

Turismo de Eventos e Negócios em Alagoas:

Perfil do Turista e Impacto Econômico

2023



REALIZAÇÃO:



APOIO:



Secretaria de Estado do Turismo



PARCEIRO TÉCNICO:



FICHA TÉCNICA

Governo do Estado de Alagoas

Paulo Dantas
Governador

Secretaria de Estado de Turismo de Alagoas

Bárbara Braga
Secretária de Turismo

Prefeitura de Maceió

João Henrique Caldas
Prefeito

Secretaria Municipal de Turismo

Eduardo Monteiro
Secretário Municipal de Turismo

Maceió Convention & Visitors Bureau

Milton Hênio Neto de Gouveia Vasconcelos.
Presidente do MCVB

Danielle Govas Pimenta Novis
Superintendente MCVB

Josiane Lopes Muniz
Gerente Adm Financeiro

Larissa Borsato
Gerente de Relacionamento

Luana Lamenha
Assessora de imprensa.

José Roberto da Silva
Auxiliar Administrativo

Gabriel de Almeida Feitosa
Trainee

Turismo 360 Consultoria

Marcela Pimenta
Mauro Knupfer Coutinho
Isabela Sette
Graziele Vilela
Gláucia Oliveira
Renata Toffoli
Luana Thamires

Pesquisadores:

Ana Paula Trajano
Brenda Maciel
Fernanda Barros
Francelí Silva
Kecia Santos
Lara Plech
Maria Eduarda Malta
Nicolas Eufrásio
Yuri Souza

Conselho Curador do Maceió Visitors & Convention Bureau

ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagem
Samuel de Oliveira Silva

ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
Gabriel Austrilino Vasconcelos Cedrim

ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
Marcus Tulio Albuquerque Alves Batalha

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Vinícius Nobre Lages

SETUR – Secretaria de Estado do Turismo
Bárbara Faustino Braga

SEMTUR – Secretaria Municipal de Turismo de Maceió
Eduardo Monteiro Vianna Henrique Silva

SINDETUR – Sindicato das Empresas de Turismo do Estado de Alagoas
Afrânio Lages Filho

SINDHAL – Sindicato Empresarial de Hospedagem e Alimentação de Alagoas
Marcelo Marques da Costa

AGRADECIMENTOS

O Estudo “Turista de Eventos e Negócios em Alagoas: Perfil do Turista e Impacto Econômico” é resultado da parceria de diversas instituições públicas e privadas que entendem a importância dessa iniciativa:

EMPREENDIMENTOS PRIVADOS – Hotéis e organizadores de eventos

Hotel Ponta Verde

Jatiúca Hotel & Resorts

Ritz Lagoa da Anta

Realização de eventos associativos e esportivos em Maceió e Praia do Francês

Hotel Mercure Maceió

Hotel Ibis Budget Maceió

Apoio na realização das pesquisas de demanda com turistas de negócios

Ironman Brasil Oficial

Organizadora do Irons Man Maceió

Trakto

Organizadora do Trakto Show

MEP Eventos

Organizadora do 49º Congresso da Sociedade Brasileira de Cirurgia Cardiovascular

Comunic Eventos

Organizadora do XIX Congresso Norte e Nordeste de Pneumologia

CCM Group

Organizadora do L Congresso Brasileiro de Alergia e Imunologia

ASSOCIAÇÕES E ENTIDADES REPRESENTATIVAS

Costa dos Corais Convention & Visitors Bureau

SBCCV - Sociedade Brasileira de Cirurgia Cardiovascular

Organizadora do 49º Congresso da sociedade brasileira de cirurgia cardiovascular – SBCCV

IBDA – Instituto Brasileiro de Direito Administrativo

Organizadora do XXXVII Congresso Brasileiro de Direito Administrativo

SBPMAT – Sociedade Brasileira de Pesquisa em Material

Organizadora do 20º Encontro Anual da SBPMat – Brazil meeting SBPMat

Associação Alagoana de Doenças no Tórax

Organizadora do XIX Congresso Norte e Nordeste de Pneumologia e I Congresso da Associação Alagoana de Doenças no Tórax

ASBAI – Associação Brasileira de Alergia e Imunologia

Organizadora da L Congresso Brasileiro de Alergia e Imunologia

AWA – Associação de Windsurf de Alagoas

Organizadora do Festival de Velas de Maragogi

ÓRGÃOS PÚBLICOS

Centro Cultural e de Exposições Ruth Cardoso

Realização de eventos associativos

Prefeitura Municipal de Marechal Deodoro

Secretaria Municipal de Turismo de Marechal Deodoro

Apoio: 2º Pure Beach Francês e Macena Open

Prefeitura Municipal de Maragogi

Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico

Apoio: Festival de Velas de Maragogi

Prefeitura Municipal de Maceió

Secretaria Municipal de Turismo de Maceió

SETUR – Secretaria de Estado do Turismo de Alagoas

SUMÁRIO

Introdução	7
Abordagem metodológica	8
Dados amostrais	9
Instrumento de pesquisa utilizado	11
Estimativa de impacto econômico	11
Resultado do estudo	14
Impacto econômico	14
Resultados comparativos	15
Resultados específicos: eventos associativos	16
Resultados específicos: eventos esportivos	19
Resultados específicos: turista de negócios.....	23
Avaliação dos destinos.....	27
Painel de recomendações.....	29

INTRODUÇÃO

Alagoas é um dos principais destinos turísticos do nordeste brasileiro e apresenta uma oferta diversa de atrativos, liderada pelo segmento sol e praia, com gastronomia e elementos culturais potentes. O turismo se destaca como a principal atividade do setor de serviços do Estado.

A população ocupada no setor de turismo entre os anos de 2012 e 2023 apresentou um crescimento médio de 37,4% no Brasil, segundo dados do IBGE, enquanto em Alagoas o crescimento foi de 129,7%, maior índice entre os estados brasileiros.

A pouca variação climática durante o ano, excelente estrutura gastronômica, padrão da planta hoteleira e espaços de evento permite ao destino investir em segmentos estratégicos para a competitividade do turismo de Alagoas, como o turismo de eventos e negócios.

O Maceió Convention & Visitors Bureau faz um trabalho estruturado de apoio à captação e monitoramento de eventos associativos e esportivos, sendo um dos precursores na realização de pesquisas para entender o perfil dos turistas e seus hábitos de consumo.

A primeira pesquisa foi realizada em 2015, em caráter exploratório e qualitativo e deu luz as diferenças de perfil entre os turistas de eventos e negócios. Permitiu identificar as perguntas mais estratégicas para a retroalimentação do trade turístico de Alagoas em relação aos hábitos de consumo dos turistas.

Em 2022 foi realizada nova série de pesquisa direcionada aos participantes de eventos, trazendo pontos de interesse sobre o segmento específico dos esportivos, cuja aptidão de Alagoas para receber é natural pelo seu clima, topografia e qualidade das praias.

O presente documento apresenta o estudo “Turismo de Eventos e Negócios em Alagoas: Perfil e Impacto Econômico”, teve por objetivo identificar características socioeconômicas, hábitos de compra e utilização de produtos e serviços por um perfil de turista cuja motivação para a viagem à Alagoas tenha sido vinculada à realização de negócios e participação em eventos esportivos e associativos.

ABORDAGEM METODOLÓGICA

O processo de construção do estudo “Turismo de Eventos e Negócios em Alagoas: Perfil e Impacto Econômico” foi coordenado pela Turismo 360 em parceria com o Maceió Convention & Visitors Bureau e foi pensado considerando o seguinte grupo de entrevistados:

Figura 1 - Abordagem Metodológica



Fonte: Elaboração própria

O roteiro metodológico previu algumas etapas de implementação:

1. Seleção dos eventos associativos e esportivos;
2. Definição dos locais de entrevista com o turista de negócios;
3. Articulação para implementação da pesquisa com organizadores dos eventos e locais de entrevista com o turista de negócios;
4. Implementação da pesquisa;
5. Tratamento e análise dos dados;
6. Publicação em [dashbord](#) interativo

As entrevistas ocorreram entre abril e dezembro de 2023 da seguinte forma:

Tabela 1 - Eventos Pesquisados

Nome do evento	Período	Local de realização	Nº entrevistados
2º Pure Beach	12 a 16 abril 2023	Marechal Deodoro - Praia do Francês –	151
49º Congresso da Sociedade Brasileira de Cirurgia Cardiovascular	26 e 27 maio 2023	Maceió	113
Iron Man	25 a 27 agosto 2023	Maceió	139
XXXVII Congresso Brasileiro de Direito Administrativo	26 a 28 setembro 2023	Maceió	151
20º Encontro da SBPMAT – Brazil Mrs Meeting SBPMAT	01 a 05 outubro 2023	Maceió	149
XIX Congresso Norte e Nordeste de Pneumologia/ I Congresso da	26 a 28 outubro 2023	Maceió	43

Associação Alagoana de Doenças no Tórax			
L Congresso Brasileiro de Alergia e Imunologia	17 a 20 novembro 2023	Maceió	150
Macena Open	27 novembro a 03 dezembro 2023	Marechal Deodoro - Praia do Francês	150
Festival de Velas Maragogi	25 a 29 novembro 2023	Maragogi	150
Trackto Show	14 a 16 dezembro 2023	Maceió	150
Turista de Negócios	08 novembro a 17 dezembro 2023	Hotéis: Mercure e Ibis Budget	159
Total de Entrevistas			1.505

Fonte: Elaboração própria, a partir do calendário de eventos de Alagoas

Foram pesquisados 06 eventos associativos realizados em Maceió e 04 eventos esportivos: um realizado em Maceió, dois em Marechal Deodoro – Praia do Francês e um em Maragogi.

DADOS AMOSTRAIS

Considerando que não foram encontrados dados confiáveis que permitissem estimar o universo total de turista que se deslocam para Alagoas motivados por eventos e negócios separadamente, a abordagem mais apropriada foi a utilização de um cálculo amostral para uma população de tamanho desconhecido ou infinito.

É de interesse traçar o perfil dos turistas de eventos separados por eventos associativos e eventos esportivos, bem como, o perfil de turistas de negócios. Para o universo dos turistas de negócios, optou-se por uma abordagem de pesquisa exploratória e qualitativa, sem representatividade amostral, considerando que esse público ainda não conta com informações e dados que permitam estabelecer inferências.

