



O PERFIL E OS IMPACTOS ECONÔMICOS DOS TURISTAS DO ROCK IN RIO 2015

Pesquisa realizada por:



Faculdade
de Turismo
e Hotelaria



OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO RIO DE JANEIRO DA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

O OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO RIO DE JANEIRO

O Observatório do Turismo do Estado do Rio de Janeiro é um núcleo de estudos e pesquisas da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense criado no início de 2010.

A criação do Observatório contou com o apoio financeiro da FAPERJ no seu início e é coordenado pelos professores Osiris Marques, João Evangelista Monteiro e Marcello Tomé, todos professores e pesquisadores do Departamento de Turismo da Universidade Federal Fluminense.

O principal foco de estudo do Observatório do Turismo da UFF é o monitoramento do turismo do Rio de Janeiro, gerando estudos e metodologias que sejam relevantes e amplamente aplicáveis tanto em nível nacional quanto internacional. Nossa atuação se configura através da produção e divulgação regular de informações e indicadores estatísticos do turismo, além da avaliação dos impactos econômicos dos grandes eventos.

Outros temas como competitividade dos destinos, avaliação e análise da cadeia produtiva do turismo e mercado de trabalho no setor fazem parte do portfólio de pesquisas realizadas pelo Observatório.

As pesquisas, estatísticas, indicadores e estudos produzidos são importantes para a orientação das políticas e planejamento do turismo nos municípios do Rio de Janeiro e nos demais municípios brasileiros, no intuito de maximizar os benefícios econômicos e sociais da atividade turística e de minimizar os seus impactos negativos.

Os diversos projetos realizados pelo Observatório contam com o apoio de diversas instituições, tanto públicas quanto privadas, numa interação necessária e importante para a disponibilização de estudos, pesquisas e análises em prol do desenvolvimento do turismo brasileiro.

METODOLOGIA

O principal objetivo desta pesquisa foi identificar o perfil e o impacto econômico dos turistas que vieram para o Rock in Rio 2015. Além disso, indagou-se sobre os principais aspectos da viagem ao Rio de Janeiro.

Para tanto, o levantamento foi realizado em pontos estratégicos no entorno do Rio Centro, na Cidade do Rock, como a entrada dos participantes ao evento próximo ao Centro de Convenções Rio Centro, nos dias 18, 19, 20, 24, 25, 26 e 27 de setembro.

Foram abordadas 3.690 pessoas, sendo 1.830 questionários válidos referentes a não residentes da região metropolitana do Rio de Janeiro e que permaneceram mais de 1 dia na cidade.

As questões presentes no questionário levantaram

informações socioeconômicas sobre esse turista e características sobre a viagem ao Rio de Janeiro, como principal motivação, quantos dias de permanência e meio de hospedagem utilizado.

A segunda parte do questionário dedicou-se a apurar sobre o impacto econômico, com perguntas relativas a gastos gerais e específicos da viagem. Na última seção, foi averiguado sobre a percepção do turista sobre alguns aspectos importantes do Rio de Janeiro, como hospitalidade, preços, locais de alimentação e limpeza urbana.

Participaram da pesquisa de campo os bolsistas do Observatório do Turismo do Rio de Janeiro da Universidade Federal Fluminense, além de alunos da graduação do Departamento de Turismo da Universidade Federal Fluminense.

SUMÁRIO

EXECUTIVO

O Rock In Rio, evento musical que teve seu início na cidade do Rio de Janeiro ficando conhecido mundialmente, com 13 edições realizadas e mais de 6 milhões de pessoas reunidas, é um dos festivais de música que atrai muitos fãs.

Criado no ano de 1985, o festival também teve edições em outras cidades do mundo, como Madri e Lisboa, ajudando a expandir sua marca.

Muito mais que um evento musical, se tornou conceituado ao abordar temas como sustentabilidade e responsabilidade socioambiental. No ano de 2015 o evento foi realizado nos dias 18, 19, 20, 24, 25, 26 e 27 de setembro na Cidade do Rock - Rio Centro, anfitriã dos amantes da música, sendo vendidos cerca de 600 ingressos esgotados em menos de uma hora.

O Observatório do Turismo do Rio de Janeiro, foi a campo nos 7 dias de evento e levantaram informações sobre o perfil econômico e sociodemográfico dos turistas que foram participar do evento musical. Foram abordadas

4.441 pessoas, sendo 1.500 questionários válidos referentes a não residentes da região metropolitana do Rio de Janeiro e que permaneceram mais de 1 dia na cidade. Impacto Total dos Gastos dos turistas brasileiros foi de R\$69.257.183,09;

Os principais resultados foram:

- A maioria dos turistas era do sexo masculino, 53,0%;
- Os turistas de 21 a 24 anos tiveram uma maior participação no evento (25,3%), seguidos pelos turistas com idade compreendida entre 18 a 20 anos, 22,0%;
- Dos turistas, 97,8% eram brasileiros e 2,2%, estrangeiros;
- Dos turistas nacionais, os procedentes do Estado de São Paulo tiveram uma maior participação com 30,8%, seguidos dos que vieram do Estado de Minas Gerais (15,7%) e Rio de Janeiro (8,9%);

- Dos estrangeiros, a maioria era procedente da Colômbia (11,25 %).
- A maioria dos turistas viajou com amigos (36,9%) e com a família (21,0%);
- Os estudantes representaram 34,8% dos turistas e, 34,4% trabalhavam no setor privado;
- A maior parte dos turistas (63,0%) teve como principal motivação o evento Rock in Rio, seguido da motivação de ver uma banda ou cantor específico (31,2%);
- 31,0% dos turistas visitavam o Rio de Janeiro pela primeira vez e, 18,8% pela segunda vez;
- Apenas 13,7% dos turistas visitaram outras cidades do Estado do Rio de Janeiro;
- Dos que visitaram outras cidades, 29,1% foram à cidade de Niterói; 32,5% dos turistas se hospedaram em hotel e 31,2% na casa de amigos ou parente;
- Dos entrevistados, 67,8% participavam do Rock In Rio pela primeira vez;
- A maioria dos entrevistados participou do evento somente por um dia (73,0%);
- A nota global dada pelos turistas ao Rio de Janeiro, onde 1 era péssimo e 10 era excelente, foi de 8,0;

Com relação aos impactos econômicos do Rock in Rio, os principais resultados foram:

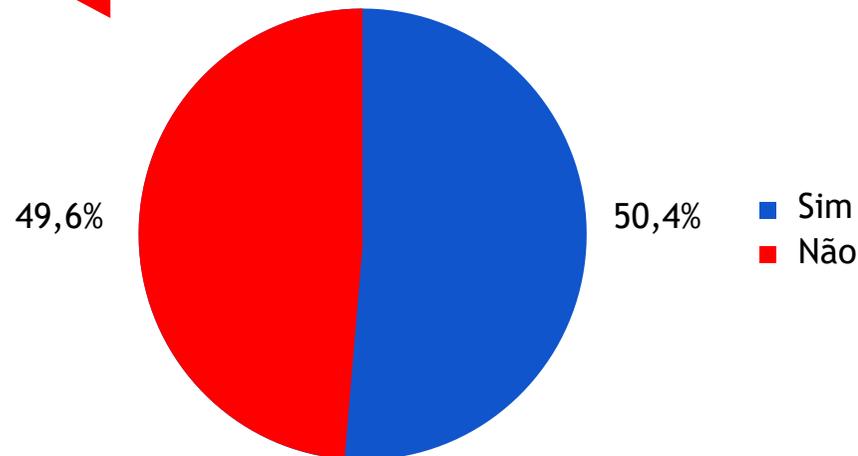
- Gasto médio diário dos turistas brasileiros foi de R\$185,86;
- Gasto médio diário dos turistas internacionais foi de R\$ 284,89;
- Número de pernoites dos turistas nacionais: 4,8;
- Número de pernoites dos turistas internacionais: 7,5;
- Impacto Total dos gastos dos turistas sobre a economia da Cidade foi de R\$698.910.175,91;
- Impacto Total dos Gastos dos turistas brasileiros foi de R\$69.257.704,90;
- Impacto Total dos Gastos dos turistas estrangeiros R\$36.161.030,74
- Impacto Direto dos Gastos dos turistas foi de R\$307.666.551,23;
- Impacto Indireto dos Gastos dos turistas foi de R\$321.243.624,68.

