada no programa de estatística SPSS. Ao final das tabulações, as bases de dados de cada etapa foram agrupadas em um mesmo arquivo, o qual auxiliou as análises desses dados.

Foram produzidas estatísticas descritivas e tabelas de frequências para análise da pesquisa. As variáveis estão mensuradas numa mesma classificação estatística pela mesma unidade de medida. As variáveis de gasto estão padronizadas em dólar, utilizando taxa média de câmbio oficial do Banco Central no mês em que foi realizado o evento.

3.8 Critério de seleção de outliers

Foram considerados como gastos *outliers*[4] aqueles que estão além de três desvios padrão para mais ou para menos da média do tipo, conforme fórmulas abaixo:

Sendo:

μ_i – o gasto do turista i

μ_T – o gasto médio dos turistas do tipo T

σ_T – o desvio padrão do gasto médio dos turistas do tipo T

O turista é selecionado se:

$\mu_i < \mu_T - 3 \times \sigma_T$

ou

$\mu_i > \mu_T + 3 \times \sigma_T$

[4] Um *outlier* é uma observação que está fora do padrão geral da distribuição (Moore e McCabe, 1999). Usualmente, a presença de um *outlier* pode indicar um caso que não é contemplado pelo modelo aplicado, ou um erro na coleta.

Cálculo das estimativas

A - Ponderação

A cada questionário da amostra é associado um peso amostral básico, obtido pela razão entre o tamanho da população do evento e o tamanho da amostra no estrato final correspondente.

B - Obtenção das estimativas

Para a obtenção das estimativas, é utilizado o estimador simples. Todos os cálculos necessários para a estimação dos totais das variáveis de interesse são sempre efetuados de forma independente, dentro de cada estrato final de expansão. Os valores obtidos em cada um destes estratos finais de expansão são agregados de acordo com o domínio para o qual se deseja obter a estimativa.

O estimador de total da variável y para um determinado domínio do estrato final h é dado por:

$$\hat{Y}_h^{\,D} = \sum_{i=1}^{n_h} w_{hi} \times \delta_{hi} \times y_{hi}$$

onde:

n_h é o número de turistas respondentes na amostra pertencentes ao estrato final h; e

N_h é o tamanho populacional do estrato final h;

$w_{hi} = \dfrac{n_h}{N_h}$ é o peso atribuído ao turista i do estrado final h;

y_{hi} é o valor da variável y;

$\delta_{hi} =$ 1, se $u_{hi} \in D$;

0, se $u_{hi} \notin D$.

3.9. Modelo de Impacto Econômico

Para formular o modelo de impacto econômico da pesquisa foram feitas diversas análises e estudos. Após uma avaliação dos vários tipos de modelos adotados na quantificação dos impactos multiplicadores do turismo, decidiu-se utilizar o modelo desenvolvido pelos professores *Daniel Stynes* e *Wen-Huei Chang*, da Universidade de Michigan (2003), como base metodológica para quantificar os impactos dos gastos dos participantes estrangeiros nos eventos internacionais, sobre a economia brasileira.

A equação base para estimar os impactos dos gastos é:

Impacto Econômico = número de turistas x média de pernoites x média de gastos por visitantes x multiplicador

É importante ressaltar que o detalhamento e o desenvolvimento do modelo é mais complexo do que a equação acima pode indicar. Primeiro, em relação ao número de participantes, os eventos foram segmentados da seguinte forma:

1 – Médicos;

2 - Tecnologia e meio ambiente;

3 - Educação, social e esporte;

4 – Outros.

O cálculo do impacto econômico é feito com base na subdivisão das categorias de gastos conforme a movimentação econômica feita para cada evento separadamente, considerando hospedagem, alimentação, compras e presentes, transporte, cultura e lazer, telecomunicações e outros gastos. No entanto, para garantir a compatibilidade com a classificação das atividades econômicas do IBGE, na compilação da matriz insumo-produto, utilizada para calcular os multiplicadores, foram agrupadas as atividades de hospedagem e alimentação.

Os multiplicadores[5] permitem capturar o impacto total dos gastos dos participantes dos eventos sobre o produto, remuneração do trabalho (renda), emprego e valor agregado.

Multiplicadores

O modelo permite conversão dos gastos dos participantes dos eventos em renda gerada, número de emprego e valor agregado, usando um conjunto de *ratios* econômicos e multiplicadores da economia nacional.

Os multiplicadores foram construídos a partir do modelo insumo-produto, utilizando a matriz Leontief, produzida pelo IBGE.

O modelo insumo-produto foi desenvolvido pelo economista Wassily Leontief e apresentado originalmente, em 1941, no livro, "*The Structure of the American Economy*". O modelo é um instrumento da contabilidade social que permite analisar como as alterações na demanda de um determinado setor pode afetar os outros setores da economia.

Sendo assim, a matriz insumo-produto de Leontief pode ser representada da seguinte forma:

$$B = (I - A)^{-1},$$

onde I é a matriz identidade e A é matriz dos coeficientes técnicos diretos.

A matriz **A** fornece o impacto direto derivado do aumento na demanda final, enquanto que $(I - A)^{-1}$, além dos efeitos diretos, avalia também os indiretos. Desta forma, o modelo Leontief permitirá avaliar o impacto total que uma variação na demanda final de uma atividade causará na produção da economia como um todo.

$$A = \begin{matrix} a_{1\,1} & a_{1\,2} & a_{1\,3} \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots & a_{1\,55} \\ a_{2\,1} & a_{2\,2} & a_{2\,3} \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots & a_{2\,55} \\ a_{3\,1} & a_{3\,2} & a_{3\,3} \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots & a_{3\,55} \\ \ldots & \ldots & \ldots & \ldots \\ \ldots & \ldots & \ldots & \ldots \\ \ldots & \ldots & \ldots & \ldots \\ \ldots & \ldots & \ldots & \ldots \\ a_{55\,1} & a_{55\,2} & a_{55\,3} \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots & a_{55\,55} \end{matrix}$$

[5] Os multiplicadores foram calculados a partir dos dados das contas nacionais e da tabela de insumo-produto do IBGE

Cada coeficiente técnico é calculado a partir da fórmula:

$a_{ij} = c_{ij} / g_j$, onde: a_{ij} é o coeficiente técnico do setor j, c_{ij} o consumo intermediário do produto i para o setor j e g_j , o valor bruto da produção do setor j.

Assim, utilizando a matriz Leontief de 2005, do IBGE, e os dados das contas nacionais, foram calculados os multiplicadores de vendas, emprego renda do trabalho e valor agregado, para as atividades que produzem produtos e serviços consumidos pelos turistas estrangeiros que participaram dos eventos internacionais entre setembro de 2007 e dezembro de 2008.

Multiplicadores de Emprego, Renda do Trabalho e Valor Agregado

O aumento na demanda dos turistas estrangeiros nos eventos internacionais (referência R$ 1.000.000) tem um **efeito direto sobre o emprego** nas atividades produtoras de produtos e serviços consumidos por estes. Assim, o aumento na demanda desses produtos e serviços gera empregos diretos, correspondentes à divisão do total de empregados pelo valor bruto da produção de cada atividade envolvida. Para calcular esse efeito, utiliza-se a seguinte fórmula:

$$e_j = E_j / g_j ,$$

onde e_j , corresponde ao coeficiente de emprego direto, E_j é o número de empregados da atividade j, e g_j , o valor bruto da produção da atividade j.

É importante ressaltar que para atender o aumento na demanda, as atividades características de turismo passarão a demandar mais insumos de outras atividades que, por sua vez, terão que aumentar a produção e, consequentemente, contratarão mais trabalhadores, causando um efeito multiplicador no emprego. Para cada novo acréscimo na compra de matéria-prima gera mais empregos indiretos. Desta forma, para quantificar o emprego indireto gerado, utiliza-se a matriz Leontief:

$$M_E = E\,(I - A)^{-1} . Y,$$

onde: M_E é o **multiplicador de emprego**, E é o vetor dos multiplicadores de emprego direto, $(I - A)^{-1}$, a matriz Leontief dos coeficientes diretos e indiretos, e Y a demanda final.

O aumento na demanda dos turistas estrangeiros nos eventos internacionais também tem efeito direto sobre a **renda do fator trabalho**, nas atividades geradoras de produtos e serviços. Utilizando os dados da Tabela de Recursos e Usos, das Contas Nacionais do IBGE, foi calculada a relação entre o total da remuneração do trabalho de cada atividade e o seu produto total. Assim, o **multiplicador de renda direto** é calculado por:

$$r_j = R_j / X_j ,$$

onde, r_j é o coeficiente de renda direto, R_j é o valor da remuneração do trabalho da atividade j, e X_j é o valor bruto da produção da atividade j.

Com o vetor dos coeficientes de renda do trabalho, foram calculados os coeficientes técnicos de renda direta e indireta, aplicando a seguinte fórmula:

$$M_r = R\,(I - A)^{-1} . Y,$$

onde: M_r é o multiplicador de renda do trabalho, R é o vetor dos coeficientes de renda direta, $(I - A)^{-1}$ é a matriz Leontief, e Y é a demanda final.

Um outro efeito dos gastos dos turistas estrangeiros é sobre o **valor agregado** da economia. Para calcular o multiplicador do valor agregado, utilizou-se o mesmo procedimento adotado na compilação dos multiplicadores de emprego e renda.

Da mesma forma, utilizando a Tabela de Recursos e Usos, das Contas nacionais do IBGE, foi determinada a relação entre o valor agregado de cada atividade e o seu produto total. Assim, o multiplicador de valor agregado direto é calculado por:

$$va_j = VA_j / X_j ,$$

onde, va_j é o coeficiente de Valor Agregado direto, VA_j é o Valor Agregado da atividade j, e X_j é o valor bruto da produção da atividade j.

Com o vetor dos coeficientes de Valor Agregado direto, pôde-se calcular os coeficientes técnicos de renda direta e indireta, aplicando a seguinte fórmula:

$$M_{va} = V_a\,(I - A)^{-1} . Y,$$

onde: M_{va} é o multiplicador de Valor Agregado, V_a é o vetor dos coeficientes de Valor Agregado direto, $(I - A)^{-1}$ é a Matriz Leontief, e Y é a demanda final.

Assim foram determinados os seguintes multiplicadores:

Tabela 1 – Multiplicadores do Turismo em relação aos Setores Selecionados

Sector	Efeitos Diretos			Efeitos multiplicadores Diretos e Indiretos			
	Emprego/Produto	Renda do Trabalho/Produto	Valor Agregado/Produto	Vendas	Emprego	Renda do Trabalho*	Valor Agregado
Hospedagem e Alimentação	52	0,30	0,43	2,13	70	0,71	1,10
Compras e Presentes (comércio)	50	0,44	0,70	2,01	68	0,97	1,00
Transporte	21	0,31	0,51	1,94	37	0,83	0,80
Cultura e lazer	37	0,16	0,59	1,86	48	0,82	0,90
Telecomunicações	11	0,22	0,52	2,07	24	0,86	0,90
Outros Gastos	26	0,63	0,17	2,07	34	1,01	0,62

*Renda do trabalho corresponde à soma dos salários com as contribuições sociais.
Fonte: IBGE /FGV

Os **efeitos diretos** do emprego, renda do trabalho e valor adicionado foram estimados aplicando os *ratios* das variáveis em relação ao produto de cada setor. Por exemplo, o *ratio*[6] de emprego dos setores hospedagem/alimentação é de 52 empregos por cada milhão de reais de vendas.

Os efeitos secundários são estimados a partir dos multiplicadores de vendas, emprego, renda do trabalho e valor adicionado. No caso do emprego, o efeito total é de 70 empregos por cada milhão de reais de vendas nos setores Hospedagem/alimentação, sendo 52 de efeito direto e 18 de emprego indireto.

[6] *Ratio* de emprego é definido como a razão entre número de empregados e o valor de vendas em cada setor. Foram utilizados os dados do IBGE, discriminados em reais

4. Resultados da pesquisa

A Pesquisa de Impacto Econômico de Eventos Internacionais gerou como resultado os seguintes documentos, que constam no relatório como anexo:

- ✓ Consolidado Geral dos eventos pesquisados;
- ✓ Consolidado por segmento: a. médico, b. tecnologia e meio ambiente, c. educação, social e saúde, d. outros, em formato de tabelas;
- ✓ Consolidado por cidade: a. Rio de Janeiro, b. São Paulo, c. Outros em formato de tabelas;
- ✓ Consolidado da pesquisa com os organizadores dos eventos;
- ✓ Análise geral por evento pesquisado, incluindo gráficos e nota técnica.

É importante ressaltar que tanto o consolidado geral como o consolidado por cidade e por segmento somente têm validade para a amostra pesquisada. A referência é feita em relação aos entrevistados desses eventos relatados. Não se pode generalizar o resultado da pesquisa e afirmar que o turista de eventos que visita o Brasil tem o perfil apresentado nesse estudo. A afirmação correta é que os turistas entrevistados nessa pesquisa (estrangeiros, que participaram dos eventos internacionais relacionados nesse documento), têm as características descritas no estudo.

Estaria ocorrendo um erro metodológico se essas informações fossem extrapoladas para o turista de eventos no Brasil, já que as pesquisas foram realizadas em eventos diferenciados, com amostras heterogêneas, influenciadas por características do próprio evento, tais como tipo do evento, duração do evento, programação e local de realização. O evento em si é muitas vezes considerado o elemento principal para criar um fluxo para o destino, podendo a cidade ou o país ser ou não um diferencial.

De fato, cada evento é único, sendo direcionado para um público mais homogêneo. Por exemplo, um evento mundial de cardiologia atrai principalmente médicos, que possuem um determinado nível de instrução e renda. O evento pode ser de longa ou curta duração, a programação pode ou

não incluir passeios e isso afetará diretamente no resultado da pesquisa. Portanto, sugere-se ao leitor, estar atento a essas especificidades ao analisar cada um dos gráficos e tabelas, do consolidado geral dos eventos e do consolidado por segmento e por cidade.

A análise individual de cada evento permite traçar o perfil e o impacto econômico dos estrangeiros separadamente. Assim, é possível verificar as especificidades de cada um dos eventos pesquisados, desde gastos diversos (hospedagem, alimentos e bebidas, compras e presentes, transporte, cultura e lazer, telecomunicações), tipo de meios de hospedagem e transporte utilizado, número de pernoites, entre outros. Os gráficos e as notas técnicas apontam todas essas questões e estão relacionadas nos anexos por evento.

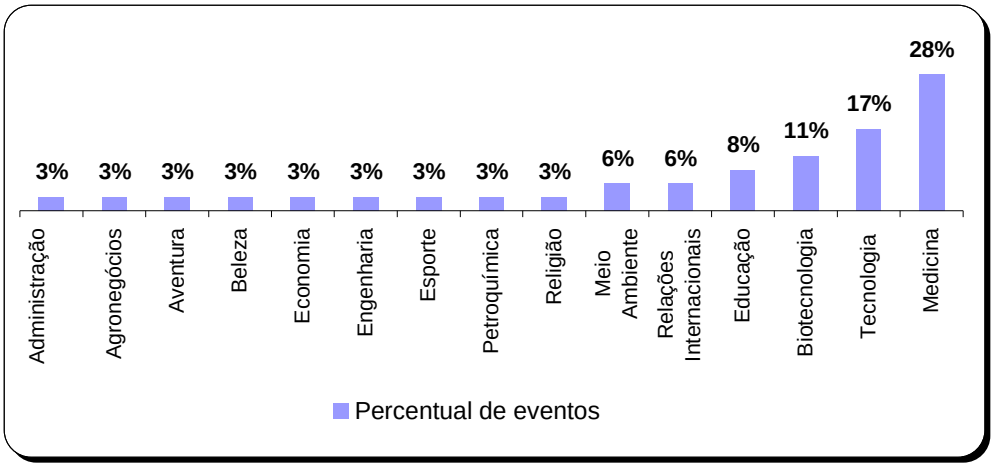
A análise por segmento agrupou os eventos nos segmentos a. médico, b. tecnologia e meio ambiente, c. educação, social e saúde, d. outros. Dessa forma, pode-se observar as especificidades de cada área. Já a análise por cidade, considerou um número mínimo de eventos realizados em cada cidade, priorizando dessa forma Rio de Janeiro e São Paulo.

4.1. Análise consolidada dos eventos[7]

A Pesquisa do Impacto Econômico dos Eventos Internacionais Realizados no Brasil gerou um relatório consolidado dos eventos, para que se pudesse verificar uma visão geral do perfil e dos hábitos de viagem dos turistas estrangeiros que participaram dos eventos pesquisados. No total, foram 18.878 inscritos, nos eventos pesquisados em diversas cidades brasileiras.

[7] Os gráficos, indicados entre parênteses, fazem referência ao consolidado dos eventos pesquisados, que consta no anexo.

Gráfico 1 - Percentual de eventos pesquisados por segmento

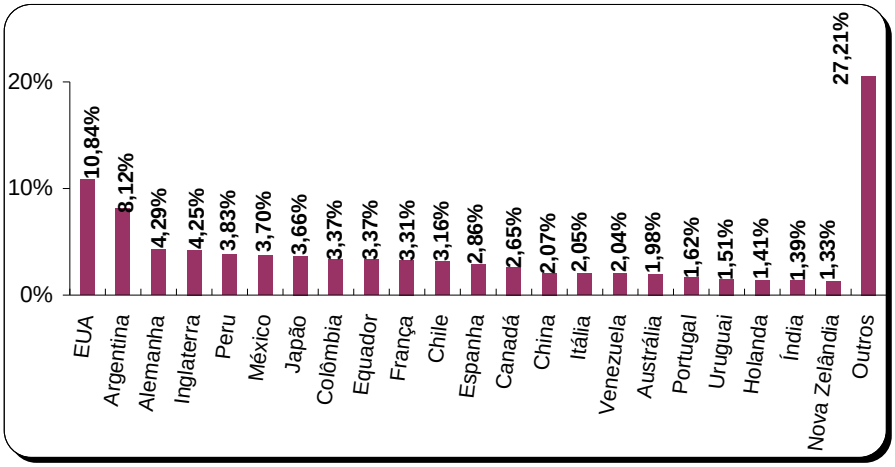


Fonte: Consolidado por segmento de evento

Ao analisar todos os eventos pesquisados, observa-se que a maior parte deles pertence ao segmento médico (28%), de tecnologia (17%) e biotecnologia (11%).

Os eventos pesquisados estão concentrados no Rio de Janeiro e em São Paulo, seguidos por Recife, Brasília, Salvador, Porto Alegre, Curitiba e Foz do Iguaçu que também são destinos com estrutura para desenvolver esse segmento do turismo. Observa-se que a cidade do Rio de Janeiro sediou, em sua maioria, eventos de tecnologia e biotecnologia, enquanto São Paulo sediou, principalmente, eventos de medicina e educação.

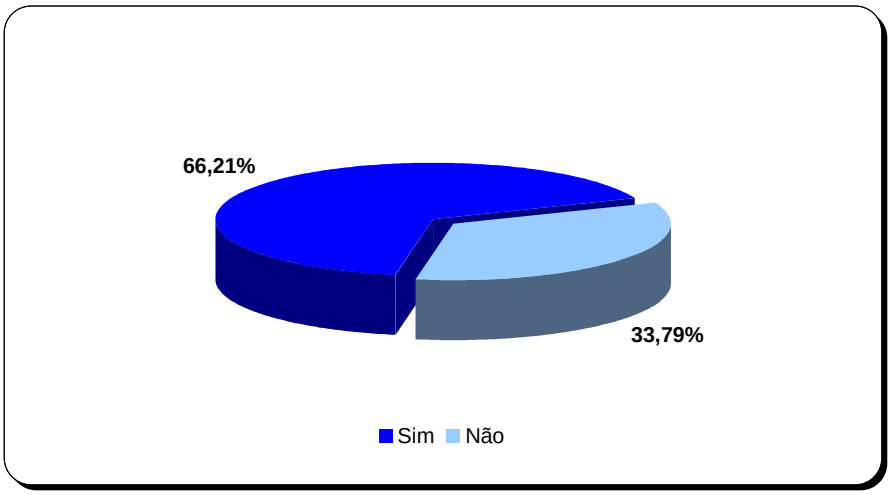
Gráfico 2- País de residência



Fonte: Consolidado dos eventos

Ao analisar o país de residência dos entrevistados, verifica-se que os principais mercados emissores de turistas para estes eventos são os Estados Unidos com 10,84%, seguido pela Argentina (8,12%), Alemanha (4,29%) e Inglaterra (4,25%). Segundo o Anuário Estatístico da EMBRATUR (2007), os 10 principais países emissores de turistas para o Brasil são: Argentina, EUA, Portugal, Itália, Chile, Alemanha, França, Uruguai, Espanha e Paraguai, em ordem decrescente. Assim, é possível avaliar a importância desses mercados para o desenvolvimento do turismo no Brasil.

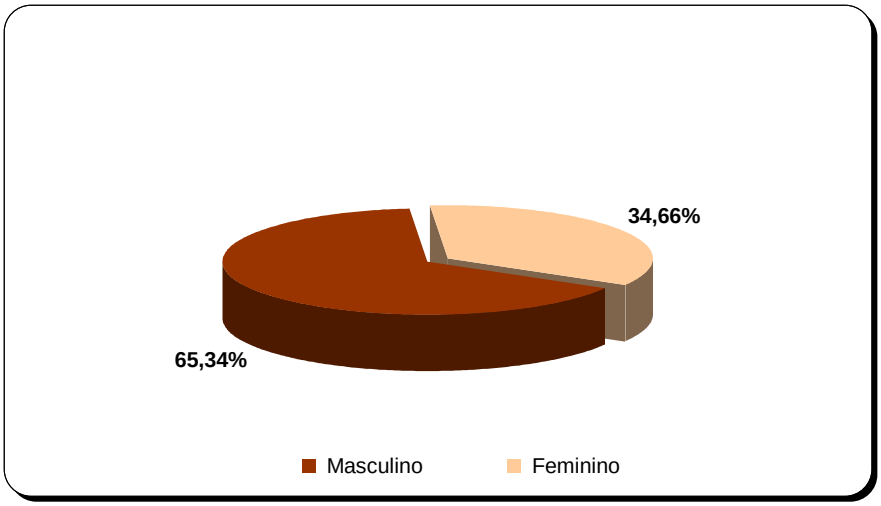
Gráfico 3- Primeira visita ao Brasil



Fonte: Consolidado dos eventos

Observa-se ainda que a maioria dos entrevistados (66,21%) visitou o Brasil pela primeira vez ao participar de um evento internacional no país. Esse dado mostra a importância de um evento para a cidade ou país-sede como fator impulsionador para o turismo. Nesse sentido, sugere-se que as cidades se estruturem para desenvolver esse segmento, não só em termos de produtos e serviços turísticos, mas também em transportes e infraestrutura geral da cidade.