Esta abordagem permite uma investigação mais profunda e detalhada, explorando as percepções, experiências e padrões de comportamento dos turistas de negócios, sem a necessidade imediata de realizar um cálculo amostral. Essa análise qualitativa inicial pode fornecer insights valiosos para orientar estudos posteriores, incluindo a concepção de um plano de amostragem adequado e outras análises estatísticas.

No caso da pesquisa de eventos, é importante ressaltar que a fórmula do cálculo amostral foi aplicada para uma população infinita, assumindo uma proporção de 50%, uma margem de erro de 5% e um intervalo de confiança de 95%. No entanto, é importante observar que essa abordagem contém algumas ressalvas. Por exemplo, embora a fórmula do cálculo amostral para uma população infinita seja comumente utilizada em situações em que a população é muito

grande ou desconhecida, é importante reconhecer que a população de interesse pode não ser verdadeiramente infinita e que a proporção de 50% pode não ser representativa da realidade. Além disso, a margem de erro e o intervalo de confiança podem ser influenciados por outros fatores não considerados na fórmula, como a heterogeneidade da população e a precisão da amostragem. Dito isso, com base na aplicação da fórmula, espera-se que, ao final de todos os eventos associativos e esportivos, sejam realizadas pelo menos 384 entrevistas em cada tipo de evento.

A tabela a seguir mostra o quantitativo de entrevistas realizadas em cada um dos cenários:

Tabela 2 - Número de entrevistados e Margem de Erro

Pesquisa	Nº entrevistados	Margem de erro
Eventos associativos	756	3,43%
Eventos esportivos	590	3,91%
Negócios	159	

Fonte: Elaboração própria

Nota-se que, foram realizadas mais entrevistas do que as 384 calculadas para cada um dos eventos. Consequentemente, a margem de erro final nesses casos foi inferior aos 5% propostos no cálculo da amostra infinita. Destaca-se novamente, que no caso das entrevistas com os turistas de negócios foi realizado uma pesquisa exploratória que por isso os parâmetros citados não se aplicam.

Na seção de avaliação dos destinos, foi incorporado ao *dashboard* de apresentação de resultados, um filtro específico por destino: Maceió, Maragogi e Marechal Deodoro – Praia do Francês. Vale ressaltar que o número de entrevistas varia de acordo com o número de eventos e entrevistados em cada cidade. Tal fato, trás um viés de análise mais qualitativo, mas que não prejudica as possíveis recomendações que serão eventualmente realizadas, fruto da análise.

O número de entrevistas aplicados por destino foram:

Tabela 3 - Destino Avaliado e Número de Entrevistados

Destino	Nº entrevistados
Maceió	1.054
Maragogi	150
Marechal Deodoro – Praia do Francês	301

Fonte: Elaboração própria

INSTRUMENTO DE PESQUISA UTILIZADO

O instrumento de pesquisa utilizado para o estudo foi o mesmo para os turistas de eventos (associativos e esportivos), com uma pequena complementação no questionário do turista esportivo, relacionado ao perfil do entrevistado (atleta profissional, amador, etc). As questões elaboradas, de maneira geral, buscavam identificar o perfil, como foi a compra da viagem, escolhas e percepção sobre o destino.

No caso do turista de negócios o questionário tem variações. São acrescentadas perguntas relacionadas a motivação específica, uso de agências, serviços mais utilizados e desejados nos hotéis, entre outros.

As perguntas relacionadas à avaliação do destino presentes nos questionários de entrevistas foram adaptadas em função do perfil do público entrevistado. Algumas questões foram comuns a todos os entrevistados e outras adaptadas a cada público. Importante destacar que alguns itens que estão separados na pesquisa de eventos foram unificados para reduzir o tamanho do formulário e favorecer sua aplicação para os turistas de negócios.

ESTIMATIVA DE IMPACTO ECONÔMICO

A estimativa da movimentação econômica dos eventos associativos e esportivos em Alagoas considera apenas o impacto direto em três grupos de gastos:

1. Gasto dos turistas
2. Gasto dos participantes locais
3. Gasto dos organizadores

Essas informações exigem a coleta de um conjunto de dados que possam subsidiar um cálculo válido e confiável e a Tabela 4 apresenta cada dado utilizado e sua respectiva fonte:

Tabela 4: Dados utilizados no cálculo do impacto econômico e respectivas fontes

Dado:	Fonte:
Nº de eventos associativos em Alagoas	Calendário de eventos do Maceió Convention & Visitors Bureau
Nº de eventos esportivos em Alagoas	Calendário de eventos do Maceió Convention & Visitors Bureau
Nº de participantes totais dos eventos	Calendário de eventos do Maceió Convention & Visitors Bureau

Nº de turistas entre os participantes dos eventos	Percentual estimado de 60%, calculado a partir de outros estudos similares ¹ : - Impacto econômico do turismo de eventos realizados em Fortaleza - Análise do turismo de negócios e eventos em Maceió
Gasto médio dos turistas em eventos associativos	Pesquisa primária: entrevistas realizadas com 484 turistas ² nos eventos associativos
Gasto médio dos turistas em eventos esportivos	Pesquisa primária: entrevista realizada com 342 turistas ¹ nos eventos esportivos
Nº de participantes locais nos eventos	Resultado da estimativa total de público, menos o % estimado de turistas
Gasto médio dos participantes locais nos eventos	Pesquisa primária: entrevista realizada com 76 participantes locais que responderam apenas a pergunta sobre gasto local.
Gasto dos organizadores	Atualização monetária do valor coletado em 2016 no estudo: Análise do turismo de negócios e eventos em Maceió.

A estimativa do número de participantes totais dos eventos foi calculada a partir das informações do “Calendário de eventos – 2023” elaborado pelo Maceió Convention & Visitors Bureau. Nessa listagem, 48 dos 61 eventos associativos (79% do total) continham dados do público esperado e o público total estimado é resultado de uma extrapolação simples da média dos eventos informados. Nos eventos esportivos, todos os que foram identificados no calendário, continham estimativa de público.

Apesar da diferença no perfil dos eventos, da variação no número de participantes e eventuais falhas nos dados do calendário, o público total estimado não apresenta grandes inconsistências, considerando que os eventos menores que tendem a diminuir o número total de participantes são menos frequentes do que eventos maiores nesse mesmo calendário. A Tabela 5 apresenta o cálculo realizado para a estimativa de público total, de 89.920 pessoas:

Tabela 5 – Estimativa de público nos eventos associativos e esportivos de Alagoas

	Tipo de evento		Total
	Associativo	Esportivo	
Nº de eventos presentes no calendário	61	5	66
Nº de eventos com estimativa de público	48	5	53
Público identificado (pessoas)	66.270	5.702	71.972
Público total estimado³	84.218	5.702	89.920

Fonte: Elaboração própria, a partir do Calendário de eventos – 2023 do Maceió Convention & Visitors Bureau

¹ A estimativa do percentual de turistas entre o total de participantes dos eventos adotou o cálculo conservador, considerando que há estudos similares que estimam até 70% de turistas em eventos associativos.

² Nesse cálculo foram considerados apenas os turistas que responderam à pergunta sobre o gasto médio e cujo valor inclui as despesas com hospedagem

³ A estimativa de público é o resultado da extrapolação simples da média de participantes por evento (Público identificado / Nº de eventos com estimativa de público x Nº de eventos presentes no calendário)

A partir do número de participantes, o cálculo do número de turistas foi realizado adotando o índice encontrado em estudos similares⁴.

Nesse estudo, optou-se por um cálculo conservador, utilizando média de 60% de participantes turistas, conforme observado na tabela a seguir:

Tabela 6 – Estimativa do número de turistas nos eventos associativos e esportivos de Alagoas

	Tipo de evento		Total
	Associativo	Esportivo	
Público total estimado	84.218	5.702	89.920
Média de participantes turistas	60%	60%	
Estimativa de turistas nos eventos	50.531	3.421	53.952

Fonte: Elaboração própria

A estimativa de turistas foi combinada com os resultados dos gastos médios obtidos na pesquisa primária e utilizados para estimar o impacto econômico dos gastos dos turistas nos eventos em Alagoas.

Por fim, o gasto dos organizadores dos eventos foi obtido em outros estudos anteriores, com atualização monetária⁵ apenas das despesas realizadas localmente nos seguintes itens: espaço; infraestrutura e equipamentos; alimentos e bebidas; hospedagem; transporte local; cenografia e decoração; marketing e comunicação; palestrantes e artistas; pessoal terceirizado.

⁴ Ver: Análise do Turismo de Negócios e Eventos em Maceió – 2016, páginas 26 e 25 e; Impacto Econômico do Turismo de Eventos realizados em Fortaleza – 2022, página 16

⁵ Valor atualizado pelo INPC (IBGE) entre Dez/2016 e Dez/2023 utilizando a calculadora do Banco Central disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/CALCIDADA0/publico/exibirFormCorrecaoValores.do?method=exibirFormCorrecaoValores&aba=1>

RESULTADO DO ESTUDO

Nesta seção serão apresentados os resultados do Estudo em três blocos: no primeiro estão os resultados do impacto econômico dos eventos associativos e esportivos de Alagoas, no Segundo há resultados comparativos entre os diferentes perfis de turistas e o terceiro bloco apresenta os resultados específicos por perfil: Turista de Eventos Associativos, Turistas de Eventos Esportivos e Turista de Negócios.

IMPACTO ECONÔMICO

A realização de eventos envolve diversos gastos diretos e indiretos e a estimativa elaborada inclui dois tipos de gastos:

1. Gasto dos participantes
2. Gasto dos organizadores

O cálculo dos gastos diretos dos participantes considera todas as despesas realizadas por turistas e residentes no período do evento, excluindo o valor da inscrição, estratificados por tipo de evento (associativo e esportivo), conforme tabela a seguir:

Tabela 7 – Estimativa de gasto direto dos participantes dos eventos de Alagoas

	Tipo de evento		Total
	Associativo	Esportivo	
Nº de eventos	61	5	66
Nº estimado de turistas	50.531	3.421	53.952
Gasto médio dos turistas	R\$ 3.130,00	R\$ 4.490,00	
Gasto estimado dos turistas	R\$ 158.162.030,00	R\$ 15.360.290,00	R\$ 173.522.320,00
Nº estimado de residentes	33.687	2.281	
Gasto médio dos residentes	R\$ 196,00	R\$ 196,00	
Gasto estimado dos residentes	R\$ 6.602.652,00	R\$ 447.076,00	R\$ 7.049.728
Gasto estimado dos participantes	R\$ 164.764.682,00	R\$ 15.807.366,00	R\$ 180.572.048,00

Fonte: Elaboração própria

O gasto dos organizadores com os serviços contratados localmente foi, em média, R\$ 597.970,94 por evento e a estimativa total é apresentado na tabela 8:

Tabela 8 – Estimativa de gasto dos organizadores de eventos em Alagoas com serviços contratados localmente

Nº de eventos presentes no calendário	66
Gasto dos organizadores com serviços contratados localmente (média por evento)	R\$ 597.970,94
Valor estimado dos gastos dos organizadores	R\$ 39.466.082,04

Fonte: Elaboração própria

Com esses resultados, é possível afirmar que o impacto econômico dos eventos associativos e esportivos de Alagoas é a soma dos dois tipos de gasto e supera os **R\$ 220 milhões** em 2023.