1 PERFIL DO VISITANTE



1.1 Perfil sociodemográfico dos participantes do Rock in Rio 2015

GRÁFICO 1: Residentes da Região Metropolitana do Rio de Janeiro



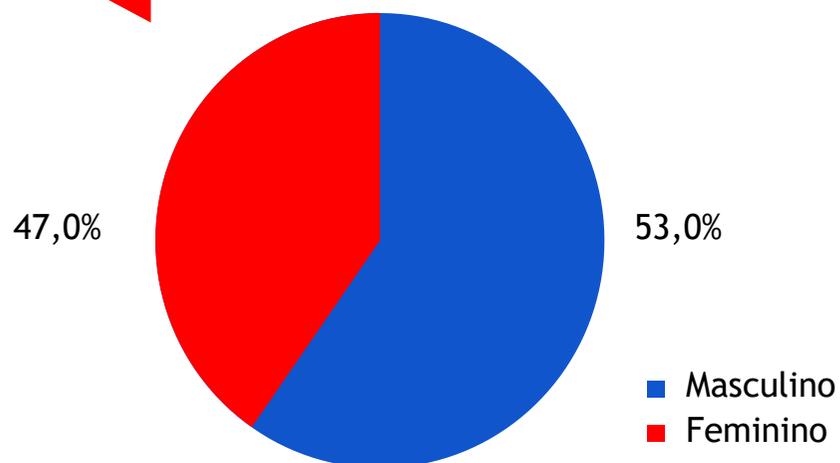
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH- UFF, 2015.

TABELA 1: Residentes da Região Retropolitana do Rio de Janeiro por Gênero

	Feminino	Masculino	Total
Não	100,0%	100,0%	49,6%
Sim	0,0%	0,0%	50,04%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015

GRÁFICO 2: Gênero



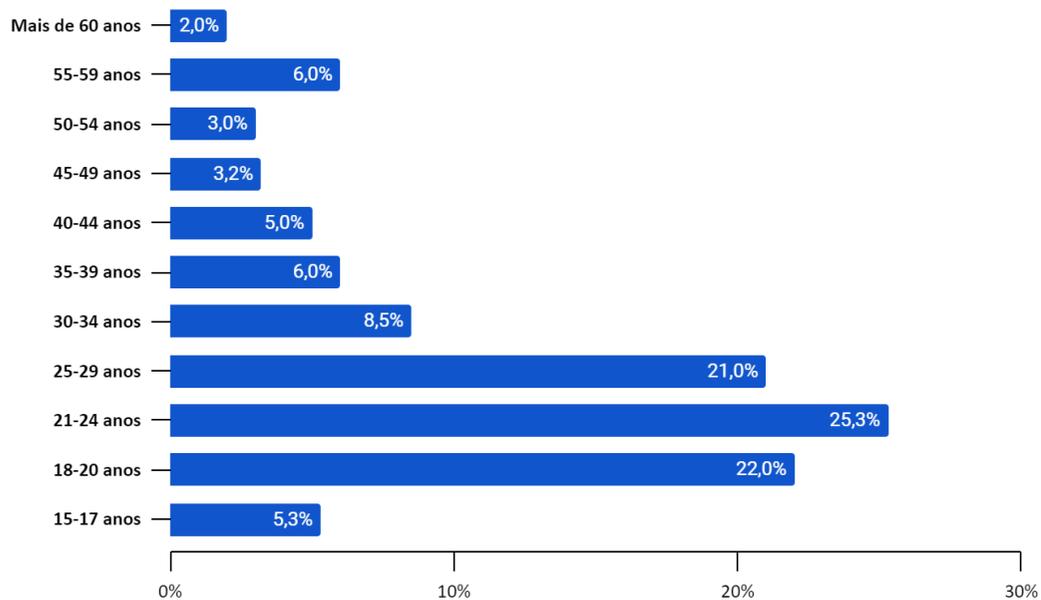
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 2: Gênero por nacionalidade

Gênero	Brasileiro	Estrangeiro	Total
Masculino	52,8%	64,0%	53,0%
Feminino	47,2%	36,0%	47,0%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015

GRÁFICO 3: Faixa Etária



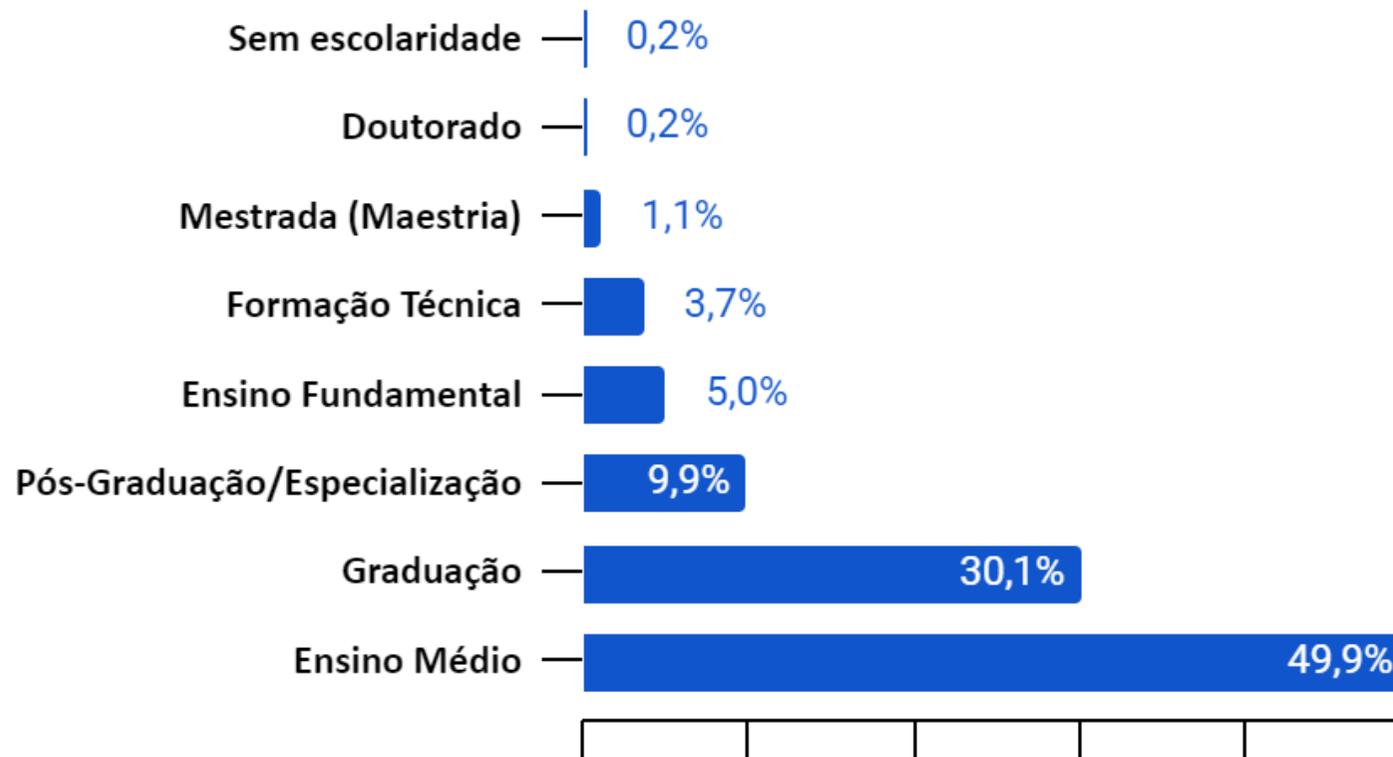
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 3: Faixa Etária por Nacionalidade

Idade	Masculino	Feminino	Total
15-17 anos	6,0%	4,7%	5,3%
18-20 anos	19,9%	23,9%	22,0%
21-24 anos	24,9%	25,6%	25,3%
25-29 anos	18,9%	22,8%	21,0%
30-34 anos	9,0%	8,1%	8,5%
35-39 anos	6,9%	5,1%	6,0%
40-44 anos	6,4%	3,8%	5,0%
45-49 anos	3,7%	2,7%	3,2%
50-54 anos	3,4%	2,7%	3,0%
55-59 anos	0,7%	0,5%	0,6%
Mais de 60 anos	0,2%	0,2%	0,2%
Média (anos)	28,5	27,2	27,8

