

Estudo do impacto econômico do Carnaval de 2018 em Belo Horizonte – MG

Study of the economic impact of the 2018's Carnival in Belo Horizonte – MG

Eduardo Henrique de Paula Cruvinel

Mestre em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, Belo Horizonte/MG, Brasil

E-mail: cruvinel85@gmail.com

Artigo recebido em: 27-02-2019

Artigo aprovado em: 12-09-2019

RESUMO

O carnaval brasileiro pode ser considerado um dos produtos turísticos mais conhecidos internacionalmente, responsável pela movimentação e composição de fluxos de pessoas, motivação de viagens e deslocamentos, geração de receitas e empregos, alterações na oferta e demanda e mudanças nos hábitos de consumo. Além disso, os eventos carnavalescos acarretam impactos sociais, culturais, ambientais, econômicos, políticos e turísticos para as localidades que os sediam. Nesse contexto, o principal objetivo deste trabalho é mensurar os impactos econômicos decorrentes da realização do Carnaval em Belo Horizonte, a partir dos dados primários de pesquisa com os foliões que participaram do evento em 2018 e mediante o uso de modelos econométricos para o segmento do turismo de eventos. Tendo como pressuposto fornecer uma visão geral dos impactos econômicos diretos e indiretos gerados. Registro e documentação de informações sobre o impacto econômico do carnaval na capital mineira que podem complementar estudos sobre a competitividade, a imagem e a atratividade do destino.

Palavras-chave: Turismo. Impacto Econômico. Carnaval.

ABSTRACT

The Brazilian carnival can be considered one of the most well-known tourist products internationally, responsible for the movement and composition of flows of people, travel motivation, generation of revenues and jobs, changes in supply and demand and changes in consumption habits. In addition, carnival events bring social, cultural, environmental, economic, political and tourist impacts to the localities that host them Under this context, the main objective of this paper is to measure the economic impacts resulting from the carnival of Belo Horizonte, based on the primary research data with the revelers who participated in the event in 2018 and by using econometric models for events tourism segment. Aiming to provide an overview of the direct and indirect economic impacts generated. Registration and documentation of information on the economic impact of carnival in the capital of Minas Gerais that may complement studies about competitiveness, image and attractiveness of the destination.

Keywords: Tourism. Economic Impact. Carnival.

1. INTRODUÇÃO

Belo Horizonte, cidade que ocupa a 10ª posição como destino internacional de eventos no Brasil – de acordo com o ranking do International Congress and Convention Association (ICCA) de 2017 – e que tem apresentado uma crescente efervescência cultural, com a constante produção e organização de eventos em seu território, vem ganhando destaque com seu carnaval, um dos eventos que mais se consolidam no cenário turístico e cultural da capital mineira.

Festa mais expressiva da cultura brasileira, o carnaval ressurgiu em Belo Horizonte a partir de 2009, a princípio pela iniciativa popular, como parte de manifestações políticas, culturais e sociais. No entanto, tem se consolidado desde então como um dos maiores carnavais brasileiros, atingindo mais de 3,8 milhões de foliões nas ruas da cidade em 2018, de acordo com dados publicados pela Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A – Belotur –, órgão público municipal responsável pela organização e logística do evento.

Cabe notar que o carnaval cresceu e se expandiu, ocupando os espaços públicos da cidade com uma programação extensa, que tem início no calendário de eventos belorizontino com os ensaios dos blocos de rua. Importante ressaltar que ele movimenta, impacta e altera a configuração espacial, social, cultural e econômica de Belo Horizonte. O registro e a documentação de informações sobre o seu impacto econômico na cidade se mostram, desse modo, como de extrema relevância para ampliar a competitividade, imagem e atratividade do novo destino turístico de carnaval.

Com base em dados obtidos a partir de pesquisa primária aplicada pela Belotur com os foliões, no período do carnaval de 2018, o objetivo deste artigo é avaliar seus impactos econômicos na capital mineira.

2. MODELOS ECONÔMÉTRICOS PARA O SEGMENTO DO TURISMO DE EVENTOS

O segmento de eventos cresceu e se tornou um dos principais elos da cadeia produtiva do turismo, motivando fluxos turísticos e figurando como condutor dos planos de desenvolvimento e marketing de muitos destinos no cenário global (Getz, 1998; Crompton & Mckay, 1997). Tais circunstâncias motivam empresários, produtores e organizações a avaliar o impacto econômico dos eventos em seu contexto local ou regional.