RESULTADOS COMPARATIVOS

Os turistas de eventos (associativos e esportivos) e negócios tem em comum os principais estados de origem com pequenas variações. Nos três casos, o principal de Estado de origem é **São Paulo**, com variações na ordem de segundo, terceiro e quarto lugar. No caso dos turistas de eventos (associativos e esportivos), os principais estados de origem são os mesmos: Rio de Janeiro, Alagoas e Pernambuco. No caso do turista de negócios, a Bahia aparece em segundo lugar entre os principais emissores de turistas e Alagoas não aparece.

Os turistas de eventos **associativos são os menos experientes** no destino Maceió, percentualmente mais pessoas vieram a cidade pela primeira vez, enquanto os **turistas de negócios são os mais familiarizados** com o destino.

Os turistas esportivos são os que mais variam o propósito da visita. Além de participar de eventos esportivos, também mencionaram passeios, lazer, viagem de férias, participação em eventos profissionais e visita a familiares, como principais propósitos da visita.

As entrevistas com os turistas de negócio foram realizadas em hotéis, logo não é possível fazer uma análise abrangente do **tipo de hospedagem**. No entanto, colocando em perspectiva os perfis de turistas de eventos, é possível verificar que **não há diferença expressiva** neste quesito, a maioria se hospeda em **hotéis e pousadas**.

Em relação as **fontes de informação** para planejamento de viagem, a principal fonte de informação nos três casos foram os **sites de busca (google)**, seguido no caso dos turistas de eventos pelos **sites dos eventos** e no caso do turista de negócio por **indicação de agência de viagem**. É possível notar nos três casos que **indicação de colegas** é relevante.

Já entre os fatores que influenciam a escolha dos serviços de hospedagem e alimentação, a **localização** é o mais importante para os três perfis. Para o turista de eventos associativos o preço é o segundo fator de escolha. Turistas de eventos esportivos e de negócios privilegiam a estrutura de **serviço, alimentação e entretenimento**, sendo o **preço** o próximo fator decisivo.

A amostra pesquisa de **turista de negócios** apresentou o maior **gasto médio individual R\$ 721,13**, mas o maior **gasto médio da viagem** é do turista de eventos esportivos de **R\$ 4.490,00**. Tal fato se explica pelas diferenças no tempo de permanência e no número de pessoas na

viagem. Os turistas de negócios, em geral, viajam sozinhos, o que acaba elevando o gasto individual. Nos eventos, muitos turistas viajam acompanhados o que eleva o gasto médio e acaba reduzindo o valor por pessoa na viagem. Nos três grupos, entre as atividades que o entrevistado pretende realizar na viagem estão **gastronomia, passeios ao ar livre e compras**.

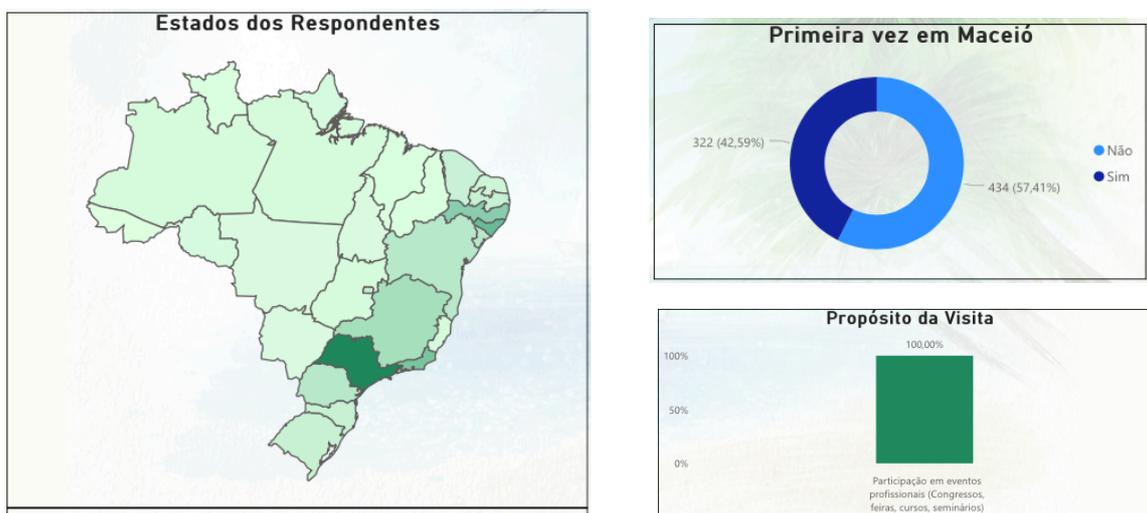
O **turista de negócios** é o que mais utiliza o **serviço de agências de viagem**, principalmente para reservar hospedagem e passagens aéreas.

Um percentual expressivo de **turistas de eventos permanece na região** antes ou depois do evento. O principal motivo é realizar passeios turísticos. Para esse perfil, principalmente turistas de eventos esportivos, o **destino é decisivo na participação no evento**.

RESULTADOS ESPECÍFICOS: EVENTOS ASSOCIATIVOS

Os turistas de eventos associativos vieram de todos os Estados brasileiros, a maioria proveniente de São Paulo (23%), Alagoas (13%), Rio de Janeiro (11%) e Pernambuco (9%). O propósito da visita foi unicamente participar em eventos profissionais (congressos, feiras, cursos e seminários). Do total de entrevistas, 43% vieram para Maceió pela primeira vez.

Figura 2 - Origem e Propósito da Visita – Associativo



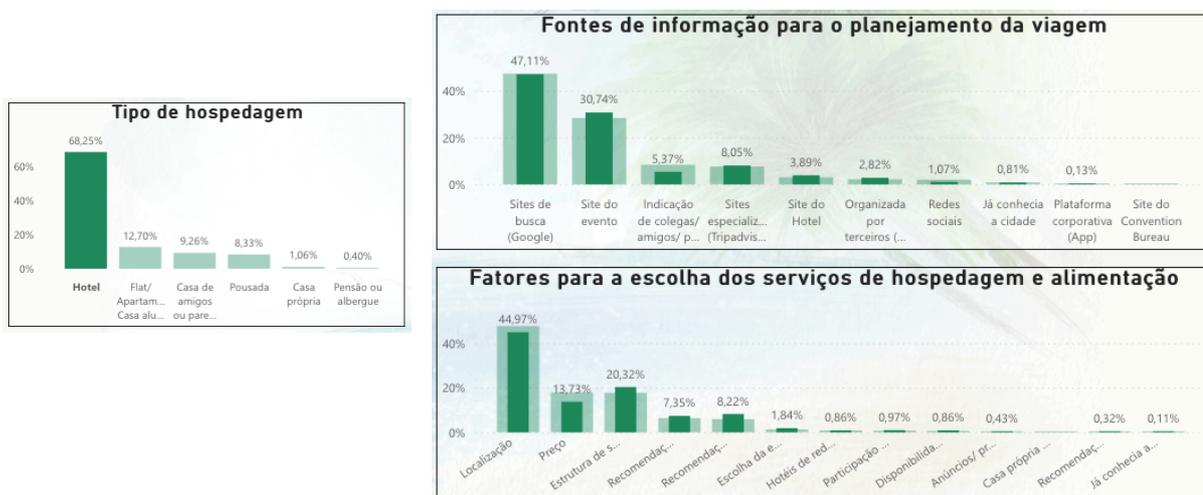
Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

O tipo de hospedagem mais utilizado por esse perfil de turista é hotel (68%), seguido por flat/apartamento (13%), casa de amigos ou parentes (9%) e pousadas (8%). As principais fontes de informação para o planejamento da viagem são sites de busca (47%), seguido do site do evento (28%), indicação de colegas/amigos (8,4%), sites especializados (tripadvisor, decolar, airbnb, etc) (7,6%) e site do hotel (3%). Os fatores para a escolha dos serviços de hospedagem e

alimentação são: localização (48%), preço (18%), estrutura de serviço de alimentação e entretenimento (18%), recomendações online (6,4%) e recomendação da organização do evento (6%).

O turista de eventos associativos que fica hospedado em hotel, busca informações principalmente em sites de buscas (47%), site dos eventos (31%), sites especializados (tripadvisor, decolar, airbnb, etc) (8%), indicação de colegas e amigos (5,3%), site do hotel (4%) e organizada por terceiros (3%). Os fatores para a escolha dos serviços de hospedagem e alimentação são principalmente localização (45%), estrutura de serviço de alimentação e entretenimento (20%), preço (14%), recomendação da organização do evento (8,2%) e recomendações online (7,3%), conforme é possível verificar nos gráficos abaixo:

Figura 3 - Planejamento Viagem -Associativo



Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

O turista de eventos associativos permanece, em média, 4,96 dias em Maceió. O gasto médio na viagem é R\$ 3.130,00. Esse valor inclui despesas com hospedagem, alimentação, transporte e lazer que são realizados no destino. As despesas com transporte aéreo e inscrição nos eventos não estão incluídas nesses gastos e não são considerados impacto econômico direto no destino.

Das atividades que pretendem realizar na viagem, para este grupo de entrevistados, há um empate técnico entre passeios ao ar livre (35,6%) e gastronomia (35,2%), seguido por compras (9,2%) e passeios programados (7,5%). Importante notar que apenas (7,4%) afirmou que não pretendia realizar atividades por falta de tempo.