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

GRÁFICO 4: Escolaridade



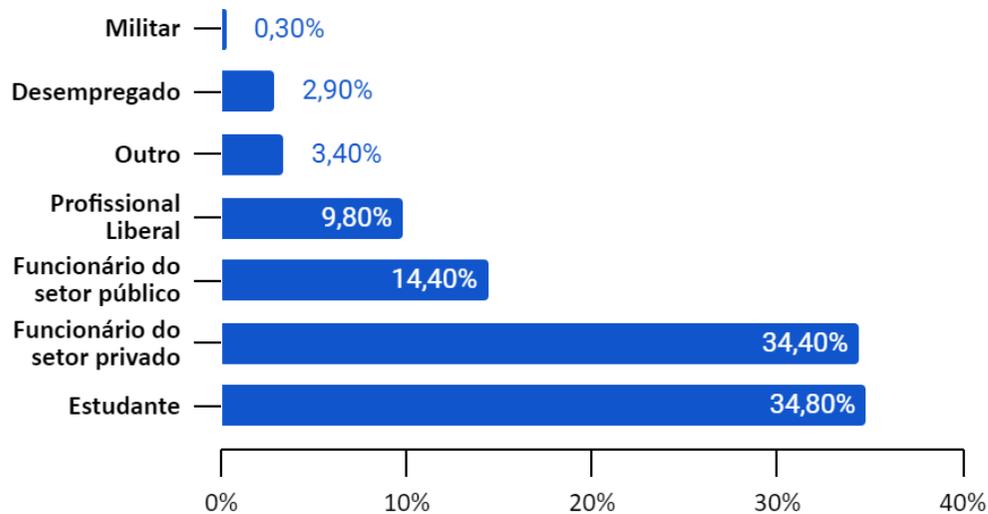
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 4: Escolaridade por Gênero

Grau de Escolaridade	Feminino	Masculino	Total
Ensino Médio	47,6%	51,9%	49,9%
Graduação	29,6%	30,5%	30,1%
Pós-Graduação/Especialização	13,7%	6,6%	9,9%
Ensino Fundamental	5,2%	4,8%	5,0%
Formação Técnica	2,2%	5,0%	3,7%
Mestrado (Maestria)	1,1%	1,0%	1,1%
Doutorado	0,2%	0,2%	0,2%
Sem Escolaridade	0,4%	0,0%	0,2%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

GRÁFICO 5: Principal Ocupação



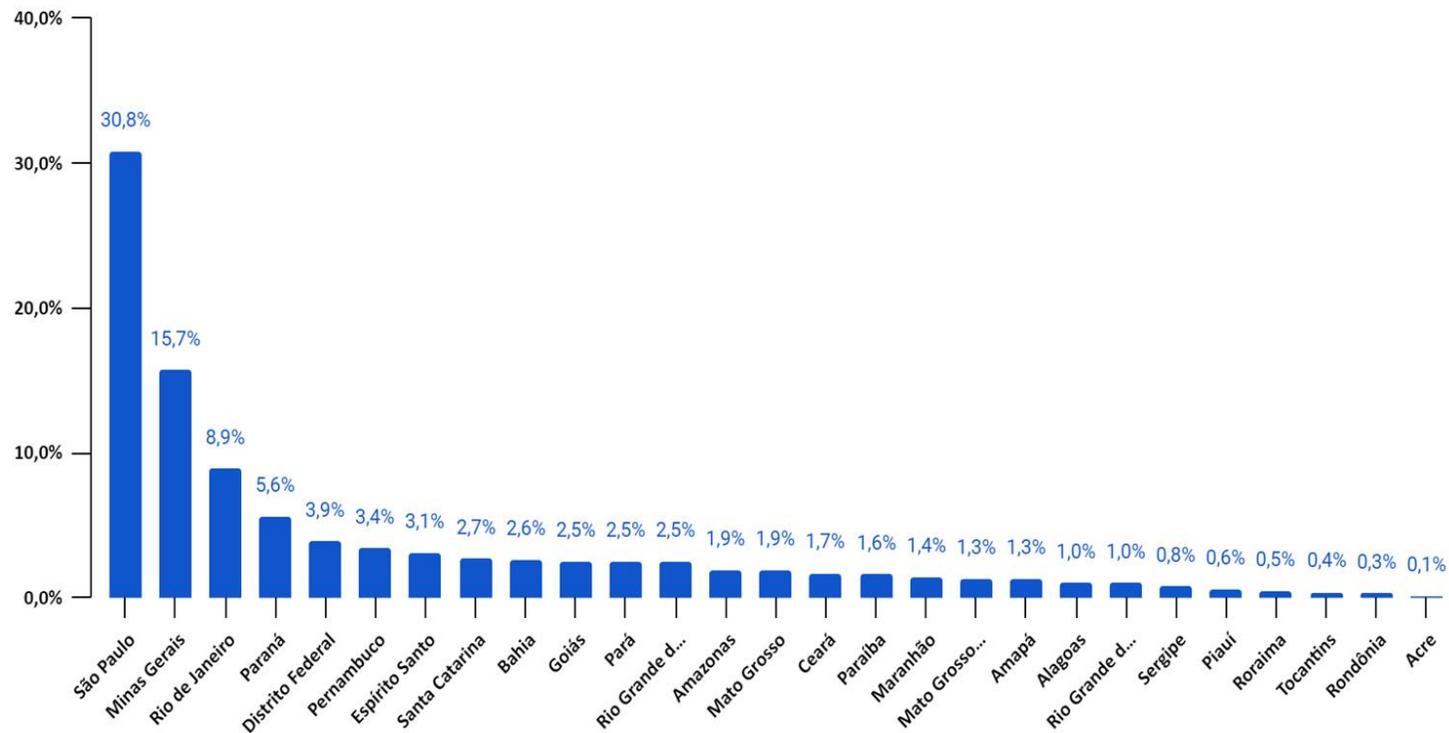
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 5: Principal Ocupação por Gênero

Ocupação	Feminino	Masculino	Total
Estudante	37,6%	32,3%	34,8%
Setor Privado	29,4%	38,8%	34,4%
Setor Público	16,9%	12,3%	14,4%
Profissional Liberal	9,6%	10,0%	9,8%
Desempregado	2,8%	3,0%	2,9%
Militar	0,4%	0,2%	0,3%
Outros	3,4%	3,5%	3,4%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

GRÁFICO 6: Estado de Residência



Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

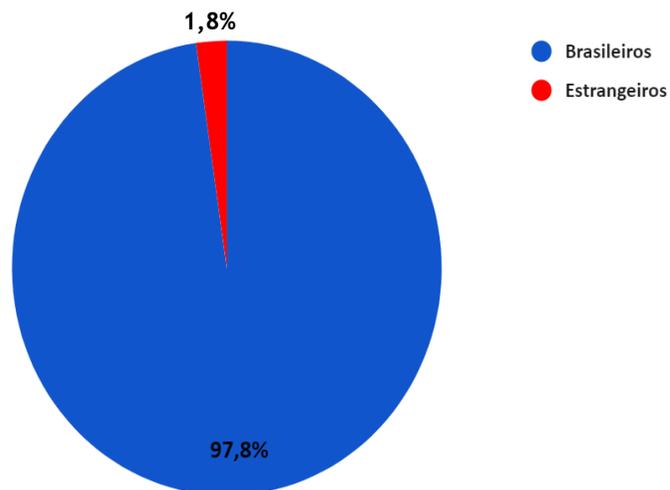
TABELA 6: Estado de Residência por Gênero

Estado	Feminino	Masculino	Total
São Paulo	31,1%	30,5%	30,8%
Minas Gerais	14,7%	16,6%	15,7%
Rio de Janeiro	10,5%	7,5%	8,9%
Paraná	5,7%	5,4%	5,6%
Distrito Federal	5,2%	2,7%	3,9%
Pernambuco	2,3%	4,4%	3,4%
Espírito Santo	2,9%	3,4%	3,1%
Santa Catarina	2,9%	2,5%	2,7%
Bahia	2,9%	2,4%	2,6%
Goiás	3,1%	2,0%	2,5%
Pará	1,9%	3,1%	2,5%
Rio Grande do Sul	2,1%	2,9%	2,5%
Outros*	14,9%	16,4%	15,8%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

*Outros: Amazonas (1,9%), Mato Grosso (1,9%), Ceará (1,7%), Paraíba (1,6%), Maranhão (1,4%), Mato Grosso do Sul (1,3%), Amapá (1,3%), Alagoas (1,0%), Rio Grande do Norte (1,0%), Sergipe (0,8%), Piauí (0,6%), Roraima (0,5%), Tocantins (0,4%), Rondônia (0,3%) e Acre (0,1%).