O turismo de eventos pode ser definido como o segmento que contempla os eventos como ferramentas para o desenvolvimento dos destinos e a construção da sua imagem e da

atração de visitantes (Getz, 1991). A conceituação do Ministério do Turismo Brasileiro (2010, p. 15) compreende turismo de negócios e eventos como “o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”. Há, contudo, uma linha tênue que separa e define as práticas específicas em cada uma dessas terminologias: negócios e eventos.

Ainda em conformidade com o Ministério do Turismo (2010, p. 15), enquanto o turismo de negócios é pautado pela “conjuntura econômica local ou da existência de polos e centros de pesquisas e estudos técnicos científicos” e não atrai o turista de negócios, com exceção das feiras e de visitas técnicas, no turismo de eventos “existe a possibilidade de o destino criar, desenvolver ou atrair o evento”.

Britto e Fontes (2002, p. 52) definem tal segmento como o que “cuida dos vários tipos de eventos que se realizam nas mais diversas áreas. São congressos, conferências, cursos, exposições, feiras, shows, simpósios, solenidades, por exemplo, que refletem o esforço mercadológico dos mais diversos setores”.

Podem ser compreendidos também como produtos turísticos únicos que variam em uma escala de mega a pequenos eventos (Getz, 1989), com temáticas diversas, como gastronômicos, artísticos, musicais, esportivos, religiosos, históricos e culturais (Getz, 1991, 1997; Dimmock & Tiyce, 2000). Essa diversidade e complexidade tornam o termo um conceito amplo e comumente usado para se referir a uma variedade de celebrações, momentos e acontecimentos (Getz, 1989; Allen, O’Toole, McDonnell, & Harris, 2002).

O período limitado em um espaço de tempo que caracteriza os eventos aumenta sua unicidade como uma experiência que pode ocorrer apenas uma vez na vida de um visitante, diferentemente das demais atrações turísticas, disponíveis para usufruto ao longo de períodos extensos em um destino. Tal apelo turístico está relacionado às experiências únicas que os eventos oferecem aos visitantes em participar de algo que está disponível como parte do dia a dia de uma localidade (Getz, 1991).

Os eventos culturais e de entretenimento, como os festivais, espetáculos, shows, concertos, concebidos como uma das tipologias do segmento, estão se tornando fenômenos exponenciais mundialmente, em quantidade, diversidade e popularidade (Crompton & McKay, 1997; Getz, 1997; Gursoy, Kim, & Uysal, 2004). No caso brasileiro, pode-se destacar a ocupação dos espaços públicos, que passam a ser usados para eventos e avaliados sob as perspectivas do marketing de lugares, desenvolvimento urbano, turismo e, mais recentemente, de mudanças sociais (Picard & Robinson, 2006).

Tal ocupação traz consigo uma série de impactos econômicos, sociais, culturais, ambientais e urbanísticos. A identificação de cada um desses aspectos é importante quando considerado o valor geral de um evento para a localidade sede. Suas implicações espaciais incluem não apenas benefícios, mas também restrições que refletem na região anfitriã, conforme se observa no quadro abaixo desenvolvido por Hall (1992).

Quadro 1 – Possíveis impactos resultantes de eventos

Tipo de Impacto	Positivo	Negativo
Econômico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de gastos. 2. Criação de emprego. 3. Aumento da oferta de trabalho. 4. Aumento do padrão de vida. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentos de preço durante o evento. 2. Especulação imobiliária. 3. Falha em atrair turistas. 4. Melhores investimentos alternativos. 5. Capital inadequado. 6. Estimativa inadequada de custos do evento.
Turístico/ Comercial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maior conscientização da região como um destino turístico. 2. Maior conhecimento sobre o potencial de investimento e comércio na região. 3. Criação de novas acomodações e atrações turísticas. 4. Aumento da acessibilidade. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aquisição de uma má reputação como resultado de instalações inadequadas, práticas impróprias ou preços inflacionados. 2. Reações negativas das empresas já estabelecidas devido à possibilidade de nova competição por mão de obra local e assistência governamental.
Meio Ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Construção de novas estruturas. 2. Melhoria da infraestrutura local. 3. Preservação do patrimônio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dano ecológico. 2. Mudanças nos processos naturais. 3. Poluição arquitetônica. 4. Destruição do patrimônio. 5. Superlotação.
Social/Cultural	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento do nível permanente de interesse e participação em tipos de atividade associada ao evento. 2. Fortalecimento dos valores regionais e tradições. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comercialização de atividades pessoal ou particular 2. Modificação da natureza do evento ou atividade para adaptar ao turismo 3. Potencial aumento do crime 4. Mudanças na estrutura da comunidade 5. Deslocamento social.
Psicológicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maior orgulho local e espírito de coletividade. 2. Maior conscientização das percepções dos não residentes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tendência para atitudes defensivas sobre a região anfitriã 2. Choque cultural 3. Mal-entendido levando a variados graus de hostilidade
Político / Administrativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconhecimento internacional da região e seus valores. 2. Desenvolvimento de habilidades entre gestores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exploração econômica da população local para satisfazer ambições de uma elite política. 2. Distorção da verdadeira natureza do evento para refletir valores de elite. 3. Falha em replicar. 4. Incapacidade de atingir objetivos. 5. Aumento dos custos administrativos. 6. Uso do evento para legitimar decisões impopulares. 7. Legitimação da ideologia e realidade sociocultural.