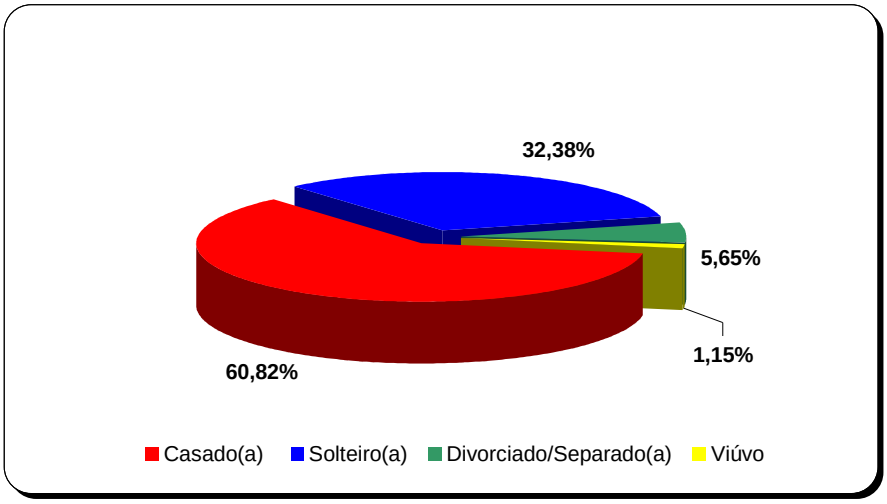
Gráfico 4 - Gênero



Fonte: Consolidado dos eventos

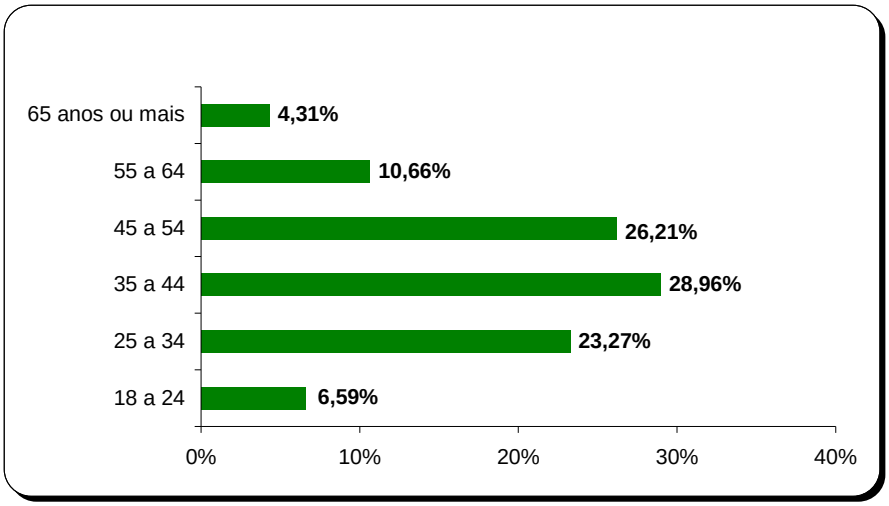
Em relação ao perfil, pode-se afirmar que os entrevistados são, em sua maior parte, do gênero masculino (65,34%) e casados (60,82%).

Gráfico 5 - Estado civil



Fonte: Consolidado dos eventos

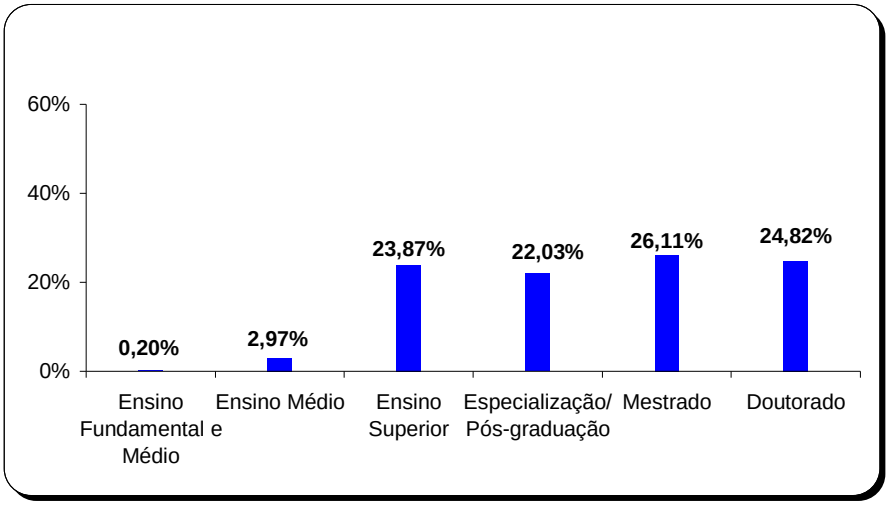
Gráfico 6 - Faixa etária



Fonte: Consolidado dos eventos

A faixa etária de 28,96% dos entrevistados é de 35 a 44 anos, seguido de 26,21% com idade entre 45 a 54 anos.

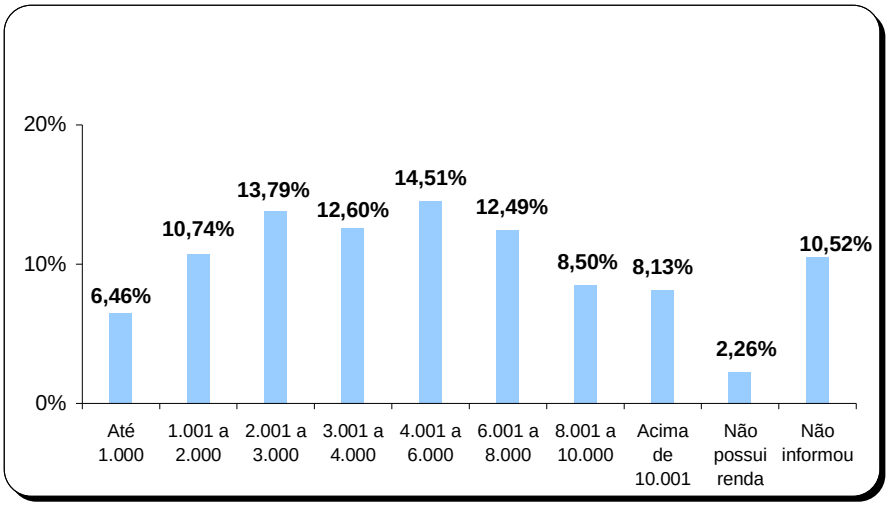
Gráfico 7 - Grau de instrução/nível de formação escolar



Fonte: Consolidado dos eventos

Quanto ao grau de instrução dos entrevistados, pode-se afirmar que os mesmos possuem elevado nível de formação, 26,11% possuem curso de mestrado, enquanto 24,82% concluíram o curso de doutorado.

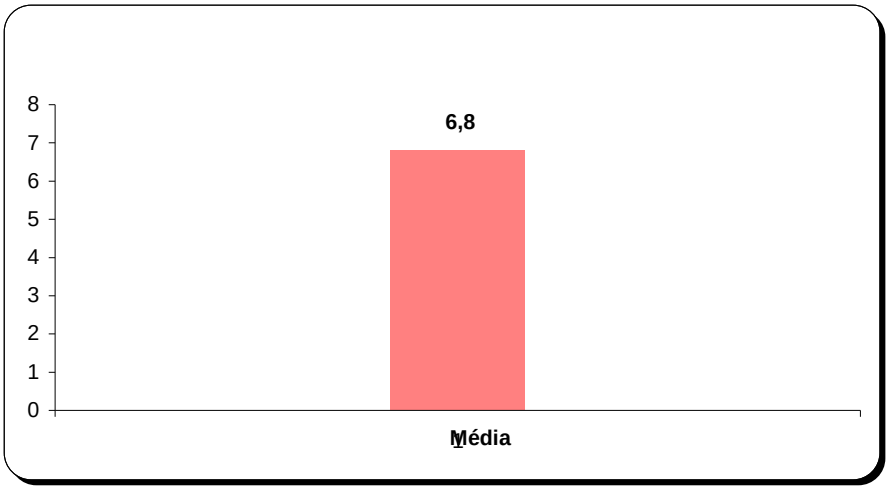
Gráfico 8 - Faixa de renda mensal (US$)



Fonte: Consolidado dos eventos

A faixa de renda dos entrevistados concentra-se entre US$ 4.001 e US$ 6.000 (14,51%). A partir do gráfico acima, pode-se ter uma percepção do poder aquisitivo dos entrevistados, ou seja, dos turistas que participam de eventos internacionais no Brasil.

Gráfico 9 - Pernoites no total desta viagem



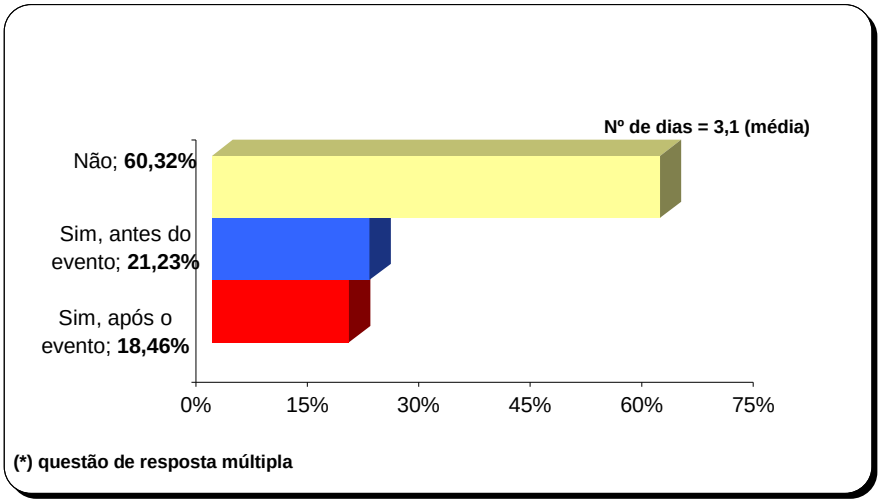
Fonte: Consolidado dos eventos

O tempo de permanência do turista na cidade é uma variável importante, dentre outras, pois impacta diretamente na economia local. De acordo com a pesquisa, a permanência média do turista estrangeiro é de 6,8 pernoites no total da viagem no Brasil. Nesse total, está sendo considerado o tempo de

permanência dele na cidade sede do evento e também em outras cidades no país.

É importante ressaltar que o tempo de permanência no Brasil é muito influenciado pela duração do evento e pela programação oferecida. Em alguns casos, a própria organizadora já disponibiliza, via internet alguns pacotes de viagens formatados, ou algumas atividades para o pré e pós-evento e isso influencia diretamente no tempo de permanência do turista no país.

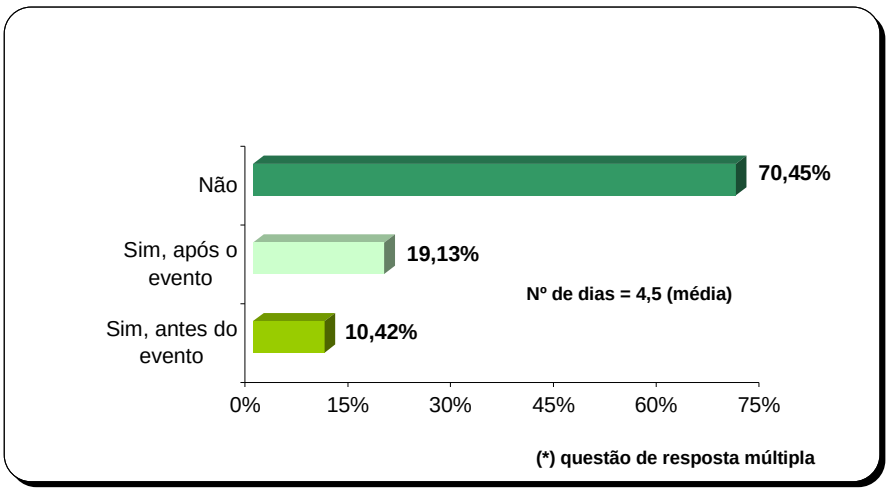
Gráfico 10 - Permanência de dias adicionais na cidade sede do evento além dos dias de sua realização (*)



Fonte: Consolidado dos eventos

Verifica-se que 60,32% dos entrevistados não pretendem permanecer mais dias na cidade-sede do evento além dos dias de sua realização, enquanto que para os 39,68% que têm interesse em permanecer mais dias na cidade-sede antes e ou depois do evento, a média de dias é de 3,1.

Gráfico 11 - Permanência de dias adicionais em outras cidades brasileiras (*)

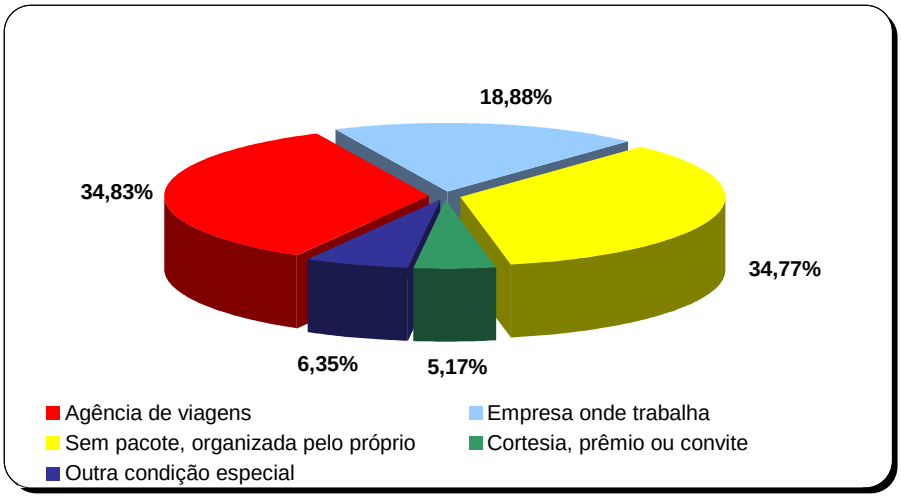


Fonte: Consolidado dos eventos

A maioria dos entrevistados, 70,45% não pretende permanecer mais dias em outras cidades brasileiras, porém, para aqueles que têm interesse em permanecer mais dias antes e ou depois do evento (29,55%), a média de dias é de 4,5.

Apesar de grande parte dos entrevistados não pretender permanecer mais dias na cidade-sede do evento e nem mesmo, visitar outras cidades no Brasil, 76,37% dos entrevistados têm intenção de retornar à cidade sede do evento e 92,57% ao Brasil - sendo que 47,13% desejam fazê-lo em até 2 anos. Fica, cada vez mais em evidência, que formatar produtos turísticos, estruturar os serviços e trabalhar o marketing dos destinos são questões fundamentais para desenvolver o turismo no país.

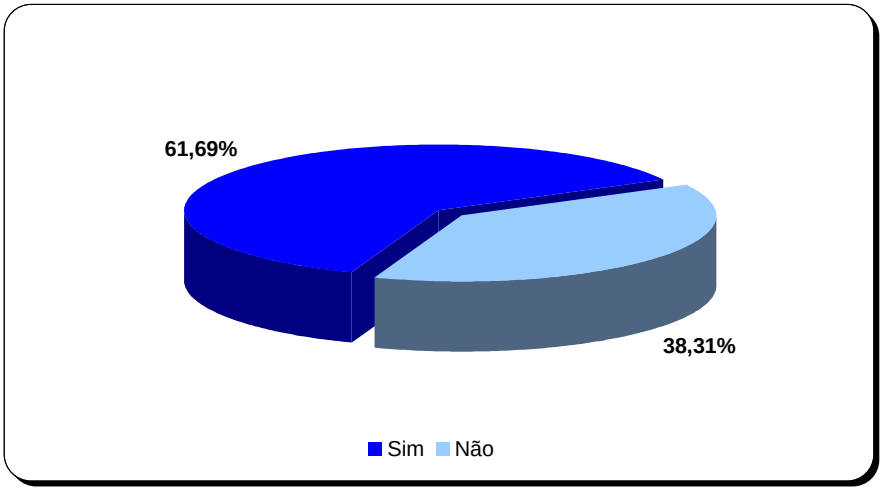
Gráfico 12 - Organização da viagem



Fonte: Consolidado dos eventos

A maior parte dos turistas pesquisados utilizou o hotel como meio de hospedagem (96,31%) e 34,83% utilizaram agência de viagens para organizar a viagem, enquanto 34,77% deles organizaram a viagem por conta própria, sem pacotes. Observa-se essa tendência com o uso da internet.

Gráfico 13 - Recebeu informações detalhadas de serviços/produtos turísticos antes do evento?

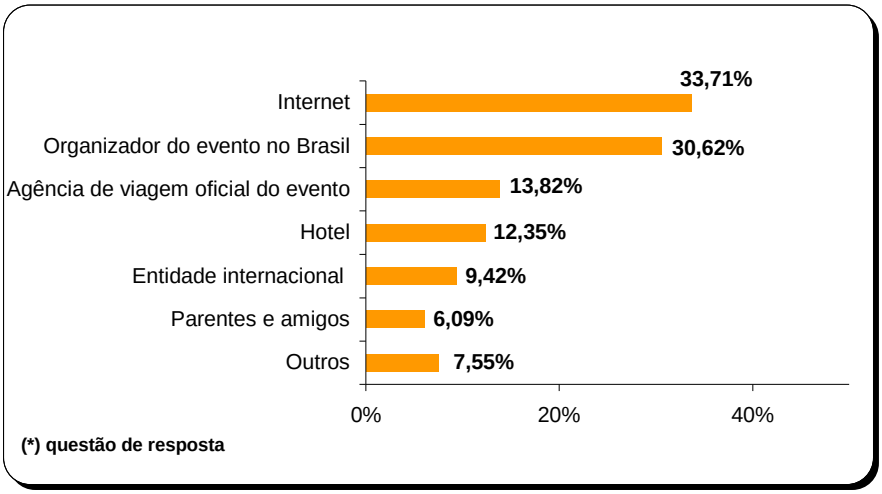


Fonte: Consolidado dos eventos

Verifica-se também que apenas 61,69% dos entrevistados receberam informações turísticas detalhadas antes da viagem. Nessa questão, a internet é vista como a fonte de informação mais consultada (33,71%), além disso, o

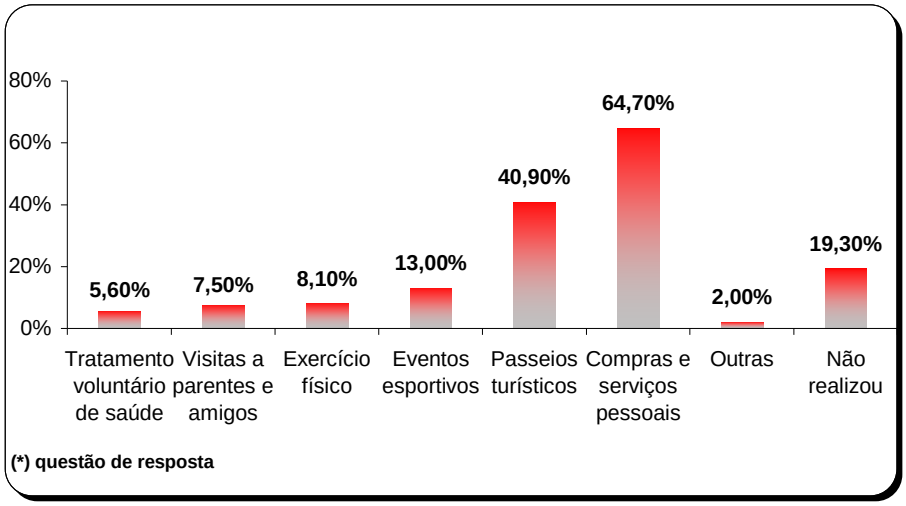
organizador do evento também se destaca como uma importante fonte de informação aos turistas deste segmento (30,62%).

Gráfico 14 - Fonte das informações (*)



Fonte: Consolidado dos eventos

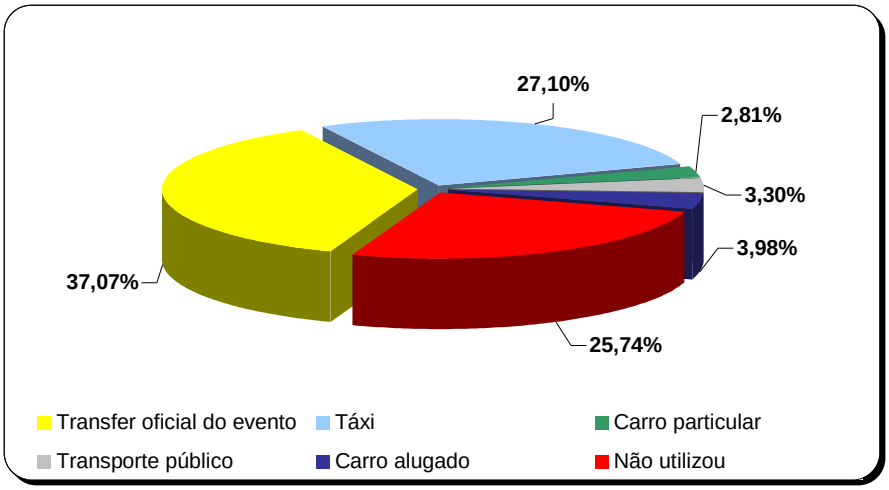
Gráfico 15 - Atividades pessoais realizadas (*)



Fonte: Consolidado dos eventos

As atividades pessoais realizadas durante a viagem foram compras e serviços pessoais (64,70%) e passeios turísticos (40,90%).

