

JUL 2023

Estudo de Impacto Econômico: São João de Maceió 2023



Foto: Secom Maceió



Responsável Técnico

Manoel Joaquim de Arruda Neto
Economista (CORECON n. 1.024).

Pesquisador

Rodrigo Medeiros
Economista

Revisão e Edição

Micaelle Morais
Editora-chefe



Sumário

p.4 — Introdução

p.5 — Objetivo

p.6 — Metodologia

p.9 — Resultados e discussões

p.16 — Conclusão

p.17 — Apêndice

Introdução

A grande importância econômica do turismo para a região Nordeste do Brasil já é um fato amplamente reconhecido na academia e entre os participantes desta cadeia produtiva.

A participação do turismo no Produto Interno Bruto – PIB da região é de 2,8%, enquanto no Brasil, em sua totalidade, é de 2,3%¹, evidenciando que as atividades econômicas ligadas a este segmento detêm uma importância superior no Nordeste, comparada a outras regiões brasileiras.

Cabe destacar a relevância econômica dos festejos juninos que, para o Nordeste, em especial, têm-se Caruaru e Campina Grande como os principais destinos, conforme destacado pelo Ministério do Turismo².

Maceió tem buscado exercer uma política forte de atração de turistas nos últimos anos, com resultados confirmados por notícias como a do ranking elaborado pela empresa Decolar³, que apresenta Maceió como o destino mais procurado do Nordeste, em dezembro de 2022. Fato corroborado pela operadora de turismo CVC⁴ em março de 2023.

A adoção do turismo de eventos para solucionar problemas de sazonalidade turística e busca por potencializar os resultados econômicos de uma localidade é uma proposta que apresenta respaldo técnico e acadêmico⁵, sendo estes os objetivos estratégicos do evento São João Massayó.

¹ SOUZA, P. I. A. de. (2014). Setor de turismo, desenvolvimento econômico e desigualdade de renda: um estudo para a região Nordeste do Brasil a partir da matriz insumo-produto inter-regional. PIMES/UFPE (Tese de doutorado).

² <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/festejos-de-sao-joao-movimentam-economia-em-varios-estados>.

³ <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/maceio-se-torna-o-destino-mais-procurado-do-nordeste-para-janeiro>.

⁴ <https://g1.globo.com/al/alagoas/especial-publicitario/secom-secretaria-de-comunicacao-social/juntos-por-uma-alagoas-de-todos/noticia/2023/03/20/cvc-maceio-e-o-destino-brasileiro-mais-buscado-no-verao.ghtml>

⁵ COUTINHO; COUTINHO. TURISMO DE EVENTOS COMO ALTERNATIVA PARA O PROBLEMA DA SAZONALIDADE TURÍSTICA. Revista Eletrônica Aboré - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo Edição 03/2007.

Objetivo

O presente estudo busca mensurar o impacto econômico do evento São João Massayó 2023 e avaliar a satisfação do público.

O documento segue então, por uma apresentação da metodologia, resultados e discussões e conclui com o resumo dos resultados aferidos, acrescentando ainda, um apêndice contendo resultados de testes e medidas estatísticas utilizados no estudo.

Metodologia

A pesquisa teve sua metodologia dividida em três partes: (i) análise dos gastos do público, (ii) uso de modelo de matriz insumo-produto e (iii) avaliação da satisfação por comparação entre grupos de participantes do evento.

O estudo fez uso dos dados obtidos a partir de pesquisa aplicada por meio de questionários com o público do evento, cujo resultados foram apresentados no documento “Relatório Parcial: Dados e narrativas do São João de Maceió 2023”.

Os dados foram divididos em dois grupos, morador e visitante, conforme abordagem acadêmica sugere⁷. Em seguida, foram classificados quatro tipos de gastos relacionados ao evento: (1) gastos com transporte, (2) gastos com roupas e acessórios, (3) gastos com embelezamentos e (4) gastos com alimentação.