Fonte: Hall, 1992, p. 8. (Tradução do autor).

Muitos produtores e organizações locais de turismo examinam o impacto econômico sob a ótica dos benefícios para os destinos ao estimar os impactos diretos e indiretos para a sede do evento. Essa abordagem comumente utiliza pesquisas primárias com os participantes dos eventos e, em seguida, aplicação de modelos econométricos para avaliar e determinar impactos econômicos no nível local, custos e benefícios, ponto de equilíbrio e retorno dos investimentos.

Filho e Guilhoto (2003, p. 02) reconhecem a importância do turismo sobre a economia de destinos e países, mas ressaltam que “existem poucos estudos que quantificam, com maior rigor, os impactos desse segmento sobre a economia, demonstrando, assim, a necessidade de estudos sobre o turismo brasileiro, à luz de uma análise econômica”.

O fluxo positivo de receita para uma região ou localidade não deve ser o único fator considerado na determinação do aparente sucesso de um evento. Seus impactos negativos sociais podem causar transtornos, assim como impactos ambientais. Controversamente, há muitos impactos positivos que podem contrapor os negativos como, por exemplo, a resolução da sazonalidade, o aumento das oportunidades de emprego e a melhor distribuição da renda.

Para se medir os impactos econômicos das atividades relacionadas ao turismo, dois métodos são comumente utilizados: as contas satélites e o modelo insumo-produto (Stynes, 1999). As contas satélites são usadas para uma avaliação geral da estimativa da contribuição do turismo para a economia nacional e sua elaboração é de alta complexidade. Porém, elas não serão abordadas neste estudo.

Já as técnicas de construção de matrizes insumo-produto, oriundas dos trabalhos do economista Wassily Leontief e apresentadas originalmente em 1941, no livro *The Structure of the American Economy*, difundiram-se e tornaram-se adequadas em casos de avaliações intersetoriais de sistemas econômicos, o que motiva sua exploração ao longo deste estudo. Seu uso se difundiu muito nos últimos anos e é amplamente utilizado para compreender os efeitos de choques na economia ou mesmo sobre projeções e comportamento da atividade econômica (Carvalho, 1998).

As matrizes brasileiras são desenvolvidas a partir dos dados obtidos por meio das Contas Nacionais, disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE –, sendo elas construídas especificamente para estados, regiões e mesmo municípios, de forma que o modelo insumo-produto possa ser utilizado em pesquisas segmentadas ou regionalizadas, com base nas informações de gastos e volumes de visitantes.

Tais dados são aplicados em cada modelo e podem ser acrescidos de multiplicadores que estimam a abrangência dos impactos econômicos. O Sistema de Contas Nacionais

“consiste em um conjunto coerente e integrado de contas econômicas, saldos e quadros baseados em conceitos, definições, classificações e normas contábeis internacionalmente convencionadas”, de acordo com Forte e Neto (2016, p. 01).

Para Carvalheiro (1998), é preciso destacar ainda, apesar das inúmeras vantagens das matrizes insumo-produto, limitações como os retornos constantes de escala, a inalteração dos coeficientes técnicos ao longo do tempo e a presunção de que a oferta de recursos produtivos é infinita e perfeitamente elástica. Ainda que sob essas alegações, esse modelo econométrico passa a ser usado amplamente para mensurar o impacto econômico das atividades turísticas, carecendo, contudo, de mais estudos.