Gráfico 16 - Meio de transporte utilizado para chegar ao evento



Fonte: Consolidado dos eventos

Em relação aos hábitos de viagem, verifica-se que o *transfer* é o tipo de transporte muito utilizado pelos turistas para chegar ao evento (37,07%), seguido do táxi (27,10%). Em muitos casos, a própria organizadora disponibiliza esse tipo de serviço para os participantes se deslocarem até o local do evento.

No entanto, quando o evento ocorre em um hotel, observa-se uma distribuição percentual mais heterogênea do meio de transporte utilizado pelos participantes. Nesse caso, 49,1% dos entrevistados não utilizou nenhum meio de transporte, o que significa dizer que muitos ficaram hospedados no mesmo hotel de realização do evento ou então, nas proximidades, sendo possível caminhar até o local.

Ao analisar cada um dos eventos separadamente, observa-se que as características dos participantes são mais homogêneas. No entanto, ao analisar os dados consolidados dos eventos, verifica-se que as características são mais heterogêneas, devido às particularidades de cada evento. Esse fato influencia diretamente na análise do perfil e em duas questões particularmente, por exemplo, quando se avalia o nível de formação dos estrangeiros e quando se avalia o meio de transporte utilizado para se deslocar do hotel ao local do evento, conforme explicado a seguir.

O elevado percentual de entrevistados que possui curso de doutorado (24,82%) se deve ao fato de que, alguns eventos receberam muitos participantes com alto nível de formação, tendo esse dado influenciado o resultado geral da pesquisa. O mesmo acontece com a questão relacionada ao transporte utilizado para se deslocar do hotel ao local do evento. Em geral, a organização do evento disponibiliza *transfer* aos participantes para o deslocamento até o local do evento, o que influenciou no resultado consolidado da pesquisa (37,07%).

4.2. Observações gerais sobre os participantes dos Eventos

No consolidado geral dos eventos investigados, dentre os turistas entrevistados, independente do segmento do evento, observa-se que:

- ✓ Grande parte dos turistas reside nos EUA (10,84%) e na Argentina (8,12%);
- ✓ 66,21% visitaram, pela primeira vez, o Brasil ao participar de um evento internacional;
- ✓ 81,93% visitaram pela primeira vez a cidade sede do evento;
- ✓ A maior parte dos entrevistados é do gênero masculino (65,34%), contudo em eventos de "educação, social e esporte" é possível perceber que o público feminino representou quase 50%;
- ✓ O táxi foi o principal meio de transporte utilizado do aeroporto até o meio de hospedagem (47,66%);
- ✓ O meio de hospedagem mais utilizado foi o hotel (96,31%);
- ✓ Grande parte dos turistas não pretendeu permanecer mais dias na cidade sede além dos dias do evento (60,32%), nem pretenderam viajar mais dias para outras cidades brasileiras (70,45%);
- ✓ No caso em que os turistas desejaram permanecer mais tempo no Brasil, o principal motivo esteve relacionado a lazer (65,45%);
- ✓ A maioria dos turistas (63,98%) viajou sozinha para participar dos eventos;
- ✓ Para 44,92% dos entrevistados, a imagem em relação à cidade sede do evento melhorou após a viagem, e para 34,22% permaneceu a mesma;
- ✓ A maioria deles (76,37%) têm intenção de retorno à cidade sede do evento e 92,57 % têm intenção de retornar ao Brasil;
- ✓ Dentre os principais motivos de retornar ao Brasil, destacam-se o lazer (75,62%) e os negócios (28,97%).

4.3. Impacto Econômico dos Eventos pesquisados

Os eventos internacionais pesquisados pela EMBRATUR e FGV, entre setembro de 2007 e dezembro de 2008, constituem o objeto da análise. A análise foi realizada de acordo com os segmentos definidos na metodologia da pesquisa.

Para o cálculo, utiliza-se o número de pernoite médio de cada segmento para determinar o número total de pernoites que, por sua vez, é utilizado para calcular os efeitos econômicos diretos e indiretos.

Tabela 2 – Número de participantes, Permanência Média, e Número de Pernoites, por Segmentos

Segmentos	Número de Participantes	Permanência Média	Número de Pernoites	
			Absoluto	Participação (%)
Total	**18.878**	**-**	**122.453**	**100**
Medicina	8.476	5,96	50.518	41
Tecnologia e Meio Ambiente	5.116	6,35	32.487	27
Educação, Social e Esporte	2.133	10,29	21.949	18
Outros	3.153	5,55	17.499	14

Fontes: FGV e EMBRATUR

Dados de Gastos

As informações sobre gastos dos visitantes foram coletadas durante a realização dos eventos, através de pesquisas amostrais. A **tabela 2** mostra a distribuição do gasto médio diário dos visitantes, por categoria e segmento de eventos. Por exemplo, os participantes dos eventos de medicina gastaram em média US$ 304,44 ao dia, sendo que US$ 185,30, com despesas de hospedagem e alimentação; US$ 38,05, compras e presentes; US$ 26,20, transporte; US$ 25,91, cultura e lazer; US$ 12,01, telecomunicações e US$ 16,97 com outros produtos e serviços. O valor total de gastos foi calculado, multiplicando o gasto médio diário pelo número de participantes e pela permanência média, ou seja:

Valor Total dos Gastos = Gasto Médio Diário x Número de Participantes x Número de Pernoites

Tabela 3 – Gasto Médio Diário dos Visitantes por Tipo de Eventos (Em US$)

Categorias de gasto	Tipo de Evento				Média de Gastos por Pernoite
	Medicina	Tecnologia e Meio Ambiente	Educação, Social e Esporte	Outros	
Total	**304,44**	**290,07**	**244,92**	**270,46**	**285,10**
Hospedagem e Alimentação	185,30	192,68	102,88	205,12	175,32
Compras e Presentes	38,05	24,58	48,28	20,08	33,74
Transporte	26,20	21,19	27,84	14,13	23,44
Cultura e lazer	25,91	20,09	31,33	11,53	23,28
Telecomunicações	12,01	8,88	12,06	5,66	10,28
Outros Gastos	16,97	22,65	22,53	13,94	19,04

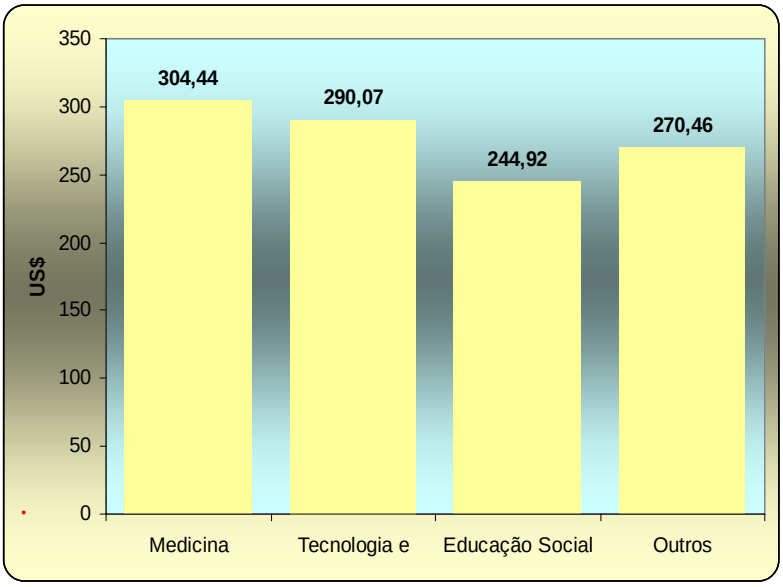
Fontes: FGV e EMBRATUR

Utilizando os dados das **tabelas 2 e 3**, chega-se ao total de gastos dos visitantes ou o impacto direto dos eventos sobre as vendas nos setores selecionados.

Os dados revelam que o gasto médio é uma função do tipo de evento, ou seja, do perfil dos participantes. Os eventos de Medicina se destacam com o maior gasto médio de US$ 304,44, seguido pelos eventos relacionados a Tecnologia e Meio Ambiente que apresentaram um gasto médio de US$ 290,07.

Os eventos de Educação, Social e Esporte apresentaram o menor gasto médio, explicado principalmente pelo perfil dos participantes, na sua maioria, formada por estudantes.

Gráfico 17 - Gasto médio, por tipo de Evento



Fontes: FGV e EMBRATUR

A **tabela 4** mostra o total de gastos dos visitantes por categoria e por segmentos de eventos, ou seja, apresenta os efeitos diretos dos gastos dos participantes dos eventos internacionais pesquisados, na cadeia produtiva do turismo. Para obter os valores totais de cada categoria de gastos, multiplicou-se os gastos diários de cada segmento de eventos pelo seu número de participantes e pelo número de pernoites. Por exemplo, o valor total dos gastos com hospedagem e alimentação, no segmento de medicina foi calculado utilizando a seguinte fórmula:

Valor total dos gastos em hospedagem e alimentação nos eventos de Medicina = Gasto Médio Diário de hospedagem e alimentação, nos eventos de medicina x Número de participantes nos eventos de medicina x Número de Pernoites dos participantes dos eventos de medicina

Tabela 4 – Total de Gastos dos Visitantes por Segmentos (Em US$)

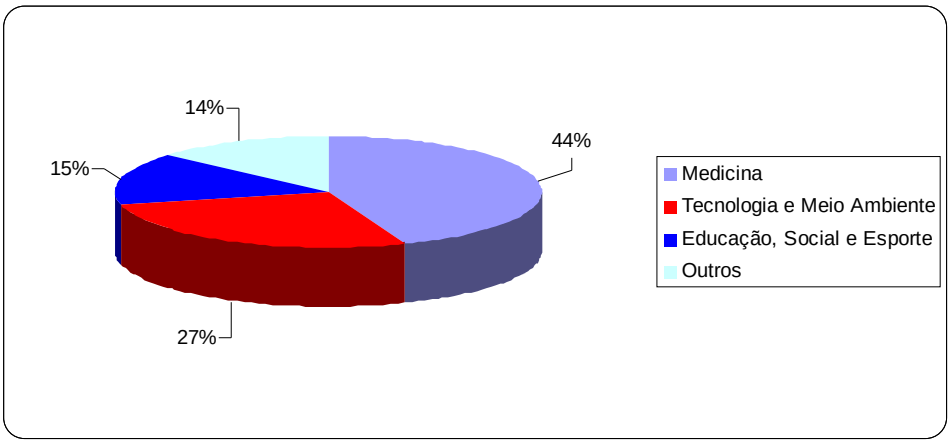
Categorias de gasto	Medicina	Tecnologia e Meio Ambiente	Educação, Social e Esporte	Outros	Total
Total	**15.379.782**	**9.423.309**	**5.375.644**	**4.732.762**	**34.911.497**
Hospedagem e Alimentação	9.361.036	6.259.439	2.258.069	3.589.368	21.467.911
Compras e Presentes	1.922.220	798.521	1.059.677	351.383	4.131.801
Transporte	1.323.579	688.391	611.048	247.263	2.870.281
Cultura e lazer	1.308.928	652.656	687.649	201.765	2.850.998
Telecomunicações	606.724	288.481	264.700	99.045	1.258.950
Outros Gastos	857.295	735.821	494.501	243.938	2.331.556

Fontes: FGV e EMBRATUR

Em termos de efeitos diretos, os eventos analisados geraram uma renda de US$ 34.911.497 para a economia nacional. As atividades de hospedagem e alimentação foram as mais beneficiadas, absorvendo aproximadamente 61% dos gastos dos visitantes. Também merece destaque a atividade comercial, com 12% do total dos gastos realizados pelos participantes dos eventos analisados. A atividade Transporte recebeu 8% dos gastos, os mesmos da Cultua e Lazer.

No que se refere à renda gerada por tipos de eventos, o destaque foi os de Medicina que foram responsaveis por 44% da renda gerada pelos eventos pesquisados. Este resultado se explica pelo maior número de eventos e, por conseguinte, o maior número de participantes e ao maior nível de gastos médio. Os eventos relacionados à tecnologia e meio ambiente foram responsáveis por 27% da renda gerada pelos eventos pesquisados, enquanto que, os associados a Educação, Social e Esporte e Outros Tipos de Eventos, contribuíram com 15% e 14%, respectivamente.

Gráfico 18 – Participação na Geração da Renda por Tipos de Eventos



Fontes: FGV e EMBRATUR

Resultados gerais

Tabela 5 - Computação dos Efeitos Diretos dos gastos sobre as vendas, emprego, renda pessoal e Valor Agregado

Categorias de Gastos	Gastos (US$)	Emprego Direto (Em unidades)	Renda Pessoal (US$)	Valor Adicionado (US$)
Total	**34.911.497**	**1.563**	**11.351.285**	**16.328.966**
Hospedagem e Alimentação	21.467.911	1.116	6.440.373	9.231.202
Compras e Presentes	4.131.801	207	1.811.703	2.892.261
Transporte	2.870.281	60	889.787	1.463.843
Cultura e lazer	2.850.998	105	463.572	1.690.642
Telecomunicações	1.258.950	14	276.969	654.654
Outros Gastos	2.331.556	61	1.468.880	396.365

Fontes: FGV e EMBRATUR

Em relação aos efeitos diretos, os gastos dos visitantes foram de US$ 34.911497 (correspondentes a R$ 65.284.500), gerando um valor agregado de US$ 16.328.966 (R$ 21.226.903), sendo US$ 11.351.285 (R$21.226.903) destinados a pagamento das remunerações dos trabalhadores e sendo responsável por 1.563 de empregos.

Os setores de hospedagem/alimentação representam a maior parcela dos gastos dos visitantes, com 61,5% do total, seguido pelo setor de compras e presentes (comércio) com 11,8%.

Tabela 6 - Computação dos Efeitos Diretos e Indiretos

Categorias de gastos	Gastos (US$)	Emprego Direto (Em unidades)	Renda Pessoal (US$)	Valor Adicionado (US$)
Total	**65.982.938**	**3.995**	**27.413.467**	**35.196.642**
Hospedagem e Alimentação	45.726.651	2.810	15.242.217	23.614.702
Compras e Presentes	5.568.345	525	4.007.847	4.131.801
Transporte	5.302.856	199	2.379.463	2.296.225
Cultura e lazer	2.606.027	256	2.346.371	2.565.898
Telecomunicações	2.442.364	57	1.082.697	1.133.055
Outros Gastos	4.336.694	148	2.354.872	1.454.960

Fontes: FGV e EMBRATUR

Como mostra a tabela 6, os gastos dos visitantes geraram de efeitos diretos e indiretos US$ 65.982.937 (corresponde a R$ 123.213.438), US$ 35.196.641 (R$ 65.724.556) de valor agregado, US$ 27.413.466 (R$48.335.874) destinados a pagamento das remunerações dos trabalhadores e 3.995 empregos.

4.3.1. Movimentação Econômica dos Eventos ICCA – Brasil – 2008

Nos últimos anos, o segmento de eventos tem aumentado a sua relevância na geração de negócios a nível internacional. Segundo os dados divulgados pela *International Congress and Convention Association* (ICCA), em 2008 foram realizados 7.475 eventos no mundo, representando um acréscimo de aproximadamente 12% em relação a 2007. O Brasil aumentou a sua participação no mercado mundial de eventos, conseguindo atrair 254 eventos

internacionais, melhorando a sua posição no TOP10 da ICCA, passando da 8ª para a 7ª colocação.

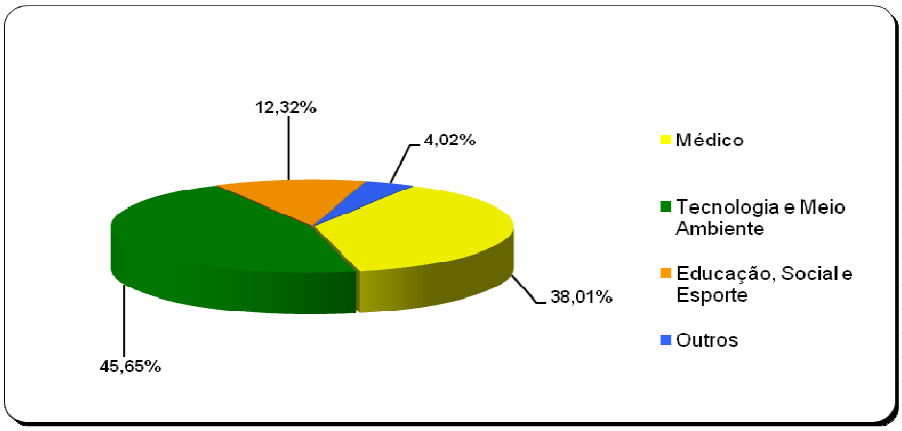
Embora seja notável a expansão do número de eventos ICCA realizados no Brasil, faz-se necessário o conhecimento da relevância econômica para o país.

Sendo assim, esta pesquisa, com uma amostra dos participantes dos eventos ICCA realizados no Brasil em 2007 e 2008, fornece informações importantes em relação aos impactos econômicos dos eventos analisados e do perfil dos participantes e permite estimar a movimentação econômica geral dos eventos ICCA no Brasil em 2008.

Resultados Econômicos dos eventos ICCA - 2008

Os eventos pesquisados, que contaram com cerca de 64.455 participantes não-residentes no Brasil, foram agrupados em quatro segmentos distintos: Médico; Tecnologia e Meio Ambiente; Educação, Social e Esporte; e Outros.

Gráfico 19 – Participantes por tipos de eventos – 2008



Fontes: FGV e EMBRATUR

Na quantificação dos efeitos diretos constatou-se que os eventos geraram um total de aproximadamente US$ 122,6 milhões para a economia brasileira no ano de 2008, conforme tabela a seguir:

Tabela 7 - Total de Gastos Estimados dos Visitantes por Segmento de Eventos em 2008 – Em US$

Categoria de Gastos	Total	Segmento dos eventos			
		Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Educação, Social e Esporte	Outros
TOTAL	**122.556.589**	**44.441.320**	**54.225.640**	**20.000.903**	**3.888.726**
Hospedagem e Alimentação	74.423.350	27.049.588	36.020.168	8.404.311	2.949.282
Compras e presentes	14.375.649	5.554.435	4.595.058	3.937.479	288.677
Transporte	10.263.140	3.824.604	3.961.321	2.273.978	203.236
Cultura e lazer	10.261.962	3.782.271	3.754.886	2.559.093	165.712
Telecomunicações	4.480.240	1.753.187	1.660.123	985.560	81.371
Outros gastos	8.752.248	2.477.234	4.234.083	1.840.482	200.448

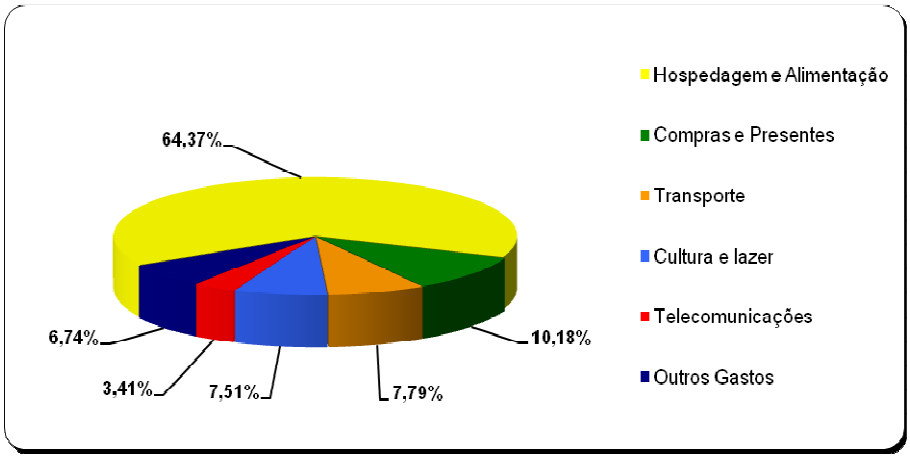
Fontes: FGV e EMBRATUR

Avaliando os efeitos diretos segmentados por eventos, os referentes à Medicina foram responsáveis pela geração de cerca de US$ 44,4 milhões (38,0% do total), Tecnologia e Meio Ambiente, US$ 54,2 milhões (45,7%), Educação, Social e Esporte, US$ 20,0 milhões (12,3%), e Outros, US$ 3,9 milhões (4,0%). A maior participação dos segmentos Tecnologia e Meio Ambiente na geração da renda do setor se explica pelo maior número de eventos, e consequentemente um contingente de participantes superior aos demais, associado a um nível maior de gasto médio – ver Tabela 8.

Em relação à distribuição dos gastos dos visitantes nas atividades características de turismo, a categoria de Hospedagem e Alimentação representa a maior parcela dos dispêndios, com 60,7% do total (aproximadamente US$ 74,4 milhões); seguida por Compras e Presentes (comércio), com 11,7% (US$ 14,4 milhões); Transporte e Cultura e Lazer, 8,4% cada; Telecomunicações, 3,7%; e Outros Gastos, 7,1%.

O gráfico 20 mostra a distribuição dos gastos de dois segmentos agrupados (Medicina e Tecnologia e Meio Ambiente), constatando-se que os dispêndios em Hospedagem e Alimentação representam aproximadamente 2/3 dos gatos totais.

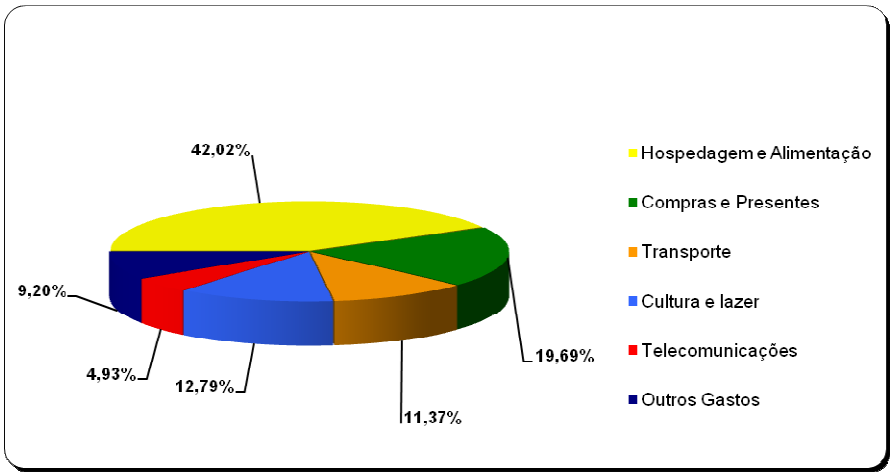
Gráfico 20 - Distribuição dos gastos do Grupo de Eventos (Medicina, Tecnologia e Meio Ambiente e Outros) - 2008



Fontes: FGV e EMBRATUR

É importante ressaltar que Educação, Social e Esporte apresenta uma dinâmica de gastos diferente dos demais segmentos – ver Gráfico 21 - , pois a participação do total despendido com Hospedagem e Alimentação representa mais da metade do gasto por outras categorias, enquanto que a parcela do grupo Educação, Social e Esporte totaliza 42%.