A partir da definição das categorias de gastos e dados da pesquisa, foram mensurados os tickets que representam uma generalização do consumo do público na participação do evento e calculado o gasto total dos participantes por meio da fórmula abaixo:

$$\text{Gasto Total} = \text{ticket do gasto}_i \times \text{público com intenção de gasto}$$

Onde:

i = categoria de gasto;

Público com intenção de gasto = Público do evento x percentual de público com intenção de gasto.

⁷ STYNES, D. J. The economic impacts of tourism. Michigan State University, Mimeo. 1999.

Metodologia

A partir da mensuração dos gastos, o cálculo do impacto econômico de atividades ligadas ao turismo é realizado por meio da implementação de contas satélites ou pelo modelo de matriz insumo-produto⁸. Não há para a cidade de Maceió e nem para o Estado de Alagoas, uma conta satélite que atenda a necessidade do presente estudo, desta forma, optou-se pela realização da análise por meio do uso de matriz insumo-produto.

A matriz insumo-produto apresenta como os insumos são direcionados entre diversos setores na geração da produção total e como a produção é destinada ao atendimento da demanda final (consumo das famílias, investimento, gasto do governo e exportações).

Análise de impacto econômico pode ser obtida pela avaliação da produção gerada em um setor específico ou no conjunto de setores de uma economia, a partir da elevação da demanda final por produtos de determinado setor ou setores, sendo este resultado entendido como o multiplicador de produção. Ou seja, o aumento da demanda final, representada pelo maior consumo de bens e serviços ligados ao evento estudado, gera um efeito de aumento na produção local.

O resultado do multiplicador total da produção capta os efeitos diretos, indiretos e induzidos da variação na demanda final de determinado setor. Uma forma de explicar os três tipos de impactos econômicos provenientes de eventos é pela conceituação dos efeitos.

O primeiro é o impacto direto, que pode ser entendido como efeito do consumo do público do evento, de produtos diretamente relacionados a participação na festividade. Já o impacto indireto, pode ser entendido como as compras das empresas que ofertam diretamente bens e serviços ao público do evento, sendo estas compras aos fornecedores destas empresas, componentes da cadeia de suprimento de eventos.

⁸STYNES, D. J. The economic impacts of tourism. Michigan State University, Mimeo. 1999.

Metodologia

Por fim, existe ainda o efeito induzido, que é o impacto de todos os bens e serviços que são consumidos pelos participantes da cadeia de eventos, por meio das remunerações recebidas (salários, aluguéis, tributos e juros).

Desta forma, o presente estudo utiliza os coeficientes dos multiplicadores da produção⁹ aferidos pelo método Inter-regional Input-Output Adjustment System – IIOAS¹⁰, meio que possibilita a divisão da participação estadual na Matriz de Insumo Produto nacional, aferindo os resultados das medidas específicas para Alagoas.

A efetiva mensuração dos impactos econômicos requereu a compatibilização das categorias de gastos com as atividades econômicas listadas na matriz de insumo-produto, sendo selecionada os seguintes grupos¹¹:

- 1.Comércio por atacado e a varejo, exceto veículos automotores;
- 2.Transportes terrestres;
- 3.Alimentação;
- 4.Organizações associativas e outros serviços pessoais.

O terceiro passo metodológico deu-se pela avaliação da satisfação do público participante, utilizando as notas obtidas por meio da pesquisa com questionário anteriormente citada¹². A avaliação da satisfação consistiu em aferir qual foi o nível de satisfação do público do evento e se há distinção neste nível de satisfação entre moradores e visitantes ou diferença na satisfação por nível de renda.

⁹ Os multiplicadores de produção revelam os impactos diretos e indiretos na produção, necessários para atender a variação em uma unidade monetária na demanda final de cada setor em cada estado. Para o cômputo dos referidos multiplicadores, é necessária a construção da matriz inversa de Leontief.

¹⁰ Haddad, E. A., Gonçalves Jr, C.A., Nascimento, T. B. (2017). Matriz Interestadual de Insumo-Produto para o Brasil: Uma Aplicação do Método IIOAS. Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos (RBERU), v. 11, n. 4, pp. 424-446.