GRÁFICO 7: Nacionalidade



Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 7: Nacionalidade por Gênero

Nacionalidade	Feminino	Masculino	Total
Brasileiro	98,3%	97,3%	97,8%
Colombiano	0,6%	1,2%	0,4%
Chileno	0,0%	0,7%	0,3%
Mexicano	0,2%	0,3%	0,3%
Argentino	0,2%	0,3%	0,2%
Alemão	0,4%	0,0%	0,1%
Americano	0,2%	0,0%	0,1%
Canadense	0,0%	0,2%	0,1%
Outros	0,2%	0,0%	0,9%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

2 INFORMAÇÕES SOBRE A VIAGEM



TABELA 8: País de Residência

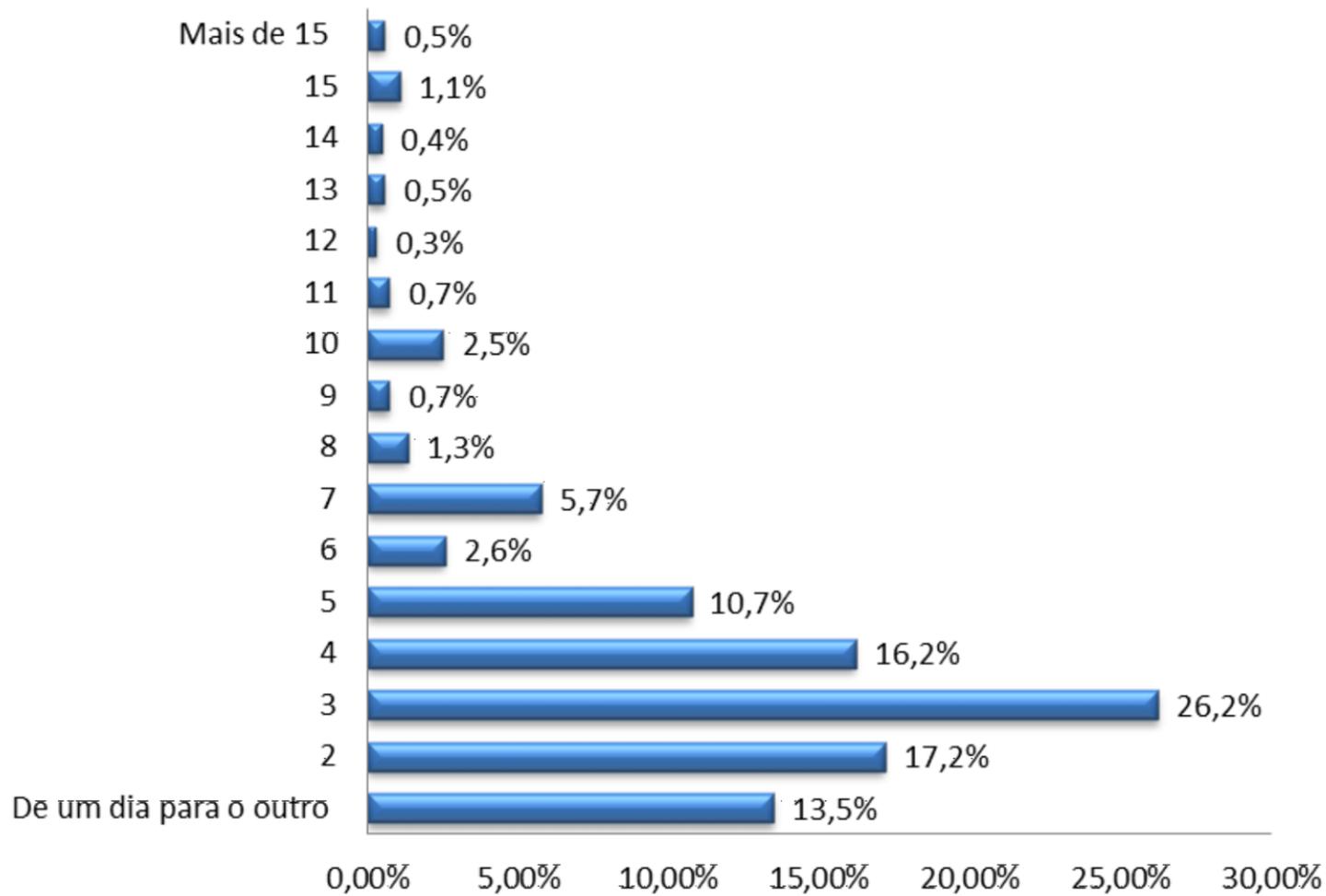
País	Feminino	Masculino	Total
Brasil	98,1%	97,8%	98,0%
Estados Unidos	0,4%	0,2%	0,3%
Canadá	0,2%	0,3%	0,3%
México	0,2%	0,3%	0,3%
Chile	0,0%	0,3%	0,2%
Colômbia	0,0%	0,3%	0,2%
Outros*	1,2%	0,8%	1,0%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

*Outros: Alemanha (0,1%), Argentina (0,1%), Inglaterra (0,1%), Venezuela (0,1%), Portugal (0,1%), Espanha(0,1%), Bolívia (0,1%), Angola (0,1%), Holanda (0,1%), Noruega (0,1%)

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

GRÁFICO 9: Dias que o turista pretende ficar na cidade do Rio de Janeiro



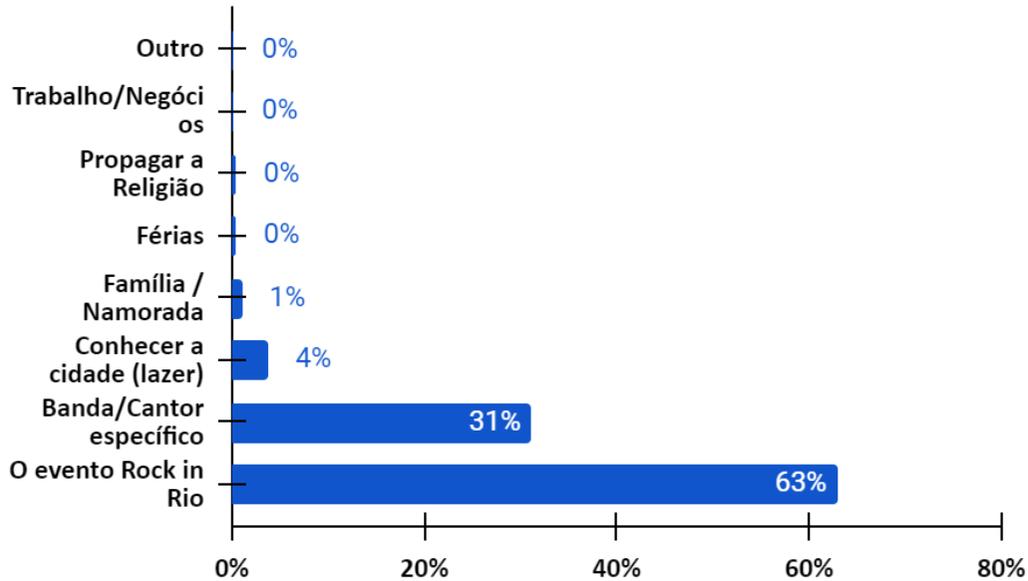
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 9: Dias que o Turista Pretende Ficar na Cidade por Gênero

Quant. de Dias	Feminino	Masculino	Total
De um dia para o outro	14,23%	12,77%	13,46%
2	17,23%	17,08%	17,15%
3	26,40%	26,04%	26,21%
4	17,23%	15,26%	16,18%
5	10,49%	10,95%	10,73%
6	1,69%	3,32%	2,55%
7	4,87%	6,47%	5,72%
8	1,31%	1,33%	1,32%
9	0,75%	0,66%	0,70%
10	2,25%	2,65%	2,46%
11	0,75%	0,66%	0,70%
12	0,37%	0,17%	0,26%
13	0,37%	0,66%	0,53%
14	0,37%	0,50%	0,44%
15	0,94%	1,16%	1,06%
Mais de 15	0,75%	0,33%	0,53%
Média	4,82	4,97	4,90

Fonte: Observatório do Turismo-FTH-UFF, 2015.