Figura 4 - Duração e Gasto da Viagem – Associativos

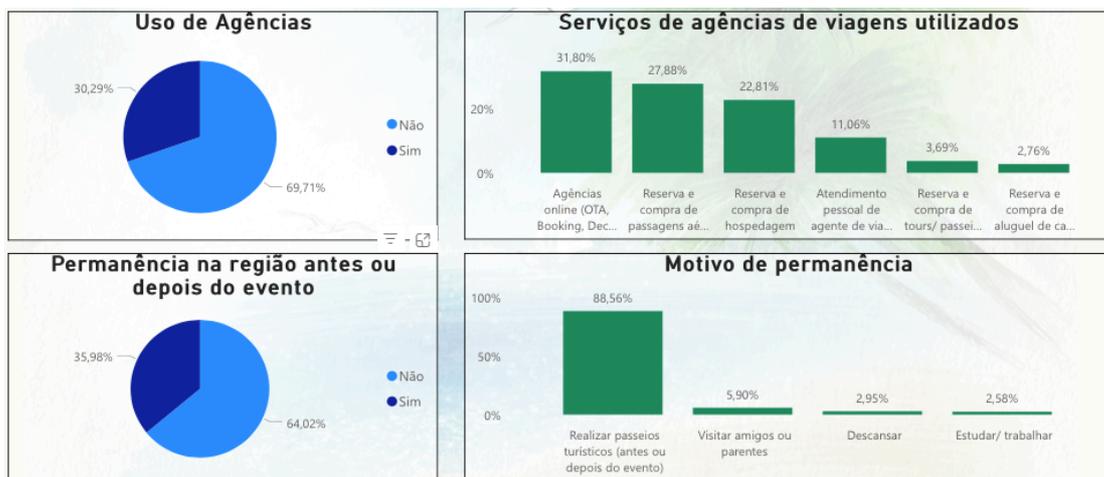


Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

Apenas 30% dos turistas de eventos associativos utilizaram agência de viagem em seu processo de planejamento e compra dos serviços. Dentre eles, 31,8% utilizaram algum serviço de Agências Online (OTAs, Booking, decolar, etc), 27,88% para reserva e compra de passagem aérea e 22,8% reserva e compra de hospedagem. Apenas 3,6% reservam ou compram tours/passeios, o que indica que o serviço é consumido no destino.

A permanência na região antes e depois do evento acontece para 36% dos entrevistados e o principal motivo é realizar passeios turísticos (88,5%).

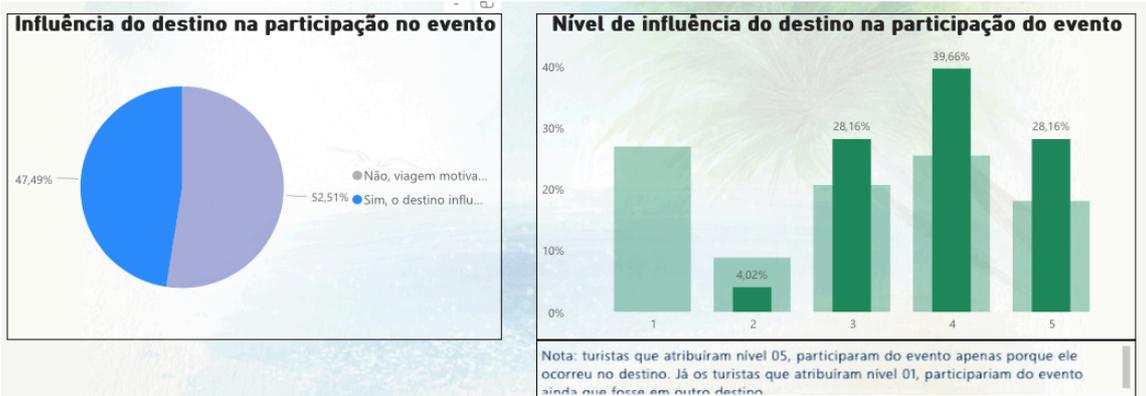
Figura 5 - Organização da Viagem – Associativo



Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

Para 47,4% dos entrevistados o destino de realização do evento influenciou na decisão de participação, sendo que 67,7% demonstram elevado nível de influência.

Figura 6 - Influência do Destino na Viagem – Associativo

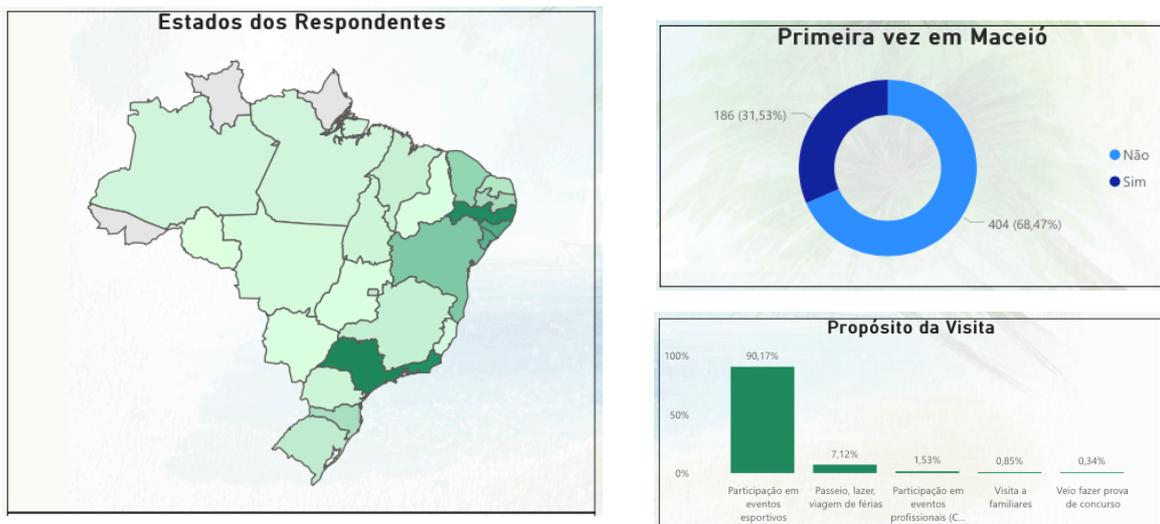


Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

RESULTADOS ESPECÍFICOS: EVENTOS ESPORTIVOS

Os turistas de eventos esportivos vieram de todas as regiões do Brasil, 24 estados, com exceção de Acre, Roraima e Amapá. Os quatro destinos de origem com maior percentual de entrevistados foram: São Paulo (14,2%), Pernambuco (13,7%), Rio de Janeiro (13,3%) e Alagoas (9,8%). O principal propósito da visita foi participação em eventos esportivos (90%), mas também mencionaram passeios, lazer, viagem de férias (7,2%), participação em eventos profissionais e visita a familiares (2,3%). A maioria já havia visitado Maceió em outra oportunidade (68%).

Figura 7 - Origem e Propósito da Viagem – Esportivo



Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

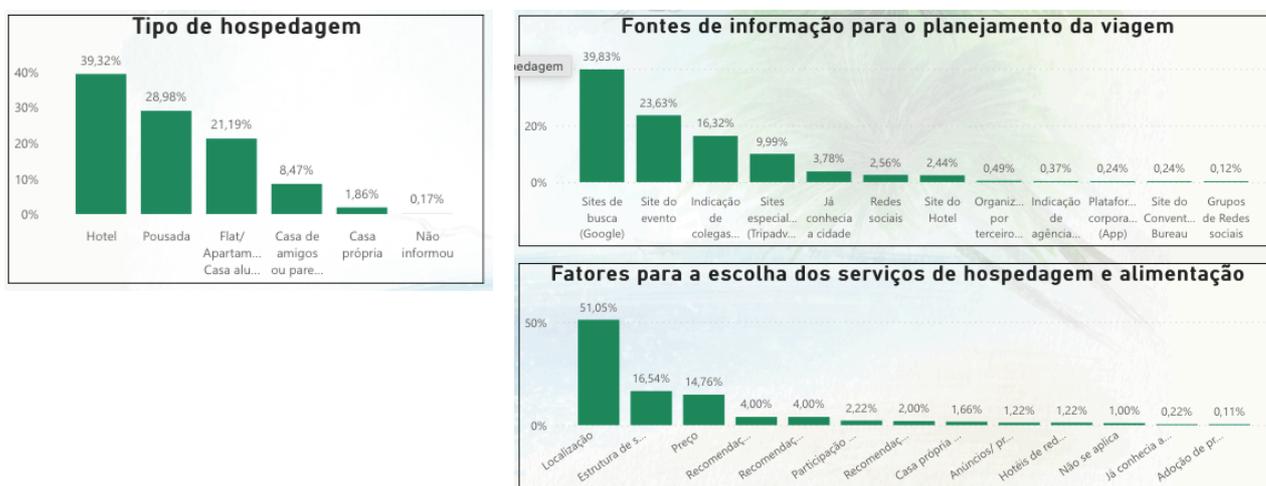
O tipo de hospedagem mais utilizado pelo turista de eventos esportivos é hotel (39%), seguido de pousada (29%) e Flat/Apartamento (21%). Casa de amigos ou parentes aparece em 8% das respostas.

Interessante comparar esses resultados com outros estudos, a exemplo do relatório elaborado pelo IFAL (Instituto Federal de Alagoas) em conjunto com a Prefeitura de Marechal Deodoro, no qual se calculou uma taxa de ocupação hoteleira na praia do Francês de 78,8% durante a 2ª edição do Pure Beach. Nesse mesmo evento, a escolha de hotéis e pousadas foi preferência de 78,7% dos participantes (44,37% em pousadas e 33,77% em hotéis), acima da média dos outros eventos esportivos que ficou em 68,3% (39,32% em hotéis e 28,98% em pousadas).

A principal fonte de informação para planejamento da viagem é o site de busca (40%), site do evento (24%), indicação de colegas (16%) e sites especializados (tripadvisor, decolar, airbnb) (10%). Um percentual menor de entrevistados (3,7%) afirma que já conhecia a cidade.

O que influencia a escolha dos serviços de hospedagem e alimentação para este perfil de turista é a localização (51%), estrutura de serviço de alimentação e entretenimento (16,5%) e preço (14,7%). Recomendações da organização do evento e recomendações online aparecem com o mesmo percentual de respostas dadas pelos entrevistados (4%).

