

# DADOS ECONÔMICOS DO TURISMO DE EVENTOS 2002

(base de cálculos – pesquisa do Fóruns dos CVB)

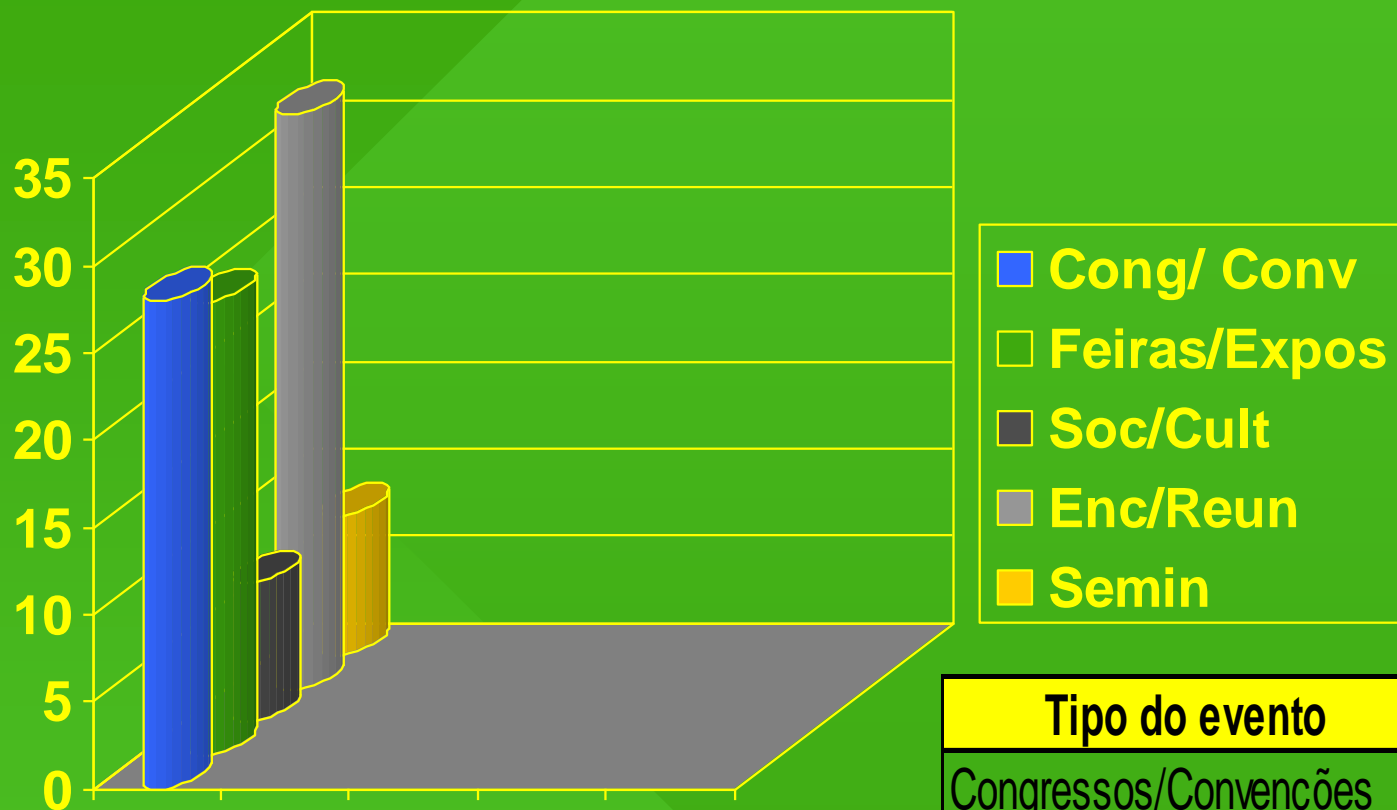
## CEARÁ – BRASIL



# Principais Impactos - 2002

- 102 eventos (200 a 5000 pax) realizados totalizando 153.869 participantes onde 50.469 são turistas
- 12 eventos captados (400 a 5000 pax) totalizando 27.200 participantes previstos