GRÁFICO 10: Motivação da Viagem



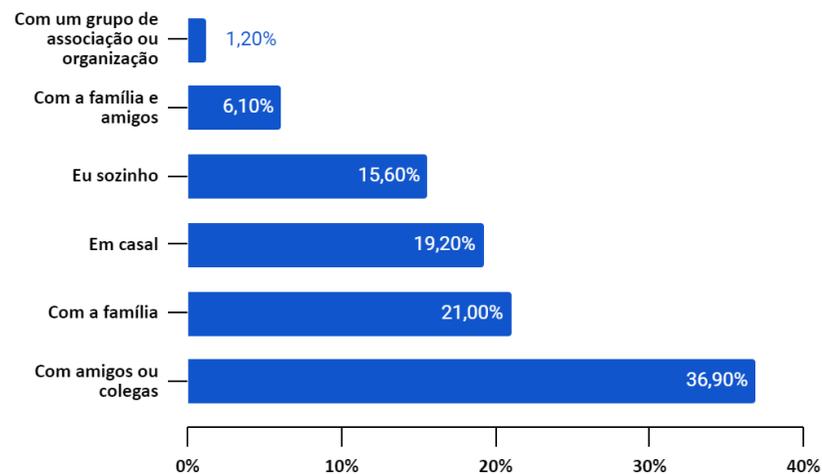
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 10: Motivação da Viagem

Motivo	Feminino	Masculino	TOTAL
O evento Rock in Rio	64,2%	61,9%	63,0%
Banda/Cantor Específico	30,7%	31,7%	31,2%
Conhecer a cidade (lazer)	3,4%	4,0%	3,7%
Família/Namorado	0,7%	1,2%	1,0%
Férias	0,7%	0,2%	0,4%
Propagar a Religião	0,0%	0,7%	0,4%
Trabalho/Negócios	0,0%	0,3%	0,2%
Outros	0,2%	0,2%	0,2%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

GRÁFICO 11: Com Quem Está Visitando o Rio de Janeiro



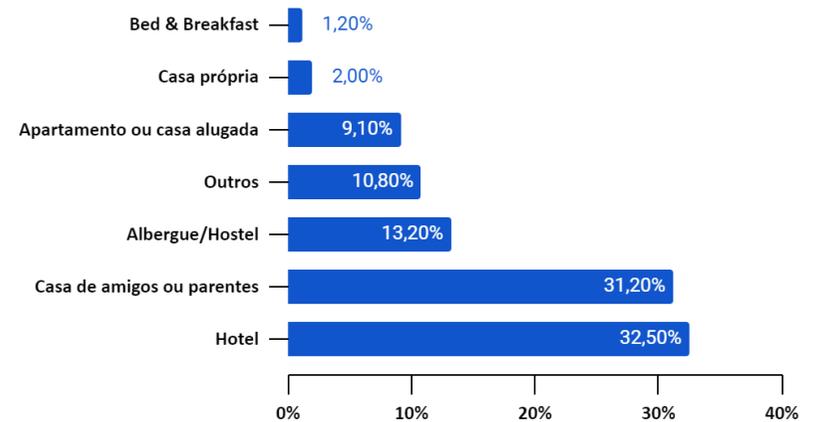
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 11: Com Quem Está Visitando o Rio de Janeiro

Ocupação	Feminino	Masculino	Total
Com amigos ou colegas	32,2%	41,1%	36,9%
Com família	25,7%	16,9%	21,0%
Em casal	22,5%	16,3%	19,2%
Sozinho	10,7%	19,9%	15,6%
Com família e amigos	7,5%	4,8%	6,1%
Com um grupo	1,5%	1,0%	1,2%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

GRÁFICO 12: Meio de Hospedagem Utilizado



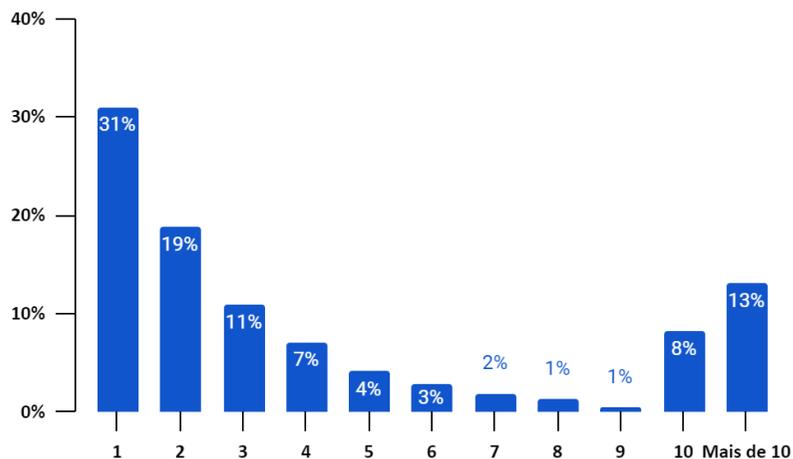
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 12: Meio de Hospedagem Utilizado

Meio de hospedagem	Brasileiro	Estrangeiro	Total
Hotel	32,1%	32,8%	32,5%
Casa de amigos/parentes	34,0%	28,7%	31,2%
Albergue/Hostel	10,5%	15,6%	13,2%
Apartamento/Casa alugada	10,1%	8,1%	9,1%
Casa própria	1,7%	2,3%	2,0%
Bed & Breakfast	1,5%	1,0%	1,2%
Outros	10,1%	11,4%	10,8%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

GRÁFICO 13: Visitas ao Rio de Janeiro



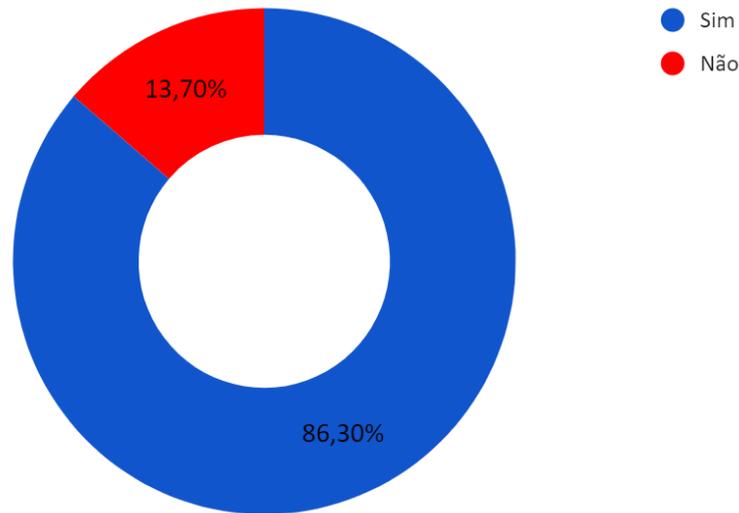
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 13: Visitas ao Rio de Janeiro

Visitas	Feminino	Masculino	Brasileiro	Estrangeiro	Total
1	28,5%	33,3%	30,6%	52,0%	31,0%
2	18,5%	19,1%	19,0%	12,0%	18,8%
3	11,6%	10,3%	11,1%	4,0%	10,9%
4	7,7%	6,6%	7,1%	8,0%	7,1%
5	3,9%	4,3%	4,0%	12,0%	4,1%
6	3,4%	2,5%	3,0%	0,0%	2,9%
7	1,5%	2,3%	2,0%	0,0%	1,9%
8	0,7%	1,8%	1,3%	0,0%	1,3%
9	0,6%	0,5%	0,5%	0,0%	0,5%
10	8,6%	7,8%	8,2%	8,0%	8,2%
Mais de 10	15,0%	11,4%	13,3%	4,0%	13,1%
Média	7,3	6,2	6,8	3,8	6,7