Os impactos econômicos de eventos em uma região ou localidade podem ser categorizados em primários e secundários. Os primários são aqueles sentidos diretamente na economia do evento, medidos por pesquisas, a partir dos gastos dos participantes. Já os secundários são considerados a partir do efeito multiplicador que um setor possui em outras áreas, a partir de cálculos de vazamento de novas despesas (Stynes, 1999; Sinclair & Stabler, 1997).

Multiplicadores medem a quantidade de moeda gasta que não é vazada da região devido a gastos adicionais com produtos e serviços não provenientes da localidade de estudo. A defesa desse efeito multiplicador se tornou popular, passando ele a ser aplicado para determinar o efeito que os eventos possuem na economia. Isso porque o setor começa a reconhecer mudanças nos níveis das atividades econômicas criadas por um visitante e os impactos dessa atividade em outros setores (Kwiatkowski, 2017), especialmente a partir das pesquisas de Archer (1984), que inicialmente foram estruturadas para indicar os gastos públicos.

Outra forma de explicitar os impactos econômicos é através das seguintes terminologias: efeitos diretos, indiretos e induzidos. Os efeitos diretos dizem respeito ao consumo dos turistas em estabelecimentos ligados diretamente ao setor do turismo. Já os indiretos são bens e serviços que as empresas de turismo compram de seus fornecedores, formando a cadeia de suprimentos do turismo. Os induzidos, por sua vez, estão atrelados ao que é gerado por meio de salários, aluguéis, tributos e juros recebidos das atividades turísticas responsáveis por gerar outras atividades econômicas (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill, 1993).

Quando visitantes chegam a um destino motivados pela participação em um evento, a tendência é de que cheguem antes e estendam sua permanência na localidade, o que beneficia

as relações de demanda e oferta de produtos que o espaço tem a oferecer, como passeios, serviços de alimentação, transportes, compras etc. (Oklobdzija, 2015).

Tal movimentação caracteriza os eventos como potencializadores das mudanças de consumo, o que impacta o desencadeamento do efeito multiplicador pela diversidade de temas que podem estar a eles atrelados, uma vez que podem variar de festivais culturais a congressos médicos (Cooper *et al.*, 1993).

A organização de eventos para uma localidade é também positiva para entidades governamentais e empresas, visto que promovem e melhoram sua imagem e geram tributos local e/ou mesmo da região. Allen, McDonald e William (2003) questionam as consequências negativas que a falha nessa organização pode provocar em termos de mídia, transformando impactos positivos em negativos.

Percebe-se, assim, que o turismo de eventos pode ser compreendido como o planejamento, a execução e o marketing sistemático dos recursos turísticos em um período de tempo (Getz & Wicks, 1993), tendo se tornado um dos mais importantes elos das atividades turísticas e, por vezes, assimilado como aplicação de uma técnica ou uma especialização na forma de organizar uma atividade no setor do turismo (Getz, 2008). Além disso, é uma motivação usada como relevante ferramenta no marketing de destinos (Richie, 1997).

Além disso, desempenha um papel importante, com contribuições significativas para as indústrias de turismo, viagens, lazer e hospedagem como gerador de demanda turística e é ferramenta essencial para alcançar diversos objetivos econômicos, sociais e ambientais e gerar benefícios para as comunidades e destinos (Arcodia & Robb, 2000).

3. METODOLOGIA

Este artigo avalia especificamente o carnaval de Belo Horizonte a partir dos dados primários de pesquisa com os foliões que participaram do evento em 2018, com o objetivo de fornecer uma visão geral dos impactos econômicos gerados. Sem a pretensão de ser exaustiva, tem como base o modelo de impacto regional para quantificar os impactos diretos do evento e o modelo insumo-produto para avaliar os indiretos.

A avaliação econômico-financeira de um evento cultural como as festas de carnaval, realizadas anualmente em Belo Horizonte, comporta diferentes tipos de abordagens, dependendo dos objetivos e interesses de cada uma das partes envolvidas na sua viabilização e realização. Sob a ótica do impacto econômico, esse tipo de evento, quando associado ao turismo, pode ser considerado indutor de mercados e responsável pela promoção da imagem

do local e pelo desenvolvimento econômico e social da sua população, considerando não só seus impactos econômicos e sociais imediatos, mas também os impactos culturais.