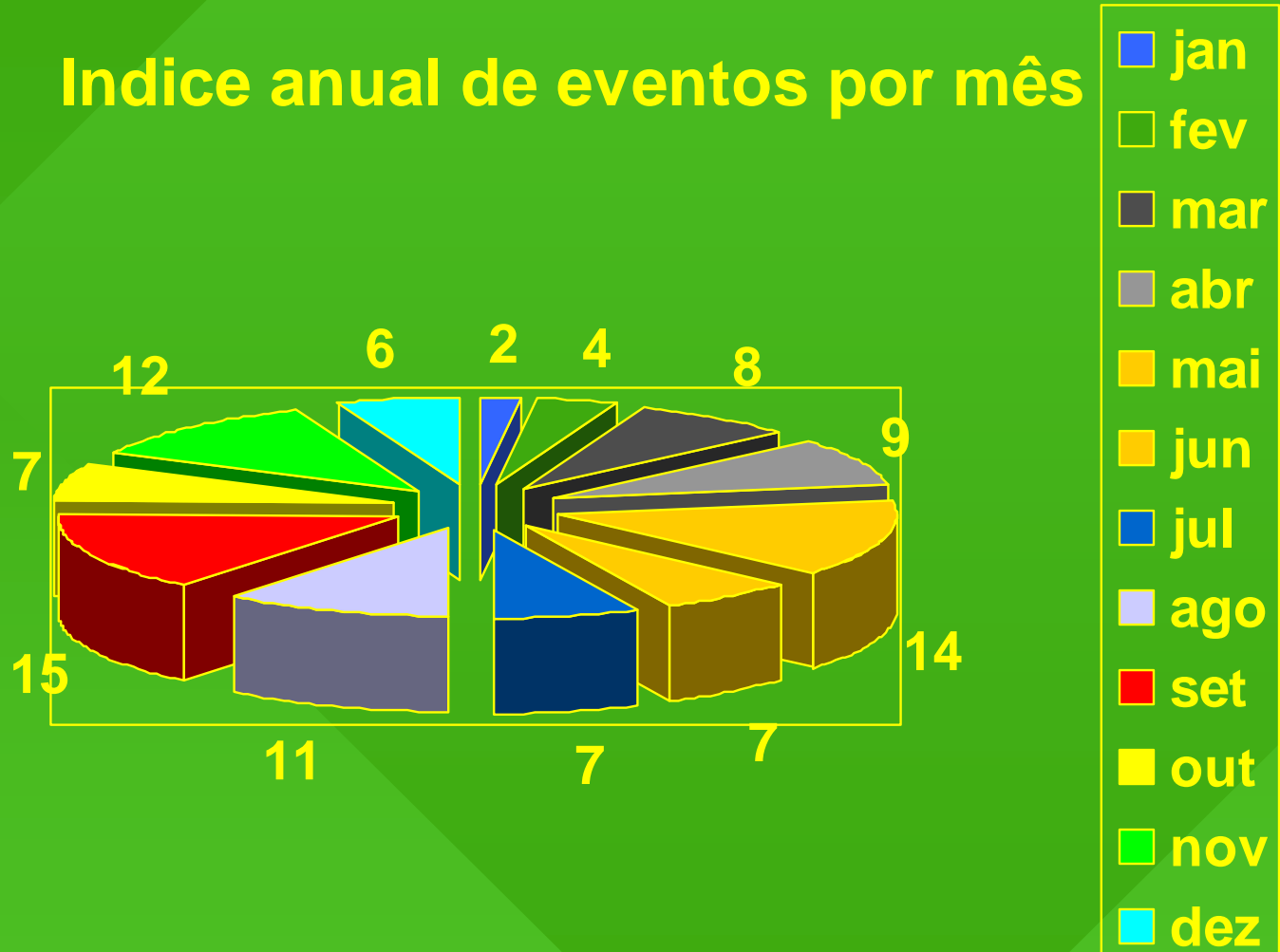
# TIPOLOGIA DOS EVENTOS 2002



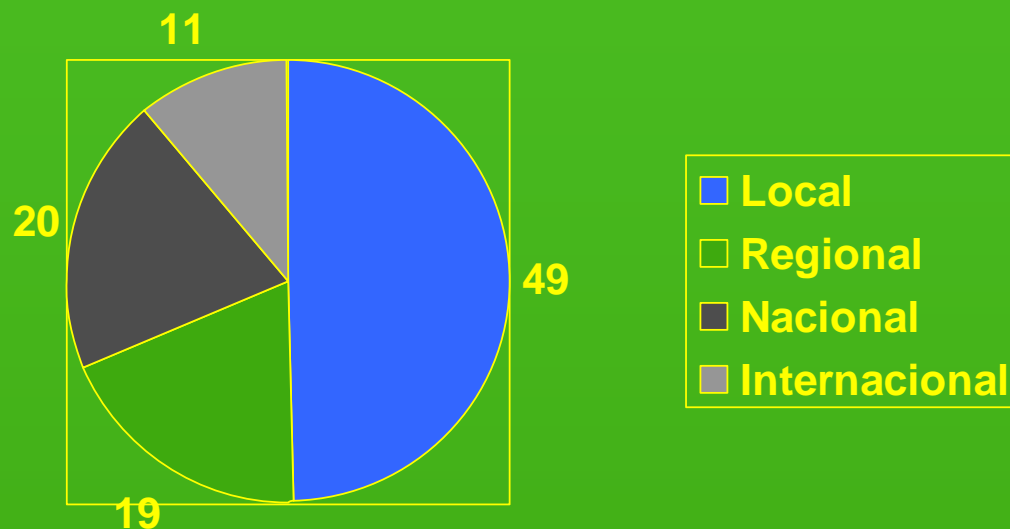
Typo do evento	N de unidades
Congressos/Convenções	28
Reuniões/ Encontros	33
Feiras/ exposições	27
Eventos socio-culturais	8
Seminários	8