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

GRÁFICO 14: Intenção de visitar outras cidades



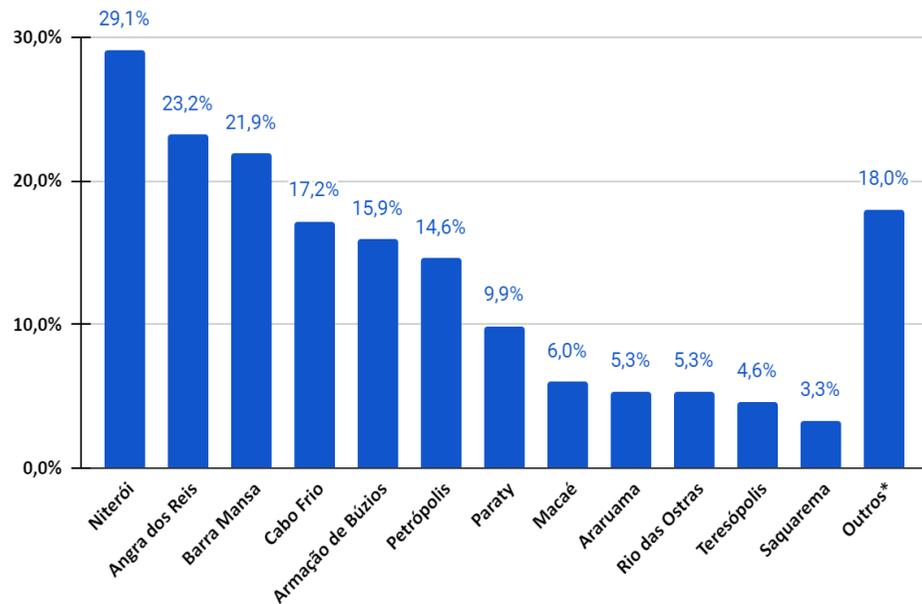
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

TABELA 14: Intenção de visitar outras cidades

	Feminino	Masculino	Total
Sim	87,6%	85,1%	86,3%
Não	12,4%	14,9%	13,7%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH - UFF, 2015.

GRÁFICO 15: Que outras cidades?



Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

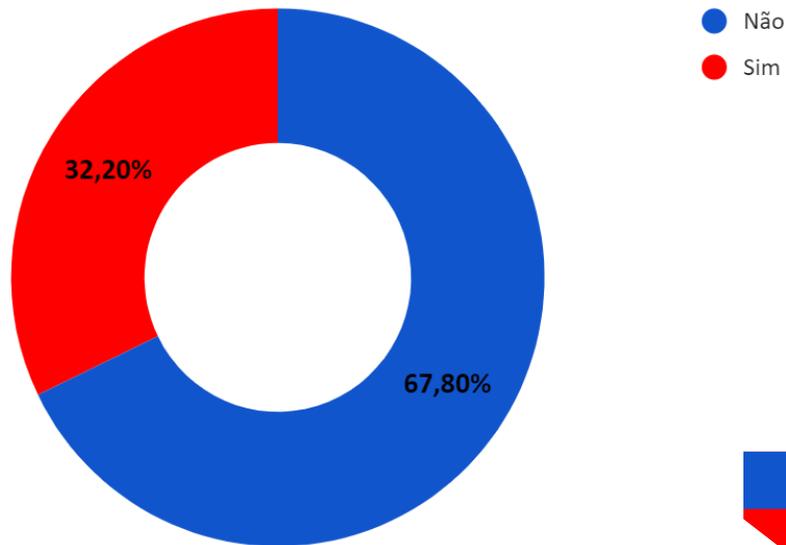
*Outros: Itaperuna (2%), Nova Friburgo (2%), São Gonçalo (2%), Arraial do Cabo (1,3%), Campos dos Goytacazes (1,3%), Resende (1,3%), Nova Iguaçu (1,3%), Itatiaia (0,7%), Japeri (0,7%), Duque de Caxias (0,7%), Volta Redonda (0,7%), Maricá (0,7%) e Queimados (0,7%).

GRÁFICO 15: Que outras cidades?

Cidades	Feminino	Masculino	Total
Niterói	32,8%	26,4%	29,1%
Angra dos Reis	20,3%	25,3%	23,2%
Barra Mansa	28,1%	17,2%	21,9%
Cabo Frio	18,8%	16,1%	17,2%
Armação dos Búzios	15,6%	16,1%	15,9%
Petrópolis	14,1%	14,9%	14,6%
Paraty	9,4%	10,3%	9,9%
Macaé	3,1%	8,0%	6,0%
Araruama	6,3%	4,6%	5,3%
Rio das Ostras	6,3%	4,6%	5,3%
Teresópolis	3,1%	5,7%	4,6%
Saquarema	1,6%	4,6%	3,3%
Outros*	11,1%	22,6%	18,0%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

GRÁFICO 16: Participação em outras edições do Rock in Rio



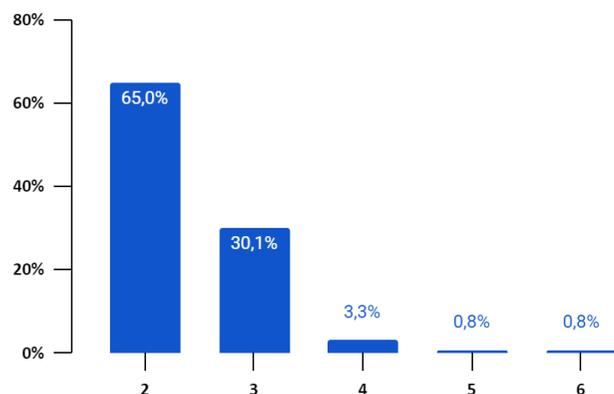
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

TABELA 16: Participação em outras edições do Rock in Rio

	Feminino	Masculino	Total
Não	68,4%	67,3%	67,8%
Sim	31,6%	32,7%	32,2%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

GRÁFICO 17: Número de Participações no Rock in Rio



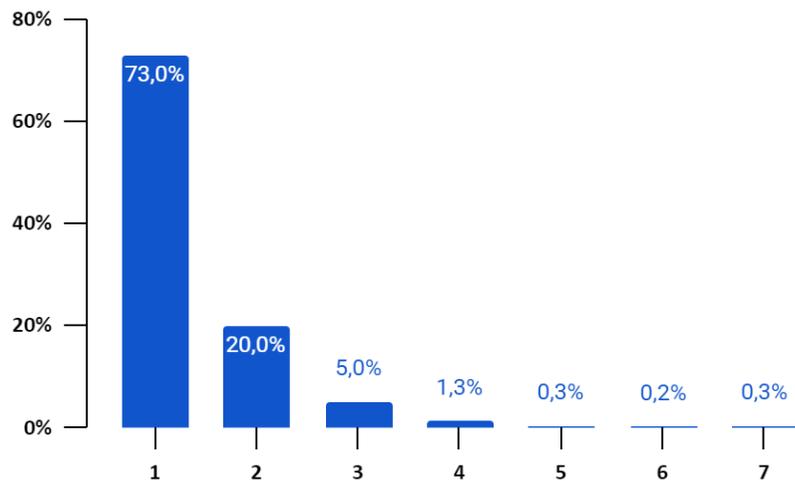
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

TABELA 17: Número de Participações no Rock in Rio

Nº	Feminino	Masculino	Total
2	63,3%	66,5%	65,0%
3	33,1%	27,4%	30,1%
4	2,4%	4,1%	3,3%
5	0,6%	1,0%	0,8%
6	0,6%	1,0%	0,8%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

GRÁFICO 18: Dias que participará do Rock in Rio



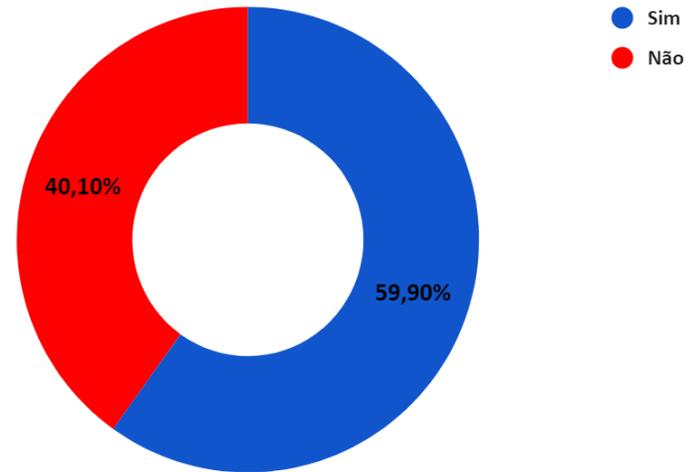
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

TABELA 18: Dias que participará do Rock in Rio

Nº	Feminino	Masculino	Total
1	77,0%	69,5%	73,0%
2	16,1%	23,4%	20,0%
3	5,1%	5,0%	5,0%
4	1,5%	1,2%	1,3%
5	0,0%	0,5%	0,3%
6	0,4%	0,0%	0,2%
7	0,0%	0,5%	0,4%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