Utilizou-se uma combinação de dois modelos de avaliação de impacto econômico do turismo: um de impacto regional, para quantificar os impactos diretos (primários) dos gastos dos foliões, e um insumo-produto, para avaliar os impactos indiretos (secundários). Tais efeitos podem ser mensurados através do uso de multiplicadores, objeto de discussão e análise na seção seguinte.

A base de dados usada para os cálculos deste artigo é oriunda de pesquisa de demanda com os foliões (visitantes e moradores) de 2018, aplicada e divulgada pela Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A – Belotur. Amostra que consistiu de 1645 questionários, aplicados no período de 9 a 14 de fevereiro, em 15 blocos de rua espalhados pelas regionais da cidade. Dentre os dados apresentados, foram diagnosticados o perfil socioeconômico e a avaliação da infraestrutura do evento e dos serviços no município, além de gastos, procedência, dentre outras.

O cálculo amostral foi realizado utilizando a formulação da Amostragem Aleatória Simples (AAS), considerando a aleatoriedade dos indivíduos selecionados e o tamanho da amostra segundo a formulação: $n_{AAs} = \frac{N}{4(N-1)D+1}$, sendo $D = \frac{B^2}{z_{\alpha}^2}$ o erro máximo desejado, z_{α}^2 o grau de confiança. Resultando em 1.645 questionários (95% de confiança e 2,5% de erro amostral) para a população participante do Carnaval de Belo Horizonte 2018 estimada em 3.6 milhões, segundo dados da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A – Belotur.

Foram levantadas informações sobre o total de público estimado no evento, percentual de moradores e visitantes, gasto médio total e detalhado e número pernoites/participação no evento, visto que o gasto detalhado permitiu aplicar o efeito multiplicador diferenciado, o que traz mais possibilidade de análises e compreensão do impacto em cada setor.

A partir de ajustes de consistência da base de dados¹, como a exclusão das células vazias nas colunas de quantidade de pernoite e de gasto total, foi possível obter os números necessários para efetuar os cálculos de impactos diretos e indiretos, que serão apresentados na seção seguinte.

¹ A base de dados encontra-se no Portal Dados Abertos da Prefeitura de Belo Horizonte. Recuperado em 18, fevereiro, 2018, de <https://dados.pbh.gov.br/organization/belotur>.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1. Impactos diretos

Os impactos diretos correspondem ao efeito decorrente do valor dos gastos com bens e serviços efetivamente realizados pelos foliões (visitantes e moradores) na cidade, durante o período do evento. No caso dos visitantes, são sentidos na cadeia produtiva do turismo e na produção associada, como meios de hospedagem, alimentação fora do lar, transporte, dentre outros. Os impactos econômicos diretos podem ser mensurados através da equação a seguir:

$$\text{Impactos diretos} = \text{Número de visitantes/moradores} \times \text{Número pernoites/participação no evento} \times \text{Gasto médio diário}$$

Para efetuar esse cálculo, utilizou-se o público total do carnaval divulgado pela Belotur, a partir do número de presentes no evento, que somou 867.470 mil foliões por dia. Com base no percentual de visitantes apontado na pesquisa de demanda, também divulgada pela Belotur, que totalizou 14% do público entrevistado, chegou-se ao total de 121.445 mil visitantes, com uma média de permanência na cidade de 6,2 dias e um gasto médio diário de R\$109,18. Já os moradores, que representam 86% em números absolutos, totalizaram 746.025 foliões, com uma média de participação de 3,8 dias no evento e um gasto médio diário individual de R\$57,62.

Em relação aos gastos totais, estes foram para moradores e visitantes de R\$218,96 e R\$676,93, respectivamente. A tabela 1 resume as principais informações para efetuar o cálculo necessário e assim obter o impacto econômico direto estimado decorrente do carnaval em Belo Horizonte.

Tabela 1 – Foliões, permanência/participação e gasto médio diário

	Moradores	Visitantes
Número de foliões	746.025	121.445
Média de permanência/ participação (dias)	3,8	6,2
Gasto médio diário	R\$57,62	R\$109,18

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

A divisão entre moradores e visitantes encontra sustentação em Stynes (1999) que busca na estruturação de contas satélites de turismo especificações e distinções entre os gastos e média de participação nas atividades turísticas ou de potencial turístico. O que pode ser percebido na tabela 1 a partir de uma comparação inversamente proporcional no número de foliões em relação à média de permanência/participação e ao gasto médio diário de moradores

e visitantes. Elementos que podem ser desdobrados em uma análise comparativa do perfil, de hábitos de consumo e das motivações entre moradores e visitantes em novos estudos.