Gráfico 21 - Distribuição dos Gastos do Segmento de Educação, Saúde e Esporte - 2008



Fontes: FGV e EMBRATUR

4.3.2. Movimentação Econômica dos Eventos ICCA – Brasil – 2009

De acordo com o calendário de eventos relacionados pela *International Congress and Convention Association* (ICCA) para 2009, procedeu-se à uma estimativa do total de eventos, do número de participantes e da média de presença nos já realizados ou que venham a ocorrer, no País, ao longo do ano.

Resultados Econômicos dos eventos ICCA - 2009

Assim como em 2008, os eventos listados no corrente ano foram agrupados em quatro segmentos distintos: Médico; Tecnologia e Meio Ambiente; Educação, Social e Esporte; e Outros.

Como apresentado na tabela 8 a seguir, os números previstos para 2009 são inferiores aos observados em 2008 no que tange ao total de participantes (-22,4%) e ao número de eventos (-33,5%); entretanto, a média de participantes prevista é 16,6% maior. Tais números se referem a eventos já captados para 2009, valendo ressaltar que outros poderão ser incluídos como ICCA no decorrer do ano em curso.

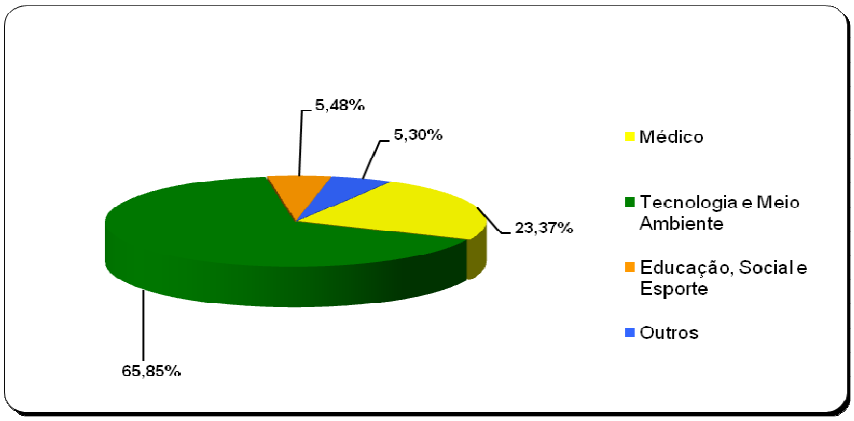
Tabela 8 - Dados Gerais dos Eventos Realizados em 2008 e Estimados para 2009, por Segmento

Informação	Total	Segmento dos eventos			
		Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Educação, Social e Esporte	Outros
2008					
Média de participantes	669	1.276	459	713	1.350
Número de eventos	251	50	167	29	5
Total de participantes	167.868	63.808	76.633	20.677	6.750
Total de participantes estrangeiros	64.446	24.496	29.420	7.938	2.591
2009					
Média de participantes	780	708	794	713	1.150
Número de eventos	167	43	108	10	6
Total de participantes	130.221	30.434	85.756	7.130	6.900
Total de participantes estrangeiros	49.993	11.684	32.922	2.737	2.649

Fontes: FGV e EMBRATUR

No gráfico 22, a seguir, constata-se que o número de participantes nos eventos relacionados a Tecnologia e Meio Ambiente correspondem a 2/3 do total e a quase o triplo dos que compareceram aos eventos da área Médica.

Gráfico 22 – Participantes por tipos de eventos – 2009



Fontes: FGV e EMBRATUR

Na quantificação dos efeitos diretos, estima-se que os eventos gerarão um total de aproximadamente US$ 96,6 milhões para a economia brasileira, conforme mostrado na tabela a seguir:

Tabela 9 – Total de Gastos Estimado dos Visitantes por Segmento em 2009 (em US$)

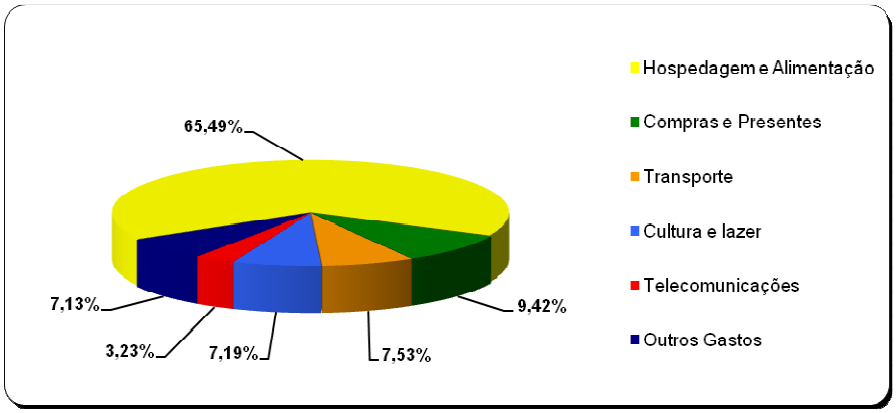
Categoria de Gastos	Total	Segmento dos eventos			
		Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Educação, Social e Esporte	Outros
TOTAL	**96.632.603**	**21.197.436**	**60.680.371**	**10.779.020**	**3.975.776**
Hospedagem e Alimentação	60.754.427	12.902.000	40.307.817	4.529.308	3.015.303
Compras e Presentes	10.208.512	2.649.331	5.142.029	2.122.012	295.140
Transporte	7.690.393	1.824.244	4.432.856	1.225.508	207.785
Cultura e Lazer	7.554.484	1.804.052	4.201.848	1.379.163	169.421
Telecomunicações	3.308.299	836.228	1.857.735	531.145	83.192
Outros Gastos	7.116.487	1.181.581	4.738.086	991.885	204.935

Fontes: FGV e EMBRATUR
Nota: Tal estimativa considera os dados de gasto e permanência da pesquisa de 2008

Os gastos estimados nos eventos da área de Tecnologia e Meio Ambiente superaram amplamente os dos demais segmentos: cerca de US$ 60,7 milhões (62,8% do total), seguindo-se Medicina, com US$ 21,2 milhões (21,9%); Educação, Social e Esporte, com US$ 10,8 milhões (11,2%); e Outros, com US$ 4,0 milhões (4,1%). Cabe ressaltar que o número de eventos de Tecnologia e Meio Ambiente é duas vezes e meia maior do que os relacionados à Medicina, enquanto que o total de participantes é 2,8 vezes superior.

O gráfico 23 discrimina a distribuição dos gastos de dois segmentos agrupados (Medicina e Tecnologia e Meio Ambiente, observando-se que quase não se alterou a estrutura de dispêndios, em virtude do peso dos mesmos nos gastos globais dos eventos, destacando-se os inerentes à Hospedagem e Alimentação (aproximadamente 2/3 do total), significativamente mais elevados que os demais itens.

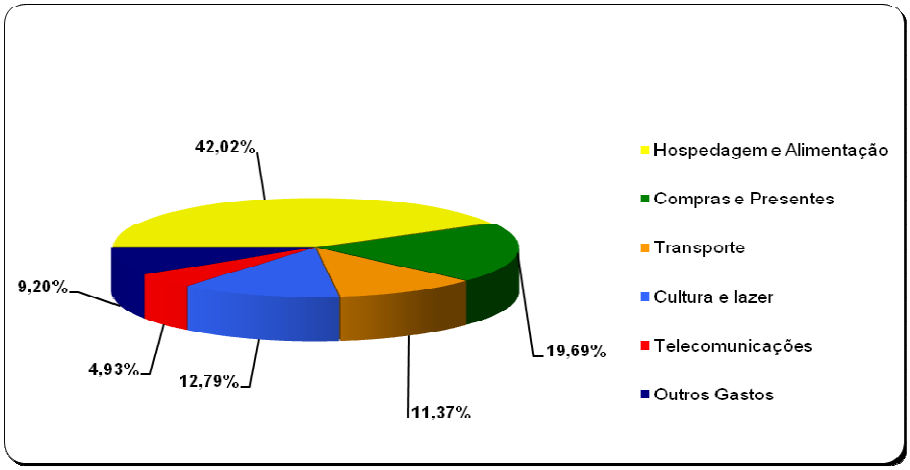
Gráfico 23 - Distribuição dos gastos do Grupo de Eventos (Medicina, Tecnologia e Meio Ambiente e Outros) - 2009



Fontes: FGV e EMBRATUR

O segmento Educação, Social e Esporte (gráfico 3) voltou, em 2009, a apresentar a mesma dinâmica de gastos que em 2008, quando os dispêndios em Hospedagem e Alimentação foram pouco maiores do que o dobro dos efetuados nas Compras e Presentes.

Gráfico 24 - Distribuição dos Gastos do Segmento de Educação, Saúde e Esporte - 2009



Fontes: FGV e EMBRATUR

5. Fontes de Consulta

ANSOFF, H. I., Corporate strategy. Penguin, Harmondsworth, 1965.

BARBOSA, Luiz G. The economic aspects of an ecotourism development at Amazonas State. 1998. Thesis (Master Degree) - Bournemouth University, UK.

BARBOSA, Luiz G. Os impactos econômicos do turismo e sua implicação nas políticas públicas: O caso do município de Macaé-RJ . 2002. (Dissertação de Mestrado) Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas – EBAPE-FGV.

BLAKE, A., Sinclair, M. T. and Sugiarto G (2003) – Tourism and Globalization – Economic impact in Indonesia – Annals of Tourism Research, vol 30(3) pp 683-701.

BULL, Adrian. The economics of travel and tourism. 2nd edition. Melbourne, Australia: Longman, 1995.

BURNS JPA, HATCH JH, MULES TL , The Adelaid Grand Prix : The impact of a special event ; The Centre for South Australia Economic Studies : Adelaide. 1986.

COOPER, Chris et al. Tourism principles and practice. Melbourne, Australia: Longman, 1993.

_____. Turismo princípios e práticas. São Paulo: Bookman, 2001.

CROCKET S. Sport Tourism – Bidding for international events . Journal of Sports Tourism 1(4). 1994.

FAULKNER B, FREDLINE E. Resident reactions to a major tourist event the Gold Coast Indy Car Race. Festival Management and Event Tourism (1998) vol. 5

FLETCHER, J. E; ARCHER, B.H. The development and application of multiplier analysis. In: COOPER, C. P. Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management. London: Belhaven, 1991. v. 1.

GAMAGE A, HIGGS B. Economics of venue selection for special sporting events : with special reference to Melbourne Grand Prix. Asia Pacific Journal of Tourism Research 1997, vol 2.

GETZ, D. Festivals, special events and tourism. Van Nostrand Reinhold: New York 1991.

GUNN, C. A., Tourism planning: basics, concepts, cases. Taylor and Francis, Washington , DC, 1994

HALL, C. M. The politics of leisure: an analysis of spectacles and mega events. In Leisure and Tourism: Social and Environmental Changes, Veal A, Jonson P, Cushman G (eds). World Leisure and Recreation Association. University of Technology: Sydney (1993).

HAYWOOD, K. M., Responsible and responsive tourism planning in the community. Tourism Management, 1988, 9 (2), 105-118.

HIGHAM J. Commentary – Sport as an avenue of tourism development: an analisys of positive and negative impacts of sports tourism. Current issues in Tourism 2(1): 82-90 (1999)

IBGE (2008) - *Matriz de Insumo-Produto: Brasil - 2005*. Rio de Janeiro.

INSKEEP, E. National and regional tourism planning: methodologies and case studies. London: Routledge, 1994.

JENNINGS A, New lords of the ring: Olympic corruption and how to buy gold medals. Pocket Books. (1996). London.

JONES, C. Mega Events and host-region impacts: determining the true worth of the 1999 Rugby World Cup. International Journal of Tourism Research 3, 241-251 (2001)

KASIMATI, E. Economic aspects and the Summer Olympics: a review of related research. International Journal of Tourism Research. 5, 433-444 (2003).

LAGE, B. H. G.; Milone, P. C. Economia do turismo. 4a. ed. Campinas: Papirus, 1999.

_____. Fundamentos econômicos do turismo. In:_____. Turismo teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

LAW, C. M., Urban tourism, attracting visitors to large cities. Mansell, London, 1993.

LEA, John P. Tourism economic impacts. In: LESLEY, France. The Earthscan reader in sustainable tourism, p. 168–171, 1997.

LEONTIEF, W. (1965) - "A Análise de Insumo-Produto". *A Economia do Insumo-Produto*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

LEONTIEF, Wassily. *The Structure of the American Economy, 1941*.

LIM, Cristine. An econometric classification and review of international tourism demand models. Tourism Economics, n. 3, v. 1, p. 69-81, 1997.

McIYNTYRE, George. Sustainable tourism development: guide for local planners. Madrid: World Tourism Organisation, 1993.

MOORE, D. S. and McCABE, G. P. Introduction to the practice of statistics, 3rd ed. New York: W. H. Freeman, 1999.

MOWFORTH, Martin. Tourism and sustainability: new tourism in the Third World. London: Routledge, 1998.

MURPHY, P. E., Tourism: A community approach, Methuen, London, 1985

OLDS K. Urban mega events, evictions and housing rights: the Canadian case. Current Issues in Tourism 1998 .Vol 1.2-46

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Introdução à metodologia da pesquisa em turismo. São Paulo: Roca, 2006.

PAGE ST, BARKER M, MEYER D. Modeling tourism crime – the 2000 America´s Cup . Annals of Tourism Research , vol 29 n 3 , pp 762-782 , (2002)

PERSSON C. The Olympic Games site decision. Tourism Management Vol 23 (2002).

DERVIS, K., DE MELO, J. & ROBINSON, S. (1982) – *General Equilibrium Models for Development Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.

ROCHE M. Mega Events and urban policy. Annals of Tourism Research 21: 1-19 (1994)

SINCLAIR, M. T. The economics of tourism – Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management. London: Belhaven Press, 1995. v. 3, p. 1–27.

_____; STABLER, M. The economics of tourism. London: Routledge, 1997.

SHAPCOTT S. Bread not circuses: response to Olds (1998) urban mega events, evictions and housing rights: the Canadian case. Current Issues in Tourism Discussion Forum .(1998)

SLACK T. Studying the commercialization of sport: the need for critical analysis. Sociology of Sports On Line. Vol 1. http://www.brunel.ac.uk/depts/sps/sosol (1998)

STYNES, D. J. Chang, W., The economic impacts of tourism. Michigan State University, 2003. Mimeo.

_____; PROPST, D. B. MI-REC Manual Version 3.0. Michigan State University, Department of Park, Recreation and Tourism Resources, East Lansing, MI, 1996.

TRIBE, J. The economics of leisure and tourism. London: Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999.

WANHILL, S. Tourism development and sustainability. In: COOPER, C.P. Tourism Development : Environment and Community Issues. London: Wiley, 1997.

WARNELL, Gary. Feasibility analysis in tourism. Extension bulletin E-1992. Michigan State University, East Lansing, MI, 1968. Mimeo.

WHITTINGTON, R., What is strategy and does it matter? Routledge, London, 1993.

WTO – World Tourism Organazation - Tourism: 2020 vision. Madrid (1998).

ANEXOS

Anexo A – Gráficos com dados consolidados dos eventos pesquisados

SUMÁRIO

Informações consolidadas

1 – Resultado consolidado dos eventos pesquisados 2007-2008

1.1 - Perfil do turista

1.2 – Informação sobre a viagem

1.3 – Avaliação do evento

1.4 – Gastos de viagem

1.5 – Lazer durante a viagem

2 – Movimentação econômica

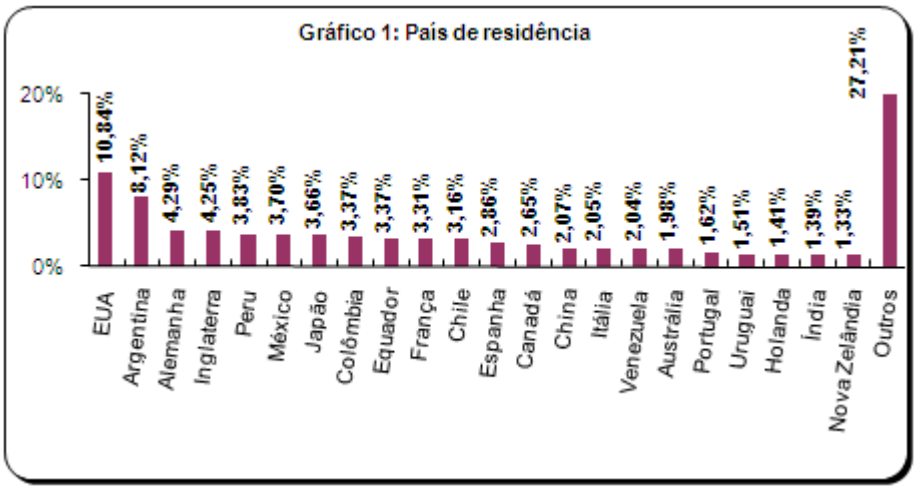
1. Resultado consolidado dos eventos pesquisados 2007-2008

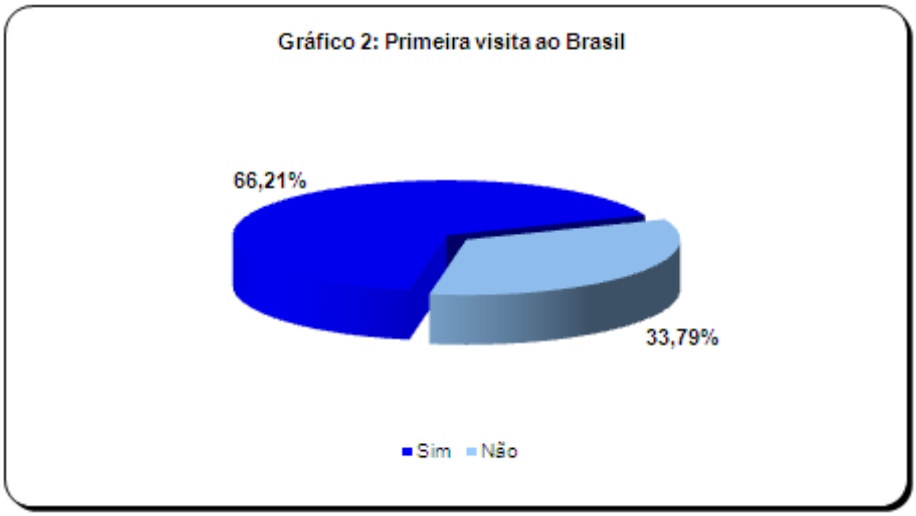
CONSIDERAÇÕES GERAIS

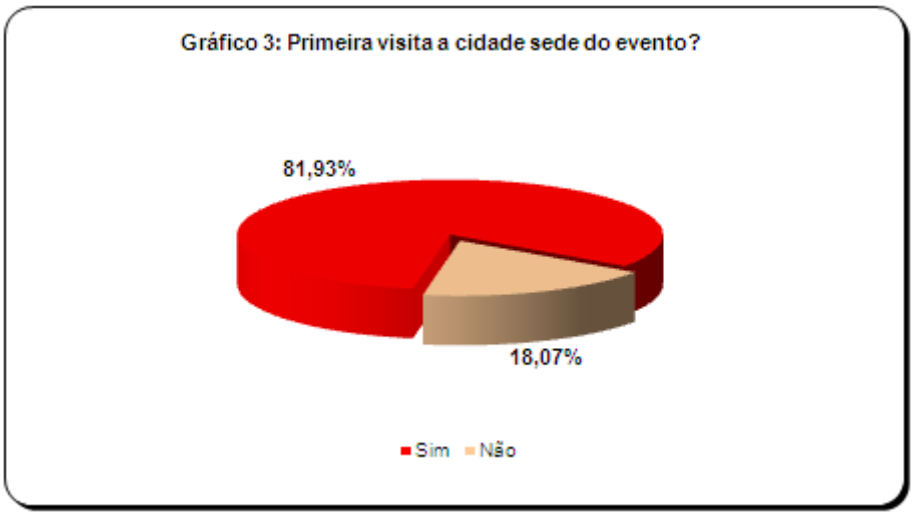
* Os gráficos das questões que admitem respostas múltiplas, podem apresentar a soma dos resultados maior que 100%.