GRÁFICO 19: Intenção de realizar outras atividades na viagem



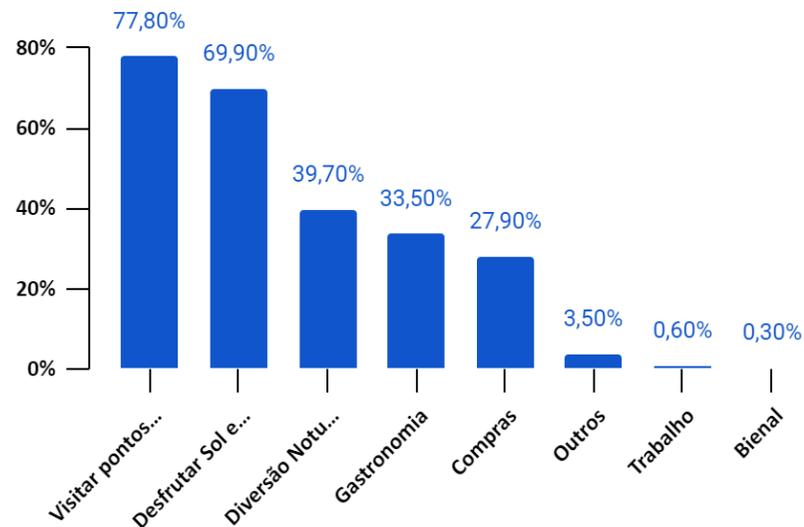
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

TABELA 19: Intenção de realizar outras atividades na viagem

	Feminino	Masculino	Total
Sim	58,6%	61,0%	59,9%
Não	41,4%	39,0%	40,1%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

GRÁFICO 20: Atividades realizadas durante a viagem



Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

TABELA 20: Atividades realizadas durante a viagem

Atividades	Feminino	Masculino	Total
Visitar Pontos Turísticos	73,2%	81,7%	77,8%
Desfrutar Sol e Praia	69,0%	70,6%	69,9%
Diversão Noturna	36,7%	42,2%	39,7%
Gastronomia	35,8%	31,6%	33,5%
Compras	29,4%	26,7%	27,9%
Trabalho	1,3%	0,0%	0,6%
Bienal	0,0%	0,5%	0,3%
Outros	3,5%	3,5%	3,5%

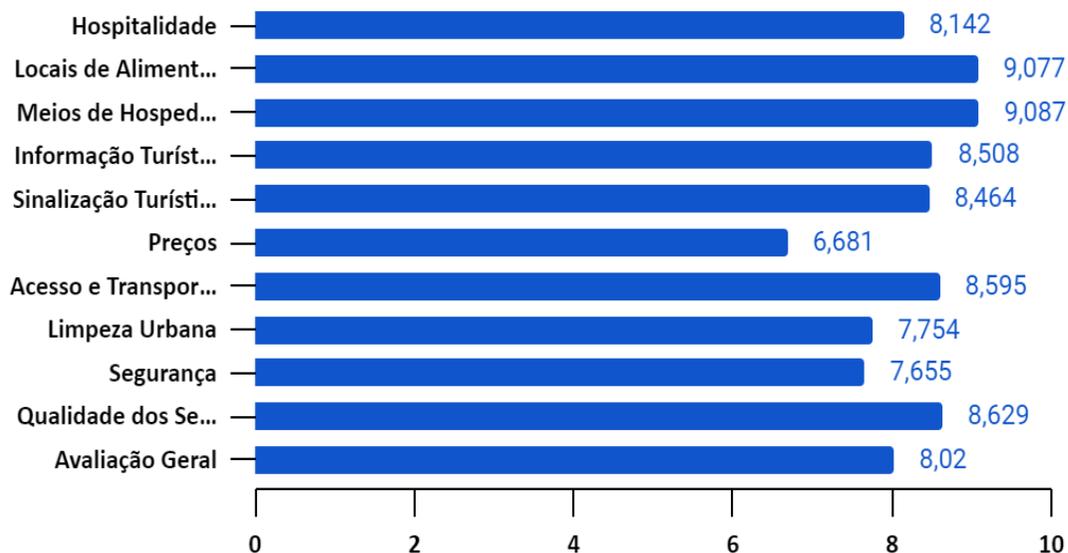
Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

3 PERCEPÇÕES DOS TURISTAS



Fonte: Caroline Rigotti, Purebreak, 2015.

GRÁFICO 21: Notas para cada setor

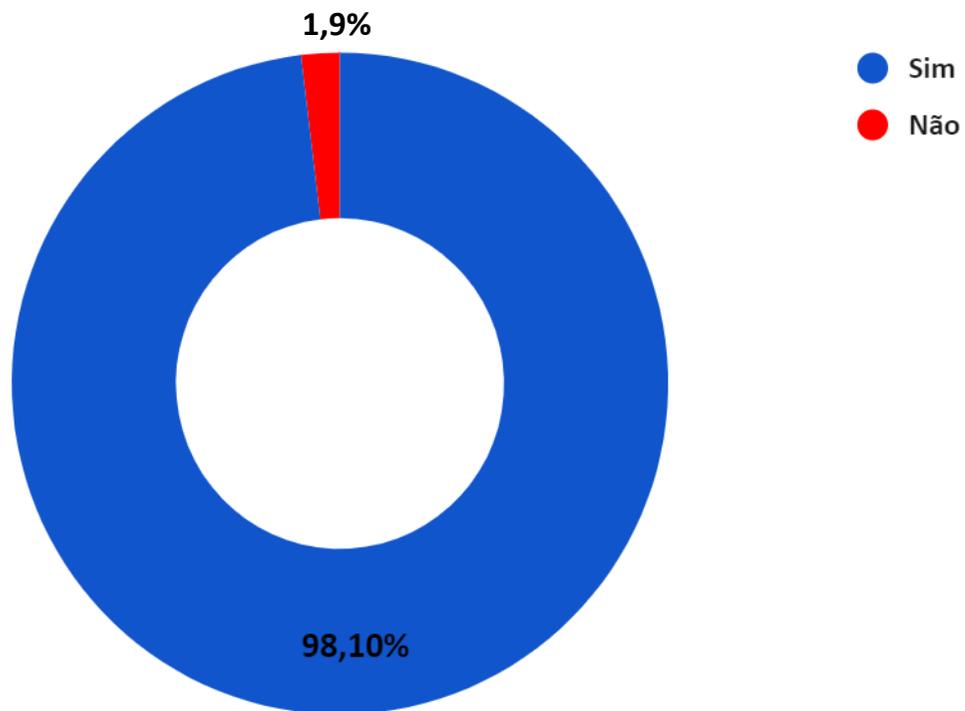


Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

TABELA 21: Notas para cada setor

Setores	Feminino	Masculino	TOTAL
Avaliação Geral	8,0	8,0	8,0
Qualidade dos Serviços	8,6	8,6	8,7
Segurança	7,7	7,6	7,7
Limpeza Urbana	7,8	7,8	7,7
Acesso e Transporte	8,6	8,7	8,5
Preços	6,7	6,8	6,6
Sinalização Turística	8,5	8,5	8,4
Informação Turística	8,5	8,7	8,4
Meios de Hospedagem	9,1	9,2	9,0
Locais de Alimentação	9,1	9,2	9,0
Hospitalidade	8,1	8,1	8,2

GRÁFICO 22: Intenção de retorno ao Rio de Janeiro



Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

TABELA 22: Intenção de retorno ao Rio de Janeiro

Pretende voltar ao Rio de Janeiro?	Masculino	Feminino	Total
Sim	97,5%	98,7%	98,1%
Não	2,5%	1,3%	1,9%

Fonte: Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - FTH -UFF, 2015.

4 IMPACTO ECONÔMICO



Segundo Cooper (2001), os impactos econômicos do turismo podem ser divididos em: diretos, indiretos e induzidos.

Os impactos diretos são caracterizados pelos gastos realizados pelos turistas nos estabelecimentos que fornecem bens e serviços turísticos, ou seja, nas atividades como: alojamento, alimentação, transporte, comércio, entre outros.

Os impactos indiretos são mensurados a partir do impacto dos gastos dos turistas na cadeia produtiva as atividades características de turismo e, os impactos induzidos são gerados a partir do efeito renda dos fatores de produção envolvidos no processo produtivo do turismo.