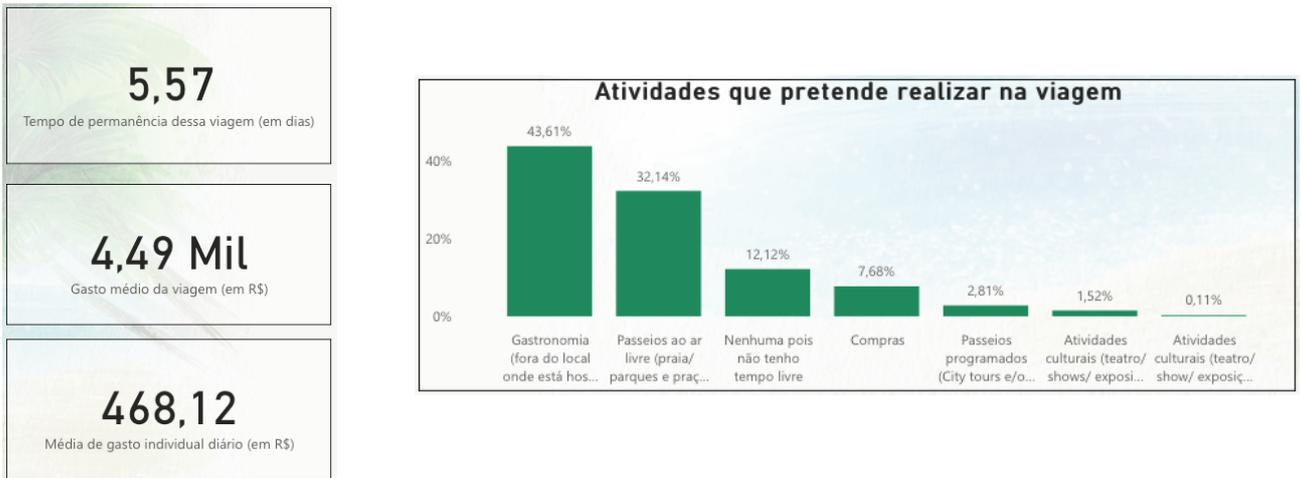
Figura 8 - Planejamento da Viagem – Esportivos



Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

O turista de eventos esportivos permanece em média 5,57 dias no destino do evento e possui um gasto médio por viagem de R\$ 4.490,00 com impacto direto na economia do destino. Das atividades que pretendem realizar na viagem, gastronomia aparece em primeiro lugar (43,6%), seguindo de passeios ao ar livre (32%). Um percentual significativo dos respondentes (12%) afirmou não conseguir realizar atividades extra por falta de tempo livre.

Figura 9 - Duração e Gasto da Viagem – Esportivos

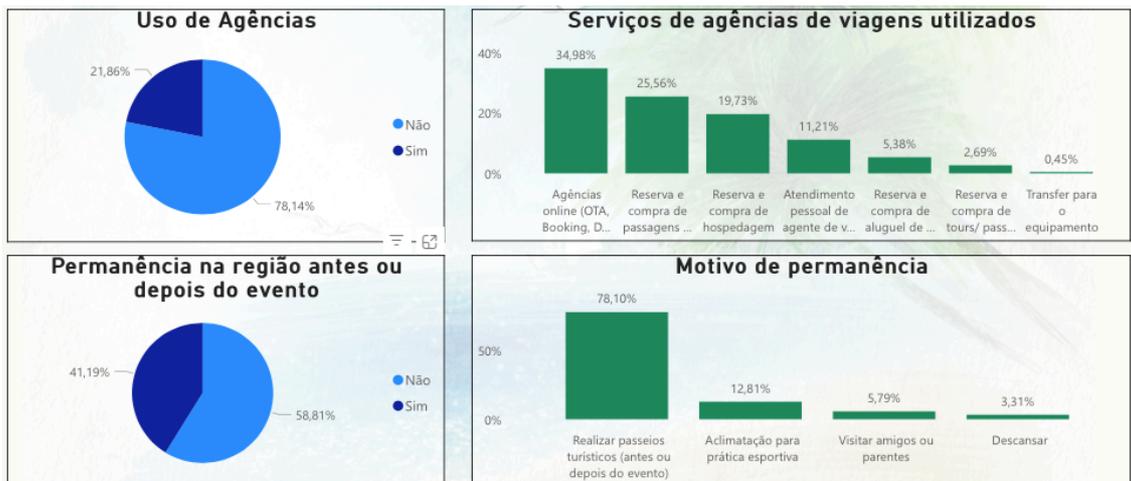


Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

Apenas 21,8% dos turistas de eventos esportivos utilizaram agência de viagem em seu processo de planejamento e compra dos serviços. Dentre eles, 34,9% utilizaram algum serviço de Agências Online (OTAs, Booking, decolar, etc), 25,56% para reserva e compra de passagem aérea e 19,73% reserva e compra de hospedagem. Apenas 2,6% reservam ou compram tours/passeios, o que indica que o serviço é consumido no destino.

A permanência na região antes e depois do evento acontece para 41% dos entrevistados e o principal motivo é realizar passeios turísticos (78,1%), seguido de aclimatação para prática esportiva (12,8%).

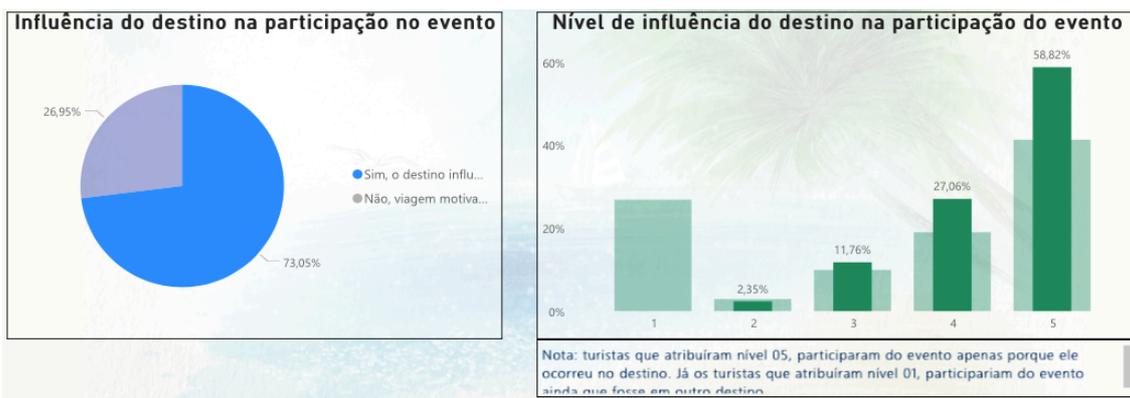
Figura 10 - Organização da Viagem – Esportivos



Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

Para 73% dos entrevistados o destino de realização do evento influenciou na decisão de participação, sendo que 85,5% destes demonstram elevado nível de influência.

Figura 11 - Influência do Destino na Viagem – Esportivos

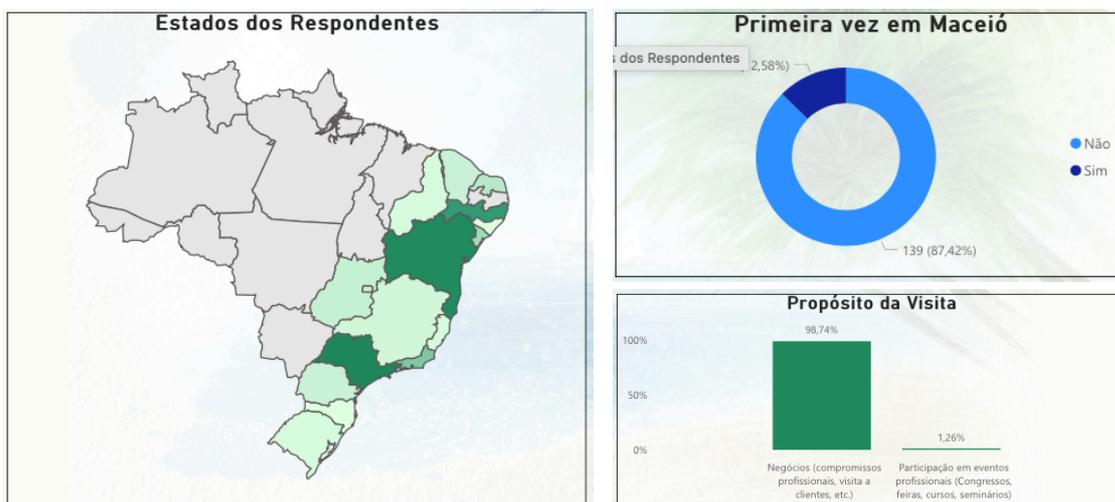


Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

RESULTADOS ESPECÍFICOS: TURISTA DE NEGÓCIOS

A origem do turista de negócios se diferencia dos demais por apresentar uma concentração na região sul, sudeste e nordeste, abrangendo apenas um estado do centro oeste. São principalmente de São Paulo (21,6%), Bahia (21%), Pernambuco (17,8%) e Rio de Janeiro (10%). São bastante experientes no destino, apenas 13% da amostra esteve em Maceió pela primeira vez e o propósito da visita é negócio para 97% dos entrevistados.

Figura 12 - Origem e Propósito da Viagem – Negócios



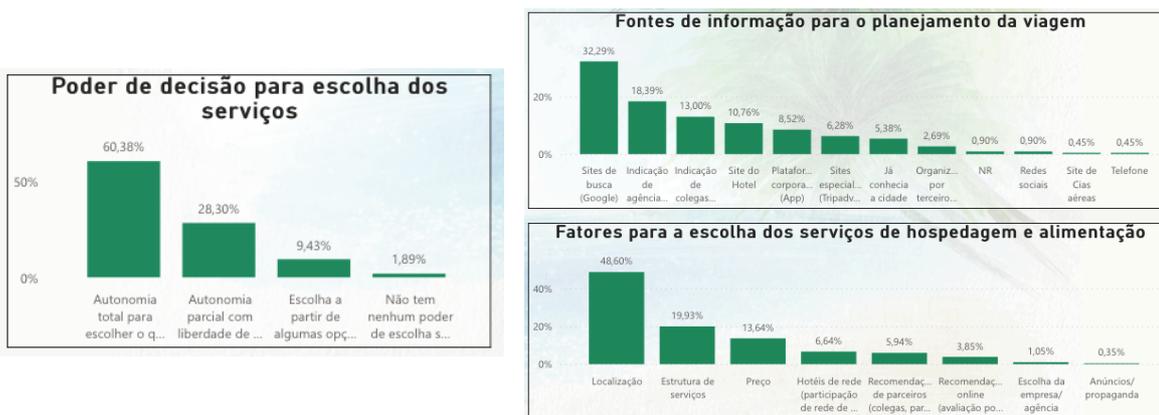
Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

O fato de a pesquisa ter sido aplicada em dois hotéis de Maceió influenciou o resultado relacionado ao tipo de hospedagem escolhido, logo a análise se concentrará em entender os demais pontos do estudo. As principais fontes de informação para o planejamento da viagem foram: sites de busca (32,2%), indicação de agência (18,3%), indicação de colegas (13%), site do hotel (10,7%), plataforma corporativa (8,5%), principalmente.