** As questões de gastos são apresentadas utilizando como base a moeda dólar americano.

1.1 – Perfil do turista







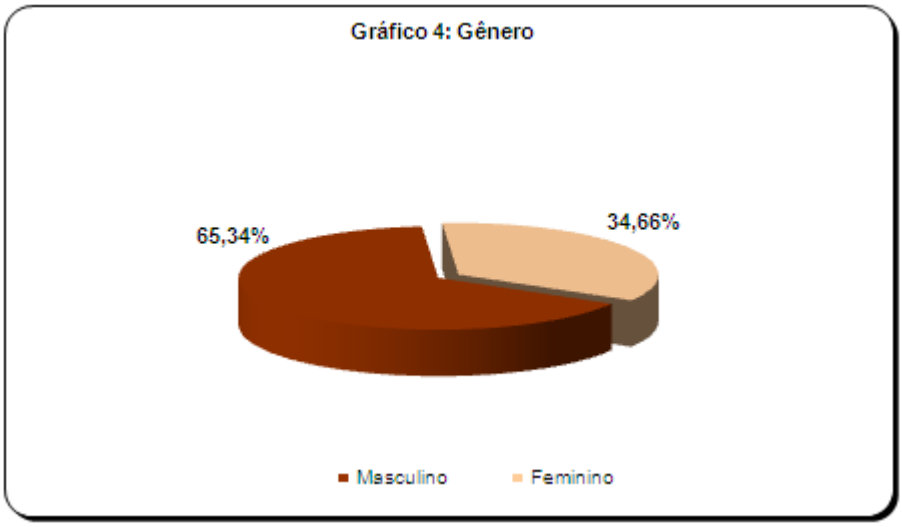


Gráfico 4: Gênero
65,34%
34,66%
Masculino
Feminino

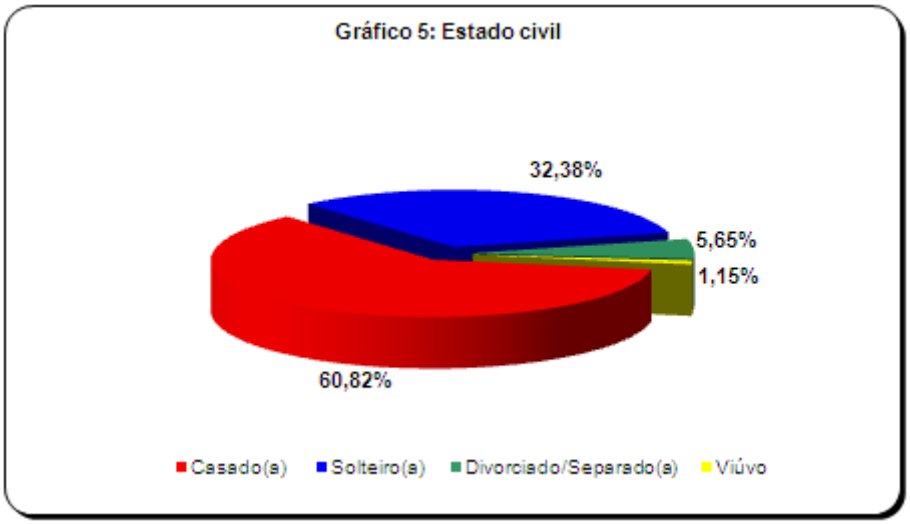


Gráfico 5: Estado civil
32,38%
5,65%
1,15%
60,82%
Casado(a)
Solteiro(a)
Divorciado/Separado(a)
Viúvo

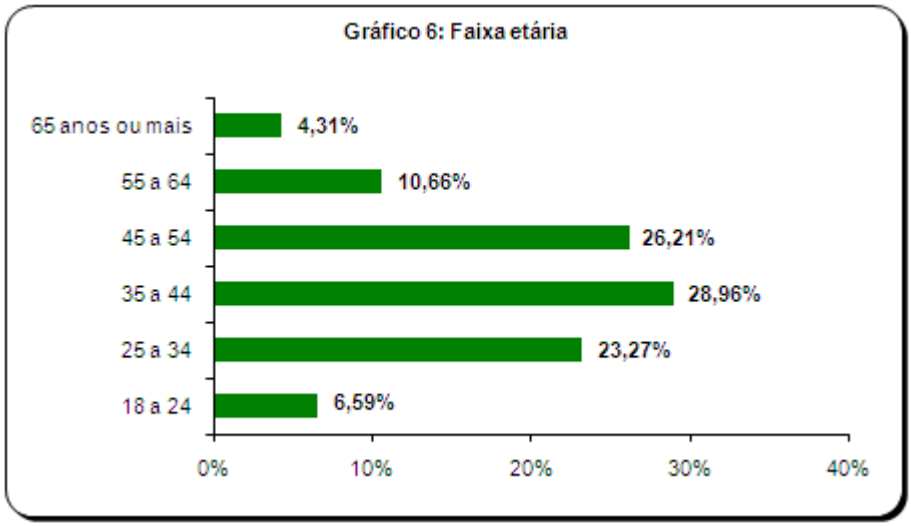


Gráfico 6: Faixa etária
65 anos ou mais
4,31%
55 a 64
10,66%
45 a 54
26,21%
35 a 44
28,96%
25 a 34
23,27%
18 a 24
6,59%
0%
10%
20%
30%
40%

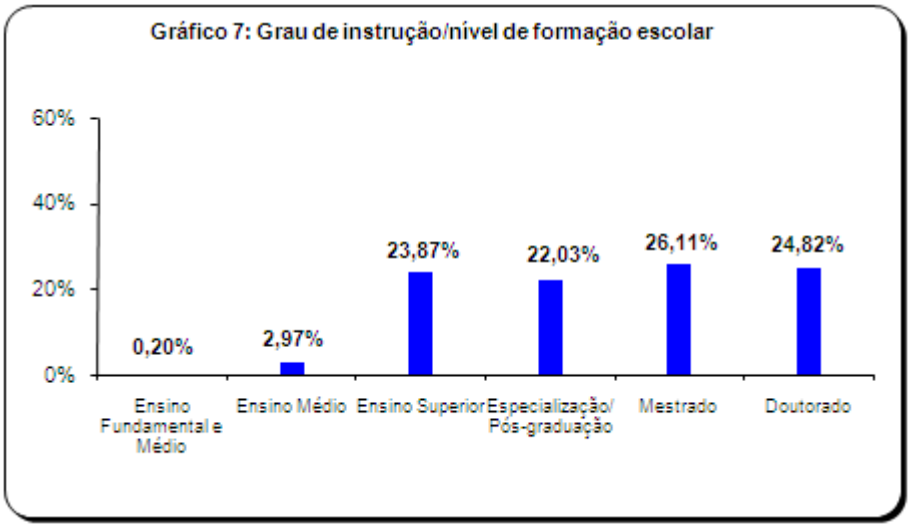


Gráfico 7: Grau de instrução/nível de formação escolar
60%
40%
20%
0%
0,20%
2,97%
23,87%
22,03%
26,11%
24,82%
Ensino Fundamental e Médio
Ensino Médio
Ensino Superior
Especialização/ Pós-graduação
Mestrado
Doutorado

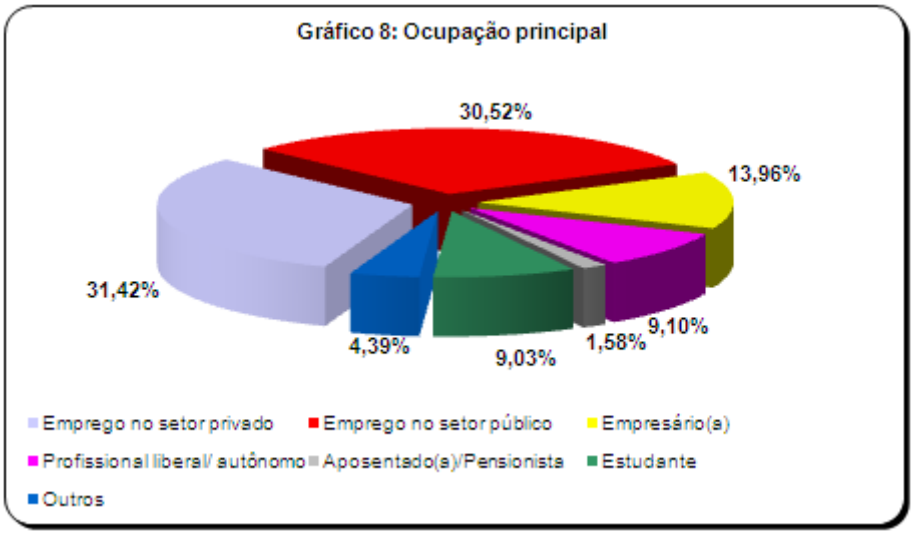


Gráfico 8: Ocupação principal
30,52%
13,96%
31,42%
9,10%
1,58%
9,03%
4,39%
Emprego no setor privado
Emprego no setor público
Empresário(a)
Profissional liberal/ autônomo
Aposentado(a)/Pensionista
Estudante
Outros

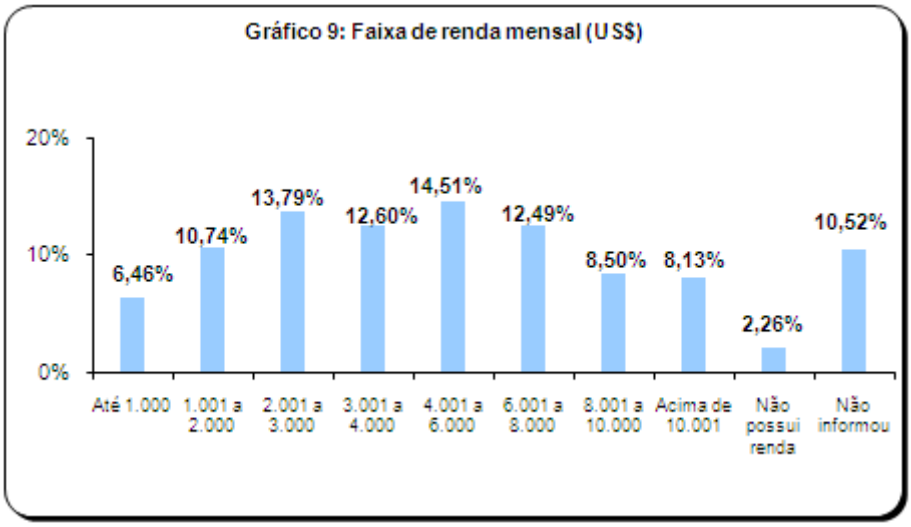
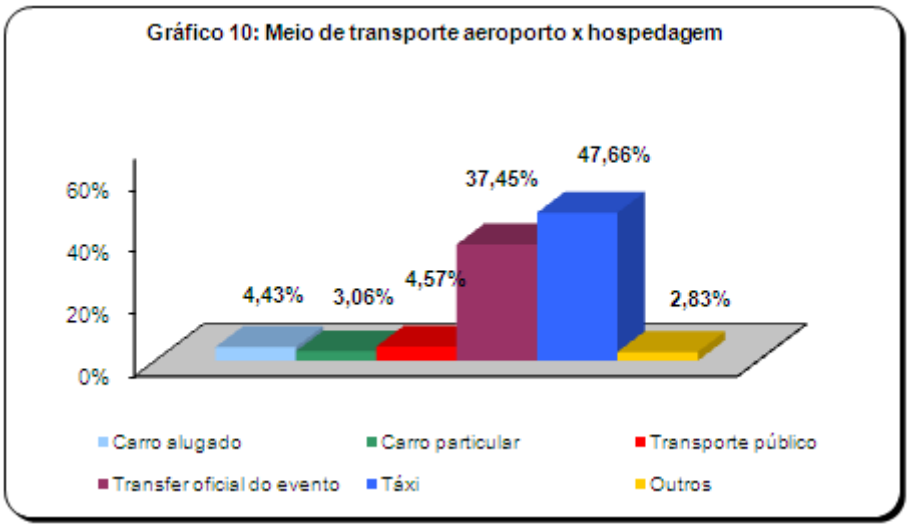
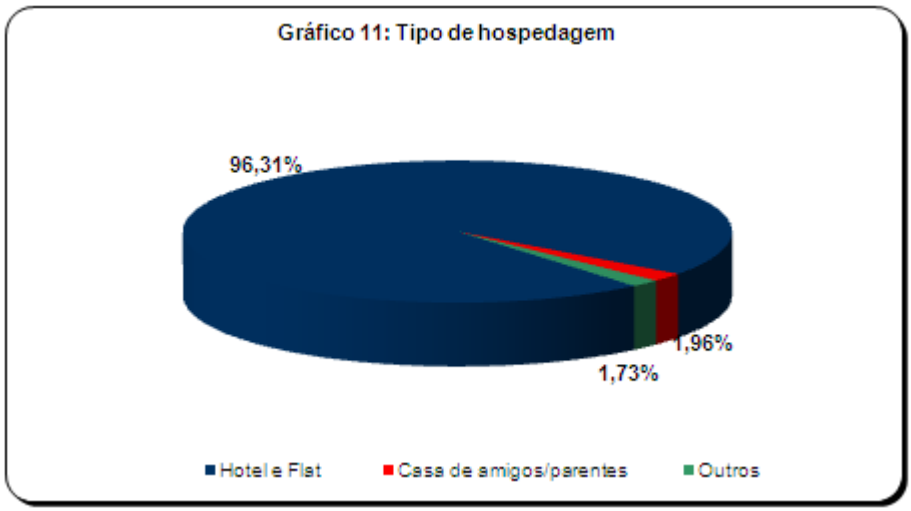


Gráfico 9: Faixa de renda mensal (US$)
20%
10%
0%
6,46%
10,74%
13,79%
12,60%
14,51%
12,49%
8,50%
8,13%
2,26%
10,52%
Até 1.000
1.001 a 2.000
2.001 a 3.000
3.001 a 4.000
4.001 a 6.000
6.001 a 8.000
8.001 a 10.000
Acima de 10.001
Não possui renda
Não informou

1.2 – Informação sobre a viagem





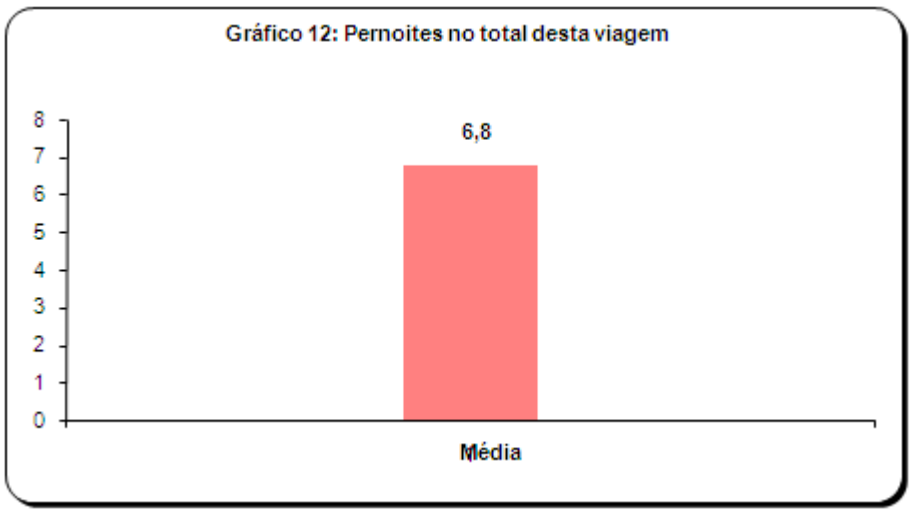
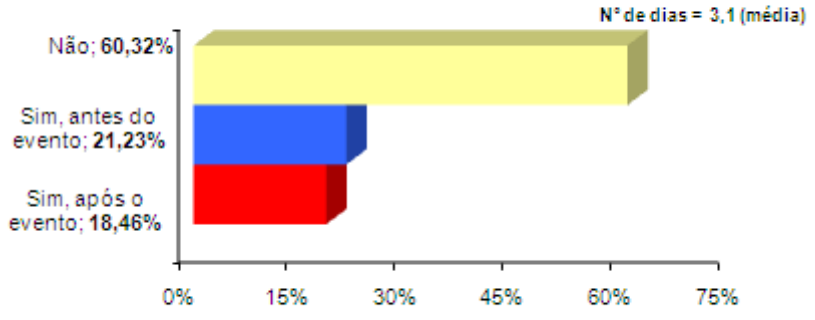
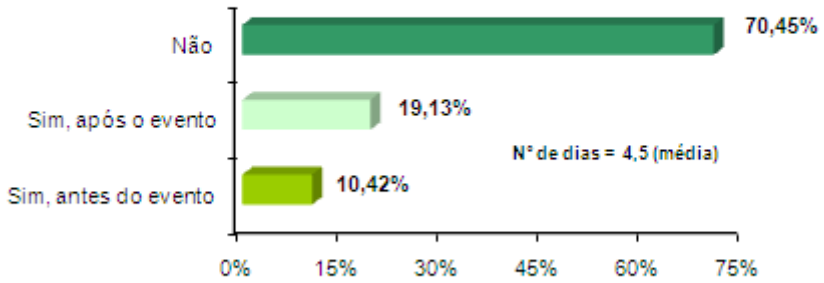


Gráfico 13: Permanência de dias adicionais na cidade sede do evento além dos dias de sua realização (*)



(*) questão de resposta múltipla

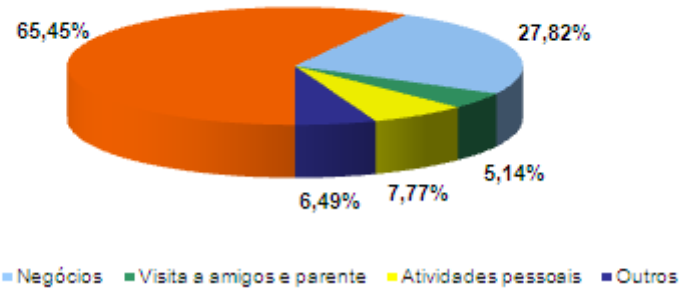
Gráfico 14: Permanência de dias adicionais em outras cidades brasileiras (*)



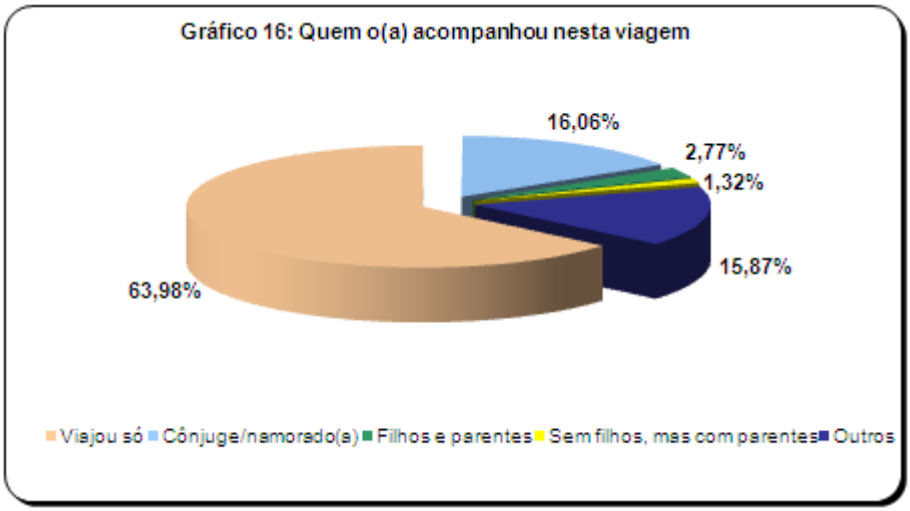
(*) questão de resposta múltipla

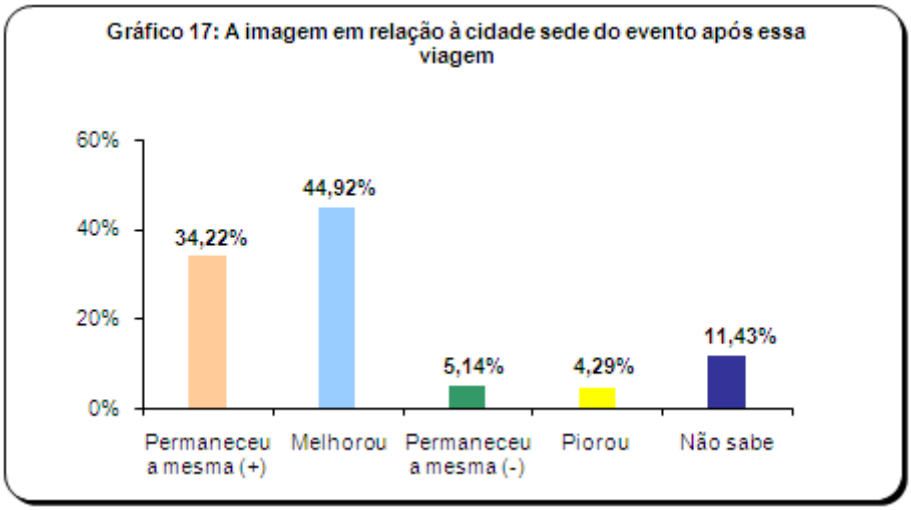
Gráfico 15: Principal motivo de permanência adicional no Brasil*

(*) questão de resposta múltipla



*A categoria outros, no gráfico 16, inclui colegas de trabalho e grupos de excursão.