Para avaliar os impactos diretos dos gastos foi utilizada a seguinte função:

$$\text{Impacto Econômico Direto} = \text{Número de Turistas} \times \text{Número de Pernoites} \times \text{Gasto Médio Diário (1)}$$

Segundo os dados da pesquisa realizada pelo Observatório do Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense, dos 595 mil participantes do evento, 335.104 eram turistas, o que corresponde a 56,32% e 259.896 eram residentes na região metropolitana, ou seja, 43,68% do total.

Dos 335.104 de turistas, 97,70% eram nacionais e 2,3%, internacionais, o que corresponde a, 327.397 e 9.048, respectivamente.

Os turistas internacionais permaneceram na cidade do rio de Janeiro em média 7,93 dias e, os nacionais, 4,77 dias.

Os turistas internacionais gastaram em média, R\$ 284,89 e os turistas nacionais, R\$ 185,86.

A consolidação destas informações está representada na **Tabela 1**.

TABELA 1: Número de turistas, Número de pernoites e Gasto Médio

	Nacionais	Internacionais
Número de Turistas (Participantes)	327.397	7.707
Número de Pernoite Médio	4,77	7,93
Gasto Médio Diário	R\$ 185,86	R\$ 284,89

Fonte: Observatório do Turismo da UFF.

A **Tabela 2** apresenta a distribuição do gasto médio diário dos turistas internacionais e nacionais, por categoria de gastos. O maior gasto dos turistas internacionais foi com hospedagem, o que está associado ao fato de 83,8% ter se hospedado em Hotel / Hostel / Apartamento ou casa alugada. Os turistas nacionais gastaram mais com alimentação. A explicação está no fato de 53% ter se hospedado em casa de amigos e parentes, uso de barraca ou local público.

TABELA 2: Gasto Médio Diário dos Turistas Nacionais e Internacionais por Categoria de Gastos

Categoria de Gasto	Turistas Nacionais	Turistas Internacionais
Gasto com Hospedagem	R\$ 48,47	R\$ 101,38
Gasto com Alimentos	R\$ 61,08	R\$ 83,65
Gasto com Compras	R\$ 28,79	R\$ 72,06
Gasto em Transportes	R\$ 47,52	R\$ 27,80
Total	R\$ 185,86	R\$ 284,89

Fonte: Observatório do Turismo da UFF.

Utilizando os dados das **Tabelas 1 e 2**, e a equação 1, é possível calcular o impacto direto dos gastos dos turistas nacionais e internacionais, como representado na **Tabela 3**.

TABELA 3: Impacto Direto dos Gastos dos Turistas Nacionais e Internacionais por Categoria de Gastos

Categoria de Gastos	Turistas Nacionais	Turistas Internacionais	Total
Gasto com Hospedagem	R\$ 75.694.717,82	R\$ 6.196.306,93	R\$ 81.891.024,75
Gasto com Alimentos	R\$ 95.387.525,58	R\$ 5.112.656,09	R\$ 100.500.181,67
Gasto com Compras	R\$ 44.960.819,60	R\$ 4.404.279,71	R\$ 49.365.099,32
Gasto em Transportes	R\$ 74.211.120,09	R\$ 1.699.125,40	R\$ 75.910.245,49
Total	R\$ 290.254.183,09	R\$ 17.412.368,13	R\$ 307.666.551,23

Fonte: Observatório do Turismo da UFF.

A **Tabela 3** mostra os gastos dos turistas nacionais e internacionais por categoria de gastos, ou seja, apresenta os impactos diretos sobre as atividades que ofertaram serviços para os participantes do Rock in Rio 2015.

O valor total dos impactos diretos dos gastos dos turistas nacionais foi de R\$290.254.183,09. Por sua vez, os impactos diretos dos gastos dos turistas internacionais foram de R\$ 17.412.368,13.

Para o cálculo dos impactos indiretos é utilizado o modelo de insumo-produto que possibilita a estimativa dos multiplicadores dos gastos indiretos sobre a atividade turística.

Assim, para calcular os impactos totais, ou seja, diretos e indiretos foi utilizada a equação 2.

$$\text{Impacto Total} = \text{Multiplicador} * \text{Impacto Direto (2)}$$

Os multiplicadores foram construídos a partir do modelo insumo-produto, utilizando a matriz Leontief, produzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O modelo é um instrumento das contas nacionais que permite analisar como a alteração na demanda de um determinado setor pode afetar os outros setores da economia.

Os multiplicadores apresentados na **Tabela 4** representam o quanto é gerado na cadeia produtiva de cada atividade para cada R\$ 1,00 de gasto direto.

TABELA 4: Multiplicadores do Turismo em Relação aos Setores Selecionados

GASTOS POR CATEGORIA	MULTIPLICADOR
Gasto com Hospedagem	2,13
Gasto com Alimentos	2,13
Gasto com Compras	2,01
Gasto em Atrações	1,86

Fonte: Observatório do Turismo da UFF.

TABELA 5: Computação dos Efeitos Totais (Diretos e Indiretos) dos Gastos

Categoria do Gasto	Turistas Nacionais	Turistas Internacionais	Total
Gasto com Hospedagem	R\$ 161.229.748,96	R\$ 13.198.133,76	R\$ 174.427.882,72
Gasto com Alimentos	R\$ 203.175.429,48	R\$ 10.889.975,48	R\$ 214.065.386,95
Gasto com Compras	R\$ 90.371.247,40	R\$ 8.852.602,22	R\$ 99.223.849,62
Gasto com Atrações	R\$ 138.032.638,37	R\$ 3.160.373,24	R\$ 141.193.056,61
Total	R\$ 69.257.704,90	R\$ 36.161.030,74	R\$ 628.910.175,91

Fonte: Observatório do Turismo da UFF.

Utilizando os multiplicadores e os dados de impacto direto representados na **Tabela 4**, foi possível determinar os impactos econômicos totais (direto e indireto) apresentados na **Tabela 5**.

CRÉDITOS

Presidente da República Federativa do Brasil

Dilma Rousseff

Ministro da Educação

Mendonça Filho

Reitor da Universidade Federal Fluminense

Sidney Luiz De Matos Mello

Faculdade de Turismo e Hotelaria

Marcello Barros Tomé Machado

Chefe do Departamento de Turismo

João Evangelista Dias Monteiro

Observatório do Turismo do Rio de Janeiro

Coordenadores

João Evangelista Dias Monteiro
Marcello de Barros Tomé Machado
Osiris Ricardo Bezerra Marques

Pesquisadores

Carlos Alberto Lidizia Soares
João Evangelista Dias Monteiro
Marcello de Barros Tomé Machado
Osiris Ricardo Bezerra Marques
Thiago Graça Ramos

Alunos Pesquisadores de Iniciação Científica

Ana Cláudia Xavier
Andressa Costa
Andressa Magalhães
Beatriz Lins
Felipe Martins
Fernando Barbosa
Jean Viana

EQUIPE TÉCNICA

Coordenador da Pesquisa

Osiris Ricardo Bezerra Marques

Pesquisadores

Carlos Alberto Lidizia Soares

João Evangelista Dias Monteiro

Marcello de Barros Tomé Machado

Thiago Graça Ramos

Pesquisadores de Campo

Amanda Bittencourt Novato Porto

Ana Beatriz Meira

Anna Carolina da Motta Soares Pires

Beatriz Soares Cruz de Souza

Cristiane de Oliveira Santana

Gabrielle de Lima Neto

Jean Pereira Vianna

Jéssica Cristina da Silva

Juliana Pinheiro Cunha Gonçalves

Kardine da Costa e Silva

Letícia Calumby Rodrigues do Valle

Luísa Freitas Rodrigues

Luna Pedroso da Silva

Mirella Siqueira

Paula Ingrid do Nascimento

Pedro Henrique Carlini Macena

Peter Justyn Espinel

Priscilaine Lys Sousa Damasceno Miranda

Richard Rodrigues da Silva

Equipe de Revisão

Bernardo Fortuna Albarello

Bruna Figueiredo de Jesus

Igor Moura Barbosa Eiras

Ítalo de Moraes Dolores

Letícia Cynara Santos Silva

Letícia Melo da Silva

Lizandra Barcellos Ladeira

Mareely Alves de Lima

Samantha Coelho Bastos

Valério Rodrigues de Souza Neto

OBSERVATORIODETURISMO.FTH@ID.UFF.BR