Restrito a este trabalho, com base nesse agrupamento de informações e a equação supracitada, é possível calcular o impacto direto estimado dos gastos dos foliões sobre a economia de Belo Horizonte, conforme tabela 2.

Tabela 2 – Impacto direto dos gastos dos foliões

	Moradores	Visitantes	Total Geral do Evento
Impacto direto	R\$163.346.650,00	R\$82.208.063,62	R\$245.554.713,62

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Estima-se o impacto geral do carnaval em cerca de R\$ 245 milhões de forma direta, obtida a partir dos gastos dos foliões em 2018. O impacto econômico não leva em consideração a mensuração e exaustão de análises nos demais impactos² como os apresentados por Hall (1992, p. 08), que devem ser tratados sob a luz e contextualização de outros métodos que podem ser qualitativos, especialmente no que tange aos socioculturais e psicológicos.

4.2. Impactos diretos e indiretos

Os impactos indiretos são calculados a partir da lógica de que os produtos/serviços adquiridos pelos visitantes em estabelecimentos demandam, por sua vez, fornecedores ou demais setores da economia, e assim sucessivamente, o que configura o efeito indireto. Uma das metodologias para se chegar a esse efeito é o uso de multiplicadores do impacto econômico, o que comprova a alta dependência entre empresas prestadoras de serviços turísticos e a relevância de se tratar esse assunto em estudos que avaliem o impacto dos eventos como exemplo.

Esses multiplicadores podem ser extraídos das matrizes insumo-produto local, regional ou nacional. Nesta pesquisa, devido à inexistência de informações de uma matriz insumo-produto municipal para o cálculo do impacto total (impactos diretos e indiretos) dos gastos dos foliões, foram utilizados os multiplicadores calculados a partir do modelo insumo-produto, com os dados das contas nacionais do IBGE elencadas pelo Observatório do Turismo da Universidade Federal Fluminense, conforme tabela 3:

² Econômico, turístico/comercial, meio ambiente, social/cultural, psicológicos, político/administrativo.

Tabela 3 – Multiplicadores da atividade turística

Gastos por categoria	Multiplicador
Gastos com hospedagem	2,13
Gastos com alimentos	2,13
Gastos com compras	2,01
Gastos em atrações	1,86

Fonte: Monteiro e Marques, 2015.

Monteiro e Marques (2015) não calcularam o efeito multiplicador do transporte público. Assim, o multiplicador para essa categoria foi extraído da pesquisa de Cunha *et al.* (2008), na qual há uma estimativa do item “Transporte, armazenamento e correios” em 1,79, dado relevante para esta análise, considerando que há o detalhamento de gastos com transportes internos na pesquisa de demanda com os foliões do carnaval de 2018.

Os multiplicadores apresentados na tabela 3 representam o quanto é gerado na cadeia produtiva de cada atividade para cada R\$ 1,00 de gasto direto dos visitantes na compra dos produtos e serviços turísticos. Desse modo, para avaliar os impactos totais, ou seja, diretos e indiretos, foi utilizada a equação seguinte:

$$\text{Impacto total} = \text{Multiplicador} \times \text{Impacto direto dos visitantes}$$

Utilizando os multiplicadores apresentados na tabela 3 e os dados de impacto direto da tabela 2, foram determinados os impactos econômicos totais (direto e indireto) dos gastos dos foliões sobre as atividades características de turismo em Belo Horizonte. Os gastos dos visitantes por categoria foram estimados com base nos gastos detalhados e no percentual de cada categoria no valor total de gastos. Destaque para as concepções de Stynes (1999), Sinclair e Stabler (1997) em que os impactos indiretos se enquadram no efeito multiplicador ocasionado pela criação, geração de um fato novo, como a realização de um evento, uma vez que esses movimentos não teriam ocorrido na ausência do Carnaval em Belo Horizonte no ano de 2018.

Importante salientar também que os gastos com ingressos, provenientes da base de dados, foram incluídos na categoria atrações, assim como os outros gastos foram incorporados na categoria compras. Assimilação de proximidade e relação entre os gastos com as categorias mais adequadas.