1/7/2009

## Indice anual de eventos por mês



# ÂMBITO DOS EVENTOS REALIZADOS EM 2002



Âmbito	N de eventos
Local	52
Nacional	20
Internacional	11
Regional	19
Total	102

# FATURAMENTO ANUAL DOS ESPAÇOS DE EVENTOS 2002

<b>Renda Média da locação de espaços</b>	<b>Fortaleza</b>
Espaço utilizado p eventos em 2002	1.488.543 m <sup>2</sup>
Preço medio assentos/M2	R\$2,17
Preço médio p/M2	R\$2,19
Preço médio p/assento	R\$2,14

**Faturamento dos espaços de eventos = R\$3.230.138,31**

***( 1.488.543M2 X R\$2,17 )***

# FATURAMENTO ANUAL DOS EVENTOS 2002

**Percentual do custo de locação de espaços no composto do custo total do evento = 24.2%**

**Faturamento anual dos eventos = R\$13.347.678,97**

(R\$3.230.138,31 = 24,2% logo os 100% serão R\$13.347.678,97)

# PARTICIPANTES DOS EVENTOS

## Eventos realizados 2002

**Gasto do participante de eventos = R\$ 49 milhões**

(153.869 pax X 67,2% X 1,5 dias X R\$50,00 + 153.869 pax X 32,8% X 2,6 dias X R\$320,00)

<b>Dados ref ao N part em eventos</b>	<b>Fortaleza</b>
Média participantes eventos	1.508,52
N total anual de eventos realizados	102
N total de participantes nos eventos realizados em 2002	153.869
Percentual participantes residentes	67,20%
Percentual participantes visitantes	32,80%
Gasto médio participantes residentes	R\$50,00
Gasto médio participantes visitantes	R\$320,00
Media permanencia no evento residentes	1,5 dias
Media permanencia no evento visitantes	2,6 dias

**Receita gerada pelo participantes de eventos do total realizado em 2002 = R\$ 49.745.232,23**



# GASTOS DO TURISTA DE EVENTOS 2002

Receita turistas eventos realizados 2002 = R\$ 49.745.232,23

COMP. GASTOS	2001 %	2002. %	V.2002
HOSPEDAGEM	22,3	17,8	8.854.651,34
TRANSPORTE	18	17,0	8.456.689,48
ALIMENTAÇÃO	10,3	9,0	4.477.070,90
COMÉRCIO	24,1	26,7	13.281.977,01
DIVERSÃO PASSEIOS	21,1	23,5	11.690.129,57
OUTROS	4,2	6,0	2.984.713,93
TOTAL	100%	100%	49.745.232,23

# PARTICIPANTES DOS EVENTOS

## Previsão eventos captados 2002

**Gasto do participante de eventos = R\$ 8,79 milhões**

(27.200 pax X 67,2% X 1,5 dias X R\$50,00 + 27.200 pax X 32,8% X 2,6 dias X R\$320,00)

<b>Dados ref ao N part em eventos</b>	<b>Fortaleza</b>
Média participantes eventos	2.267,00
N total anual de eventos captados	12
N total de participantes nos eventos captados em 2002	27.200
Percentual participantes residentes	67,20%
Percentual participantes visitantes	32,80%
Gasto médio participantes residentes	R\$50,00
Gasto médio participantes visitantes	R\$320,00
Media permanencia no evento residentes	1,5 dias
Media permanencia no evento visitantes	2,6 dias

**Receita prevista a ser gerada pelo participantes de eventos do total captado em 2002 = R\$ 8.799.651,20**

# Definição da missão

- Incrementar o turismo do Ceará prioritariamente através da captação de eventos

# A equipe

- Diretoria Eleita:
  - Presidente – Régis Medeiros
  - Vice presidente – Jan Von Bahr
  - Diretora Secretária – Zenilde matoso
- Diretoras executivas do FCVB:
  - Celina Castro Alves
  - Indira Guimarães
  - Suemy Vasconcelos
- estagiários:
  - equipe de internos – 8
  - equipe de externos – 10

# Oportunidades

- Parceria com a Embratur visto que hoje nosso objetivos de captação são os mesmos.
- Novo segmento de eventos – incentive e corporativos (ainda não trabalhados pelo FCVB em captações)

# Conceito do negócio de eventos

- Um lugar para se comercializar como destino de eventos precisa de credibilidade do mercado, comprometimento das pessoas da região, envolvimento de todos os setores que compõe a cadeia e principalmente a parceria de todos.

# Concorrência

- Nossos maiores concorrentes são: RJ, e Bahia.
- Nossa maior ameaça : Rio Grande do Norte
- Em eventos corporativos: RJ

# Metas e objetivos

- Metas para 5 anos
  - Elaborar novo planejamento estratégico
  - Se tornar uma das cinco principais capitais de eventos no Brasil



O desenvolvimento do turismo do Ceará depende essencialmente da união do Trade