¹¹ Os grupos são compatíveis as categorias de gastos com roupas e acessórios; transporte, alimentação e embelezamento.

¹² Relatório Parcial: Dados e narrativas do São João de Maceió 2023. Mercatus. Julho/2023.

Resultados e Discussões

Seguindo a proposta metodológica apresentada, foram avaliados os dados dos gastos do público, executando uma limpeza de dados com erros de digitação e inadequação de valores não correspondentes a realidade do evento, que poderiam distorcer o resultado real da pesquisa, sendo-os descritos no apêndice A1.

A abordagem comumente utilizada elenca o ticket “médio” como a métrica representativa de consumo a ser generalizada para a população do evento. No entanto, foi observado que os dados não seguem uma distribuição normal, o que invalida o uso da média como medida de tendência central adequada. Esta constatação é sugerida no quadro 1, onde os dados distribuídos não seguem o formato de uma curva Gaussiana e confirmada a partir do resultado do teste de normalidade de Shapiro-Wilk (apêndice A2).

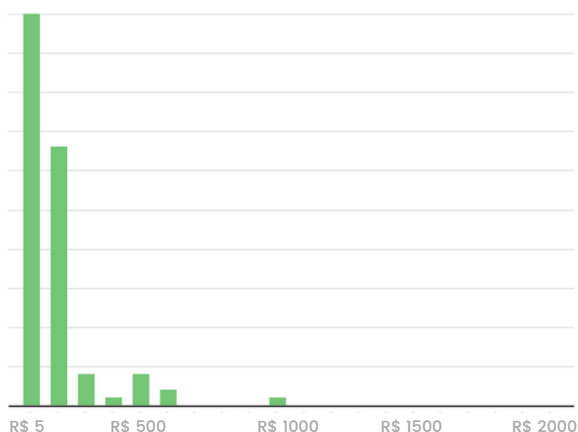
Quadro 1: Histogramas dos dados de gastos do público do evento.



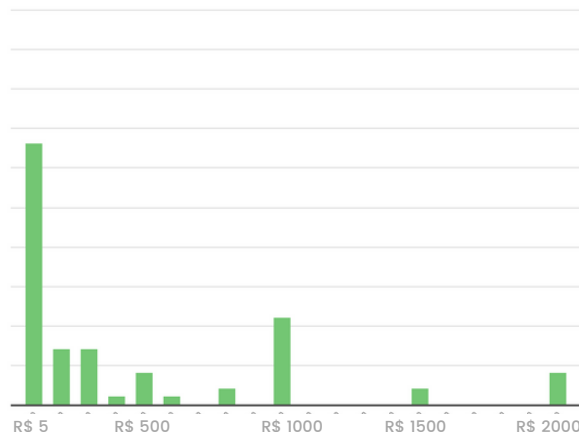
Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

Alimentação

Morador



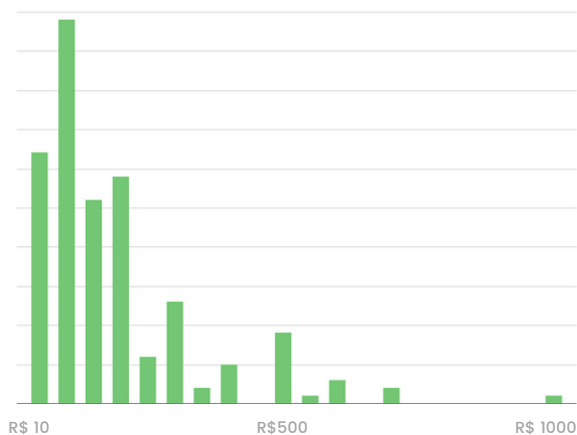
Visitante



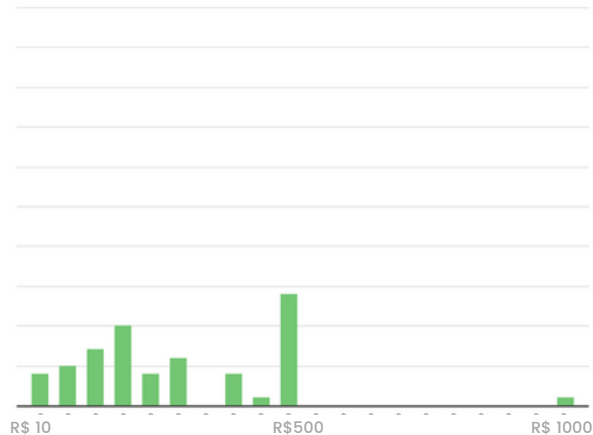
Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