Tabela 4 – Impactos totais dos visitantes nas atividades turísticas

Gastos por categoria	Visitantes	Total
Gastos com hospedagem	R\$ 12.229.258,57	R\$ 26.048.320,76
Gastos com alimentos	R\$ 33.393.041,01	R\$ 71.127.177,36
Gastos com compras	R\$ 7.131.102,91	R\$ 14.333.516,42
Gastos em atrações	R\$ 26.172.070,66	R\$ 48.680.051,42
Gastos com transportes internos	R\$ 3.282.590,46	R\$ 5.875.836,92
Total	R\$ 82.208.063,62	R\$ 166.064.903,33

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

A tabela 4 contém os impactos econômicos diretos e indiretos dos gastos dos visitantes na economia da capital, durante o carnaval: os diretos totalizaram R\$82.208.063,62, enquanto os indiretos somam R\$ 166.064.903,33.

Somados os impactos indiretos dos visitantes (R\$166.064.903,33) e os diretos dos moradores (R\$163.346.650,00) esse valor pode ser estimado em R\$329.411.553,33 em termos de movimentação econômica no período do Carnaval com impactos em Belo Horizonte. Dados que analisados sob as premissas de Getz (1993) e de Arcodia e Robb (2000) demonstram a relação entre a temporaneidade dos eventos, característica e condição intrínseca desse segmento, com a casualidade em termos dos impactos gerados e sentidos em cada localidade. Relação que pode se estender para outras territorialidades, levando-se em consideração a repercussão na produção, tributos e fluxos nas contas regionais e nacionais.

Números que demonstram a capilaridade e potencial dos eventos como o Carnaval em movimentar uma cadeia produtiva, além dos próprios segmentos relacionados ao turismo, além das atividades tipicamente ou parcialmente turísticas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo é um setor que ainda precisa de pesquisas consistentes e, em muitos casos, deve se justificar como uma atividade relevante para a melhoria da qualidade de vida das cidades e mesmo de espaços naturais e rurais. Avaliar e mensurar o impacto econômico das atividades turísticas se tornou também uma importante ferramenta para justificar investimentos, captar mais recursos e financiamentos, desenvolver territórios, suas potencialidades e seus atributos tanto para os residentes quanto para os visitantes.

É preciso evoluir nas análises dos impactos do turismo em uma determinada área. Desse modo, estudos com foco em aplicação de modelos econométricos que garantam melhor e maior consistência dos dados apurados, assim como a atuação intersetorial entre campos diferentes do âmbito acadêmico, são ganhos para os diversos segmentos que se alinham nesse cenário.

Isso já pode ser percebido na ampliação de análises sobre os impactos econômicos dos eventos em nível internacional e nacional, permitindo que trabalhos comparativos e de benchmarking sejam continuados para novas formas de se compreender como esse segmento do turismo pode desencadear mais impactos positivos que negativos para as localidades nas quais são realizados. Gerar indicadores com embasamento econômico contribui para uma melhor percepção do poderio dos eventos na movimentação de setores associados ao turismo, em que pese a relevância de se associar estudos com esse perfil em aproximações holísticas.

Informações que permitem ainda que novas pesquisas sejam instauradas a partir de inquietações como: a) análise comparativa da série histórica para avaliação da evolução do Carnaval de Belo Horizonte; b) estudo específico sobre o perfil e hábitos de consumo dos participantes; c) estudo dos demais componentes dos impactos resultantes de eventos sob a estruturação e Hall (1992).

Além disso, apesar de não esgotado, a mensuração dos impactos econômicos do carnaval de Belo Horizonte de 2018 permitiu analisar que moradores e visitantes movimentaram de forma direta e indireta na economia da capital mineira R\$329 milhões em valores estimados, embasados nos gastos dos foliões e na metodologia aplicada neste estudo.

Números que demonstram o impacto das atividades turísticas em uma localidade e o potencial que os eventos possuem em motivar fluxo de visitantes, movimentar a economia, gerar oportunidades de negócios, renda e emprego, promoção e posicionamento de um destino para mercados e em segmentos desejados que tenham relação com seus clusters e nichos produtivos. Em que pese ainda a diversificação nos temas e tipologias dos eventos, elementos que podem contribuir para a produção e operação em conformidade com os objetivos de cada sede.

Tais dados permitem ampliar e aprimorar a compreensão dos hábitos e comportamentos dos foliões durante o período do evento e se mostram como importantes indícios para o planejamento turístico municipal em termos das propostas de operação do carnaval de Belo Horizonte, maior evento em espaço urbano da cidade.