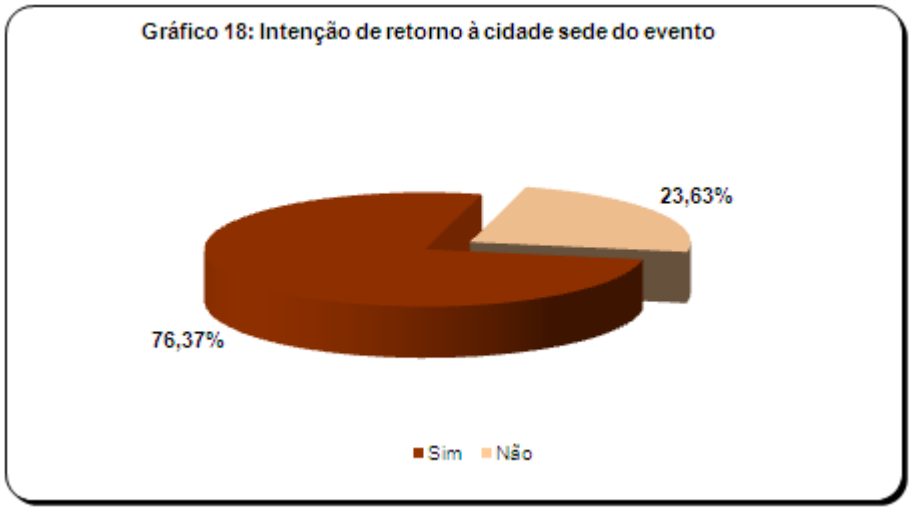


Gráfico 19: Intenção de retorno ao Brasil

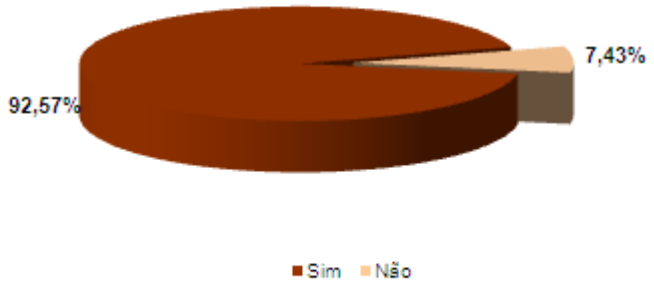


Gráfico 20: Principais motivos de retornar ao Brasil (*)

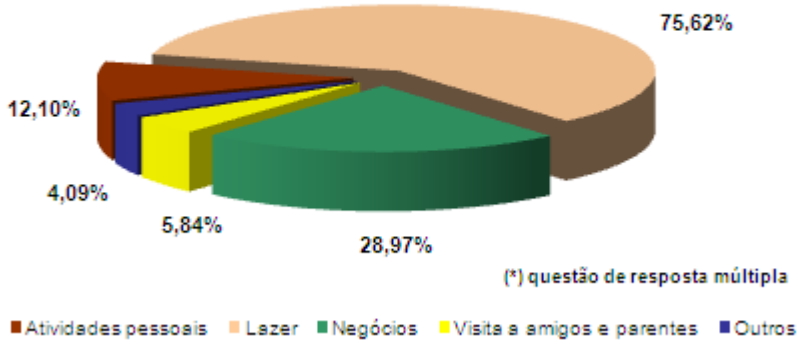
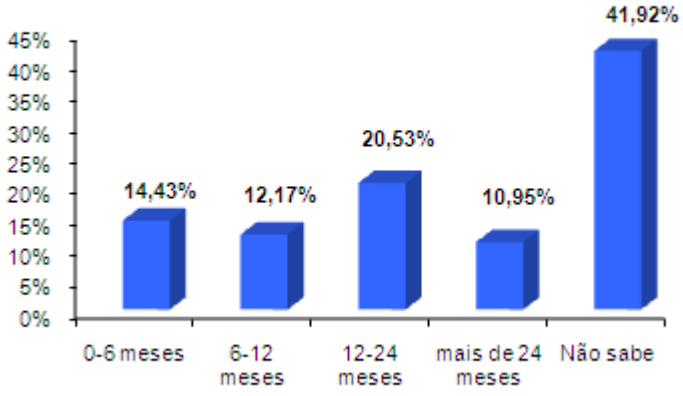


Gráfico 21: Dentro de quanto tempo



1.3 – Avaliação do evento

Gráfico 22: Meio de transporte utilizado para chegar ao evento

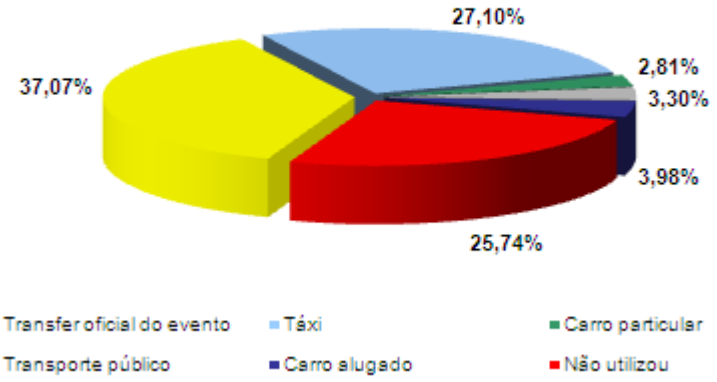


Gráfico 23: Avaliação deste evento em comparação a outros eventos do mesmo tipo/porte

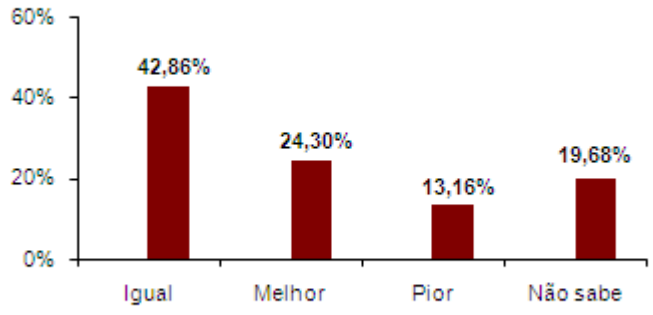
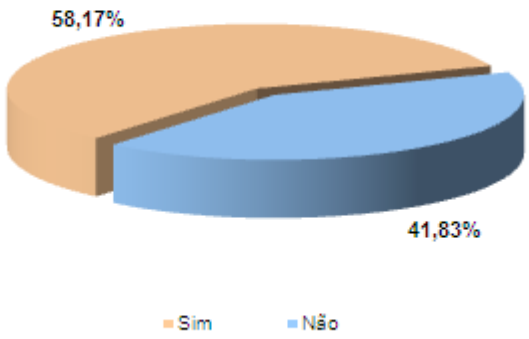


Gráfico 24: O fato do evento ter sido realizado no Brasil influenciou a sua vinda



1.4 – Gastos de viagem

Gráfico 25: Organização da viagem

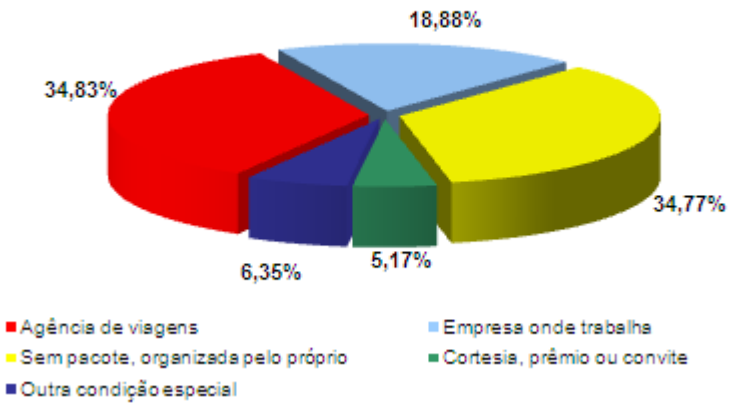


Gráfico 26: Recebeu informações detalhadas de serviços/produtos turísticos antes do evento?

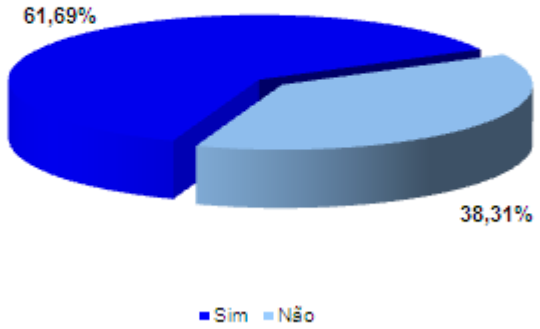


Gráfico 27: Fonte das informações (*)

(*) questão de resposta múltipla

Gráfico 28: Pretende comprar produtos/serviços turísticos no Brasil

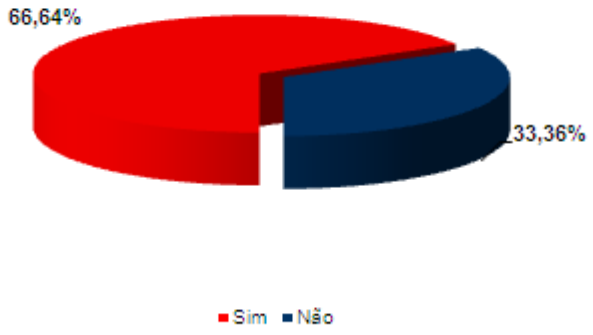


Gráfico 29: Obteve algum tipo de benefício (desconto/gratuidade) para participar do evento

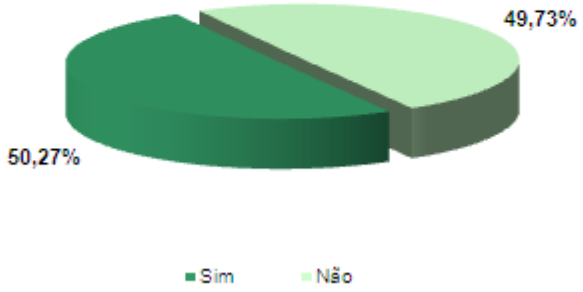
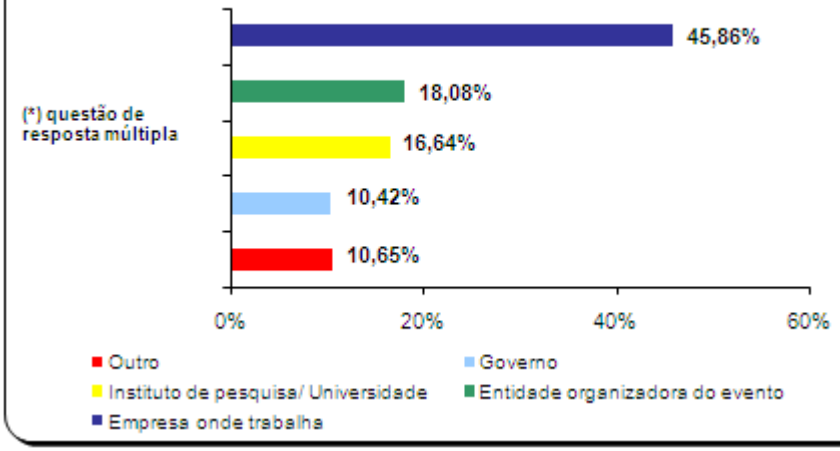
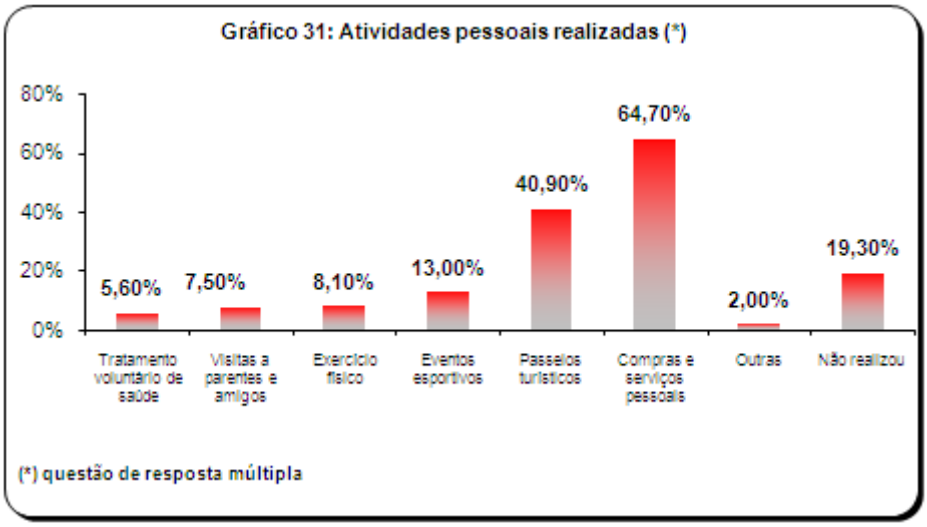
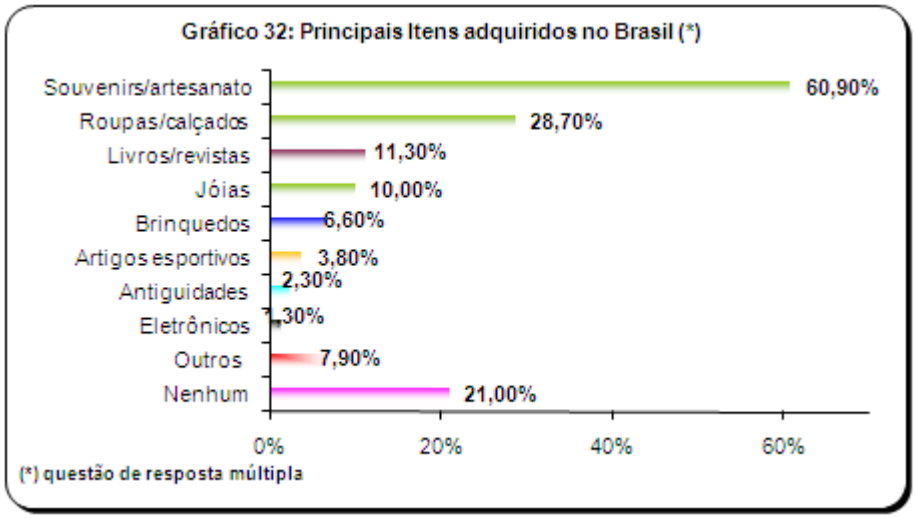


Gráfico 30: Quem concedeu o benefício (*)



1.5 – Lazer durante a viagem





Anexo B – Resultados consolidados por segmento de evento

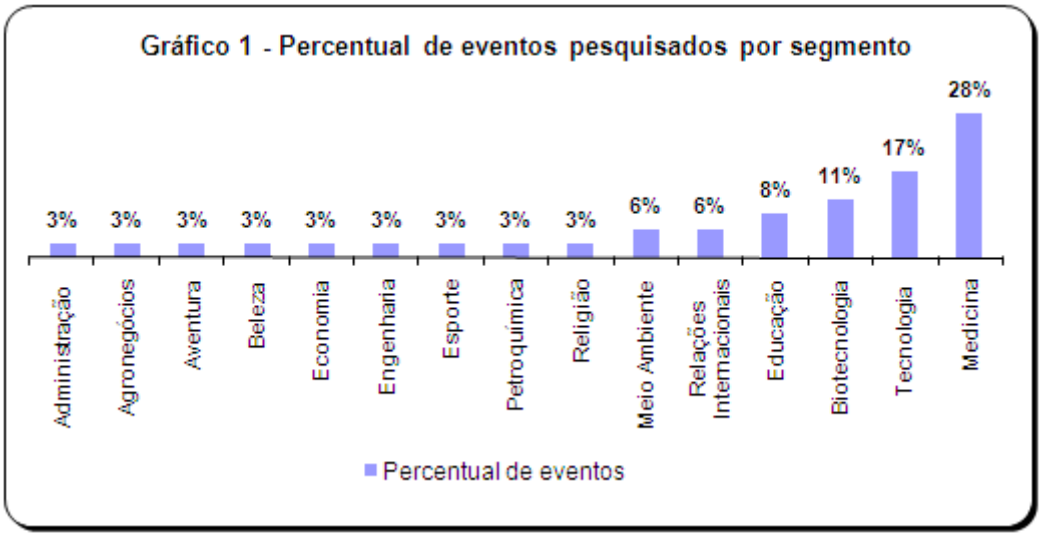
Resultados por segmento de evento

A Pesquisa do Impacto Econômico dos Eventos Internacionais realizados no Brasil ocorreu durante o período de setembro de 2007 a dezembro de 2008, em eventos realizados em diversas cidades do País, tais como: Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília, entre outras.

Neste relatório consolidado por segmento, os eventos foram agrupados de acordo com as seguintes categorias:

- ✓ Médico,
- ✓ Tecnologia e meio ambiente,
- ✓ Educação, social e saúde.

O gráfico abaixo identifica o percentual de eventos pesquisados e o segmento ao qual pertencem. Pode-se observar que a maior parte dos eventos pesquisados pertence aos segmentos "médico" (28%), "tecnologia e meio ambiente" (23%).



Esse agrupamento foi feito para que fosse possível calcular a movimentação econômica e analisar as características comuns dos eventos, facilitando a análise por segmento.

Conforme a tabela abaixo é possível fazer uma análise do perfil do turista por segmento pesquisado.

	Educação, social e esporte		Médico		Tecnologia e meio ambiente	
	%	Resposta	%	Resposta	%	Resposta
Gênero	52	masculino	56,8	masculino	81,7	masculino
Estado civil	59,1	solteiro	68,5	casado	56,3	casado
Faixa etária	34,3	18 a 24	34,5	45 a 54	34,9	25 a 34
Grau de instrução	54,1	ensino superior	35,1	doutorado	40,6	mestrado
Ocupação principal	27,9	estudante	37	emprego no setor público	29,9	emprego no setor público
Faixa de renda mensal	19,5	até US$ 1.000	15,9	US$ 4.001 a US$ 6.000	16,4	US$ 4.001 a US$ 6.000

Observa-se que no segmento "médico", 68,5% dos entrevistados são casados e 35,1% afirmaram possuir curso de doutorado. Enquanto no segmento "tecnologia e meio ambiente", verifica-se um predominância do gênero masculino (81,7% dos turistas entrevistados) e 40,6% afirmaram ter concluído o curso de mestrado. Em ambos os segmentos constata-se que mais de 40% dos entrevistados possuem renda superior a US$ 4.000, a faixa de renda predominante concentra-se entre US$ 4.000 a US$ 6.000 (15,9% no segmento médico e 16,4% no de tecnologia e meio ambiente).

O segmento "educação, social e esporte" foi representado por um público relativamente jovem (34,3% dos entrevistados se encontram na faixa etária entre 18 a 24 anos) se comparado ao segmento "médico" (34,5% com idade entre 45 a 54 anos) e de "tecnologia e meio ambiente" (34,9% com idade entre 25 a 34 anos) - o que justifica 54,1% dos entrevistados do primeiro segmento citado possuir ensino superior e 27,9% serem estudantes. Dessa forma, a faixa de renda mensal desse grupo pesquisado é comparativamente baixa, percebendo, 19,5% dos entrevistados, renda mensal inferior a US$ 1.000.

Em geral, os eventos do segmento "médico" oferecem *transfer* para os participantes deslocarem-se do hotel ao local de realização do evento, sendo este o principal meio de transporte utilizado para chegar ao evento dentre os entrevistados deste segmento (58,6%). Nos segmentos de "educação, social e esporte" e "tecnologia e meio ambiente" a maior parte dos participantes não utilizaram nenhum meio de transporte para chegar ao evento (46,9% e 39,7%, respectivamente).

ÍNDICE DAS TABELAS:

Tabela 1: País de residência 78
Tabela 2: Primeira visita ao Brasil 78
Tabela 3: Primeira visita a cidade sede 79
Tabela 4: Gênero 79
Tabela 5: Estado Civil 79
Tabela 6: Faixa etária 79
Tabela 7: Grau de instrução / nível de formação escolar (o último completo) 79
Tabela 8: Ocupação principal 80
Tabela 9: Faixa de renda mensal (US$) 80
Tabela 10: Meio de transporte aeroporto x hospedagem 80
Tabela 11: Tipo de hospedagem 81
Tabela 12: Pernoites no total desta viagem 81
Tabela 13: Permanência de dias adicionais na cidade sede do evento além dos dias de sua realização 81
Tabela 14: Quantos dias 81
Tabela 15: Permanência de dias adicionais na em outras cidades brasileiras 81
Tabela 16: Quantos dias 82
Tabela 17: Principal motivo de permanência adicional no Brasil 82
Tabela 18: Quem o(a) acompanhou nesta viagem 82
Tabela 19: A imagem em relação à cidade sede do evento após essa viagem 82
Tabela 20: A intenção de retorno à cidade sede do evento 82
Tabela 21: A intenção de retorno ao Brasil 83
Tabela 22: Principais motivos de retornar ao Brasil 83
Tabela 23: Dentro de quanto tempo 83
Tabela 24: Meio de transporte utilizado para chegar ao evento 83
Tabela 25: Avaliação deste evento em comparação a outros eventos do mesmo tipo / porte 84
Tabela 26: O fato do evento ter sido realizado no Brasil influenciou a sua vinda 84
Tabela 27: Organização da viagem 84
Tabela 28: Recebeu informações detalhadas de serviços/produtos turísticos antes do evento? 84
Tabela 29: Fonte das informações 85
Tabela 30: Pretende comprar produtos/serviços turísticos no Brasil 85
Tabela 31: Obteve algum tipo de benefício (desconto/gratuidade) para participar do evento 85
Tabela 32: Quem concedeu o benefício 85
Tabela 33: Valor diário, individual (US$), por tipo de gasto durante a viagem ao Brasil 86
Tabela 34: Atividades pessoais realizadas 86
Tabela 35: Principais itens adquiridos no Brasil 87

1.1 – Perfil do turista

Tabela 1: País de residência (principais)

	Educação, Social e Esporte
EUA	11,5%
Argentina	7,0%
Inglaterra	4,8%
Canadá	4,6%
França	4,4%
Peru	3,6%
Espanha	3,2%
Nova Zelândia	2,9%
Itália	2,7%
Alemanha	2,7%
México	2,5%
Portugal	2,1%
Africa do Sul	2,1%
Áustria	2,1%
China	2,0%

	Médico
Argentina	9,5%
EUA	6,9%
Colombia	5,0%
Inglaterra	4,9%
Japão	4,6%
Peru	4,1%
Chile	3,9%
México	3,9%
Espanha	3,9%
Equador	3,2%
Venezuela	3,0%
Turquia	2,5%
China	2,4%
Alemanha	2,4%

	Tecnologia e Meio Ambiente
EUA	16,9%
Alemanha	8,7%
Argentina	7,1%
França	6,7%
Inglaterra	4,3%
Japão	4,1%
India	2,6%
Canadá	2,6%
Australia	2,3%
Espanha	2,3%
Itália	2,2%
China	2,1%
Chile	1,9%
Africa do Sul	1,6%

Tabela 2: Primeira visita ao Brasil

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim	80,3%	64,6%	67,2%	59,2%
Não	19,7%	35,4%	32,8%	40,8%

Tabela 3: Primeira visita a cidade sede

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim	89,2%	83,7%	74,8%	78,5%
Não	10,8%	16,3%	25,2%	21,5%

Tabela 4: Gênero

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Masculino	52,0%	56,8%	81,7%	70,4%
Feminino	48,0%	43,2%	18,3%	29,6%

Tabela 5: Estado Civil

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Solteiro	59,1%	24,0%	38,4%	26,9%
Casado	35,1%	68,5%	56,3%	64,9%
Divorciado/Separado	4,7%	6,7%	4,4%	5,5%
Viúvo	1,1%	0,8%	0,8%	2,6%

Tabela 6: Faixa etária

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
18 a 24	34,3%	1,7%	5,0%	3,3%
25 a 34	24,3%	17,2%	34,9%	20,0%
35 a 44	15,8%	30,0%	29,7%	34,1%
45 a 54	15,1%	34,5%	18,7%	23,6%
55 a 64	8,8%	12,7%	8,5%	10,0%
65 anos ou mais	1,6%	3,9%	3,2%	9,1%

Tabela 7: Grau de instrução / nível de formação escolar (o último completo)

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Ensino Fundamental	0,0%	0,2%	0,0%	0,7%
Ensino médio	5,8%	0,9%	2,6%	7,3%
Ensino Superior	54,1%	12,2%	21,3%	38,8%
Especialização/Pós - Graduação	17,8%	27,8%	16,3%	18,8%
Mestrado	14,7%	23,9%	40,6%	16,1%
Doutorado	7,7%	35,1%	19,1%	18,3%

Tabela 8: Ocupação principal

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Empresário (a)	16,6%	10,5%	17,6%	15,5%
Emprego no setor privado	21,2%	33,9%	25,9%	40,6%
Emprego no setor público	23,5%	37,0%	29,9%	18,7%
Profissional liberal/autônomo	5,7%	12,4%	3,6%	11,5%
Estudante	27,9%	3,3%	14,4%	2,8%
Aposentado(a)/Pensionista	0,3%	1,0%	0,6%	5,6%
Desempregado (a)	0,5%	0,2%	0,0%	0,1%
Outros	4,1%	1,6%	7,9%	5,2%

Tabela 9: Faixa de renda mensal (US$)

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Até 1.000	19,5%	4,4%	5,0%	6,4%
de 1.001 a 2.000	15,7%	8,2%	12,7%	11,4%
de 2.001 a 3.000	13,8%	13,2%	13,7%	15,4%
de 3.001 a 4.000	9,4%	14,6%	10,4%	12,9%
de 4.001 a 6.000	8,9%	15,9%	16,4%	11,3%
de 6.001 a 8.000	6,5%	12,9%	12,2%	15,6%
de 8.001 a 10.000	6,1%	9,1%	6,8%	11,0%
Acima de 10.001	5,4%	8,4%	8,8%	8,0%
Não possui renda	12,0%	1,0%	1,9%	0,1%
Não informou	2,6%	12,4%	12,0%	8,0%

1.2 – Informação sobre a viagem

Tabela 10: Meio de transporte aeroporto x hospedagem

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Traslado do evento	24,5%	54,7%	20,6%	27,1%
Carro particular	2,4%	1,9%	4,7%	4,0%
Táxi	40,4%	34,5%	66,4%	57,5%
Carro alugado	17,1%	3,7%	1,6%	2,3%
Transporte público (táxi, ônibus, metrô)	13,5%	2,5%	5,0%	3,4%
Outros	2,1%	2,6%	1,7%	5,7%

Tabela 11: Tipo de hospedagem

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Hotel	95,8%	96,4%	93,1%	97,6%
Flat	1,0%	0,7%	0,8%	0,3%
Casa própria	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%
Casa alugada	0,1%	0,7%	0,2%	0,0%
Casa de amigos/parentes	2,6%	1,7%	2,1%	2,1%
Pousada	0,1%	0,3%	1,7%	0,0%
Outros	0,4%	0,1%	2,0%	0,0%

Tabela 12: Pernoites no total desta viagem

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Média	10,290	5,960	6,350	5,550

Tabela 13: Permanência de dias adicionais na cidade sede do evento além dos dias de sua realização

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim, antes do evento	23,8%	16,1%	30,7%	23,0%
Sim, depois do evento	27,8%	17,3%	16,6%	17,1%
Não	48,4%	66,6%	52,7%	60,0%

Resposta múltipla

Tabela 14: Quantos dias

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Dias	3,320	2,530	2,820	3,180

Tabela 15: Permanência de dias adicionais em outras cidades brasileiras

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim, antes do evento	14,4%	8,4%	7,2%	18,8%
Sim, depois do evento	33,1%	15,5%	18,0%	20,8%
Não	52,5%	76,1%	74,8%	60,4%

Resposta múltipla

Tabela 16: Quantos dias

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Dias	4,400	3,980	4,670	3,870

Tabela 17: Principal motivo de permanência adicional no Brasil

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Negócios	19,9%	26,6%	33,8%	28,5%
Atividades Pessoais	3,5%	13,4%	4,0%	3,3%
Visita a amigos e parentes	3,3%	6,0%	2,8%	8,3%
Lazer	80,7%	68,0%	61,2%	52,8%
Outros	3,5%	4,4%	6,8%	13,6%

Resposta múltipla

Tabela 18: Quem o(a) acompanhou nesta viagem

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Viajou só	77,3%	60,2%	69,2%	56,3%
Cônjuge/Namorado(a)	9,0%	19,7%	9,4%	22,6%
Filhos e parentes	1,0%	4,5%	1,2%	1,4%
Sem filhos, mas com parentes	0,3%	2,1%	0,4%	1,1%
Outros	12,3%	13,5%	19,8%	18,6%

Tabela 19: A imagem em relação à cidade sede do evento após essa viagem

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Melhorou	36,9%	45,6%	43,2%	52,3%
Piorou	5,4%	4,3%	5,4%	1,5%
Permaneceu a mesma(+)	36,1%	32,3%	36,1%	38,2%
Permaneceu a mesma(-)	10,1%	3,6%	7,2%	3,9%
Não sabe	11,6%	14,2%	8,1%	4,1%

Tabela 20: A intenção de retorno à cidade sede do evento

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim	58,2%	75,0%	83,7%	79,0%
Não	41,8%	25,0%	16,3%	21,0%

Tabela 21: A intenção de retorno ao Brasil

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim	91,7%	92,3%	92,3%	95,1%
Não	8,3%	7,7%	7,7%	4,9%

Tabela 22: Principais motivos de retornar ao Brasil

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Negócios	32,4%	22,7%	46,9%	25,4%
Atividades pessoais	5,6%	16,2%	6,8%	8,4%
Visita a amigos/parentes	5,9%	6,2%	4,3%	6,6%
Lazer	80,5%	76,8%	67,9%	78,2%
Outros	2,9%	3,9%	2,6%	8,5%

Resposta múltipla

Tabela 23: Dentro de quanto tempo

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
0-6 mese	6,9%	18,3%	12,9%	7,3%
6-12 meses	10,8%	11,3%	15,5%	9,5%
12-24 meses	20,9%	17,8%	27,9%	15,1%
Não sabe	39,3%	41,9%	35,6%	59,5%
mais de 24 meses	22,2%	10,6%	8,1%	8,6%

1.3 – Avaliação do evento

Tabela 24: Meio de transporte utilizado para chegar ao evento

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Transfer oficial do evento	7,2%	58,6%	23,0%	22,9%
Táxi	20,1%	20,2%	27,7%	49,2%
Carro particular	2,7%	2,5%	3,4%	2,7%
Carro alugado	19,5%	2,1%	2,0%	1,6%
Transporte público	3,6%	2,5%	4,1%	3,9%
Não uitlizou	46,9%	14,1%	39,7%	19,8%

Tabela 25: Avaliação deste evento em comparação a outros eventos do mesmo tipo / porte

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Melhor	34,8%	23,2%	25,8%	16,9%
Igual	37,8%	43,6%	50,4%	31,6%
Pior	7,7%	12,9%	7,9%	27,1%
Não sabe	19,6%	20,3%	16,0%	24,4%

Tabela 26: O fato do evento ter sido realizado no Brasil influenciou a sua vinda

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim	56,2%	60,0%	50,5%	66,0%
Não	43,8%	40,0%	49,5%	34,0%

1.4 – Gastos de viagem

Tabela 27: Organização da viagem

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sem pacote, eu mesmo(a) organizei	40,8%	30,1%	42,7%	30,2%
Agência de viagens	18,7%	39,1%	29,5%	43,4%
Empresa onde trabalha	18,3%	19,2%	23,0%	11,5%
Cortesia, prêmio, convite	3,0%	9,3%	1,0%	2,3%
Outra condição especial	19,3%	2,3%	3,8%	12,5%

Tabela 28: Recebeu informações detalhadas de serviços/produtos turísticos antes do evento?

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim	61,5%	65,4%	53,6%	58,5%
Não	38,5%	34,6%	46,4%	41,5%

Tabela 29: Fonte das informações

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Organizador do evento no Brasil	61,3%	24,3%	33,8%	26,4%
Hotel	344,5%	113,0%	10,2%	29,3%
Entidade internacional	1816,5%	7,8%	6,1%	13,4%
Parentes e amigos	207,1%	6,2%	8,1%	6,7%
Agência de viagens	256,0%	19,2%	6,0%	10,4%
Internet	1810,8%	35,0%	42,0%	30,9%
Outros	337,9%	9,0%	8,1%	3,9%

Resposta múltipla

Tabela 30: Pretende comprar produtos/serviços turísticos no Brasil

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim	52,6%	73,4%	57,5%	64,3%
Não	47,4%	26,6%	42,5%	35,7%

Tabela 31: Obteve algum tipo de benefício (desconto/gratuidade) para participar do evento

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Sim	42,1%	49,7%	55,6%	48,7%
Não	57,9%	50,3%	44,4%	51,3%

Tabela 32: Quem concedeu o benefício

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Governo	36,7%	7,4%	11,1%	1,5%
Entidade organizadora do evento	33,4%	18,8%	11,8%	19,0%
Empresa onde trabalha	12,9%	46,2%	46,0%	65,6%
Instituto de pesquisa/Universidade	6,3%	12,1%	28,6%	12,2%
Outro	14,6%	16,3%	4,7%	3,4%

Resposta múltipla

Tabela 33: Valor diário médio, individual (US$), por tipo de gasto durante a viagem ao Brasil

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Gasto médio diário	Média	Média	Média	Média
Qual o valor individual (USD) dos seus gastos durante a viagem ao Brasil, com Hospedagem?	79,90	139,35	149,53	160,36
Com Alimentos e Bebidas (Bares e restaurantes)?	22,98	45,92	43,18	44,75
Com Compras de presentes em geral (Souvenirs, shopping)?	20,08	38,05	24,60	48,27
Com Transporte (gasto apenas no Brasil)?	14,14	26,20	21,20	27,83
Com Cultura e lazer, atrativos e passeios (teatros, cinemas, museus, shows)?	11,53	25,90	20,10	31,32
Com Telecomunicações (telefonia e internet)?	5,66	12,01	8,89	12,06
Com Outros gastos?	13,94	16,97	22,66	22,53
Total médio diário	**168,22**	**304,39**	**290,16**	**347,13**

1.5 – Lazer durante a viagem

Tabela 34: Atividades pessoais realizadas

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
Compras e serviços pessoais	56,7%	63,8%	65,3%	72,0%
Assistir e/ou participou de eventos esportivos	17,1%	4,8%	18,8%	22,2%
Exercício físico e prática desportiva	24,1%	5,7%	8,0%	2,9%
Passeios turísticos, atividades culturais, recreativas...	33,9%	55,7%	29,1%	25,5%
Visita a amigos e parentes	7,5%	4,6%	12,1%	7,6%
Tratamentos voluntários de saúde	10,8%	2,5%	9,5%	3,6%
Outras	1,3%	2,5%	1,5%	2,3%
Não realizou	31,4%	18,2%	18,8%	14,2%

Resposta múltipla

Tabela 35: Principais itens adquiridos no Brasil

	Educação, Social e Esporte	Médico	Tecnologia e Meio Ambiente	Outros
souvenirs/artesanato	54,1%	65,5%	54,1%	63,6%
Livros/revistas	8,7%	13,4%	9,3%	10,5%
Jóias	9,4%	10,2%	11,1%	8,5%
Antiguidades	3,0%	3,1%	1,8%	0,7%
Roupas/calçados	25,9%	32,0%	29,0%	21,0%
Brinquedos	2,0%	5,2%	7,5%	12,4%
Artigos esportivos	4,1%	4,8%	3,2%	1,8%
Eletrônicos	0,8%	1,9%	0,9%	0,8%
Outros	7,1%	8,8%	3,1%	13,7%
Nenhum	32,4%	18,7%	24,2%	14,4%

Resposta múltipla

Anexo C - Resultados consolidados por cidade pesquisada

Resultados por cidade

A Pesquisa do Impacto Econômico dos Eventos Internacionais foi realizada em eventos que ocorreram em diversas cidades do país, durante o período de setembro de 2007 a dezembro de 2008.

Nesse relatório estão apresentadas as tabelas com os resultados da pesquisa, de acordo com as cidades sedes de realização dos eventos.

A cidade que mais sediou os eventos pesquisados foi o Rio de Janeiro, com 30,5% dos eventos pesquisados, e em seguida, São Paulo, com 19,4% do eventos.

Nos eventos sediados no "Rio de Janeiro", 61,6% dos entrevistados são casados e 33,2% afirmaram possuir curso de mestrado. Pode-se observar que o gênero masculino é predominante em qualquer cidade sede de realização do evento, contudo, os eventos sediados no Rio de Janeiro apresentaram um percentual maior desse gênero comparado com as demais cidades (75,1%, contra 50,7% dos eventos ocorridos em São Paulo e 60,7% nas demais localidades). Cabe ressaltar, que dos 11 eventos realizados no Rio de Janeiro 4 são do segmento "tecnologia e meio ambiente", cujo percentual de participantes do gênero masculino é bastante elevado (81,7%), segundo os dados da análise por segmento.

Por meio da comparação dos eventos sediados na cidade do "Rio de Janeiro", "São Paulo" e "outras cidades", pode-se observar que o perfil dos turistas entrevistados nos eventos sediados em "São Paulo" foi bem diferente dos demais. A maioria dos entrevistados é solteiro (51%), com faixa etária de 18 a 24 anos (31%), com nível de ensino superior (45,4%) e faixa de renda comparativamente baixa, até US$ 1.000,00 (17,3%).

Os eventos sediados em "São Paulo" foram os que apresentaram maior média de número de pernoites no total da viagem (8,79 contra 6,07 no Rio de Janeiro e 6,26 nas demais cidades). Essa é uma questão que, provavelmente, está diretamente relacionada com a programação do evento realizado.

A tabela abaixo apresenta os resultados do perfil do turista por cidade pesquisada:

	Rio de Janeiro		São Paulo		Outras cidades	
	%	Resposta	%	Resposta	%	Resposta
Gênero	75,1	masculino	50,7	masculino	60,7	masculino
Estado civil	61,6	casado	51	solteiro	64,8	casado
Faixa etária	29,8	34 a 44	31	18 a 24	30,5	35 a 44
Grau de instrução	33,2	mestrado	45,4	ensino superior	29,4	especialização/pós-graduaçao
Ocupação principal	32,7	emprego no setor público	32,2	emprego no setor público	36,5	emprego no setor privado
Faixa de renda mensal	16,9	US$ 4.001 a US$ 6.000	17,3	Até US$ 1.000	15	US$ 2.001 a US$ 3.000

Dos eventos realizados e pesquisados em “São Paulo” 68,9% deles foram realizados em hotéis, motivo pelo qual 59,7% dos entrevistados não utilizaram nenhum tipo de transporte para chegar até o local de realização dos eventos, isto é, foram a pé ou estavam hospedados no próprio hotel.

Nos eventos realizados no “Rio de Janeiro” e em “outras cidades”, o meio de transporte mais utilizado pelos turistas para chegar ao evento foi o *transfer* (36,8% e 42,8%, nesta ordem), disponibilizado pela organização do próprio evento.

A internet foi a principal fonte de informação de serviços e produtos turísticos para 43,0% dos entrevistados que participaram dos eventos sediados no “Rio de Janeiro”. Já para os entrevistados dos eventos sediados em “São Paulo” (66,10%) e em “outras cidades” (35,10%), o organizador do evento no Brasil foi a principal fonte de informação.

INDICE DAS TABELAS:

Tabela 1: País de residência 92
Tabela 2: Primeira visita ao Brasil 93
Tabela 3: Primeira visita a cidade sede 93
Tabela 4: Gênero 93
Tabela 5: Estado Civil 93
Tabela 6: Faixa etária 93
Tabela 7: Grau de instrução / nível de formação escolar (o último completo) 93
Tabela 8: Ocupação principal 94
Tabela 9: Faixa de renda mensal (US$) 94
Tabela 10: Meio de transporte aeroporto x hospedagem 94
Tabela 11: Tipo de hospedagem 95
Tabela 12: Pernoites no total desta viagem 95
Tabela 13: Permanência de dias adicionais na cidade sede do evento além dos dias de sua realização 95
Tabela 14: Quantos dias 95
Tabela 15: Permanência de dias adicionais na em outras cidades brasileiras 95
Tabela 16: Quantos dias 95
Tabela 17: Principal motivo de permanência adicional no Brasil 96
Tabela 18: Quem o(a) acompanhou nesta viagem 96
Tabela 19: A imagem em relação à cidade sede do evento após essa viagem 96
Tabela 20: A intenção de retorno à cidade sede do evento 96
Tabela 21: A intenção de retorno ao Brasil 96
Tabela 22: Principais motivos de retornar ao Brasil 97
Tabela 23: Dentro de quanto tempo 97
Tabela 24: Meio de transporte utilizado para chegar ao evento 97
Tabela 25: Avaliação deste evento em comparação a outros eventos do mesmo tipo / porte 97
Tabela 26: O fato do evento ter sido realizado no Brasil influenciou a sua vinda 98
Tabela 27: Organização da viagem 98
Tabela 28: Recebeu informações detalhadas de serviços/produtos turísticos antes do evento? 98
Tabela 29: Fonte das informações 98
Tabela 30: Pretende comprar produtos/serviços turísticos no Brasil 98
Tabela 31: Obteve algum tipo de benefício (desconto/gratuidade) para participar do evento 99
Tabela 32: Quem concedeu o benefício 99
Tabela 33: Valor diário, individual (US$), por tipo de gasto durante a viagem ao Brasil 99
Tabela 34: Atividades pessoais realizadas 100
Tabela 35: Principais itens adquiridos no Brasil 100

1.1 – Perfil do turista

Tabela 1: País de residência

País de Residência	RJ
Cuba	0,02%
Romênia	0,06%
Irlanda	0,06%
República Tcheca	0,10%
Taiwan	0,12%
Grécia	0,15%
Georgia	0,20%
Costa Rica	0,23%
Finlândia	0,25%
Tailândia	0,26%
Irã	0,27%
Bolívia	0,41%
Dinamarca	0,42%
Lituânia	0,43%
Noruega	0,49%
Venezuela	0,51%
Arábia Saudita	0,52%
Suécia	0,53%
Rússia	0,68%
Bulgária	0,73%
Áustria	0,74%
Portugal	0,80%
Israel	0,81%
Suiça	0,81%
Coréia do Sul	0,82%
Uruguai	0,99%
Polônia	1,07%
Nigéria	1,16%
Holanda	1,31%
Equador	1,32%
Africa do Sul	1,37%
Armênia	1,40%
Peru	1,48%
Turquia	1,56%
Nova Zelândia	1,83%
Espanha	2,03%
Itália	2,10%
Colombia	2,26%
India	2,63%
China	2,78%
Canadá	2,97%
México	2,99%
Chile	3,17%
Australia	3,24%
Inglaterra	4,12%
França	4,13%
Japão	5,36%
Argentina	5,74%
Alemanha	6,41%
EUA	14,96%
outros	11,19%

País de Residência	SP
Africa do Sul	0,9%
Irã	0,11%
República Dominicana	0,11%
Dinamarca	0,18%
Bulgária	0,18%
Rússia	0,18%
Taiwan	0,18%
Coréia do Sul	0,26%
Costa Rica	0,29%
Grécia	0,30%
Bolívia	0,34%
Suécia	0,34%
Noruega	0,41%
República Tcheca	0,41%
Georgia	0,52%
Áustria	0,54%
Croácia	0,55%
Marrocos	0,55%
Polônia	0,59%
Suiça	0,59%
Lituânia	0,66%
Finlândia	0,73%
Bangladesh	0,74%
China	0,74%
Nigéria	0,74%
Quênia	0,85%
Armênia	0,85%
Tunísia	0,96%
Turquia	0,96%
India	1,03%
Japão	1,08%
Romênia	1,14%
Colombia	1,30%
Uruguai	1,36%
Portugal	1,47%
Holanda	1,66%
Australia	1,70%
Nova Zelândia	1,94%
Itália	1,95%
França	1,96%
Equador	2,13%
Chile	2,27%
México	2,52%
Peru	4,23%
Alemanha	4,45%
Canadá	4,49%
Espanha	4,92%
Inglaterra	5,93%
EUA	11,12%
Argentina	11,41%
outros	15,14%

País de Residência	OUTRAS
Lituânia	0,19%
Angola	0,20%
Croácia	0,24%
Irã	0,25%
Noruega	0,26%
Grécia	0,29%
Tailândia	0,31%
Rússia	0,34%
República Tcheca	0,34%
Romênia	0,35%
Finlândia	0,38%
Kuwait	0,41%
Suiça	0,43%
Cuba	0,44%
Irlanda	0,46%
India	0,46%
Israel	0,48%
República Dominicana	0,56%
Nigéria	0,57%
Armênia	0,64%
Dinamarca	0,68%
Costa Rica	0,70%
Suécia	0,72%
Nova Zelândia	0,77%
Bolívia	0,88%
Africa do Sul	1,03%
Australia	1,03%
Turquia	1,03%
Polônia	1,27%
Áustria	1,33%
Holanda	1,43%
China	1,80%
Canadá	1,95%
Uruguai	1,97%
Itália	2,03%
Paraguai	2,08%
Portugal	2,33%
Alemanha	2,51%
Japão	2,89%
França	2,97%
Espanha	3,05%
Chile	3,36%
Venezuela	3,68%
Inglaterra	3,95%
México	4,55%
Colombia	4,77%
Equador	5,33%
Peru	5,64%
EUA	7,41%
Argentina	9,27%
outros	9,98%

Tabela 2: Primeira visita ao Brasil

	RJ	SP	OUTRAS
Sim	66,8%	73,3%	64,1%
Não	33,2%	26,7%	35,9%

Tabela 3: Primeira visita a cidade sede

	RJ	SP	OUTRAS
Sim	72,6%	82,0%	88,5%
Não	27,4%	18,0%	11,5%

Tabela 4: Gênero

	RJ	SP	OUTRAS
Masculino	75,1%	50,7%	60,7%
Feminino	24,9%	49,3%	39,3%

Tabela 5: Estado Civil

	RJ	SP	OUTRAS
Solteiro	31,6%	51,0%	28,6%
Casado	61,6%	41,6%	64,8%
Divorciado/Separado	5,7%	5,6%	5,6%
Viúvo	1,2%	1,9%	1,0%

Tabela 6: Faixa etária

	RJ	SP	OUTRAS
18 a 24	3,1%	31,0%	3,6%
25 a 34	25,5%	17,7%	22,8%
35 a 44	29,8%	19,5%	30,5%
45 a 54	27,7%	20,3%	26,4%
55 a 64	9,1%	9,6%	12,2%
65 anos ou mais	4,8%	1,9%	4,5%

Tabela 7: Grau de instrução / nível de formação escolar (o último completo)

	RJ	SP	OUTRAS
Ensino fundamental e médio	0,2%	0,2%	0,2%
Ensino médio	4,2%	4,0%	1,7%
Ensino Superior	18,2%	45,4%	23,4%
Especialização/Pós - Graduação	14,8%	16,2%	29,4%
Mestrado	33,2%	28,4%	19,7%
Doutorado	29,4%	5,8%	25,6%

Tabela 8: Ocupação principal

	RJ	SP	OUTRAS
Empresário (a)	16,1%	14,7%	12,0%
Emprego no setor privado	28,1%	21,7%	36,5%
Emprego no setor público	32,7%	32,2%	28,3%
Profissional liberal/autônomo	7,6%	5,2%	11,3%
Estudante	9,1%	22,1%	5,8%
Aposentado(a)/Pensionista	0,9%	0,2%	2,5%
Desempregado (a)	0,1%	0,2%	0,2%
Outros	5,4%	3,8%	3,4%

Tabela 9: Faixa de renda mensal (US$)

	RJ	SP	OUTRAS
Até 1.000	3,6%	17,3%	6,3%
de 1.001 a 2.000	9,2%	12,8%	11,6%
de 2.001 a 3.000	13,1%	11,5%	15,0%
de 3.001 a 4.000	12,2%	13,0%	12,9%
de 4.001 a 6.000	16,9%	11,5%	13,2%
de 6.001 a 8.000	14,8%	5,0%	12,4%
de 8.001 a 10.000	9,5%	5,4%	8,4%
Acima de 10.001	10,0%	5,8%	7,1%
Não possui renda	1,1%	12,9%	0,6%
Não informou	9,7%	4,8%	12,6%

1.2 – Informação sobre a viagem

Tabela 10: Meio de transporte aeroporto x hospedagem

	RJ	SP	OUTRAS
Traslado do evento	28,6%	35,3%	45,2%
Carro particular	3,2%	3,1%	2,9%
Táxi	61,8%	49,0%	35,8%
Carro alugado	1,3%	1,2%	7,7%
Transporte público (táxi, ônibus, metrô)	3,8%	8,4%	4,3%
Outros	1,2%	2,9%	4,1%

Tabela 11: Tipo de hospedagem

	RJ	SP	OUTRAS
Hotel	94,4%	93,8%	97,1%
Flat	1,1%	1,0%	0,3%
Casa própria	0,2%	0,0%	0,1%
Casa alugada	0,6%	0,2%	0,2%
Casa de amigos/parentes	3,1%	1,8%	1,0%
Pousada	0,0%	0,0%	1,2%
Outros	0,5%	3,2%	0,1%

Tabela 12: Pernoites no total desta viagem

	RJ	SP	OUTRAS
Dias	6,07	8,79	6,26

Tabela 13: Permanência de dias adicionais na cidade sede do evento além dos dias de sua realização

	RJ	SP	OUTRAS
Sim, antes do evento	27,6%	18,8%	17,1%
Sim, depois do evento	17,9%	22,7%	17,7%
Não	54,5%	58,5%	65,2%

Resposta múltipla

Tabela 14: Quantos dias

	RJ	SP	OUTRAS
Dias	2,942	2,840	3,010

Tabela 15: Permanência de dias adicionais na em outras cidades brasileiras

	RJ	SP	OUTRAS
Sim, antes do evento	5,6%	12,3%	12,9%
Sim, depois do evento	12,1%	26,2%	21,6%
Não	82,3%	61,5%	65,5%

Resposta múltipla

Tabela 16: Quantos dias

	RJ	SP	OUTRAS
Dias	4,630	4,020	4,180

Tabela 17: Principal motivo de permanência adicional no Brasil

	RJ	SP	OUTRAS
Negócios	35,90%	20,69%	23,08%
Atividades Pessoais	9,91%	3,50%	7,14%
Visita a amigos e parentes	4,09%	3,29%	6,47%
Lazer	65,20%	77,77%	62,45%
Outros	4,31%	2,19%	9,39%

Resposta múltipla

Tabela 18: Quem o(a) acompanhou nesta viagem

	RJ	SP	OUTRAS
Viajou só	64,9%	76,5%	59,9%
Cônjuge/Namorado(a)	13,9%	6,9%	20,4%
Filhos e parentes	3,0%	0,6%	3,2%
Sem filhos, mas com parentes	1,7%	0,1%	1,3%
Outros	16,5%	15,9%	15,3%

Tabela 19: A imagem em relação à cidade sede do evento após essa viagem

	RJ	SP	OUTRAS
Melhorou	51,5%	37,8%	41,9%
Piorou	2,6%	3,9%	5,6%
Permaneceu a mesma(+)	37,7%	35,1%	31,6%
Permaneceu a mesma(-)	3,7%	8,9%	5,3%
Não sabe	4,5%	14,2%	15,7%

Tabela 20: A intenção de retorno à cidade sede do evento

	RJ	SP	OUTRAS
Sim	89,8%	64,3%	66,2%
Não	10,2%	35,7%	33,8%

Tabela 21: A intenção de retorno ao Brasil

	RJ	SP	OUTRAS
Sim	93,5%	93,9%	91,7%
Não	6,5%	6,1%	8,3%

Tabela 22: Principais motivos de retornar ao Brasil

	RJ	SP	OUTRAS
Negócios	33,7%	40,8%	23,0%
Atividades pessoais	13,4%	6,1%	12,6%
Visita a amigos/parentes	5,8%	6,2%	5,8%
Lazer	79,8%	75,5%	72,8%
Outros	1,6%	2,6%	6,1%

Resposta múltipla

Tabela 23: Dentro de quanto tempo

	RJ	SP	OUTRAS
0-6 meses	21,6%	5,6%	10,5%
6-12 meses	14,1%	11,0%	10,8%
12-24 meses	20,7%	29,5%	17,9%
Não sabe	37,7%	36,5%	47,1%
mais de 24 meses	5,9%	17,4%	13,7%

1.3 – Avaliação do evento

Tabela 24: Meio de transporte utilizado para chegar ao evento

	RJ	SP	OUTRAS
Transfer oficial do evento	36,8%	13,9%	42,8%
Táxi	32,0%	19,4%	25,0%
Carro particular	3,0%	2,0%	2,8%
Carro alugado	1,2%	1,8%	6,8%
Transporte público	3,5%	3,2%	3,2%
Não uitlizou	23,5%	59,7%	19,5%

Tabela 25: Avaliação deste evento em comparação a outros eventos do mesmo tipo / porte

	RJ	SP	OUTRAS
Melhor	25,1%	26,7%	23,0%
Igual	49,1%	41,5%	38,0%
Pior	9,3%	8,6%	17,6%
Não sabe	16,6%	23,2%	21,4%

Tabela 26: O fato do evento ter sido realizado no Brasil influenciou a sua vinda

	RJ	SP	OUTRAS
Sim	49,9%	62,6%	63,3%
Não	50,1%	37,4%	36,7%

1.4 – Gastos de viagem

Tabela 27: Organização da viagem

	RJ	SP	OUTRAS
Sem pacote, eu mesmo(a) organizei	40,1%	35,1%	30,3%
Agência de viagens	35,0%	14,3%	39,6%
Empresa onde trabalha	20,5%	29,3%	15,0%
Cortesia, prêmio, convite	2,5%	4,4%	7,5%
Outra condição especial	1,9%	16,8%	7,5%

Tabela 28: Recebeu informações detalhadas de serviços/produtos turísticos antes do evento?

	RJ	SP	OUTRAS
Sim	60,6%	55,3%	63,9%
Não	39,4%	44,7%	36,1%

Tabela 29: Fonte das informações

	RJ	SP	OUTRAS
Organizador do evento no Brasil	12,7%	66,1%	35,1%
Hotel	17,6%	1,5%	11,1%
Entidade internacional	11,0%	21,0%	6,2%
Parentes e amigos	12,8%	1,0%	2,8%
Agência de viagens	13,8%	3,2%	15,8%
Internet	43,0%	13,9%	31,6%
Outros	7,8%	2,1%	8,5%

Resposta múltipla

Tabela 30: Pretende comprar produtos/serviços turísticos no Brasil

	RJ	SP	OUTRAS
Sim	65,7%	42,0%	72,8%
Não	34,3%	58,0%	27,2%

Tabela 31: Obteve algum tipo de benefício (desconto/gratuidade) para participar do evento

	RJ	SP	OUTRAS
Sim	57,5%	38,6%	47,1%
Não	42,5%	61,4%	52,9%

Tabela 32: Quem concedeu o benefício

	RJ	SP	OUTRAS
Governo	9,6%	15,9%	10,2%
Entidade organizadora do evento	13,7%	48,6%	16,6%
Empresa onde trabalha	53,8%	14,3%	43,8%
Instituto de pesquisa/Universidade	22,0%	10,9%	12,3%
Outro	2,5%	12,9%	18,5%

Resposta múltipla

Tabela 33: Valor diário, individual (US$), por tipo de gasto durante a viagem ao Brasil

	RJ	SP	OUTRAS
	Média	Média	Média
Qual o valor individual (USD) dos seus gastos durante a viagem ao Brasil, com Hospedagem?	162,74	89,90	126,80
Com Inscrição no evento?	86,72	53,26	69,66
Com Alimentos e Bebidas (Bares e restaurantes)?	50,55	20,29	38,16
Com Compras de presentes em geral (Souvenirs, shopping)?	34,38	21,31	35,50
Com Transporte (gasto apenas no Brasil)?	0,38	13,68	24,52
Com Cultura e lazer, atrativos e passeios (teatros, cinemas, museus, shows)?	27,02	12,95	21,79
Com Telecomunicações (telefonia e internet)?	11,64	6,68	10,10
Com Outros gastos?	21,93	7,78	20,97
Total gasto por dia	395,35	225,85	347,49

1.5 – Lazer durante a viagem

Tabela 34: Atividades pessoais realizadas

	RJ	SP	OUTRAS
Compras e serviços pessoais	66,7%	46,0%	67,5%
Assistir e/ou participou de	14,5%	11,2%	12,2%
Exercício físico e prática desportiva	9,4%	5,2%	7,7%
Passeios turísticos, atividades culturais, recreativas...	35,4%	29,7%	47,6%
Visita a amigos e parentes	9,8%	7,2%	5,8%
Tratamentos voluntários de	6,7%	8,8%	4,0%
Outras	0,9%	1,6%	3,0%
Não realizou	20,2%	39,7%	14,0%

Resposta múltipla

Tabela 35: Principais itens adquiridos no Brasil

	RJ	SP	OUTRAS
souvenirs/artesanat	61,2%	42,5%	65,0%
Livros/revistas	12,8%	5,3%	11,6%
Jóias	12,9%	5,4%	9,0%
Antiguidades	1,5%	0,5%	3,4%
Roupas/calçados	34,4%	19,3%	26,4%
Brinquedos	7,0%	1,4%	7,5%
Artigos esportivos	4,6%	3,4%	3,3%
Eletrônicos	0,8%	0,3%	1,9%
Outros	2,7%	14,1%	10,5%
Nenhum	21,3%	35,8%	17,4%

Resposta múltipla

Anexo D – Gráficos da pesquisa com os organizadores dos eventos

Resultado consolidado - organizadores de eventos

Nesse relatório estão apresentados os resultados consolidados da pesquisa realizada com as empresas organizadoras dos eventos.

INDICE DOS GRÁFICOS:

Gráfico 1: Como se dá o processo decisório 104
Gráfico 2: Que tipo de benefício com reconhecimento sua entidade apurou neste evento? 104
Gráfico 4: O evento financeiramente apurou resultado 105
Gráfico 5: Sua entidade contratou uma organizadora de eventos? 105
Gráfico 6: Como foi considerado o serviço da organizadora de eventos? 105
Gráfico 7: Recomenda que outras entidades tenham o Brasil como sede de seu próximo evento? 106
Gráfico 8: Receita e custo estimado para realização deste evento (US$) 106

Gráfico 1: Como se dá o processo decisório

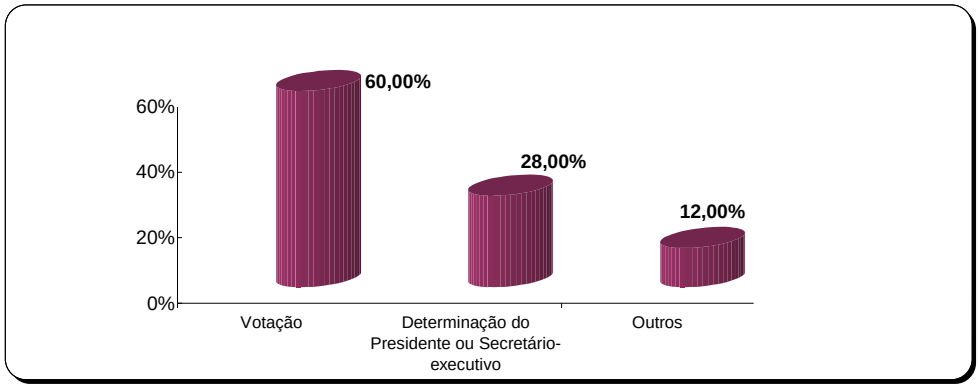
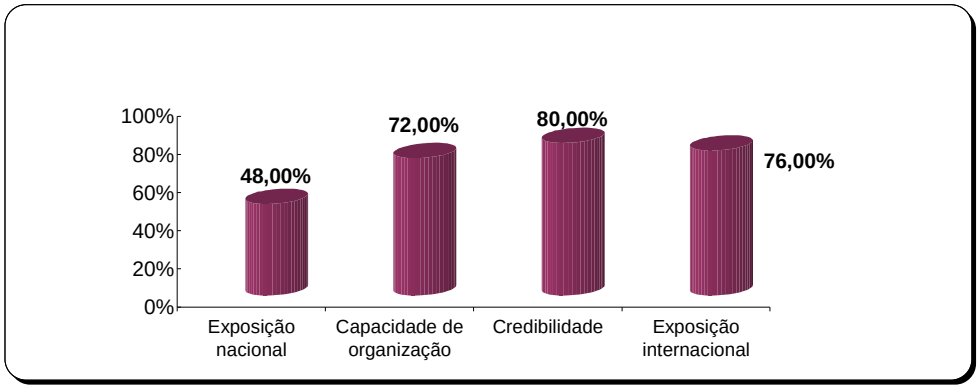
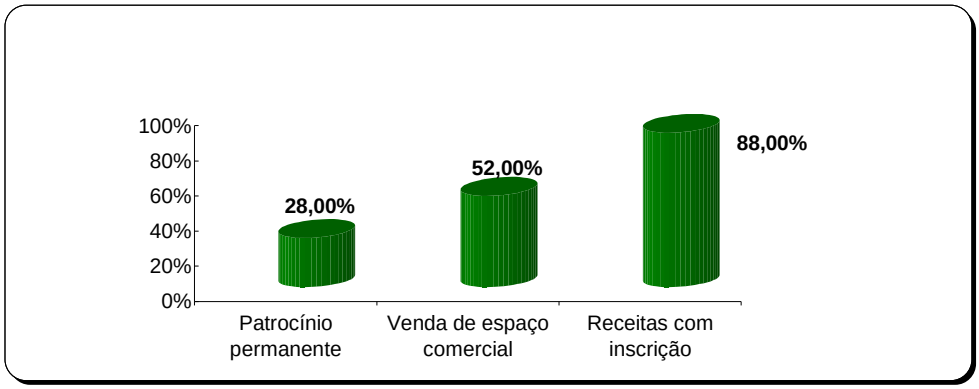


Gráfico 2: Que tipo de benefício com reconhecimento sua entidade apurou neste evento?



Resposta múltipla

Gráfico 3: Que tipo de benefício financeiro sua entidade apurou neste evento?



Resposta múltipla

Gráfico 4: O evento financeiramente apurou resultado

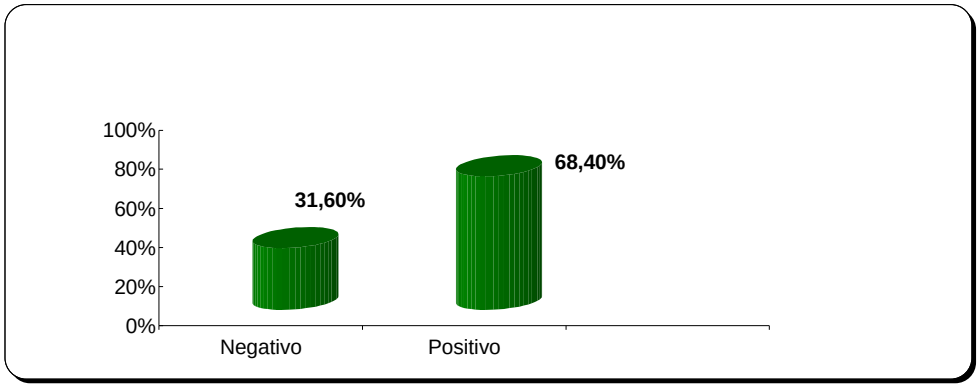


Gráfico 5: Sua entidade contratou uma organizadora de eventos?

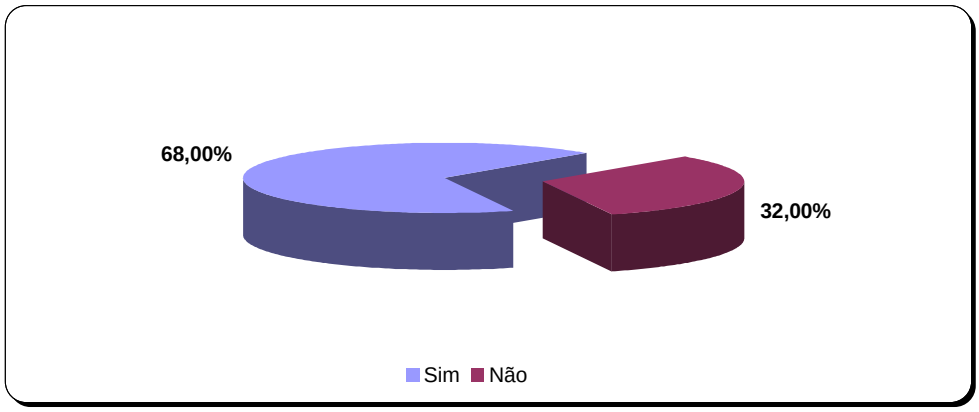


Gráfico 6: Como foi considerado o serviço da organizadora de eventos?

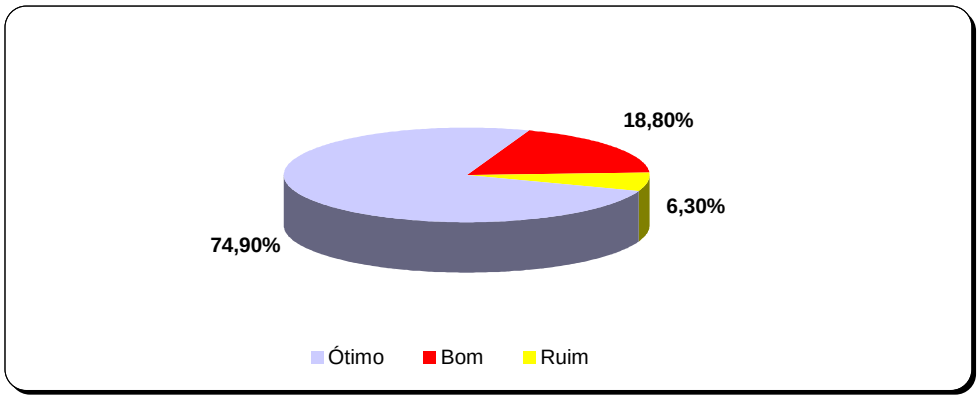


Gráfico 7: Recomenda que outras entidades tenham o Brasil como sede de seu próximo evento?

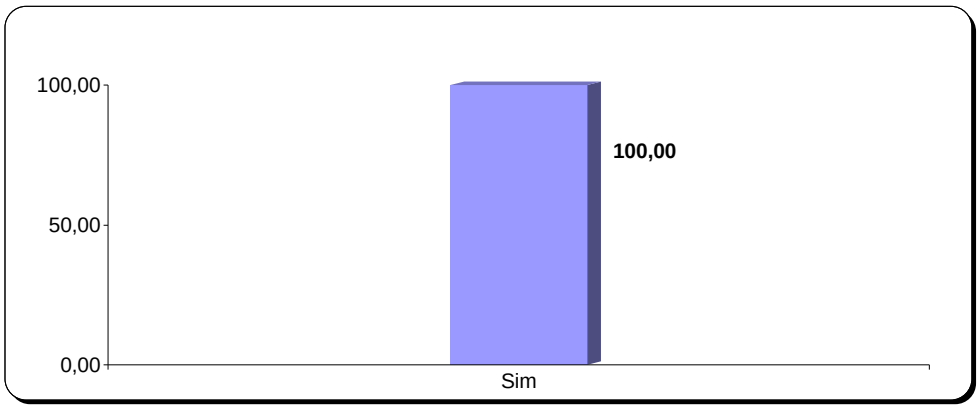
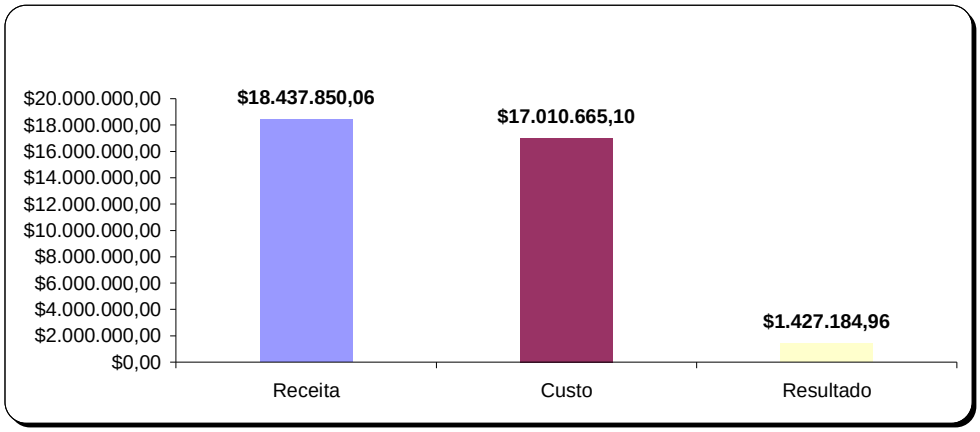



Gráfico 8: Receita e custo estimado para realização deste evento (US$)