Roupas e Acessórios

Morador



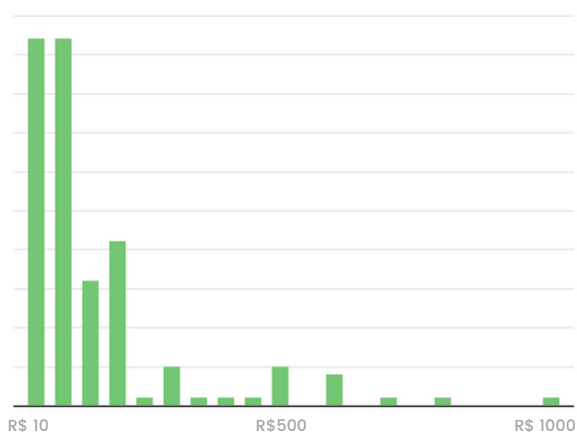
Visitante



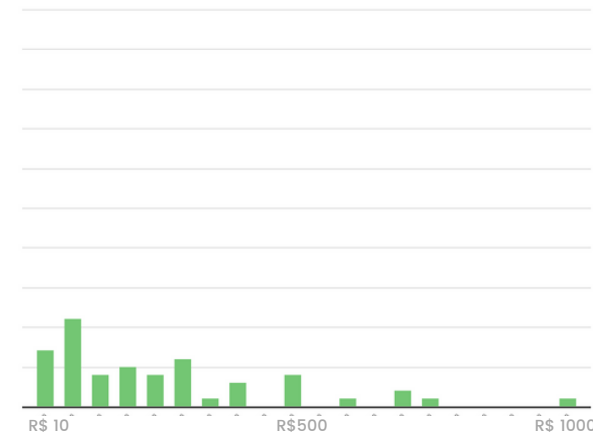
Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

Beleza

Morador



Visitante



Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

Considerando o resultado do teste mencionado acima, optou-se pelo estabelecimento do ticket mediano, por ser uma medida aceita quando tratamos dados não paramétricos. O resultado é apresentado na tabela 1.

Tabela 1. Gasto mediano por pessoa em um dia de evento.

TICKET - MEDIANO		
Variável	Morador	Visitante
Transporte	R\$9,00	R\$60,00
Alimentação	R\$50,00	R\$150,00
Roupas e Acessórios	R\$100,00	R\$200,00
Beleza	R\$50,00	R\$150,00

Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

O público do evento foi definido seguindo a média de público do ano anterior multiplicado pela quantidade de dias de evento¹³. Por se tratar de um evento público e distribuído em vários bairros na cidade, existe a possibilidade de ida ao evento sem realização de consumo dos produtos pesquisados, de modo que se faz necessária a mensuração da intenção do gasto, conforme detalhado na tabela 2.

¹³Público do São João Massayó 2022 foi de 1 milhão de pessoas em 12 dias, obtendo uma média de 83 mil pessoas por dia de evento, onde maior público foi em Jaraguá com 100 mil pessoas.
<https://www.2refresh.com.br/2022/07/sao-joao-de-milhoes-1-milhao-de-pessoas-curtem-os-festejos-em-maceio-que-contou-com-estrutura-inedita>
<https://maceio.al.gov.br/noticias/fmac/festa-em-jaragua-bate-recorde-e-alcanca-publico-de-100-mil-pessoas-na-noite-de-sao-joao>.