Os fatores que influenciaram a escolha dos serviços de hospedagem e alimentação foram: localização (48,6%), estrutura do serviço de entretenimento e alimentação (20%), preço (13,6%) e hotéis de rede (6,6%).

Quando perguntados sobre o poder de decisão para escolha dos serviços na viagem, 60% afirmaram que possuem autonomia total, 28% autonomia parcial e 9% fazem a escolha a partir de uma pré-seleção da empresa.

Figura 13 - Planejamento Viagem – Negócios



Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

O turista de negócios permanece, em média, 4,08 dias em Maceió e possui um gasto médio diário individual de R\$ 721,13 diário e de R\$ 2.860,00 durante a viagem, incluindo hospedagem e excluindo aéreo. Das atividades que pretendem realizar na viagem a gastronomia aparece com (42,6%), seguido de passeios ao ar livre (27,8%) e compras (17,4%). O percentual de entrevistados que afirmou não ter tempo livre foi de 7,6%.

Figura 14 - Duração e Gasto Viagem – Negócios



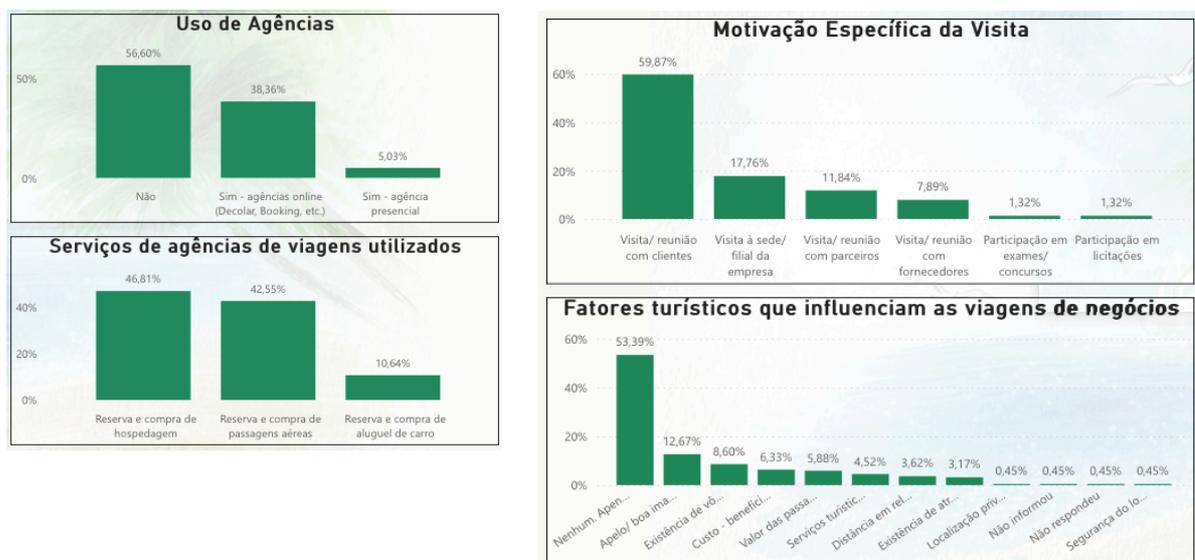
Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

A principal motivação deste perfil de turista é realizar visitas/ reuniões com clientes (60%), seguido de visitas à sede/filial da empresa (17,7%), visitas/ reuniões com parceiros (11,8%) e visitas/reuniões com fornecedores (7,9%).

Uma parte considerável do público entrevistado utiliza agência de viagem para organização da viagem (43%). Destes, 46,8% reservam e compram a hospedagem, 42,5% reservam e compram passagem aérea e 10,6% alugam carro.

Para 53,3% dos entrevistados, não há nenhum fator turístico que influencie as viagens de negócios, o foco da decisão é sempre o trabalho. Por outro lado, para 12,6% dos entrevistados o apelo/ boa imagem turística do destino e para 8,6% a existência de voos diretos/ conexões são fatores que podem influenciar na decisão.

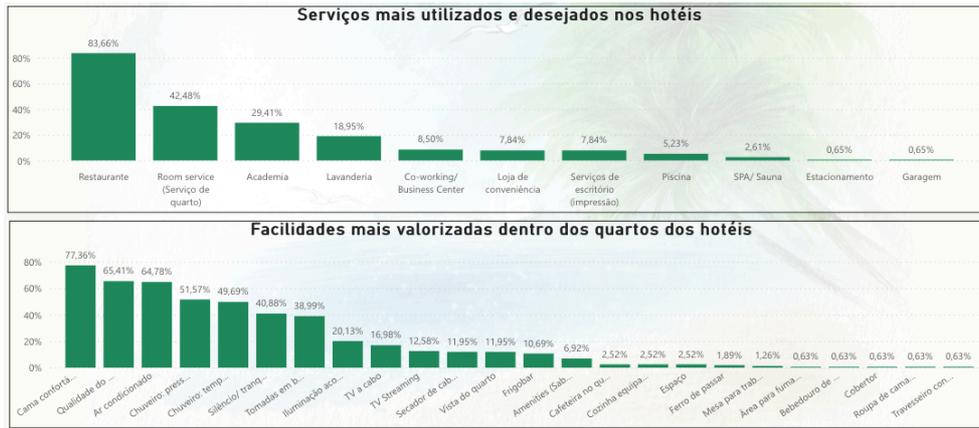
Figura 15 - Organização da Viagem – Negócios



Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

Os serviços mais utilizados e desejados nos hotéis para o turista de negócios são principalmente restaurante (83,6%), room service (42,4%), academia (29,4%), lavanderia (19%). Dentre as facilidades mais valorizadas dentro dos quartos estão: cama confortável (77,4%), qualidade do wifi (65,4%), ar-condicionado (64,7%), chuveiro: pressão da água (51,5%), chuveiro: temperatura da água (49,6%), silêncio/tranquilidade (40,8%) e tomadas em quantidade (39%).

Figura 16 - Preferências na Hotelaria – Negócios



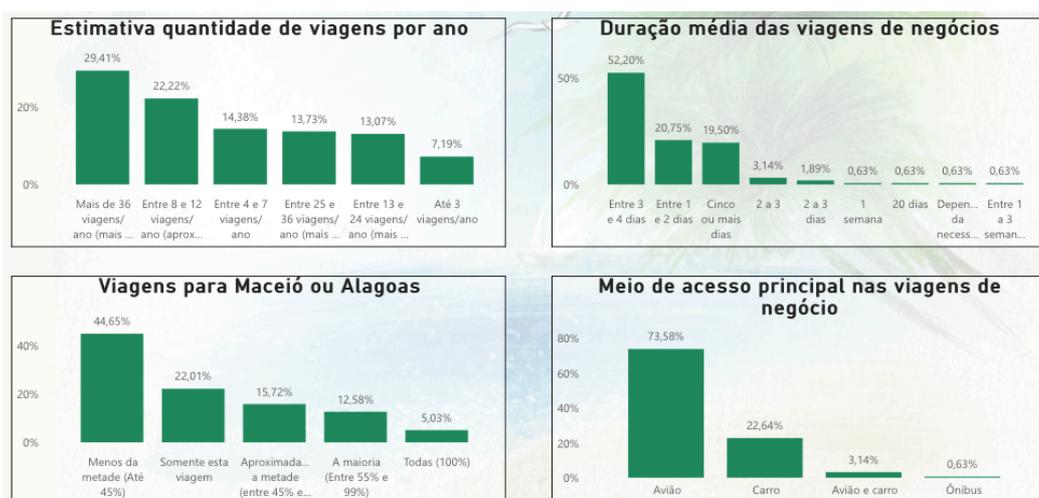
Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

O turista de negócios apresenta alta frequência de viagens durante o ano, 29,4% realizam mais de 36 viagens por ano – mais de 03 por mês, enquanto 22,2% realizam entre 08 e 12 viagens por ano - aproximadamente 1 por mês, 14,38% realizam entre 4 e 7 viagens por ano e 13,7% realizam entre 25 e 36 viagens por ano - mais de 02 por mês.

A duração média das viagens de negócios é entre 3 e 4 dias para 52,2% dos entrevistados. O percentual de entrevistados que afirmaram ficar entre 1 e 2 dias no destino é de 20,7%, enquanto 19,5 % ficam mais de cinco dias.

O principal meio de acesso nas viagens de negócios é avião com 73,5% das respostas, seguido de carro 22,6%.

Figura 17 - Perfil da Viagem – Negócios



Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

AVALIAÇÃO DOS DESTINOS

A avaliação do destino será apresentada de maneira separada para cada cidade onde foram realizados eventos contemplados na amostra do estudo. Algumas perguntas relacionadas à avaliação do destino presentes nos questionários foram comuns a todos os entrevistados e outras adaptadas a cada público.