REFERÊNCIAS

- Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., & Harris, R. (2002). *Festival and special event management*. (2nd ed.). Milton, Australia: Wiley.
- Allen, J., McDonald, I., & William, O. (2003). *Organização e Gestão de Eventos*. CAAMPUS, São Paulo.
- Archer, B. H. (1984). Economic impact: Misleading multiplier. *Annals of Tourism Research*, p. 517-518.
- Arcodia, C., and Robb, A. (2000). A taxonomy of event management terms. In J. Allen, R., Harris, L. K., Jago, A. J., & Veal (Eds.). *Events Beyond 2000: Setting the Agenda: Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. Sydney: Australian Centre for Event Management School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology.
- Britto, J., & Fontes, N. (2002). *Estratégias para eventos*. São Paulo: Aleph.
- Carvalho, N. (1998). Observações sobre a elaboração da matriz de insumo-produto. *Pesquisa & Debate*, 9(2), p. 139-157.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism principles and practice*. Melbourne, Australia: Longman.
- Crompton, J., & McKay, S. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Cunha, F. S. C., Takasago, M., Guilhoto, J., Rocha, A.F., Imori, D., Mollo, M. L., & Rollemberg, J. A. (2008). *O Turismo E a Economia Brasileira: Uma Discussão Da Matriz De Insumo-Produto*. 14º Congresso da APDR, Tomar, Portugal.
- Dimmock, K., & Tiyce, M. (2000). Festivals and events: celebrating special interest tourism. In Douglas, N., Douglas, N., & Derrett, R. (Eds.). *Special interest tourism*. Milton: John Wiley & Sons.
- Filho, F. C., & Guilhoto, J. J. M. (2003). *Matriz insumo-produto para a economia turística brasileira: construção e análise das relações intersetoriais*. Recuperado em 24, fevereiro, 2019, de http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/5143/1/2003_art_fcasimirofilho.pdf.
- Forte, C. M., & Neto, J. H. (2016). O Sistema de Contas Nacionais: evolução histórica e implantação no Brasil. *Revista Econômica*, 18(1).
- Getz, D. (1989). Special events: Defining the product. *Tourism Management*, 10(2), 135-137.
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Rheinhold.
- Getz, D., Wicks, B. (1993). Editorial. *International Journal of Festival Management and Event Tourism*, 1(1).
- Getz, D. (1997). *Event management and event tourism*. (1st ed.). New York: Cognizant Communications Corp.

- Getz, D. (1998). Event tourism and the authenticity dilemma. In W. Theobald (Ed.), *Global tourism* (2nd ed., pp. 409–427). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution and Research. *Tourism Management*, 29(1), 403-428.
- Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism Management*, 25, p. 171-181.
- Hall, C. (1992). *Hallmark Tourist Events: The Impacts, Management, and Planning of Event Tourism*. London: Belhaven Press.
- Kwiatkowski, G. (2017). Economic impact of event attendees's spending on a host region: a review of the research. *Event Management*, 20, p. 501-515.
- Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação & Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. (2010). *Turismo de negócios e eventos: orientações básicas*. (2a. ed.). Brasília: Ministério do Turismo, 61 p.
- Monteiro, J. E. D., & Marques, O. R. B. (2015). A Jornada Mundial da Juventude 2013: os impactos econômicos dos gastos dos peregrinos na Cidade do Rio de Janeiro. *Tourism & Management Studies*, 11(2) .
- Oklobdžija, S. (2015). The role of events in tourism development. *BizInfo Journal*, 6(2), p. 83-97.
- Picard, D., Robinson, M. (2006). *Festivals, tourism and social change: Remaking worlds*. Clevedon: Channel View.
- Ritchie, J. R. B. (1997). Beacons Of Light in An Expanding Universe: An Assesment Of The State-Of-The-Art in Tourism Marketing / Marketing Research. *Journal Of Travel And Tourism Marketing*, 5(4), 49-84.
- Sinclair, M. T., & Stabler, M. (1997). *The economics of tourism*. London: Routledge.
- Stynes, D. J. (1999). *The economic impacts of tourism*. Michigan State University, Mimeo.

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

CRUNIVEL, E. H. P. (2019). Estudo do impacto econômico do Carnaval de 2018 em Belo Horizonte – MG. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 7, Edição Especial, 69-84.
<https://doi.org/10.21680/2357-8211.2019v7n0ID16972>