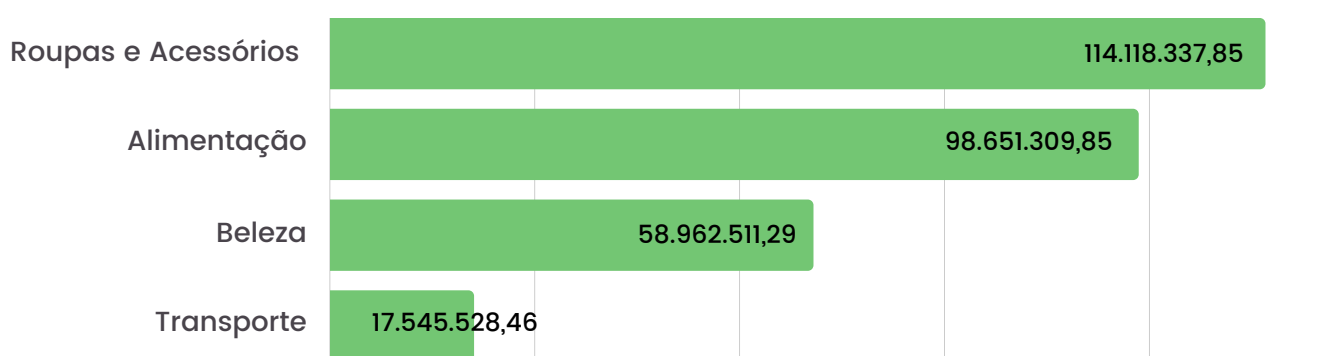
Tabela 2. Percentual do público com intenção de gastos por categoria.

Tipo de Gasto	Morador	Visitante
Transporte	43%	65%
Alimentação	78%	92%
Vestuário	48%	73%
Beleza	41%	64%

Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

A partir do ticket mediano e do público com intenção de gasto, foi obtido o impacto direto do evento por categoria de gasto e apresentado no gráfico 1, onde é revelada uma maior importância das atividades de comércio de roupas e acessórios e de alimentação.

Gráfico 1. Impacto econômico direto dos gastos no evento, em reais.

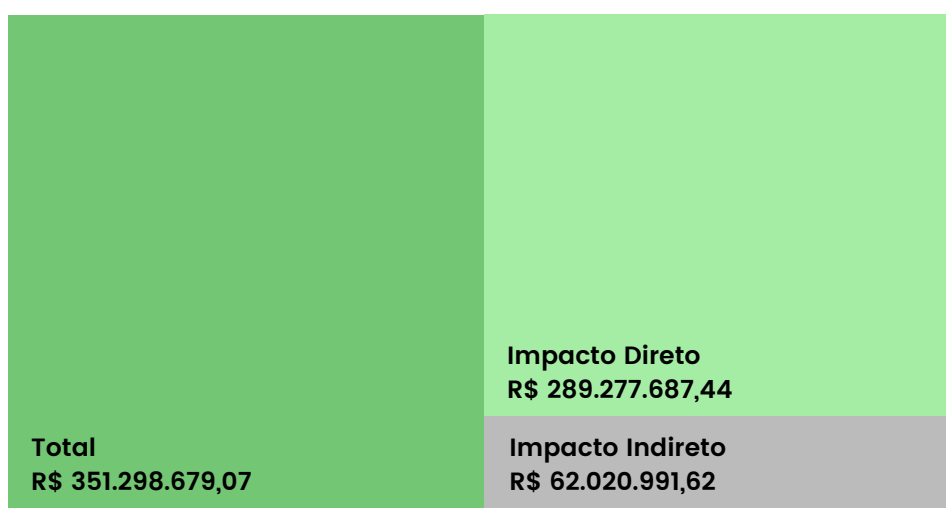


Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

Os efeitos diretos foram apresentados no gráfico anterior, os demais efeitos foram aferidos por meio da realização dos choques na demanda final na matriz insumo-produto, já discutida na metodologia.

Os resultados dos impactos econômicos do evento sob a perspectiva da produção são de R\$ 289 milhões de impacto direto, mais R\$ 62 milhões de impacto indireto, totalizando um impacto de R\$ 351 milhões de movimentação econômica provocada pelo evento (gráfico 2).

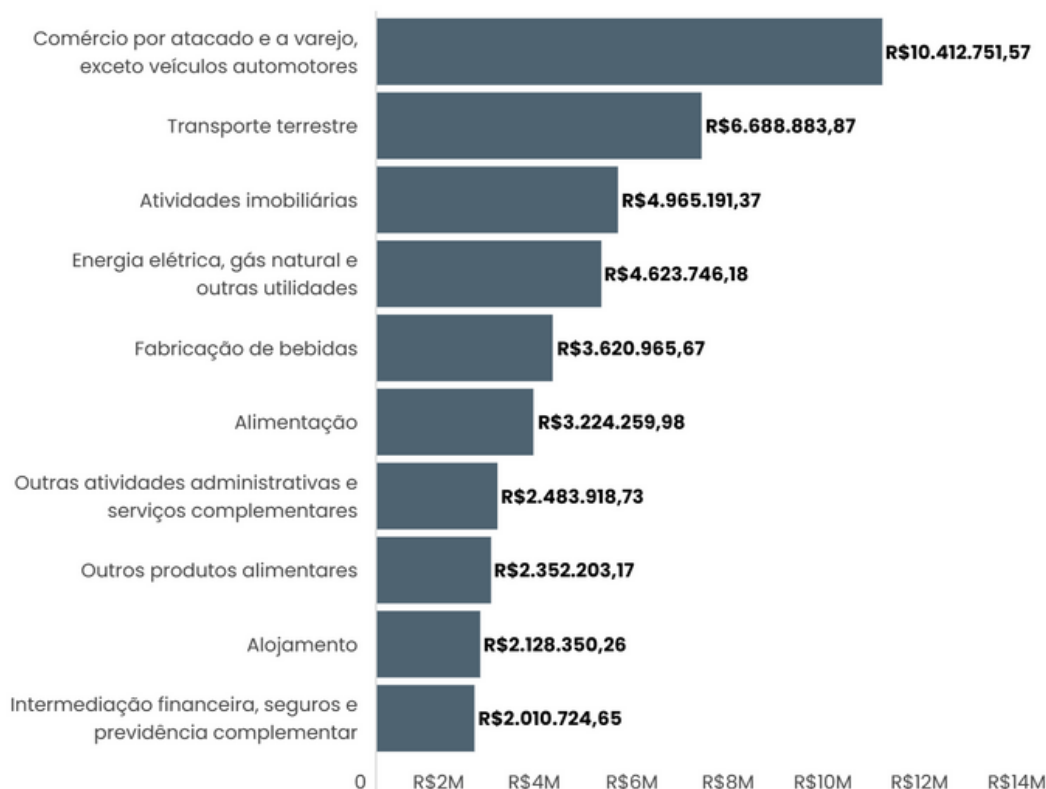
Gráfico 2. Impacto econômico gerado pelo evento São João Massayó 2023.



Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

Os efeitos econômicos indiretos da realização do evento foram espalhados entre diversas atividades econômicas, apresentando um efeito multiplicador de 1,21 na economia, ou seja, cada R\$ 1,00 gasto pelo público movimentou R\$ 1,21 na economia local. Os principais setores impactados de forma secundária pelo evento são destacados no gráfico 3.

Gráfico 3. Os 10 setores econômicos com maiores impactos indiretos do São João Massayó 2023.



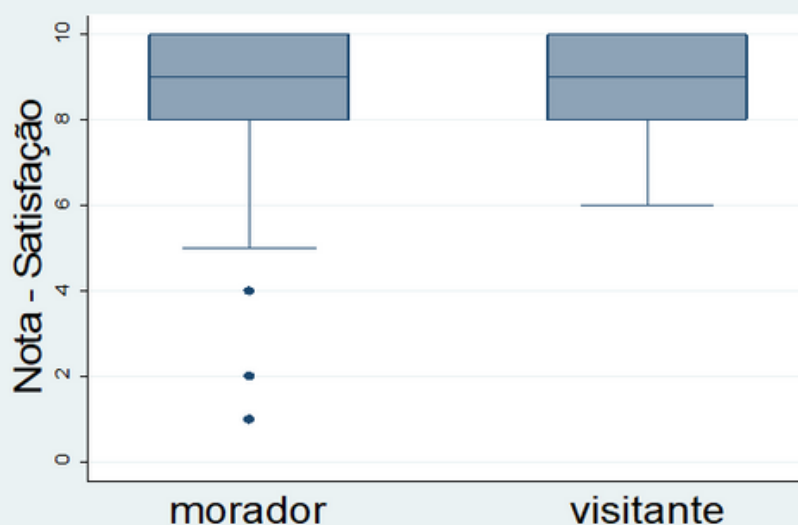
Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

Além do impacto econômico gerado pelo evento, a pesquisa avaliou a satisfação do público com o festejo, sendo dados analisados por duas perspectivas. A primeira trata dos grupos moradores e visitantes. Já a segunda trata dos grupos por quatro níveis de renda: (1) até R\$ 2,9 mil; (2) entre R\$ 2,9 mil e R\$ 7,1 mil; (3) entre R\$ 7,1 mil e 22 mil; e (4) acima de R\$ 22 mil.

Considerando a não normalidade dos dados, conforme resultados nos apêndices A3 e A4, foram analisadas diferenças entre os grupos acima mencionados.

O gráfico 4 sugere que não há diferença entre o nível de satisfação de moradores e visitantes (resultado confirmado pelo teste Mann-Whitney - apêndice A5). Os grupos apresentaram uma nota mediana de satisfação 9, sendo este valor elevado considerando a escala de 1 a 10.

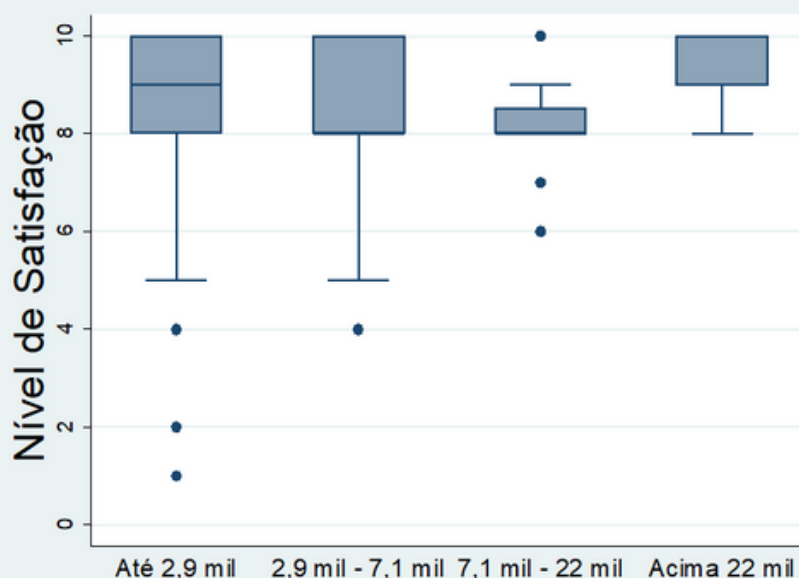
Gráfico 4. Box-plot das notas de satisfação dos grupos (morador e visitante)



Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

A segunda avaliação do nível de satisfação tratou da questão sob o prisma do agrupamento por renda. Neste sentido, foi observado a existência de diferença entre os grupos, onde houve uma maior satisfação do grupo com menor renda, conforme sugerido no gráfico 5 (resultado confirmado pelo teste Kruskal-Wallis – Apêndice A6).

Gráfico 5. Box-plot das notas de satisfação dos grupos (divisão por renda)



Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

Conclusão

O evento São João Massayó 2023 teve um impacto econômico da ordem de R\$ 351 milhões, sendo R\$ 289 milhões de impacto direto e R\$ 62 milhões de impacto indireto, gerando um efeito multiplicador de 1,21 na economia local.

O estudo mensurou ainda que não há diferenças estatísticas significativas entre os grupos de participantes do evento que são moradores e participantes que são visitantes, havendo assim, o mesmo nível de divertimento para os dois grupos.

No entanto, apesar do elevado nível de satisfação observado pelos dados da pesquisa em todos os níveis de renda, há um nível de satisfação maior para o público com menor renda.



Foto: Secom Maceió

Apêndice A – Medidas e Testes Estatísticos

Fonte: Dados da pesquisa com questionários. Elaboração: Equipe técnica Mercatus.

Apêndice A1 – Estatísticas descritivas do conjunto de dados.

Grupo	Variável	Observações	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo	Mediana
Morador	Transporte	267	14,46	22,09	0	200,00	9,00
	Alimentação	337	77,16	98,73	0	1.000,00	50,00
	Roupas e Acessórios	233	139,42	158,23	0	1.000,00	100,00
	Beleza	223	101,29	150,93	0	1.000,00	50,00
Visitante	Transporte	53	118,23	111,56	0	300,00	60,00
	Alimentação	74	434,00	540,63	0	2.000,00	150,00
	Roupas e Acessórios	65	246,11	175,91	0	500,00	200,00
	Beleza	63	206,43	219,64	0	1.000,00	150,00

Apêndice A2 – Teste de normalidade de Shapiro-Wilk com tipos de gastos nos grupos morador e visitante

Shapiro-Wilk W test for normal data					
Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
transp_mor	267	0.71639	54.506	9.333	0.00000
alim_mor	337	0.61827	90.179	10.626	0.00000
vest_mor	233	0.84145	27.031	7.644	0.00000
beleza_mor	223	0.72392	45.293	8.822	0.00000
trans_vis	53	0.90596	4.631	3.280	0.00052
alim_vis	74	0.76812	14.933	5.898	0.00000
vest_vis	65	63	246,11	175,91	0.00000
beleza_vis	63	0.85485	8.205	4.550	0.00000

Apêndice A4 – Teste de normalidade de Shapiro-Wilk com nível de satisfação nos grupos de renda

Shapiro-Wilk W test for normal data					
Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
grupo_rend~1	345	0.85894	34.028	8.335	0.00000
grupo_rend~2	74	0.91954	5.181	3.589	0.00017
grupo_rend~3	20	0.97484	0.596	-1.044	0.85181
grupo_rend~4	5	0.97076	0.345	-1.176	0.88013

Apêndice A5 – Teste não paramétrico de Mann-Whitney para igualdade entre grupos (morador e visitante)

Two-sample Wilcoxon rank-sum (Mann-Whitney) test			
grupo_mor_~s	obs	rank sum	expected
morador	368	81255.5	82248
visitante	78	18425.5	17433
combined	446	99681	99681
unadjusted variance	1069224.00		
adjustment for ties	-114915.43		
adjusted variance	954308.57		
Ho: sa~r_vis(grupo_~s==morador) = sa~r_vis(grupo_~s==visitante)			
	z =	-1.016	
	Prob > z =	0.3096	

Apêndice A6 – Teste não paramétrico de Kruskal-Wallis para igualdade entre grupos (morador e visitante).

Kruskal-Wallis equality-of-populations rank test

grupo_renda	Obs	Rank Sum
Acima de R\$ 22 mil	5	1221.00
Até R\$ 2,9mil	345	81227.00
Entre R\$ 2,9 mil e R\$ 7,1 mil	74	13293.00
Entre R\$ 7,1 mil e R\$ 22 mil	20	3049.00

chi-squared = 17.870 with 3 d.f.

probability = 0.0005

chi-squared with ties = 19.991 with 3 d.f.

probability = 0.0002

Dúvidas?

Contato

Arthur Stuart
Diretor de
Negócios e Mídia
(82) 99119-3319

www.mercatusjornal.com.br
redacao@mercatusjornal.com.br
[@mercatusjornal](https://www.instagram.com/mercatusjornal)