Figura 18 - Avaliação Maceió

Avaliação dos participantes que estavam em Maceió							
Quem avaliou	Aspectos avaliados	Excelente	Muito Bom	Bom	Razoável	Ruim	Não sei/ Não utilizei/ não percebi
Todos	Acessibilidade (para pessoas com deficiência)	21,16%	15,28%	26,94%	9,01%	3,80%	23,81%
Todos	Aeroporto	25,05%	19,64%	29,13%	6,74%	1,23%	18,22%
Todos	Atendimento/ Serviços em geral	43,64%	28,27%	24,76%	2,18%	0,57%	0,57%
Todos	Limpeza	29,03%	25,81%	30,83%	7,97%	2,37%	3,98%
Todos	Segurança	28,56%	25,90%	31,02%	6,36%	1,80%	6,36%
Eventos	Cidade em geral	43,91%	31,06%	20,34%	2,12%	0,22%	2,35%
Eventos	Gastronomia local	48,04%	27,49%	19,89%	1,79%	0,22%	2,57%
Eventos	Local/ Ambiente do evento	46,15%	26,15%	23,58%	3,02%	0,78%	0,34%
Eventos	Meios de Hospedagem	24,00%	25,33%	44,67%	2,67%	1,33%	2,00%
Eventos	Proximidade dos serviços (tempo de deslocamento entre hospedagem, alimentação e eventos)	41,90%	29,61%	22,46%	3,35%	1,56%	1,12%
Corporativo	Estrutura turística (Hotéis/ restaurantes/ atrativos)	42,77%	27,67%	26,42%	0,63%	0,63%	1,89%
Corporativo	Estrutura Urbana	22,64%	24,53%	33,33%	12,58%	5,66%	1,26%
Corporativo	Paisagem Natural	72,33%	16,98%	9,43%	0,00%	0,63%	0,63%
Corporativo	Sinalização	10,69%	22,01%	51,57%	8,18%	3,14%	4,40%

Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

Os turistas que visitaram Maceió tiveram, no geral, uma avaliação positiva do destino. A paisagem natural é o item mais bem avaliado pelo turista de negócios, seguido da estrutura turística (hotéis, restaurantes e atrativos). Para 48,04% dos turistas de eventos a gastronomia local é excelente e para todos os perfis, o item mais bem avaliado é o atendimento/serviço em geral com 43,64% de menções como excelente.

Os itens com piores avaliações entre todos os perfis foram estrutura urbana, acessibilidade (para pessoas com deficiência) e sinalização.

Figura 19 - Avaliação Maragogi

Avaliação dos participantes que estavam em Maragogi							
Quem avaliou	Aspectos avaliados	Excelente	Muito Bom	Bom	Razoável	Ruim	Não sei/ Não utilizei/ não percebi
Todos	Acessibilidade (para pessoas com deficiência)	6,37%	8,92%	10,83%	14,01%	9,55%	50,32%
Todos	Aeroporto	18,47%	13,38%	2,55%	0,00%	0,00%	65,61%
Todos	Atendimento/ Serviços em geral	64,33%	22,29%	10,83%	2,55%	0,00%	0,00%
Todos	Limpeza	29,94%	13,38%	17,20%	16,56%	5,10%	17,83%
Todos	Segurança	52,87%	14,65%	14,01%	1,91%	0,64%	15,92%
Eventos	Cidade em geral	40,76%	26,11%	23,57%	4,46%	1,27%	3,82%
Eventos	Gastronomia local	57,32%	21,02%	15,92%	0,00%	0,00%	5,73%
Eventos	Local/ Ambiente do evento	50,32%	26,11%	22,29%	1,27%	0,00%	0,00%
Eventos	Meios de Hospedagem	51,06%	24,11%	12,06%	2,84%	0,00%	9,93%
Eventos	Proximidade dos serviços (tempo de deslocamento entre hospedagem, alimentação e eventos)	52,87%	21,02%	19,11%	5,10%	1,27%	0,64%
Corporativo	Estrutura turística (Hotéis/ restaurantes/ atrativos)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Corporativo	Estrutura Urbana	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Corporativo	Paisagem Natural	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Corporativo	Sinalização	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

Os turistas presentes no Festival de Velas de Maragogi avaliaram de forma positiva o destino, com destaque para o atendimento/ serviço em geral, seguido pela gastronomia local. Os itens acessibilidade (para pessoas com deficiência) e limpeza foram considerados insuficientes para mais de 20% dos entrevistados.

Figura 20 - Avaliação Marechal Deodoro -Praia do Francês

Avaliação dos participantes que estavam no Francês							
Quem avaliou	Aspectos avaliados	Excelente	Muito Bom	Bom	Razoável	Ruim	Não sei/ Não utilizei/ não percebi
Todos	Acessibilidade (para pessoas com deficiência)	6,98%	5,65%	28,24%	24,58%	13,29%	21,26%
Todos	Aeroporto	14,29%	20,60%	33,89%	3,32%	0,00%	27,91%
Todos	Atendimento/ Serviços em geral	43,00%	27,33%	29,00%	0,67%	0,00%	0,00%
Todos	Limpeza	38,21%	28,90%	30,90%	1,33%	0,33%	0,33%
Todos	Segurança	37,54%	28,24%	31,89%	1,66%	0,00%	0,66%
Eventos	Cidade em geral	50,83%	24,58%	23,59%	0,33%	0,00%	0,66%
Eventos	Gastronomia local	45,18%	25,91%	23,59%	0,33%	0,33%	4,65%
Eventos	Local/ Ambiente do evento	49,17%	24,58%	25,25%	0,66%	0,33%	0,00%
Eventos	Meios de Hospedagem	22,00%	24,67%	50,67%	2,00%	0,00%	0,67%
Eventos	Proximidade dos serviços (tempo de deslocamento entre hospedagem, alimentação e eventos)	51,16%	24,92%	22,59%	1,00%	0,00%	0,33%
Corporativo	Estrutura turística (Hotéis/ restaurantes/ atrativos)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Corporativo	Estrutura Urbana	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Corporativo	Paisagem Natural	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Corporativo	Sinalização	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Fonte: Elaboração própria, a partir da opinião dos entrevistados

Para os turistas de eventos esportivos que visitaram a Praia do Francês, em Marechal Deodoro, a avaliação é positiva, com destaque para a proximidade dos serviços (tempo de deslocamento entre hospedagem, alimentação e eventos) e a cidade em geral. O principal item a melhorar é a acessibilidade.

OUTROS RESULTADOS

O [dashboard](#) interativo também permite realizar novos cruzamentos e análises com abordagens customizadas a partir da ótica desejada e pode ser acessado pelo link:

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiaNTAzNmVmMGUtNDMwZC00NmRmLThkNWYtOGYxZTY2ODE2YzRkIiwidCI6ImVhMjAxMmFkLWNhZWQ0tNGI2Mi1hZjUxLWVlYzBINWE1ZGQwOSJ9>

Além do dashboard, foram elaborados infográficos individuais para cada evento, contendo os principais resultados:



PESQUISA PARA OS TURISTAS DO EVENTO

Resultados Preliminares

IronMan

24 a 27 de Agosto de 2023

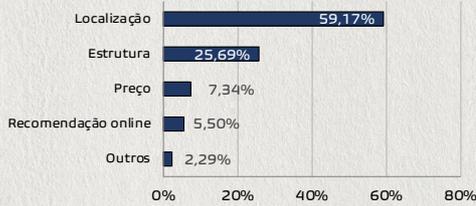
139
turistas
entrevistados

- 92,8% Participar do evento foi a motivação principal
- 66,1% Amplia a estadia (antes ou depois do evento)
- 85,6% Hospedam em Hotéis/ Pousadas

Origem - Estado



Principais Fatores de Escolha dos Serviços



- 57,5% Tiveram sua participação influenciada pelo destino
- 43,4% Pretendiam realizar passeios ao ar livre

5,1 Dias
Permanência Média

Gasto médio individual diário
R\$ 453,26
No destino, excluindo aéreo e inscrição

74,1% Avaliação positiva mínima (Muito Bom e Excelente) Aeroporto

Afirmam que o evento tem a melhor recomendação (1 a 10) **83,4%**

Recomendações:

- Banheiro adequado para cuidados com crianças de colo



PESQUISA PARA OS TURISTAS DO EVENTO

Resultados Preliminares

XXXVII Congresso Brasileiro de Direito Administrativo

26 a 28 de Setembro de 2023

151
turistas
entrevistados

46,4%

Amplia a estadia (antes ou depois do evento)

Principalmente para

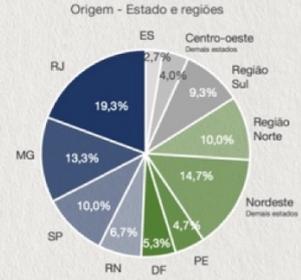
Realizar passeios turísticos

51%

É a primeira vez em Maceió

34,4%

Utilizam serviços de agência de viagens



97,1%

dos que ampliam a estadia

Tipos de serviços utilizados por quem contrata agências de viagens



Fontes de informação para organização da viagem



88,7%

Hospedam em Hotéis

93,4%

Escolhem pela localização

5,1 Dias

Permanência Média

Gasto médio individual diário

R\$ 438,40

No destino, excluindo aéreo e inscrição

43,7%

Afirmam que Maceió influencia a escolha de participação no evento

Recomendações:

- Pontualidade (Homenagem muito longa)
- Melhorar a organização



PESQUISA PARA OS TURISTAS DO EVENTO

Resultados Preliminares

XIX Congresso Norte e Nordeste de Pneumologia
01 a 05 de Outubro de 2023

43
turistas entrevistados

32,6%

Amplia a estadia (antes ou depois do evento)

Principalmente para

Realizar passeios turísticos

14,0%

É a primeira vez em Maceió

18,6%

Utilizam serviços de agência de viagens

Fontes de informação para organização da viagem



81,4%

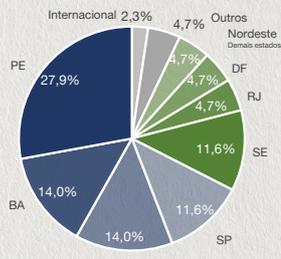
Hospedam em Hotéis

11,6%

Hospedam em casa de amigos/ parentes

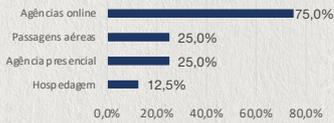
Localização, preço e estrutura definem a escolha dos serviços

Origem - Estado e regiões



84,6% dos que ampliam a estadia

Tipos de serviços utilizados por quem contrata agências de viagens



3,4 Dias
Permanência Média

Gasto médio individual diário

R\$ 583,22

No destino, excluindo aéreo e inscrição

65,1%

Afirmam que Maceió influencia a escolha de participação no evento

Recomendações:

- Pontualidade
- Ampliar a grade de conteúdo
- Melhorar na divulgação e sinalização do evento

Realização:



Secretaria de Estado do Turismo



Parceiro Técnico:



PESQUISA PARA OS TURISTAS DO EVENTO

Resultados Preliminares

L Congresso Brasileiro de Alergia e Imunologia
17 a 20 de Novembro de 2023

150
turistas entrevistados

34%

Amplia a estadia (antes ou depois do evento)

Principalmente para

Realizar passeios turísticos

50,0%

É a primeira vez em Maceió

38,7%

Utilizam serviços de agência de viagens

Fontes de informação para organização da viagem



84,7%

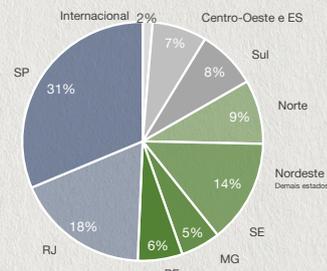
Hospedam em Hotéis

5%

Hospedam em flats/ casas alugadas

Localização e recomendações (do evento e online) definem a escolha

Origem - Estado e regiões



86,3% dos que ampliam a estadia

Tipos de serviços utilizados por quem contrata agências de viagens



5 Dias
Permanência Média

Gasto médio individual diário

R\$ 636,07

No destino, excluindo aéreo e inscrição

42,3%

Afirmam que Maceió influencia a escolha de participação no evento

Recomendações:

- Melhor acesso à internet
- Realizar o evento em outro local, mais adequado
- Oferecer transfer para o evento e para alimentação

Realização:



Secretaria de Estado do Turismo



Parceiro Técnico:



PESQUISA PARA OS TURISTAS DO EVENTO

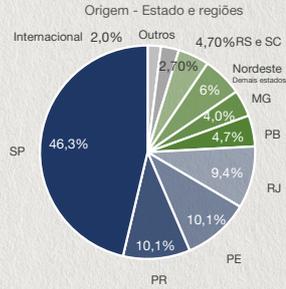
Resultados Preliminares

20º Encontro da SBPMat – Brazil MRS Meeting

01 a 05 de Outubro de 2023

149

turistas entrevistados



40,3%

Amplia a estadia (antes ou depois do evento)

Principalmente para

Realizar passeios turísticos

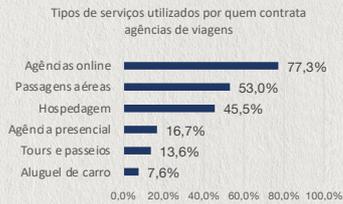
90% dos que ampliam a estadia

65,8%

É a primeira vez em Maceió

44,3%

Utilizam serviços de agência de viagens



Fontes de informação para organização da viagem



57,8%

Hospedam em Hotéis

22,4%

Hospedam em flat/ aluguel

Localização e preço definem a escolha dos serviços

5,8 Dias

Permanência Média

Gasto médio individual diário

R\$ 368,55

No destino, excluindo aéreo e inscrição

42,3%

Afirmam que Maceió influencia a escolha de participação no evento

Recomendações:

- Organização e temperatura do evento
- Melhorar as calçadas da cidade
- Mais opções para café da manhã (lugares abertos)

Realização:



Secretaria de Estado do Turismo



Parceiro Técnico:

PESQUISA PARA OS TURISTAS DO EVENTO

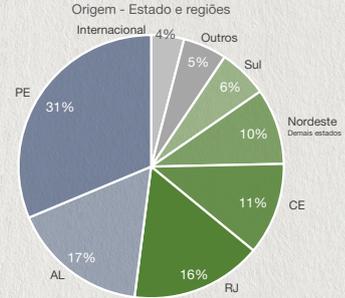
Resultados Preliminares

Festival de Velas de Maragogi

25 a 29 de Novembro de 2023

157

turistas entrevistados



38,7%

Amplia a estadia (antes ou depois do evento)

Principalmente para

Realizar passeios turísticos

75,9% dos que ampliam a estadia

24,7%

É a primeira vez em Maragogi

4%

Utilizam serviços de agência de viagens

12%

é para aclimação esportiva

Perfil do entrevistado



Fontes de informação para organização da viagem



45,3%

Hospedam em flats/ casas alugadas

22%

Hospedam em pousadas

Localização e preço definem a escolha dos serviços

6,9 Dias

Permanência Média

Gasto médio individual diário

R\$ 452,59

No destino, excluindo aéreo e inscrição

92,7%

Afirmam que Maragogi influencia a escolha de participação no evento

Recomendações:

- Melhorar a divulgação
- Priorizar estação do ano com ventos
- Apesar das falhas na organização, valoriza o esporte

Realização:



Secretaria de Estado do Turismo



Parceiro Técnico:

PESQUISA PARA OS TURISTAS DO EVENTO

Resultados Preliminares

Macena Open

30 de novembro a 02 de dezembro de 2023

150
turistas
entrevistados

30,7%

Amplia a estadia (antes ou depois do evento)

Principalmente para **73,9%** dos que ampliam a estadia
Realizar passeios turísticos

30,7%

É a primeira vez na praia do Francês

6,7%

Utilizam serviços de agência de viagens

Fontes de informação para organização da viagem



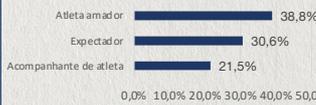
60,3%

Hospedam hotéis

8% Hospedam em casas de amigos/ parentes

Localização, estrutura e preço definem a escolha dos serviços

Perfil do entrevistado



21,7% é para aclimação esportiva

5 Dias

Permanência Média

Gasto médio individual diário

R\$ 476,11

No destino, excluindo aéreo e inscrição

79,3%

Afirmam que Marechal Deodoro influencia a escolha de participação no evento

Recomendações:

- Melhorar a iluminação
- Ampliar oferta de transporte por aplicativo
- Melhorar a estrutura dos banheiros

Realização:



Secretaria de Estado do Turismo



Parceiro Técnico:

PESQUISA PARA OS TURISTAS DO EVENTO

Resultados Preliminares

Trakto Show

14 a 16 de Dezembro de 2023

150
turistas
entrevistados

20,7%

Amplia a estadia (antes ou depois do evento)

Principalmente para **63,3%** dos que ampliam a estadia
Realizar passeios turísticos

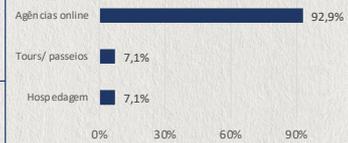
91,3%

Já conheciam Maceió

9,3%

Utilizam serviços de agência de viagens

Tipos de serviços utilizados por quem contrata agências de viagens



Fontes de informação para organização da viagem



34%

Hospedam em casas de amigos/ parentes

27,3%

Hospedam em hotéis

Localização e preço definem a escolha dos serviços

3,8 Dias

Permanência Média

Gasto médio individual diário

R\$ 401,66

No destino, excluindo aéreo e inscrição

79,3%

Afirmam que Maceió influencia a escolha de participação no evento

Recomendações:

- Melhorar a programação
- Realizar em um local mais próximo
- Mais pontualidade e menos atraso

Realização:



Secretaria de Estado do Turismo



Parceiro Técnico:

PAINEL DE RECOMENDAÇÕES

A partir do estudo realizado é possível tecer algumas recomendações que podem agregar na estratégia de captação e melhoria da experiência do turista:

- As principais cidades de origem dos turistas de eventos e negócios estão nas regiões nordeste e sudeste, respectivamente. No caso do turista de eventos, especial atenção para os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Pernambuco. Os turistas de negócios estão mais concentrados nos estados de São Paulo e Bahia. É importante que tais cidades de origem estejam contempladas nas estratégias de captação e promoção do destino Alagoas para o segmento.
- Os sites de busca são as principais fontes de informação para os três perfis de turistas do destino Alagoas, seguido pelo site dos eventos e agências de viagem para os turistas de eventos e de negócios, respectivamente. O bom posicionamento do destino, equipamentos e serviços nestes buscadores é estratégico para melhorar a experiência do turista e fortalecer a competitividade do destino Alagoas.
- No geral, o propósito de viagem dos três perfis de turistas é muito claro e depende da realização de eventos e da densidade de empresas instaladas no Estado. Logo, para manter ou ampliar o impacto econômico do segmento de eventos e negócios, é necessário investir na captação de eventos, na qualidade dos espaços de eventos, na organização e no monitoramento do setor.
- A localização é o principal fator de definição dos serviços de hospedagem. Uma das fortalezas do destino Maceió é ter um Centro de Convenções próximo da planta hoteleira. É necessário, no entanto, inovar e renovar este espaço de eventos para manter a competitividade do destino, segundo os próprios organizadores de eventos que foram contactados para viabilizar a aplicação das pesquisas.
- O destino influencia na decisão de participação no evento, principalmente para turistas de eventos esportivos. Fortalecer a qualidade do destino, amplia a competitividade do turismo de eventos e negócios.
- A acessibilidade foi um dos itens com piores avaliações. Apesar de também ser um item pouco valorizado, com número elevado de turistas que não avaliam porque não se atentam a esse fator, há um mercado expressivo de idosos e pessoas com deficiência com capacidade de consumo que podem ter suas viagens definidas por um posicionamento claro de destino acessível e seguro.

- A gastronomia é um dos atrativos mais procurados pelos turistas de negócios e eventos e investimentos na imagem da culinária alagoana aliada aos eventos gastronômicos podem estimular um aumento desse fluxo, bem como o retorno dos turistas em futuras viagens de lazer com familiares e amigos.
- Os organizadores de eventos também devem estar atentos às pesquisas de satisfação. Algumas sugestões e reclamações dos turistas estão relacionadas própria organização do evento como pontualidade, qualidade da programação e disponibilidade de informações. O destino também pode se preparar oferecendo cartilhas físicas ou digitais com dúvidas frequentes dos participantes de eventos, a exemplo de: transporte, opções de passeios rápidos, opções de alimentação próximo do Centro de convenções, telefones úteis e orientações em caso de emergências.
- Eventos e competições esportivas atraem públicos maiores e qualificados, principalmente se os eventos fizerem parte de alguma etapa oficial para pontuar em campeonatos nacionais e internacionais. Os investimentos em eventos trazem resultados expressivos para a economia local.
- O impacto econômico dos eventos em Alagoas supera os R\$ 220 milhões e é um importante indutor de desenvolvimento, estimulando diversos setores da economia e alimentando uma extensa cadeia de prestadores de serviços.

REALIZAÇÃO:



APOIO:



Secretaria de
Estado do Turismo



PARCEIRO TÉCNICO:

