



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE - UERN

FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS – FACEM

BR 110 - KM 48 – Rua: Prof. Antônio Campos, S/N - Caixa Postal 70 / 59.600-900

Mossoró-RN Fone: (084) 3315-2200 / 3315 2100

**IMPACTOS SÓCIOECONÔMICOS
DO MOSSORÓ CIDADE JUNINA - MCJ**

EQUIPE DE TRABALHO

Leovigildo Cavalcanti de Albuquerque Neto

Maria Elza de Andrade

Jandeson Dantas da Silva

Sérgio Luiz Pedrosa Silva

Wenyka Preston Leite Batista da Costa

Mossoró/RN, julho de 2017

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Impactos positivos e negativos do Turismo	8
Quadro 02 - Cronograma de execução de pesquisa.....	12
Quadro 03 – Estrutura Hoteleira Pesquisada – Mossoró.....	33
Quadro 04 – Resumo dos Custos Realizados no MCJ - 2017	54
Quadro 05 - Patrocinadores/Apoiadores Oficiais do MCJ 2017	54
Quadro 06 – Estimativa de Público do Mossoró Cidade Junina	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Despesas liquidadas em cultura Município de Mossoró/RN.....	15
Tabela 02 – Participação no ICMS repassado ao município de Mossoró de janeiro a julho de 2017 comparativo ao mesmo período de 2016 (Acumulado).....	16
Tabela 03 – Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza 2016 X 2017 (acumulado).	18
Tabela 04 - Custo Médio por tipo de Quadrilha Junina para Apresentação no MCJ	22
Tabela 05 – Percepção dos participantes das Quadrilhas Juninas no MCJ	24
Tabela 06- Nível de Satisfação do Setor Hoteleiro – MCJ 2017.....	36
Tabela 07 -Nível de satisfação do setor de Bares/Restaurantes em relação ao MCJ	38
Tabela 08 - Percepção do Turista do Pingo	41
Tabela 09 - Percepção do Turista da Estação das Artes	43
Tabela 10 Percepção do Turista do Chuva de Bala/Cidadela.....	46
Tabela 11 - Percepção do Turista/Quadrilhas do Festival de Quadrilhas.....	48
Tabela 12 - Percepção do Turista da BOCA	51
Tabela 13 - Percepção GERAL do Turista do MCJ*	53

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01– Despesas do município de Mossoró/RN (valores em Reais) 2015/2014. ...	14
Gráfico 02– Despesas do Município de Mossoró/RN (percentuais), 2015.	15
Gráfico 03 – Despesas do Município de Mossoró/RN (percentuais), 2014	15
Gráfico 04 – Evolução percentual (%) da participação no ICMS do município de Mossoró comparativo 2016 x 2017, (considerando dia 13/07/2017)	17
Gráfico 05 - Crescimento da arrecadação do ISS em 2016 x 2017 em (%)	19
Gráfico 06 – Perfil Econômico do Participante do Festival de Quadrilhas Juninas	23
Gráfico 07 – Valor Investido pelos Artesão/Comidas Típicas no MCJ	25
Gráfico 08 – Projeção de Faturamento dos Artesãos/Comidas Típicas no MCJ.....	26
Gráfico 09– Nível de satisfação com infraestrutura dos..... Artesão/Comidas Típicas no MCJ	27
Gráfico 10 – Nível de satisfação com organização – Artesãos/Comida Típicas.....	28
Gráfico 11 – Empregos gerados pelos permissionários no MCJ.....	29
Gráfico 12 - Valor médio recebido por empregado- Permissionário	30
Gráfico 13 – Valor médio investido inicialmente - Permissionários.....	31
Gráfico 14 - Valor médio esperado do faturamento – Permissionários	31
Gráfico 15 - Nível de Satisfação com Infraestrutura.....	32
Gráfico 16 - Nível de Satisfação dos Permissionários com a Organização.....	32

Gráfico 17 - Incremento da Taxa de Ocupação durante o MCJ 2017– Setor Hoteleiro.	34
Gráfico 18– Bares, restaurantes e similares que contrataram trabalhadores temporários	37
Gráfico 19 - Distribuição por sexo - Turista Pingo da Mei Dia	39
Gráfico 21 - Faixa Etária - Turista Pingo da Mei Dia	39
Gráfico 22 -- Escolaridade – Turista Pingo da Mei Dia	39
Gráfico 23 - Fator de Influência para a Viagem - Turista Pingo da Mei Dia	39
Gráfico 24 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista Pingo da Mei Dia	39
Gráfico 25 - Tempo de permanência - Turista Pingo da Mei Dia	39
Gráfico 26 - Percepção sobre a Cidade - Turista Pingo da Mei	39
Gráfico 27 - Número de Acompanhantes - Turista Pingo da Mei Dia	40
Gráfico 28 - Renda Mensal - Turista Pingo da Mei Dia	40
Gráfico 29 - Gasto com Hospedagem - Turista Pingo da Mei Dia	40
Gráfico 30 - Gasto com Alimentação - Turista Pingo da Mei Dia	40
Gráfico 31 - Gasto com Transportes - Turista Pingo da Mei Dia	40
Gráfico 32 - O que mais agradou em Mossoró - Turista Pingo da Mei Dia	40
Gráfico 33 - Distribuição por sexo – Turista Estação das Artes	41
Gráfico 34 - Estado de Origem – Turista Estação das Artes	41
Gráfico 35 - Faixa Etária - Turista Estação das Artes	41
Gráfico 36- Escolaridade - Turista Estação das Artes	41
Gráfico 37 - Ocupação - Turista Estação das Artes	41
Gráfico 38- Fator de Influência para a Viagem - Turista Estação das Artes	41
Gráfico 39 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista Estação das Artes	42
Gráfico 40 - Tempo de permanência - Turista Estação das Artes	42
Gráfico 41 - Número de Acompanhantes - Turista Estação das Artes	42
Gráfico 42 - Renda Mensal - Turista Estação das Artes	42
Gráfico 43 - Percepção sobre a Cidade - Turista Estação das Artes	42
Gráfico 44 - Gasto com Hospedagem - Turista Estação das Artes	42
Gráfico 45 - Gasto com Alimentação - Turista Estação das Artes	42
Gráfico 46 - Gasto com Transportes - Turista Estação das Artes	42
Gráfico 47 - O que mais agradou em Mossoró - Turista Estação das Artes	42
Gráfico 48 - Distribuição por sexo – Turista Chuva de Bala /Cidadela	43
Gráfico 49 - Estado de origem - Turista Chuva de Bala/Cidadela	43
Gráfico 50 - Faixa Etária – turista Chuva de Bala/ Cidadela	44
Gráfico 51 - Escolaridade - Turista Chuva de Bala/Cidadela	44
Gráfico 52 - Ocupação - Turista Chuva de Bala/Cidadela	44
Gráfico 53 - Fator de Influência para a Viagem - Turista Chuva de Bala/Cidadela	44
Gráfico 54 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista Chuva de Bala/Cidadela	44
Gráfico 55 - Tempo de permanência - Turista Chuva de Bala/Cidadela	44
Gráfico 56 - Percepção sobre a Cidade – Turista Chuva de Bala/Cidadela	45
Gráfico 57 - Número de Acompanhantes – Turista Chuva de Bala/Cidadela	45
Gráfico 58 - Renda Mensal - Turista Chuva de Bala/Cidadela	45
Gráfico 59 - Gasto com Hospedagem - Turista Chuva de Bala/Cidadela	45
Gráfico 60 - Gasto com Alimentação - Turista Chuva de Bala/Cidadela	45
Gráfico 61 - Gasto com Transportes - Turista Chuva de Bala/Cidadela	45
Gráfico 62 - O que mais agradou em Mossoró - Turista Chuva de Bala/Cidadela	45
Gráfico 63 -Distribuição por sexo -Turista Festival de Quadrilhas	46

Gráfico 64 - Estado de origem - Turista Festival de Quadrilhas	46
Gráfico 65 - Faixa Etária - Turista Festival de Quadrilhas.....	47
Gráfico 66 - Escolaridade - Turista Festival de Quadrilhas	47
Gráfico 67 - Ocupação - Turista Festival de Quadrilhas	47
Gráfico 68 - Fator de Influência para a Viagem - Turista Festival de Quadrilhas	47
Gráfico 69 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista Festival de Quadrilhas	47
Gráfico 70 - Tempo de permanência - Turista Festival de Quadrilhas	47
Gráfico 71 - Percepção sobre a Cidade - Turista Festival de Quadrilhas.....	47
Gráfico 72 - Número de Acompanhantes - Turista Festival de Quadrilhas	47
Gráfico 73 - Renda Mensal - Turista Festival de Quadrilhas	47
Gráfico 74 - Gasto com Hospedagem - Turista Festival de Quadrilhas	47
Gráfico 75 - Gasto com Alimentação - Turista Festival de Quadrilhas	48
Gráfico 76 - Gasto com Transportes - Turista Festival de Quadrilhas	48
Gráfico 77 - O que mais agradou em Mossoró - Turista Festival de Quadrilhas	48
Gráfico 78 - Distribuição por sexo – Turistas Boca da Noite	49
Gráfico 79 - Estado de Origem – Turistas Boca da Noite	49
Gráfico 80 - Faixa Etária – Turistas Boca da Noite	49
Gráfico 81 - Escolaridade – Turistas - Boca da Noite.....	49
Gráfico 82 - Ocupação - Turista Boca da Noite	49
Gráfico 83 - Fator de Influência para a Viagem - Turistas Boca da Noite.....	49
Gráfico 84 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turistas Boca da Noite.....	49
Gráfico 85 - Tempo de permanência - Turista Boa da Noite	50
Gráfico 86 - Número de Acompanhantes - Turista Boca da Noite	50
Gráfico 87 - Renda Mensal - Turista Boca da Noite	50
Gráfico 88 - Gasto com Hospedagem - Turista Boca da Noite	50
Gráfico 89 - Gasto com Alimentação - Turista Boca da Noite	50
Gráfico 90 - Gasto com Transportes - Turista Boca da Noite	50
Gráfico 91 - O que mais agradou em Mossoró - Turista Boca da Noite	50
Gráfico 92 - Percepção sobre a Cidade - Turista Boca da Noite	50
Gráfico 93 - Distribuição por sexo	51
Gráfico 94 - Estados de Origem	51
Gráfico 95 - Faixa Etária - Turista MCJ.....	51
Gráfico 96 - Escolaridade - Turista MCJ.....	51
Gráfico 97 - Ocupação - Turista MCJ	51
Gráfico 98 - Fator de Influência para a Viagem - Turista MCJ	51
Gráfico 99 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista MCJ	52
Gráfico 100 - Tempo de permanência -Turista MCJ.....	52
Gráfico 101 – Número de Acompanhantes – Turista MCJ	52
Gráfico 102 - Renda Mensal - Turista MCJ	52
Gráfico 103 - Gasto com Hospedagem - Turista MCJ	52
Gráfico 104 - Gasto com Alimentação - Turista MCJ.....	52
Gráfico 105 - Gasto com Transportes - Turista MCJ	52
Gráfico 106 - O que mais agradou em Mossoró - Turista MCJ	53
Gráfico 107 - Percepção sobre a Cidade - Turista MCJ	53

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Programação do MCJ – Atrações Musicais	56
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 METODOLOGIA.....	9
3 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO.....	13
4 TRIBUTOS ARRECADADOS	16
4.1 ANÁLISE TRIBUTÁRIA ICMS	16
4.2 ANÁLISE TRIBUTÁRIA DO ISS.....	18
5 CARACTERIZAÇÃO DO MOSSORÓ CIDADE JUNINA	19
6 RESULTADOS CONSOLIDADOS DA PESQUISA	21
6.1 QUADRILHAS	21
6.1.1 PERCEPÇÃO DOS PARTICIPANTES DO FESTIVAL DE QUADRILHAS	24
6.2 ARTESANATO/COMIDAS TÍPICAS.....	24
6.2.1 PERCEPÇÃO DOS ARTESÃOS/COMIDAS TÍPICAS.....	27
6.3 PERMISSIONÁRIOS	28
6.3.1 PERCEPÇÃO DOS PERMISSIONÁRIOS	32
6.4 SETOR HOTELEIRO	33
6.4.1 - PERCEPÇÃO DO SETOR HOTELEIRO	36
6.5 SETOR DE BARES RESTAURANTES E SIMILARES	36
6.5.1 PERCEPÇÃO DO SETOR BARES/RESTAURANTES/SIMILARES	38
6.6 TURISTAS	38
6.6.1 PERFIL DO TURISTA - PINGO DA MEI DIA	39
6.6.1.1 -PERCEPÇÃO DO TURISTA DO PINGO	40
6.6.2 PERFIL DO TURISTA - ESTAÇÃO DAS ARTES.....	41
6.6.2.1 PERCEPÇÃO DO TURISTA DA ESTAÇÃO DAS ARTES	43
6.6.3 PERFIL DO TURISTA - CHUVA DE BALA/CIDADELA.....	43
6.6.3.1 PERCEPÇÃO DO TURISTA DO CHUVA DE BALA/CIDADELA.....	46
6.6.4 PERFIL DO TURISTA DO FESTIVAL DE QUADRILHAS.....	46
6.6.4.1 PERCEPÇÃO DO TURISTA DO FESTIVAL DE QUADRILHAS.....	48
6.6.6 PERFIL DO TURISTA – BOCA DA NOITE.....	49
6.6.6.1 PERCEPÇÃO DO TURISTA BOCA DA NOITE	51
6.6.7 PERFIL DO GERAL DO TURISTA DO MOSSORÓ CIDADE JUNINA ...	51
6.7.7.1 PERCEPÇÃO GERAL DO TURISTA DO MOSSORÓ CIDADE JUNINA	53

7 DOS VALORES INVESTIDOS – PREFEITURA MUNICIPAL DE MOSSORÓ	53
8 PÚBLICO ESTIMADO	55
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
10 REFERÊNCIAS	58
11 BOLSISTAS – EQUIPE DE CAMPO	60

1 INTRODUÇÃO

A atividade turística é considerada em muitos países, uma atividade econômica de primordial importância, seja ela nacional, regional, ou local, em razão dos setores e diversidade de produção de bens e serviços e que possibilita a criação de emprego e a geração de renda.

Lage & Milone (2000), demonstram que o turismo apresenta efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais múltiplos e produz resultados nem sempre satisfatórios em alguns aspectos (toda atividade produtiva, também apresenta sua conotação negativa), sendo necessário por parte dos atores (públicos ou privados), executarem um planejamento adequado minimizando possíveis efeitos negativos do desenvolvimento do Turismo.

Compreende-se, que o efeito do turismo não é a redenção de um lugar, nem o maldito ou demônio que chegou a ele, tal como defende Coriolano (2003). Entretanto, faz-se mister, analisar e dimensionar os efeitos positivos e negativos do desenvolvimento da atividade, conforme, citamos alguns exemplos positivos e negativos, abordando o contexto socioeconômico.

Quadro 01 – Impactos positivos e negativos do Turismo

Impactos Positivos	Impactos Negativos
Geração de emprego; Construção de equipamentos; Elevação dos níveis culturais e profissionais; Modificação positiva da estrutura econômica e social; Incrementa a produção/consumo de bens e serviços locais; Maior arrecadação de impostos.	Sazonalidade turística; Inflação e especulação imobiliária; Dependência excessiva do turismo; Mão-de-obra desqualificada na área; Aumento do subemprego Marginalidade e prostituição

Fonte: Elaboração Própria (2017)

No contexto do turismo, o setor de eventos desperta a atenção de pesquisadores tendo em vista os impactos econômicos que o mesmo produz nas cidades que os realizam, seja por intermédio dos gastos de visitantes, despesa com viagens, hospedagem, gastronomia, compras e outros serviços relacionados com o setor, ou pelos empregos gerados e arrecadação tributária. Do ponto de vista econômico, os eventos têm impactos importantes no que se refere à geração de negócios, renda e emprego nos locais de realização.

Em Mossoró, o evento “Mossoró Cidade Junina” está inserido no calendário anual de eventos do município. O tradicional São João é um importante produto turístico e fonte de promoção da cidade. Está na sua 21ª edição e corresponde a um evento gratuito, com a promoção de diversas atrações como shows, espetáculo teatrais, festival de quadrilhas feira de artesanato e comidas típicas.

Durante a realização do Mossoró Cidade Junina, que tem duração de um mês, Mossoró recebe visitantes de diferentes localidades que além de aproveitarem as atrações disponíveis, efetuam gastos em diversos segmentos, especialmente no setor de serviços. O retorno econômico contribui para promover a cidade turisticamente, dá projeção ao município e ao evento e desperta nos investidores o interesse em participar e investir tendo em vista um retorno comercial.

Esta significância de impactos positivos e negativos, é composto em diversos prismas e que devem ser observados, tais e quais, os objetivos de cada plano de trabalho, no nosso caso, focaremos e evidenciaremos os principais efeitos gerados com a realização do Mossoró Cidade Junina. Especificamente foram analisados os elementos da oferta e da demanda turística, através de dados secundários e e/ou através de pesquisas quantitativas, para esboçar as características econômicas/sociais inerentes ao referido evento.

2 METODOLOGIA

Metodologicamente o processo de determinação da oferta e demanda turística se dividiu nas seguintes fases: 1) coleta de dados secundários; 2) levantamento de campo pré-evento; 3) elaboração do relatório parcial; 4) pesquisa de campo durante o evento; 5) coleta de dados pós-evento; 6) Elaboração de Relatório Final.

1) Coleta de dados secundários: esta etapa caracterizou-se pela busca e registro de informações básicas do município. Especificamente ocorreu o levantamento de dados demográficos, sociais, econômicos;

2) Levantamento de campo: foi realizado uma pesquisa de campo no período pré evento. Foram coletados dados *in loco*, em estabelecimentos que contemplam a oferta de serviços turísticos: hospedagem, bares/restaurantes/similares, artesãos, fornecedores de comidas típicas, e Infraestrutura (montagem de palcos/ornamento). Além disso foi efetuada entrevistas com os integrantes das quadrilhas juninas, com o intuito de quantificar os dispêndios das mesmas no que se refere a figurinos, adereços, alimentação e hospedagem;

3) Elaboração do Relatório Parcial: após o levantamento dos dados primários e secundários, conferência e validação, os mesmos foram tabulados. Os resultados foram sintetizados em forma de relatório técnico;

4) Pesquisa de campo durante o evento MCJ. Nesta etapa foram coletadas informações quanto a demanda turística nos eventos que compõem o MCJ: Pingo da Mei Dia, Estação das Artes, Festival de Quadrilhas, Chuva de Bala no País de Mossoró e Boca da Noite. Além disso foram efetuadas entrevistas junto a ambulantes e permissionários, visando quantificar os investimentos efetuados pelos mesmos, previsão de faturamento e percepção quanto infraestrutura e organização do evento.

5) Levantamento de dados pós- evento: nesta etapa foi realizada entrevistas com proprietários de estabelecimentos dos setores de bares, restaurantes e hotelaria;

6) Elaboração do Relatório Final: apresentação consolidada dos resultados da pesquisa e entrega do mesmo à Prefeitura Municipal de Mossoró.

No tocante a Oferta Turística, a mesma é dada pela quantidade de bens e serviços turísticos que as empresas são capazes de oferecer a dado preço, em determinado período de tempo, sendo dividida em 3 (três) grandes categorias:

a) Atrativos Turísticos – 1. Recursos Naturais; 2. Recursos Históricos-Culturais; 3. Realizações Técnicas e Científico-Contemporâneas; 4. Acontecimentos Programados¹;

b) Equipamentos e Serviços Turísticos² – 1. Meios de Hospedagem³; 2. Serviços de Alimentação⁴; 3. Entretenimento⁵; 4. Outros Equipamentos e Serviços Turísticos;

c) Infraestrutura de Apoio – 1 – Informações básicas do Município; 2. Sistema de Transportes⁶; 3. Sistema de Comunicações; 4. Outros Sistemas; 5. Sistemas de Segurança; 6. Equipamentos Médicos-Hospitalares⁷

¹São realizadas no Município de Mossoró, os seguintes eventos: Mossoró Cidade Junina; Festa da Liberdade; Feira Internacional de Fruticultura Tropical Irrigada (Expofruit); Festa do Bode; Feira do Livro de Mossoró; Feira Industrial e Comercial da Região Oeste (FICRO) Festa de Santa Luzia.

² Agências de Viagens 014. Fonte: Rais Estabelecimentos 2015.

³ Apart-Hotéis 02; Hotéis 21. Fonte: Rais Estabelecimentos 2015.

⁴ Restaurantes e Similares 156; Bares e Outros Estabelecimentos Especializados em Servir Bebidas 22; Lanchonetes, Casas de Chá, de Sucos e Similares 122. Fonte: Rais Estabelecimentos 2015.

⁵ Teatro Dix-Huit Rosado; Estação das Artes Elizeu Ventania; Memorial da Resistência; Praça da Convivência; Praça de Eventos Praça das Crianças Praça dos Esportes Skate Park Desportista Javan Monte de Souza; Museu Municipal Lauro da Escóssia e Parque Municipal de Mossoró. Fonte: Rais Estabelecimentos 2015.

⁶ Sistema de Transportes; Serviço de Taxi 04; Frota de taxi: 935; Moto taxi: 920; Ônibus: 21 distribuídos em 10 linhas. Fonte: Secretaria Municipal de Trânsito - Departamento de taxi, moto e fretamento.

⁷ Atividades de Atendimento Hospitalar, Exceto Pronto-Socorro e Unidades para Atendimento a Urgências 31; Atividades de Atendimento em Pronto-Socorro e Unidades Hospitalares para Atendimento a Urgências 03. Fonte: Rais Estabelecimentos 2015.

A pesquisa quanto a oferta turística pré-evento contou com uma abordagem quantitativa com a aplicação de questionário estruturado, e de forma presencial. Para efeito de determinação da amostra, esta foi estabelecida levando em consideração as informações repassadas pela organização do evento (Prefeitura Municipal de Mossoró). Assim tínhamos como amostras alvo o quantitativo de 95 questionários assim distribuídos: 15 questionários para o setor Hoteleiro; 20 para bares, restaurantes e similares; 20 para permissionários; 20 para ambulantes; 20 para prestadores de serviços.

A coleta dos dados pertinentes a Oferta Turística foi realizada no período anterior ao evento (com o levantamento de dados primários/secundários nos setores hoteleiro/empresários/prestadores de serviços e participantes do evento);

Durante a realização do evento foi realizada uma pesquisa quanti-qualitativa, com empresários, permissionários, ambulantes e após a realização dos eventos, através de pesquisa quanti-qualitativa com estabelecimentos – bares/hotéis/restaurantes.

A Pesquisa da Oferta Turística, composta em sua primeira fase, teve como objetivo elaborar um esboço preliminar para delinear os impactos econômicos/sociais da realização do MCJ, especificamente no tocante a infraestrutura ofertada (capacidade/categoria).

A pesquisa de Demanda Turista efetuada juntamente com os turistas participantes do Evento MCJ, permitiu caracterizar os visitantes quanto ao perfil do turista (faixa etária, sexo, escolaridade, profissão, renda), bem como delinear o comportamento dos gastos dos mesmos quanto a hospedagem, alimentação, transporte. Além das informações descritas, o instrumento de pesquisa contemplou informações referentes a percepção do turista quanto a organização do evento, estrutura e possível retorno à cidade/evento.

Dada a impossibilidade de definir a priori o número de turistas que estariam no evento, optou-se por uma amostragem não probabilística. Considerou-se as limitações para a realização de uma pesquisa amostral probabilística pois o universo de pesquisa deveria está claramente delimitado, o que tornaria possível determinar a probabilidade que um indivíduo teria de ser escolhido para composição da amostra.

Ressalta-se que a amostragem não probabilística implica em restrições de natureza inferencial de forma que os dados coletados devem ter interpretação restrita ao conjunto de unidades pesquisadas. Isto significa que os resultados deverão ser compreendidos como indicativos e não como estimativas. A esse respeito Curwin e Slater (1991) alegam que uma pesquisa com amostragem não probabilística bem conduzida

pode produzir resultados satisfatórios mais rápidos e com menor custo que uma pesquisa com amostragem probabilística.

A amostra não probabilística é empregada quando o fator facilidade operacional é requerido e pelo baixo custo envolvido. Quanto ao método, foram utilizados conjuntamente os métodos de amostragem intencional e amostragem por conveniência.

A amostra por conveniência foi aplicada no sentido em que os turistas foram abordados e solicitados que voluntariamente respondessem a uma entrevista. Enquanto a amostra por julgamento consiste no prévio conhecimento por parte do pesquisador referente a população em análise e a como ter acesso a eles. Neste sentido a opção pela amostragem não probabilística foi perfeitamente factível, pois a equipe executora detinha conhecimento prévio quanto aos turistas bem como os locais de acesso aos mesmos durante o referido evento.

Durante a realização das fases durante e pós evento, foi quantificada de forma precisa, os efeitos (econômicos/sociais), sendo realizada através de pesquisa quanti-qualitativa e analisadas após a tabulação (em várias categorias Setor Hoteleiro, Bares/Restaurantes/Similares, Permissionários, Ambulantes, Artesãos, Quadrilhas Juninas de outros Municípios/Estados e Turistas), totalizando 670 questionários, distribuídos conforme quadro 02:

Quadro 02 - Cronograma de execução de pesquisa

Questionários	CRONOGRAMA DE ATIVIDADES										Total
	Pingo		Chuva de Bala		Quadrilhas		Estação das Artes		Boca		
	Data	nº Quest	Data	nº Quest	Data	nº Quest	Data	nº Quest	Data	nº Quest	
Turista	10/jun	50	16/06 23/06	100	30/jun	100	15/06 29/6	100	01/jul	50	400
Ambulantes	10/jun	10	16/jun	10	30/jun	10	15/jun	10			40
Permissionários							15/06 29/06	40			40
Quadrilha Turista					23/jun 30/jun	60					60
Hoteleiro	06/jun	15							10/jul	15	30
Artesão/Com. Típicas			23/mai 16/jun 23/jun	60							60
Bar Restaurante	06/jun	20							12/jul	20	40
Total											670

Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

O levantamento de campo foi executado por 20 alunos bolsistas, supervisionados por 05 (cinco) coordenadores do Projeto intitulado “Impactos socioeconômicos do MCJ”. A distribuição dos bolsistas por ponto de aplicação foi realizada de maneira uniforme. Em cada local de aplicação esteve trabalhando no mínimo uma equipe composta de 2 (dois) pesquisadores. Além do trabalho de campo, os bolsistas efetuaram a tabulação dos dados, ao passo que a checagem e validação das informações coletadas ficaram a cargo da coordenação do projeto.

Os instrumentos de pesquisas variaram de acordo com o tipo de elemento pesquisado. Utilizando-se de ferramentas distintas e informações precisas sobre a sua caracterização corroborando para a análise de dados que signifique efetivamente num instrumento cabal de avaliação de impacto sócio econômico do referido evento.

3 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO

O município de Mossoró no Rio Grande do Norte, situado na mesorregião do Oeste Potiguar e microrregião homônima, Região Nordeste do país. Ocupa uma área de aproximadamente 2100km², sendo o maior município do estado em área, estando distante 281 quilômetros da capital estadual, Natal.

Em 2016 sua população foi estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em 291.937 habitantes, sendo o segundo mais populoso do Rio Grande do Norte (ficando atrás somente da capital) e o 93º de todo o país.

Localizada entre duas capitais, Natal e Fortaleza, às quais são ligadas pela BR-304, Mossoró é uma das principais cidades do interior nordestino, e atualmente vive um intenso crescimento econômico e de infraestrutura, considerada uma das cidades de médio porte brasileiras mais atraentes para investimentos no país. O município é o maior produtor de sal marinho do país, a fruticultura irrigada, voltada em grande parte para a exportação, também possui relevância na economia do estado, tendo um dos maiores PIB per capita da região, além da extração de petróleo.

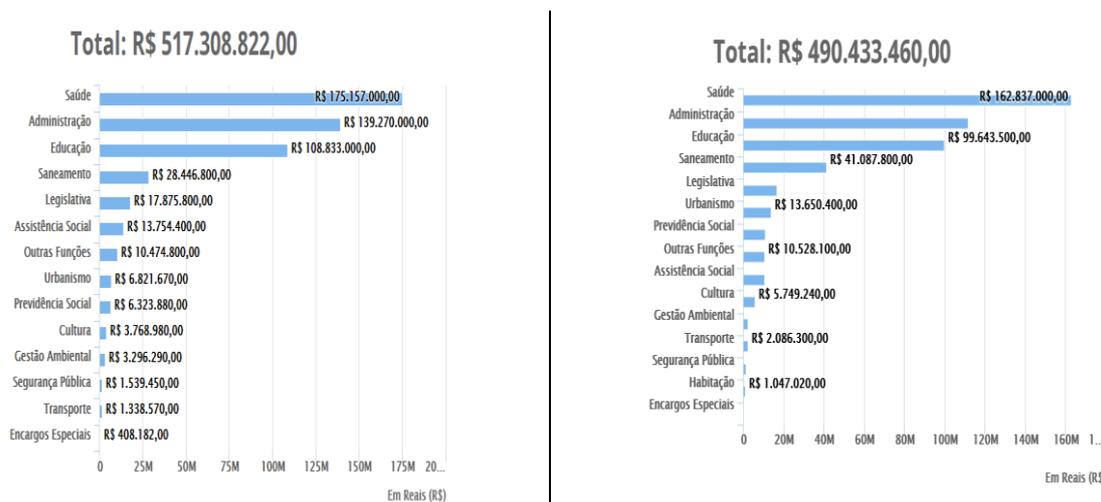
As festividades realizadas na cidade anualmente atraem uma enorme quantidade de turistas, como o Mossoró Cidade Junina, o qual é objeto deste estudo. O evento é considerado um dos maiores arraiais do Brasil, e vem sendo realizado há 21 anos. O MCJ compreende um *mix* de atrações culturais que acontecem durante todo o mês de junho, em diversos pontos do Corredor Cultural, avenida com prédios e praças dedicados a disseminação artístico-cultural na cidade. Grandes shows da música nordestina,

quadrilhas Juninas, festivais, feiras de artesanato, comidas típicas e muitos atrativos, com o capricho que só o nordestino sabe fazer.

Neste sentido, este estudo evidencia os impactos socioeconômicos do Mossoró Cidade Junina, para tanto será discorrido sobre as despesas liquidadas no município, tendo como foco as despesas gastas com cultura e os tributos (ISS e ICMS) que possuem maior alteração durante a realização do evento.

Em relação às despesas liquidadas do município foi realizado um comparativo entre os anos de 2015 e 2014, o período foi utilizado em virtude da não disponibilidade de dados mais atualizados. No ano de 2015, em dados reais pode-se observar que a mesma possui um total de despesas no montante de R\$ 517.308.822,00, nos segmentos de saúde, administração, educação, saneamento, legislativa, assistência social, outras funções, urbanismo, previdência social, cultura, gestão ambiental, segurança pública, transporte e encargos sociais, conforme observa-se no gráfico 01.

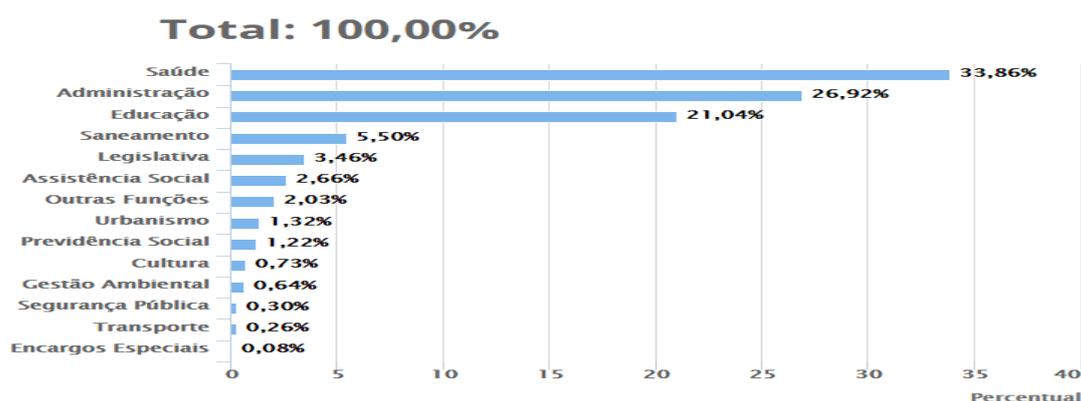
Gráfico 01– Despesas do município de Mossoró/RN (valores em Reais) 2015/2014.



Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional (STN) – FINBRA. | Organizado por Datapedia.info
FINANÇAS PÚBLICAS (2013-2015): Despesas empenhadas e liquidadas. Para mais detalhes:
<https://siconfi.tesouro.gov.br/siconfi/index.jsf>.

Conforme pode ser observado, os gastos referentes a cultura correspondem um montante de R\$ 3.768.980,00 nos anos de 2015 e em 2014 o valor de R\$ 5.749.240,00, que em termos percentuais significa dizer que as despesas com cultura liquidado neste município, representaram 0,73% e 1,17% nos anos respectivamente, no total das despesas deste município (Gráfico 02).

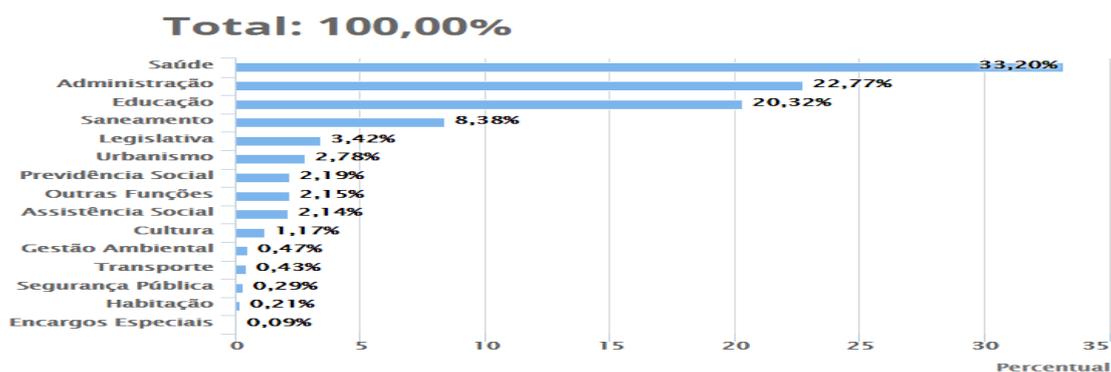
Gráfico 02– Despesas do Município de Mossoró/RN (percentuais), 2015.



Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional (STN) – FINBRA. | Organizado por Datapedia.info
 FINANÇAS PÚBLICAS (2013-2015): Despesas empenhadas e liquidadas. Para mais detalhes:
<https://siconfi.tesouro.gov.br/siconfi/index.jsf>.

Em relação aos anos de 2014 o percentual de despesa com cultura liquidado foi 1,17% de todas as despesas do município, conforme gráfico 03.

Gráfico 03 – Despesas do Município de Mossoró/RN (percentuais), 2014



Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional (STN) – FINBRA. | Organizado por Datapedia.info
 FINANÇAS PÚBLICAS (2013-2015): Despesas empenhadas e liquidadas. Para mais detalhes:
<https://siconfi.tesouro.gov.br/siconfi/index.jsf>.

Neste sentido, em um comparativo entre os 2015 e 2014, percebeu-se uma diminuição no valor investido no segmento cultural, conforme evidenciado na tabela 01.

Tabela 01 – Despesas liquidadas em cultura Município de Mossoró/RN

ANO	VALOR REAL	PERCENTUAL
2015	3.768.980,00	0,73 %
2014	5.749.410,00	1,17 %

Fonte: Adaptado de Secretária do Tesouro Nacional (STN)

Sendo assim, o diferencial na despesa liquidada pela prefeitura Municipal de Mossoró/RN, foi de 0,44 % entre os anos de 2014 e 2015, o que corresponde um montante de 1.980.430,00, investidos a menos entre os anos de 2015 e 2014.

4 TRIBUTOS ARRECADADOS

4.1 Análise tributária ICMS

Considerando a obtenção de receitas correntes; origem transferências correntes; espécie transferências intergovernamentais; rubrica transferências dos Estados; alínea participação nas receitas dos estados discriminados no Portal da transparência do município estudado acessível ao público, por meio, da URL: <http://187.19.199.132/transparencia/>, apresentasse abaixo a participação no ICMS.

Tabela 02 – Participação no ICMS repassado ao município de Mossoró de janeiro a julho de 2017 comparativo ao mesmo período de 2016 (Acumulado)

Mês	Receita realizada 2016	% Realizada 2016	Receita realizada 2017	% Realizada 2017
<i>Janeiro</i>	8.789.281,16	6,75	11.681.021,12	14,78
<i>Fevereiro</i>	17.257.012,79	13,25	18.745.476,67	23,72
<i>Março</i>	26.615.313,31	20,44	27.992.599,03	35,42
<i>Abril</i>	34.983.495,34	26,86	36.390.082,85	46,05
<i>Mai</i>	45.104.363,77	34,63	46.693.799,68	59,09
<i>Junho</i>	52.647.208,83	40,43	54.693.531,31	69,21
<i>Julho</i>	61.126.075,05	46,94	58.838.038,29	74,46(posição de 13/07/17)
	<i>Prevista 2016</i>		<i>Prevista 2017</i>	
	130.229.227,00		79.020.458,00	

Fonte: Prefeitura Municipal de Mossoró-RN

De acordo com os resultados identifica-se consistente o crescimento na arrecadação de receitas tratando-se da participação no ICMS durante o período, caso o crescimento deste item da arrecadação municipal mantenha-se acima dos 2 (dígitos) como reiteradamente vem ocorrendo é provável que o município alcance sua meta de receita prevista (R\$ 79.020.458,00), com participação no ICMS, entre os meses de setembro / outubro. Fato este que facilitará a realização dos programas do governo municipal estabelecidos na Lei Orçamentária Anual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Plano e Plurianual.

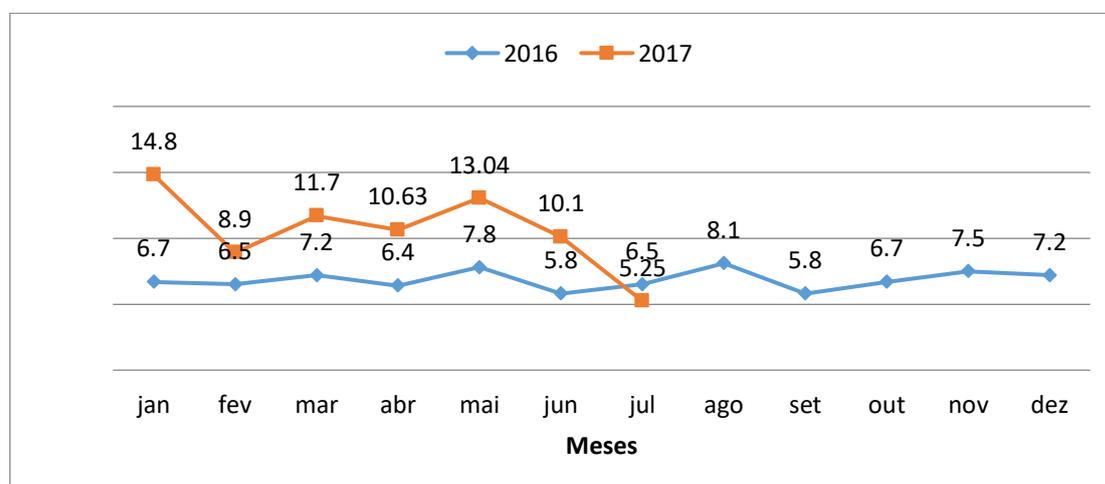
Comparando-se 2017 com 2016 em números absolutos identifica-se de janeiro a junho (meses que foram finalizados) 2017 sempre arrecadou mais dinheiro aos cofres municipais, este fato é característico de melhor eficácia na gestão desta rubrica, devendo ser analisado com outras variáveis para se chegar a motivação real desta elevação.

Considerando os meses concluídos (janeiro; fevereiro; março; abril; maio; junho) têm-se uma média de 11,5 % de realização mensal de arrecadação da receita com participação no ICMS com referência ao estipulado.

Considerando a permanência dos termos percentuais de arrecadação realizada, projeta-se que ao final de dezembro de 2017 a prefeitura municipal de Mossoró-RN ultrapasse sua meta inicial de arrecadação, com este item, entre 30 a 40%.

No gráfico 04 realizou-se comparativo entre os anos de 2016 e 2017 tratando da participação no ICMS.

Gráfico 04 – Evolução percentual (%) da participação no ICMS do município de Mossoró comparativo 2016 x 2017, (considerando dia 13/07/2017)



Fonte: Prefeitura Municipal de Mossoró-RN (2016).

Analisando-se o gráfico 04 identifica-se que no ano de 2017 a Prefeitura Municipal de Mossoró-RN foi mais eficaz do que o exercício de 2016, no que se refere à realização da receita, item participação no ICMS, os achados demonstram que enquanto o período de janeiro/junho de 2016 o ente público tinha conseguido alcançar 40,4% da sua meta, em 2017 no mesmo período já tinha conseguido alcançar 69,2% da meta. Os fatores que ocasionaram a melhora da eficácia na gestão pública deste item não foi objeto deste estudo, podendo ter sido desde simples ajustes orçamentários, ou seja, diminuição da meta de um exercício para o outro, frente a percepção de necessidade de readequação

orçamentária até realização de ações do governo municipal para fortalecer o comércio e prestadores dos serviços causadores dos fatos geradores do referido tributo, propiciando maior arrecadação e conseqüentemente maior participação no ICMS para o município.

Ressalta-se que os valores apresentados no mês julho (7) foram extraídos no dia 13/07/2017 fato este que demonstra informação em processamento pela prefeitura.

4.2 Análise tributária do ISS

Considerando a obtenção de receitas correntes; origem receita tributária; espécie impostos; rubrica imposto sobre a produção e circulação; alínea imposto sobre serviço de qualquer natureza discriminados no Portal da transparência do município estudado acessível ao público, por meio, da URL: <http://187.19.199.132/transparencia/>, apresentasse abaixo os dados do Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza - ISS.

Tabela 03 – Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza 2016 X 2017 (acumulado).

Mês	Receita realizada 2016	% Realizada 2016	Receita realizada 2017	% Realizada 2017
Janeiro	4.221.667,50	5,83	3.696.166,14	4,27
Fevereiro	7.839.583,88	10,82	6.970.019,69	8,06
Março	11.757.284,44	16,23	10.509.100,82	12,15
Abril	15.558.406,98	21,47	17.130.006,53	19,81
Mai	19.309.928,4	26,65	20.892.208,12	24,16
Junho	23.286.035,65	32,14	24.767.184,52	28,64
Julho	27.164.784,63	37,49	27.799.499,10	32,14 (posição de 13/07/17)
	Prevista 2016		Prevista 2017	
	72.454.179,00		86.484.102,00	

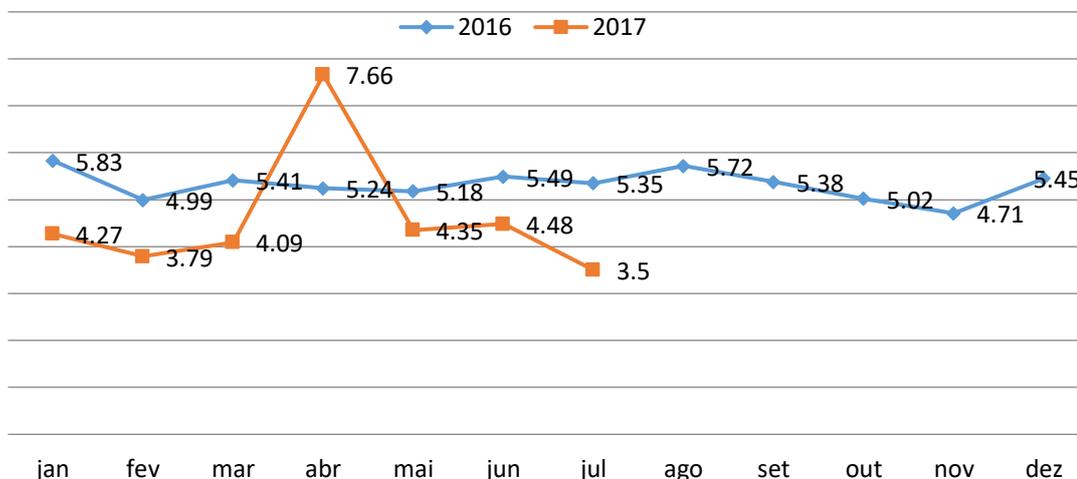
Fonte: Prefeitura Municipal de Mossoró-RN.

Considerando os valores absolutos comparativos de 2016 X 2017 identifica-se que 2016 apresenta melhores resultados em janeiro, fevereiro, março. Já 2017 em abril, maio e junho e julho mesmo apurado parcialmente, apresenta melhor desempenho.

Porém é preocupante os percentuais (%) realizados nos períodos pesquisados, pois apresentam-se menores que 40 % da meta estabelecida para metade do ano estudado (2016 – 37,49% e 2017 - 32,14% ambos em julho). Fato que pode comprometer a realização de programas estabelecidos na Lei Orçamentária Anual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Plano Plurianual. Devendo ser objeto de discussão no poder executivo municipal a tomada de decisões estratégicas visando elevar os percentuais observados.

Adiante será apresentado gráfico 05 com os percentuais de cada mês realizado, podendo desta maneira identificar qual mês mais contribuiu para o alcance do realizado total com referência à meta.

Gráfico 05 - Crescimento da arrecadação do ISS em 2016 x 2017 em (%)



Fonte: Prefeitura Municipal de Mossoró-RN (2016).

Foi possível identificar que a gestão desta rubrica foi melhor realizada em 2016, pois a eficácia da arrecadação foi linear/constante, apesar de ressaltar que se analisando o contexto geral ambos os anos foram péssimos neste indicador, devido terem ficado muito abaixo da meta, comprometendo a realização dos programas estabelecidos na LOA.

Ressalta-se em 2017 o mês de abril que apresentou resultado de destaque quando comparado aos demais meses do ano, enfatizando-se que a busca por identificar os fatores que ocasionaram a devida alteração não consta nos objetivos deste estudo, sugere-se realização de estudos que possam identificar os fatores que influenciaram tal pico na arrecadação, bem como, identificar as variáveis que poderiam manter os demais meses nestes mesmos patamares.

5 CARACTERIZAÇÃO DO MOSSORÓ CIDADE JUNINA

O Mossoró Cidade Junina se configura atualmente como o maior evento⁸ turístico no período das festas juninas, no estado do Rio Grande do Norte, evoluindo anualmente tanto em organização, produção e participação popular.

⁸ A importância do segmento de turismo de eventos, é fundamental para a processo de expansão de setores de agenciamento, hotelaria, catering e transportes, dado o incremento do volume de atividades/negócios desenvolvidos no “hall” do MCJ.

O “Mossoró Cidade Junina”, hoje reconhecido pelo público e pela crítica como “Patrimônio do Povo Mossoroense”, é símbolo da criatividade dos artistas, empreendedores e gestores locais. Em sua 21ª Edição, consolida-se como estratégia de desenvolvimento econômico e instrumento de preservação das tradições populares. O evento será realizado na antiga estação ferroviária do município, reformada e transformada em Estação das Artes, bem como ao longo do Corredor Cultural Prof. Antônio Gonzaga Chimbinho (Av. Rio Branco), recebendo mais de um milhão de visitantes que buscam as mais diversas atrações culturais, como: shows musicais, espetáculos teatrais, festival de humor, feira de artesanato e comidas típicas, concursos de quadrilhas, maquetes juninas, encontro de repentistas, festival de sanfoneiros, e muito mais, são extensas as atividades culturais pertencentes ao conjunto que constitui o “Mossoró Cidade Junina”, realizado durante todo o mês de junho. (MINISTERIO DO TURISMO, 2016).

O Evento acontece durante o mês de junho e se estende por aproximadamente trinta dias, abrangendo em sua estrutura uma diversidade de atrativos culturais. Destacam-se:

- Pingo da Mei Dia: tradicional cortejo junino que faz o trajeto do corredor cultural com atrações musicais variadas;
- Estação das Artes: palco dos principais shows, o espaço reúne o maior público do Mossoró Cidade Junina. O ambiente contempla também uma estrutura de camarotes e espaço para pequenos e médios comerciantes.
- Festival de Quadrilhas: concurso de quadrilhas matuta e estilizada.
- Chuva de Bala no país de Mossoró: Espetáculo teatral que narra a resistência dos mossoroenses ao bando de Lampião;
- Cidadela/Vilarejo: Rua cenográfica que reproduz uma cidade do interior na década de 20, época da resistência dos mossoroenses ao bando de Lampião, fato ocorrido em junho de 1927. Inclui ainda um palco de apresentações culturais, botecos, vendas de artesanato e comidas típicas.
- Boca da Noite: evento semelhante ao pingo da mei dia e que encerra as festividades juninas.

6 RESULTADOS CONSOLIDADOS DA PESQUISA

Após a realização de uma ampla pesquisa, em todos os setores, no final que ora apresentamos, foram feitas uma série de entrevistas abordando alguns setores e atividades envolvidas diretamente com a realização do Mossoró Cidade Junina. A apresentação consolidada dos resultados irá expor nos tópicos a seguir:

6.1 Quadrilhas

Fazendo parte do *hall* de atrações do MCJ, a apresentação das Quadrilhas Juninas representa hoje para o município de Mossoró, um patrimônio cultural e artístico que o representa diretamente no estado do Rio Grande do Norte e em todo o Nordeste. O *know how* aqui desenvolvido tem refletido invariavelmente ano após ano, em conquista nas mais diversas etapas no estado e na região, gerando sempre uma expectativa positiva quanto da participação das quadrilhas juninas nos diversos eventos.

Este *know how*, apresenta uma série de características, que vão desde a organização, planejamento, execução das diversas etapas, representando de forma direta e indireta, numa ocupação quase ininterrupta de centenas de pessoas. Para o grande público, revela-se apenas a apresentação no festival de quadrilhas.

O envolvimento de um elevado número de componentes é inerente ao processo de produção de uma quadrilha junina (seja ela estilizada ou tradicional). Segundo depoimentos, cada quadrilha junina envolve um número mínimo de 60 pessoas (incluindo diretoria, participantes e pessoal de apoio).

Segundo dados da Prefeitura Municipal de Mossoró (Secretária de Turismo), no ano de 2016 foram inscritas 56 quadrilhas Juninas, enquanto que este ano, foram inscritas 85⁹ quadrilha, o que representa no período de 17 de junho a 02 de julho, apenas como participantes, mais de 5 mil pessoas. Tais dados demonstram a magnitude do Festival de Quadrilhas, e reforçam a necessidade de ampliação nas condições para apresentação, divulgação, premiação e fundamentalmente apoio para a formação de novos grupos na cidade.

O impacto socioeconômico é sentido diretamente no comércio e na prestação de serviços (está aí, a razão da necessidade de apoio/fomento a formação de novos grupos).

⁹⁹ Destas 85 quadrilhas as mesmas estão dispostas da seguinte forma. 28 quadrilhas são do município de Mossoró (sendo 25 tradicionais e 03 estilizadas) e 57 quadrilhas de outros municípios/estados (sendo 20 tradicionais e 37 estilizadas)

Nas dezenas de entrevistas que a UERN (através dos Departamentos de Economia e Ciências Contábeis), realizou entre os Grupos de Quadrilha Junina que estarão presentes no festival, chegou-se a número expressivos para a formação de uma quadrilha e seu efetivo custo, para a colocação da mesma no “*Arraiá*”¹⁰.

Tabela 04 - Custo Médio por tipo de Quadrilha Junina para Apresentação no MCJ

Tipo de Quadrilha	Custo Médio por Quadrilha/ 2017				Total
	Figurino + Adereços	Banda	Transporte	Hospedagem + Alimentação	
Tradicional	R\$ 12.114,29	R\$ 3.557,14	R\$ 2.571,43	R\$ 2.014,29	R\$ 20.257,14
Estilizada	R\$ 56.000,00	R\$ 10.650,00	R\$ 7.500,00	R\$ 15.875,00	R\$ 90.025,00

Fonte: Pesquisa de Campo (2017)

A realização do Festival, não movimentava apenas a economia formal, mais principalmente a economia informal, que é diretamente afetada com a realização do MCJ, é não apenas sentida, como também noticiada, através dos meios de comunicação, quanto a ocupação de um setor primordial para o acontecimento do festival, o setor de serviços (corte, costura, fabricação de adereços), assim anunciado:

O colorido dos tecidos de chita já pode ser visto por várias partes da cidade, avisando que o Mossoró Cidade Junina chegou. Junho, sem dúvida é um mês de muito faturamento para quem trabalha com a confecção dos trajes que fazem a diferença nos festejos, por isso, costureiras de diversos bairros da cidade já comemoram¹¹.

Todo este *frisson* causado pela realização do MCJ, é compartilhado por inúmeras pessoas pesquisadas, e que poderíamos condensar o entusiasmo nas palavras do Sr. Marcius Antônio, proprietário de uma barraca na Av. Rio Branco que produz diversos itens vendidos no período junino (adereços, chapéus, tiaras, etc.), ao afirmar “nada se compara ao movimento trazido pelo Cidade Junina”¹².

A apresentação dos impactos apresentados reafirmam a envergadura do MCJ e seu efeito na economia local, direcionando diretamente a setores de serviços e comércio, bem como, agindo como elemento integrador de comunidades/bairros, dando inclusive uma ocupação/lazer aqueles desprovidos de quaisquer disponibilizações de serviços públicos.

¹⁰ Quanto aos valores percebidos na participação de quadrilhas de outras cidades/estados, iremos dimensionar o impacto na economia local (hospedagem, alimentação, serviços), quando da aplicação de questionários aos participantes no período das apresentações no festival de quadrilhas.

¹¹ Fonte: <http://mossorocidadejunina.hospedagemdesites.ws/2017/05/31/costureiras-ja-comemoram-expectativa-de-bom-faturamento-durante-o-mes-de-junho/>

¹² Idem, *ibidem*.

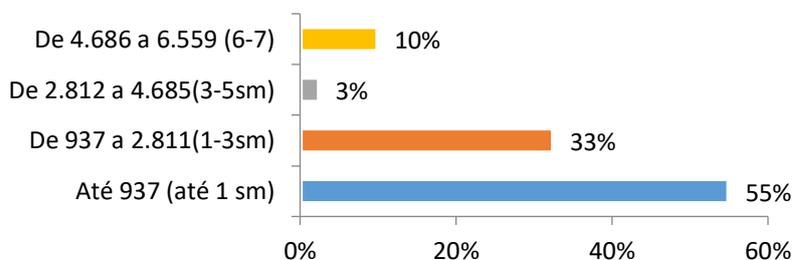
Utilizando os dados pesquisados, podemos estimar o volume de recursos gerados pelas atividades das quadrilhas no município, contidos no intervalo de um valor aproximado de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil) quanto visualizados os gastos referente à confecção de trajes juninos (figurinos e adereços), até um valor aproximado de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais), quando visualizados todos os gastos (do início da preparação da “quadrilha”, até a sua apresentação no “arraiá”).

Para analisar o impacto dos participantes das quadrilhas (oriundas de outros municípios/Estados), no período da realização do evento, realizamos entrevistas com os grupos participantes, e através dos mesmos dimensionamos características que aportam um pequeno benefício ao município quando a incorporação de divisas a cidade.

As características dos participantes das quadrilhas estão dimensionados em vários planos. No tocante a sua origem, identificamos que 45% dos entrevistados eram oriundos de municípios do Estado do Ceará, o que representa um deslocamento relativamente curto, não impactando diretamente no quesito Hospedagem¹³ para a aferição de impactos do referido estudo, impactando apenas de maneira tímida quanto ao gasto realizado com alimentação, chegando-se até ao valor *per capita* de R\$ 50,00 (cinquenta reais) dia, por participante.

Este baixo desprendimento de recursos por parte dos participantes de Quadrilhas de outros municípios/Estados é refletido em parte pela composição de renda auferida pelos mesmos, bem como, pela decisão dos direcionamentos dos gastos por ele tomados¹⁴, conforme observamos do perfil econômico dos mesmos, no gráfico 06.

Gráfico 06 – Perfil Econômico do Participante do Festival de Quadrilhas Juninas



Fonte: Pesquisa de Campo

¹³ 83% por cento de todos os participantes ficaram menos de 1 dia no município de Mossoró/RN.

¹⁴ Os participantes das quadrilhas direcionam boa parte de sua renda para a confecção de sua “fantasia”, aos custos inerentes a participação na quadrilha (logística e operacionalização), deixando outros tipos de gastos a um plano secundário.

Dentre os dados analisados em nossa pesquisa, um dado significativo chama a atenção, que é o número de pessoas que estão na cidade pela primeira vez, no caso em específico dos participantes de quadrilhas, este percentual mais que duplica (em relação à média do estudo), atingindo um percentual de 53%.

6.1.1 Percepção dos participantes do festival de quadrilhas

A percepção destes visitantes, em relação a cidade de Mossoró é considerado positivo em todos os quesitos, destacando-se a segurança e posteriormente a organização do evento.

Tabela 05 – Percepção dos participantes das Quadrilhas Juninas no MCJ

Itens/Grau de satisfação	Ótima	Boa	Regular	Péssima	Total
Segurança	18%	60%	18%	5%	100%
Organização do Evento	30%	48%	23%	0%	100%
Limpeza	13%	63%	18%	8%	100%
Acessibilidade/Trânsito	10%	48%	25%	18%	100%

Fonte: Pesquisa de Dados

Em todas as entrevistas, foi praticamente uma unanimidade, a questão da acessibilidade e da estrutura que foi considerada pequena/inadequada/insuficiente por parte dos que estiveram participando do evento. Quando a realização de uma nova etapa do Festival de Quadrilhas, 80% dos participantes foram efusivo em afirmar que retornariam a cidade.

6.2 Artesanato/Comidas Típicas

A participação dos Artesões no MCJ¹⁵, tem sido incentivada cotidianamente pelos gestores públicos, neste sentido visando identificar um perfil mais próximo da realidade, foram realizadas pesquisas com 60 (sessenta) credenciados.

¹⁵ Para os artesãos, muitas vezes a realização do evento, é uma oportunidade única deles exporem seus trabalhos, em razão da baixa procura (incluindo a divulgação dos produtos aqui produzidos para os turistas de uma maneira em geral) e de se ter uma política de fomento direcionado a atividade, bem como, da pouca rotatividade de dos artesãos (em termos de novas técnicas de produção, incluindo novos materiais).

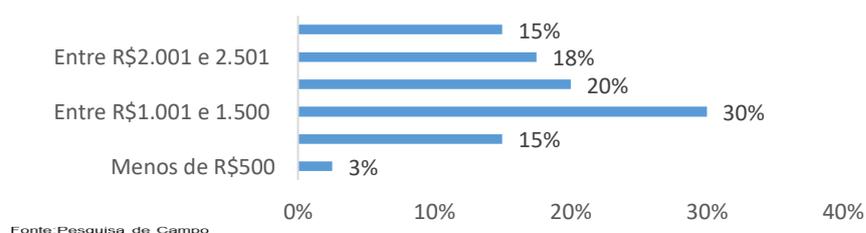
A pesquisa deu-se em diversos momentos: a) inicialmente foram entrevistados 20 (vinte) Artesãos/Comidas Típicas na reunião presencial dos mesmos, no dia de 23 de maio de 2017, no Museu Eliseu Ventania em razão do credenciamento para exposição de suas mercadorias no Mossoró Cidade Junina (Constando sua análise no relatório parcial); e b) posteriormente foram entrevistados 40 (quarenta) Artesãos/Comidas Típicas, nos dias 16 e 23 de junho de 2017.

Com o início do MCJ, utilizamos duas datas para a realização de pesquisa (16 e 23 de junho de 2017), utilizando uma amostra de 40 Artesãos/comidas Típicas, buscando identificar os principais impactos econômicos da participação do mesmo no MCJ. Na pesquisa, foi unanimidade perante aos artesões, a importância do evento e a oportunidade dirigida a todos para terem um local de apresentação dos trabalhos, fora das galerias, box, atelier ou até mesmo da residência dos mesmos, e principalmente a destinação de um novo espaço a eles dedicado.

A pesquisa realizada *in loco* revelou que 95% dos artesãos presentes no ato da divulgação/abertura do processo de credenciamento, eram oriundos da cidade de Mossoró.

A pesquisa realizada, constatou um “*gap*” em relação à pesquisa realizada no período do credenciamento dos mesmos e quando da realização do MCJ, no tocante a decisão de investimentos. No relatório parcial, verificamos um baixo nível de investimento, por parte dos artesãos, representando um investimento individual por parte dos 75% dos entrevistados, abaixo de R\$ 500,00. Na pesquisa realizada no período do MCJ os valores são extremamente diferenciados, conforme mostram os dados coletados/apresentados no gráfico 07

Gráfico 07 – Valor Investido pelos Artesão/Comidas Típicas no MCJ

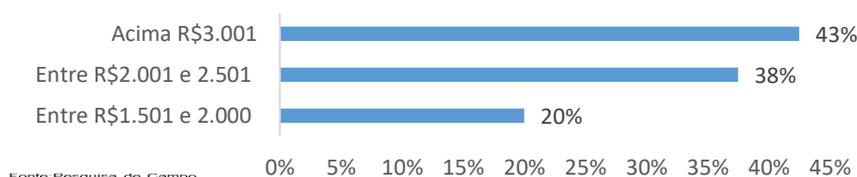


A infraestrutura fornecida pela Prefeitura Municipal de Mossoró, estimulou o investimento dos credenciados, possibilitando inclusive um aumento no volume de vendas. Toda esta percepção foi corroborada quando da realização da pesquisa no dia 23

de junho, em que os Artesãos/Comidas Típicas faziam uma projeção para o aumento do faturamento (em relação à pesquisa inicial apontada no relatório parcial).

Quando abordamos um ponto crucial no entendimento da relação custo/benefício, quanto a elaboração do processo de venda dos produtos, verificamos que o faturamento transcorre uma margem de lucro significativa. Entretanto, considerando o faturamento projetado e o faturamento efetivo, durante a realização do MCJ, foi testemunho majoritário de que o referido evento potencializa cada vez mais, o processo de formação da renda familiar de muitos dos credenciados. Mesmo com a crise econômica, a participação popular em alguns dias, em razão das grandes atrações musicais na Estação das Artes sobrepujaram o montante de venda e alavancaram um maior faturamento. Podem ser expressados, tais volumes pelo gráfico 08.

Gráfico 08 – Projeção de Faturamento dos Artesãos/Comidas Típicas no MCJ



A projeção de Faturamento por parte dos Artesãos/Comidas Típicas pesquisados alcança cifras perto de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais). Seguindo o roteiro dos questionários, indagamos a questão da geração de emprego na atividade em razão da realização do MCJ. Os resultados demonstram que basicamente, que 75% dos Artesãos/Comidas Típicas irão exercer a atividade de exposição/venda de suas mercadorias, contrataram entre 02(dois) ou 03 (três) funcionários. Do total de entrevistados, apenas 13% contrataram 04 quatro(s) pessoa(s)/auxiliar(es) para o processo de confecção, exposição e/ou venda dos produtos.

Consideramos que a criação de empregos no MCJ foi o ponto mais significativo do evento, dado o volume de novos postos de trabalho (temporários), especificamente gerados pelos profissionais/permissionários localizados na feira de artesanato comidas típicas.

Um fator importante que também deve ser analisado é a pertinência/frequência na participação dos artesãos/comidas típicas no evento MCJ, o que representa uma

fidedignidade elevada quanto a consolidação do referido evento. Cerca de 82% já participaram no mínimo de 05 (cinco) anos consecutivos¹⁶.

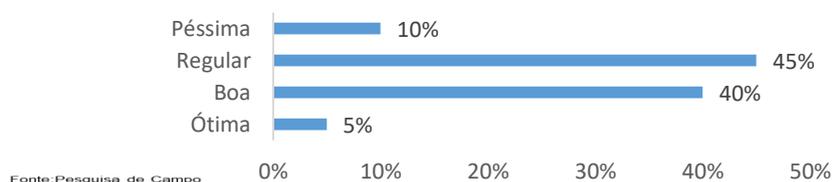
6.2.1 Percepção dos artesãos/comidas típicas

A pesquisa envolvendo os Artesãos e a Feira de Comidas Típicas, para análise da percepção dos mesmos, foi realizada em dois momentos (dia 15 e 23 de junho), envolvendo 40 entrevistados. Compreendemos que além do aspecto socioeconômico, é fundamental compreender a percepção deste grupo de “trabalhadores”.

Os dados obtidos neste quesito se apresentam um pouco melhor do que os verificados em outros tipos de credenciados/permissionários, mesmo assim, merece uma análise pontual dos problemas detectados, tais como: a) Prazo de entrega não foi cumprido; b) falta de banheiros; c) falta de água; d) falta de assistência da organização; e) falta de atração; f) falta de coleta seletiva; g) falta de local para armazenar mercadoria; h) falta de estrutura; i) liberar o espaço mais cedo; j) local distante e com pouco movimento.

Desta forma, temos representado pelo Gráfico 09, o nível de satisfação com infraestrutura para os artesãos/comidas típicas.

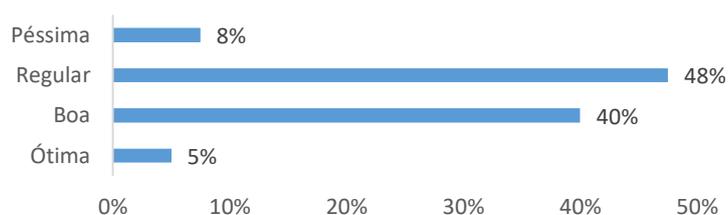
Gráfico 09– Nível de satisfação com infraestrutura dos Artesão/Comidas Típicas no MCJ



Foram entrevistados 40 Artesãos/Comidas Típicas nos dias 16 e 23/06. Quando abordamos o nível de satisfação com a organização, a mesma reflete o nível de satisfação obtida com a infraestrutura.

¹⁶ Acreditamos que um maior efeito positivo, na criação de emprego e geração de renda desta categoria analisada, seria dado pela criação de um evento(feira) de artesanato com um novo formato para atração novos parceiros/participantes.

Gráfico 10 – Nível de satisfação com organização – Artesãos/Comida Típicas.



Fonte: Pesquisa de Campo

Neste sentido, orientamos uma série de providências quanto a realização do MCJ, principalmente quanto a organização e infraestrutura, fazendo um planejamento detalhado para evitar os problemas surgidos na realização dos eventos.

Por fim, ao solicitarmos uma sugestão/crítica/opinião sobre a organização dos eventos, todos forem recorrentes em afirmar: a) pouca divulgação quanto a feira e dos produtos expostos a venda; b) do espaço reservado a comercialização e; c) da falta de estrutura (banheiros químicos).

6.3 Permissionários

Dentre os diversos setores afetados positivamente com a realização do MCJ, está a presença dos permissionários. Eles representam um significativo número de pessoas que ocupam seu espaço na cadeia produtiva do turismo de eventos, em especial dos eventos que estão dispostos na realização do “Pingo da Mei Dia”, da “Estação das Artes”, do “Cidadela/Chuva de Bala”, do “Festival de Quadrilhas” e do “Boca da Noite”. No ano de 2016, foram concedidas 346 licenças para instalação/operação, gerando um ingresso de R\$ 101.960,01 (cento e um mil, novecentos e sessenta reais e um centavo)¹⁷, enquanto que neste ano de 2017, foram concedidas um total de 585¹⁸ licenças para instalação/operação gerando ao município um valor de R\$ 112.926,00 (cento e doze mil, novecentos e vinte e seis reais)¹⁹ aos cofres municipais.

Dos impactos gerados diretamente com a concessão destas licenças podemos aferir diretamente através de antigos permissionários que estavam presentes em reunião

¹⁷ Fonte: Secretaria Municipal de Mossoró.

¹⁸ A concessão destas licenças são submetidas a um processo de inscrição através de edital publicado no JOM (Jornal Oficial de Mossoró) no 407-A de 17 de maio de 2017, estipulando o uso do espaço/tamanho, determinado por categorias e estipulando um valor a ser pago pelo M² (R\$ 10,00).

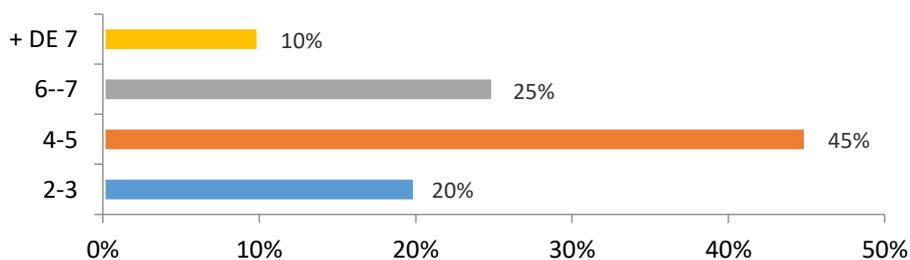
¹⁹ Informações descritas no relatório de arrecadação da Secretaria Municipal de Tributação de Mossoró.

convocada pela prefeitura Municipal de Mossoró no dia 23 de maio do corrente ano, para abordar as regras e condições postas em edital para as vagas dos permissionários (inclusive do respeito ao direito antiguidade, na escolha dos espaços no MCJ). Posteriormente realizamos duas outras pesquisas, uma no dia 15 de junho e a outra no dia 29 de junho.

Todos os entrevistados (permissionários), administram o negócio, muitas vezes utilizando parte de mão de obra familiar, bem como, pessoas da comunidade. Dentre todos os entrevistados, cerca de 90% dos que receberam suas licenças nos anos anteriores são oriundos do município de Mossoró e/ou pessoas com experiência

Quando da aplicação dos questionários com os antigos permissionários, nos foi confidenciado quem praticamente, executam as atividades no decorrer dos anos com a mesma estrutura (de pessoal e equipamentos), sendo plausível de ser calculados o número de empregos gerados. Levando-se em conta o total de 585 licenças concedidas, teremos aproximadamente um total de 2.800 empregos gerados apenas pelos permissionários²⁰. Considerando a atual conjuntura, concebe-se cada vez mais a necessidade de ampliação do MCJ tanto em dias, quando em ocupação do espaço²¹, potencializando em volume e dinamismo os aspectos da economia local.

Gráfico 11 – Empregos gerados pelos permissionários no MCJ



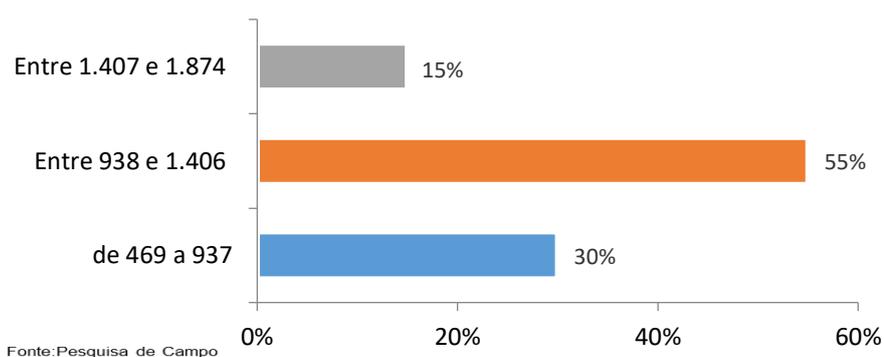
Fonte: Pesquisa de Campo

²⁰ A geração de emprego e renda no tocante aos permissionários pode se incluir também todo o pessoal empregado na montagem e desmontagem da estrutura da festa (estrutura oficial, camarotes barracas, arena palco, cerca de contenção), sendo contratadas para execução destes serviços um quantitativo de aproximadamente 50 pessoas, sendo duas semanas antes (montagem) e duas semanas depois (desmontagem) da estrutura descrita. Percebendo cada um deles um valor aproximado de R\$ 1.500,00. (Totalizando uma renda para os trabalhadores locais, de aproximadamente R\$ 75.000,00). Os dados correspondentes a estimativa de empregos gerados, foi baseada em pesquisa realizada no dia 23 de maio de 2017, quando da presença de todos os permissionários para discussão do Edital lançado para inscrição dos permissionários que iriam trabalhar no MCJ.

²¹ Faz-se mister o planejamento antecipado e a instituição de medidas que possam promover uma alavancagem tanto na oferta dos produtos turísticos, quanto na divulgação, organização e execução detalhada de um plano de trabalho a ser confeccionado, em razão das especificidades que guardam os diversos eventos compostos no MCJ.

No tocante a geração de renda oriunda da criação dos empregos em razão das concessões aos permissionários, se constatou que nenhuma vaga criada gera menos do que 75% do salário mínimo para o trabalhador, conforme gráfico 12. Considerando o número de dias trabalhados, temos uma remuneração significativa (condicionada efetivamente pela produtividade), sendo muitas vezes uma atividade extra desenvolvidas por boa parte dos empregados durante a realização do evento.

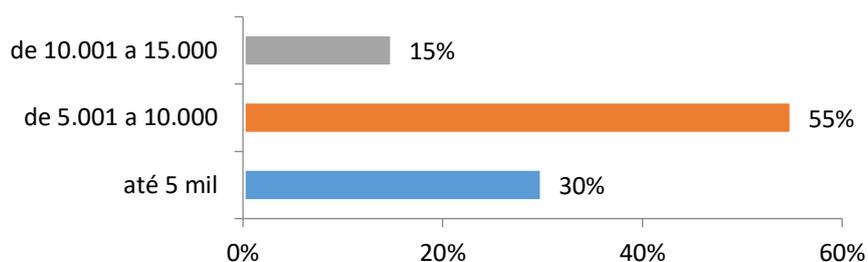
Gráfico 12 - Valor médio recebido por empregado- Permissionário



Quando da concessão ao permissionário, o mesmo procura imediatamente efetuar uma série de investimentos (produtos/equipamentos), no comércio local, muitas vezes com referência em experiências passadas (informaram que compram determinada quantidade de mercadorias visando atingir a demanda daquele período de festa na semana, se há festas com maior potencial de atração de público compram mais mercadorias, se percebem que determinadas atrações culturais atraem menos pessoas compram menos mercadorias, e cada semana do evento eles vão comprando mercadorias no comércio local utilizando esta estratégia mercadológica, eles não precisam possuir grandes locais para estoque de mercadorias, nem corre risco das mesmas sofrerem danos), gerando a compra dos produtos direcionados a clientela habitual (perfil). Em todas as entrevistas foi verificado que o valor inicial é no mínimo suplantado por 02, dada a razão da exiguidade de espaço e equipamento utilizados. Mesmo aplicando um pequeno exercício sobre o volume de licenças e do volume total gerado inicialmente²².

²² Será realizada nova pesquisa junto aos Artesãos no período do MCI, para a comprovação *in loco* e efetiva de sua satisfação quanto a participação no evento, da realização de negócios e da concretização e/ou frustração de faturamento.

Gráfico 13 – Valor médio investido inicialmente - Permissionários

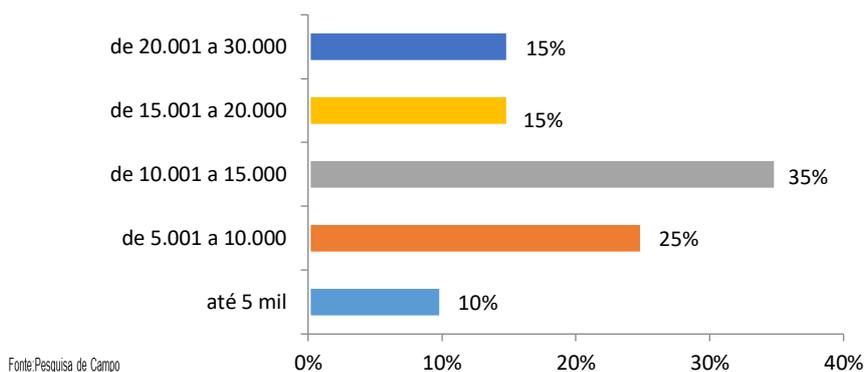


Fonte: Pesquisa de Campo

Quando abordamos os permissionários em sua previsão de faturamento, muitos basearam suas respostas as experiências anteriores, e demonstraram satisfação imensa em relatar que muitas vezes a renda gerada contribui/fortalece a renda familiar por vários meses, constituindo-se em um instrumento que permite as famílias alçarem uma série de bens/produtos que seriam impossíveis de possuir sem a realização do evento. Todos foram unânimes em suas respostas quantificando o volume do faturamento aos shows artísticos (artistas de projeção nacional) e ao tipo de infra-estrutura dada aos permissionários/turistas.

A evidente resposta quanto ao faturamento ficou clara com o volume de pessoas que estiveram presentes na Estação das Artes, conforme será analisado, posteriormente o público estimado pela Polícia Militar e a pela Prefeitura Municipal de Mossoró. Quanto aos volume de faturamento previsto no gráfico 14 - valor médio esperado pelos permissionários.

Gráfico 14 - Valor médio esperado do faturamento – Permissionários



Fonte: Pesquisa de Campo

A apresentação dos diversos levantamentos, comprovam efetivamente na viabilidade da realização do MCJ, sendo necessário planejamento estratégico e a definição de linhas de atuação da prefeitura quando a realização de novas edições.

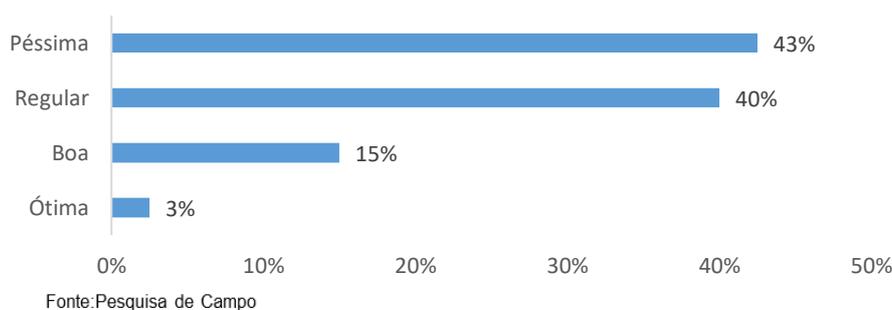
6.3.1 PERCEPÇÃO DOS PERMISSIONÁRIOS

A pesquisa envolvendo os permissionários localizados na Estação das Artes, foi realizada em dois momentos (15 e 29 de junho), envolvendo um total de 40 entrevistados.

Neste sentido, foi detectada um descontentamento generalizado em razão da infraestrutura ofertada, que podemos elencar os principais problemas: a) Má gestão da PMM e do Secretário - organização; b) Falta de água; c) Banheiros insuficientes – além da péssima limpeza; c) Melhoria das atrações musicais para que possam atrair público; d) falta de controle quanto a entrada de pessoas não cadastradas, entre outras.

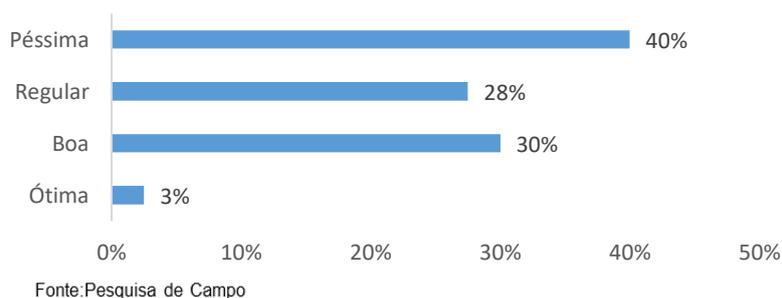
Dentre a única coisa favorável percebida pelos permissionários foi a segurança.

Gráfico 15 - Nível de Satisfação com Infraestrutura



Quando indagados sobre o seu nível de satisfação em relação a organização, temos uma variável que podemos considerar negativa, chegando ao percentual de 68%.

Gráfico 16 - Nível de Satisfação dos Permissionários com a Organização



Quanto abordamos que sugestões/críticas/opiniões poderiam ser externadas pelos permissionários, foram quase unânimes em afirmar: a) Banheiros químicos; b) Planejamento e organização - falta de planejamento para a execução das ações de infraestrutura fornecidas aos permissionários, bem como, de um plano emergencial de resolução de problemas detectados no ato da realização do evento; c) Fiscalização.

6.4 Setor hoteleiro

A cidade de Mossoró apresenta um setor hoteleiro estruturado e passível do atendimento da demanda exigido pelo perfil “turístico” segmentado em boa parte do ano. A cidade oferece hotéis e pousadas com padrões (inclusive com certificação internacional) exigidas cotidianamente pela demanda corrente.

A oferta de apartamentos é considerada segundo os entrevistados²³, satisfatória, e está bem segmentada (e distribuída) por perfis estabelecidos pelos hotéis, usando a capacidade inerentes a cada um deles (seja através dos preços, serviços ou comodidade) de absorção da demanda. Os volumes totais de apartamentos/leitos ofertados podem ser dispostos no quadro 03.

Quadro 03 – Estrutura Hoteleira Pesquisada – Mossoró

Estabelecimentos	Início de Operação	Nº Funcionários	Nº Apartamentos	Nº Leitos
HOTEL NORMANDIE	mai/70	12	52	98
HOTEL THERMAS	abr/79	198	146	657
HOTEL ZENILANDIA	dez/79	4	32	75
HOTEL TERRA DO SAL	jul/88	8	32	72
HOTEL IMPERIAL	dez/89	7	20	44
HOTEL CASA BLANCA	dez/89	17	45	100
HOTEL SABINO PALACE	mar/90	28	106	290
POUSADA ASA BRANCA	dez/98	9	38	90
HOTEL VILLA OESTE	jun/03	37	83	200
HOTEL VITORIA PALACE	jul/07	30	90	197
HOTEL GARBOS	jan/09	48	110	269
POUSADA MOSSORÓ	-	10	31	58
POUSADA SÃO BATISTA	-	2	16	32
POUSADA NOSSA CASA	-	3	4	12
HOTEL IBIS	nov/12	24	154	308
TOTAIS	-	437	959	2.502

Fonte: Pesquisa de Campo

²³ Foram realizadas entrevista com os principais administradores dos Hotéis/Pousadas localizadas no município e foi consenso que as instalações hoteleiras aqui instaladas supre a demanda atual. Infelizmente em razão da diminuição de negócios/investimento/ações da Petrobrás e de Empresas contratadas, afetou significativamente o setor, levando inclusive ao fechamento de alguns destes estabelecimentos.

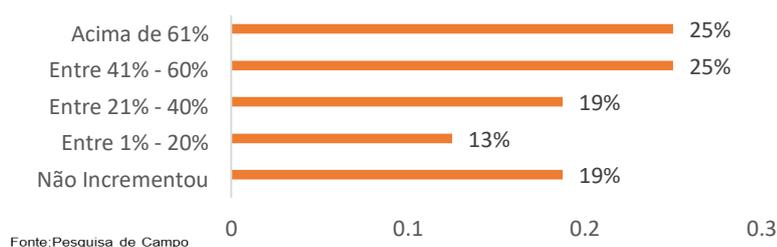
A adequação da oferta hoteleira à demanda atual, significou o fechamento²⁴ de 02 (dois) Hotéis no município, significando uma diminuição de 89 (oitenta e nove) apartamentos e 197 (cento e noventa e sete) leitos, bem como, a demissão de 34 (trinta e quatro) funcionários.

A característica do setor hoteleiro em sua maioria vem atender basicamente o chamado turismo “executivo”. Os hotéis executivos são muito comuns, em cidades que contemplam um grande número de empresas ou dispostas em rotas de grandes cidades, podendo estar localizados em áreas centrais, mais afastadas do centro ou nas proximidades de aeroportos, assumindo também características próprias dos hotéis com as localizações mencionadas, os quais costumam ter entre suas instalações também áreas para reuniões, exposições e eventos de naturezas diversas, sem se caracterizarem como hotéis de convenções.

Esta característica assumida pela maioria dos hotéis na cidade de Mossoró, apontam uma taxa de ocupação, em torno de 60%, centralizada no período de segunda-feira a quinta-feira, enquanto que no período de sexta-feira a taxa média de ocupação apurada foi de 40%. Esta conformação da taxa de ocupação, sofre uma transformação no período de Junho (com a realização do MCJ e analisada através de pesquisa após o MCJ), incrementando-se um percentual aproximado de 30% no total das reservas no período de sexta a domingo, (tendo uma média geral dos eventos anteriores).

Quando pesquisados os hotéis acima, após a realização do MCJ, nos dias 10 e 12 de julho, verificamos um percentual elevado quanto ao incremento da taxa de ocupação no período do evento. As pesquisas de campo mostraram que 81% de todos os hotéis tiveram um aumento considerável de turistas no período, conforme mostra o Gráfico 17.

Gráfico 17 - Incremento da Taxa de Ocupação durante o MCJ 2017– Setor Hoteleiro



²⁴ Foram encerradas as atividades dos Hotéis Valley (que estava em funcionamento desde junho de 2004), em abril de 2017 e do Hotel São Luís (que estava em funcionamento desde outubro de 1989) em 08/05/2017.

Este incremento apresenta, uma adição na taxa de ocupação de aproximadamente 300 apartamentos diários (não apenas no período de sexta-domingo, mas também na quinta feira dada a presença de eventos/shows de elevada demanda popular) no faturamento do setor hoteleiro da Cidade. Uma análise do acréscimo ao faturamento “normal” do setor, teríamos aproximadamente um valor gerado (diário) na ordem de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), o que projetaríamos um incremento para o setor, no período do evento, de aproximadamente R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)²⁵.

No tocante a criação de empregos temporários, o setor hoteleiro apresenta baixa resposta para o período do evento. Dos 15 empreendimentos (12 hotéis e 03 pousadas) visitados/pesquisados²⁶, aproximadamente 15% fizeram contratações extras para o atender o acréscimo na demanda do período.

A explicação dos administrados dos empreendimentos, foi que a capacidade ociosa ainda suporta uma elevação da demanda, sem necessariamente significar um aumento de funcionários, em razão do nível de produtividade dos mesmos ainda terem atingidos o seu limite (sobrecarga). Mesmo considerando esta análise, percebemos uma retração de quase 20% do total da força de trabalho empregada nos hotéis/pousadas da cidade, refletindo basicamente o cenário econômico nacional.

A expectativa reportada nas entrevistas que a realização do MCJ incorpore um novo formato, utilizando planejamento estratégico, direcionado e fundamentalmente profissional, tanto na organização, divulgação e execução. Desta forma, o setor hoteleiro pode realizar antecipadamente a oferta de pacotes (exclusivos ao MCJ ou integrados a outras atividades criadas/desenvolvidas/incorporadas ao trade turístico da região), gerando uma segurança na alocação e eficiências dos recursos empreendidos nas atividades.

²⁵ Obs: 1) Considerando uma média por valor por apartamento (duplo) no valor de R\$ 125,00 (cento e vinte e cinco reais); 2) não foi considerado para efeitos gerais, o acréscimo médio de 20% no valor das tarifas no período do MCJ, conforme seus respectivos administradores; 3) Considerando, a programação dos eventos do MCJ, com ocupação (incremento) na taxa de ocupação, nos dias 10, 15,16,17, 22,23,24,29 e 30/06 e 01/07; 4) A projeção do incremento no faturamento do setor hoteleiro, dar-se-á apenas com a ocupação de apartamentos (duplos), excetuando-se os gastos realizados pelos turistas no compra de produtos/serviços ofertados em cada hotel. Após a realização de pesquisa programada para o período do MCJ com os turista, teremos uma aproximação do gasto *per capita* (com alimentação e produtos/serviços ofertado no local de hospedagem), e desta forma projetamos um incremento mais aproximado do setor.

²⁶ Pesquisa de campo realizada nos dias 06 e 07 de junho de 2017 e 10 e 11 de julho de 2017.

6.4.1 - PERCEPÇÃO DO SETOR HOTELEIRO

Foi pesquisado o nível de satisfação do setor hoteleiro referente ao evento Mossoró Cidade Junina, os achados constam na tabela 06, dentre as observações descritas pelos entrevistados ficou evidenciado a necessidade de articulação conjunta para as futuras edições do referido evento entre PMM e setor hoteleiro, com vistas a melhorar a divulgação, vendas de pacote antecipados como comparativo os carnavais da Bahia e outros eventos nacionais.

Tabela 06- Nível de Satisfação do Setor Hoteleiro – MCJ 2017

ITENS/GRAU DE SATISFAÇÃO	ÓTIMO	BOM	REGULAR	PÉSSIMA	TOTAL
Divulgação	0%	29%	21%	50%	100%
Segurança	0%	86%	7%	7%	100%
Organização	0%	57%	21%	21%	100%
Limpeza	0%	50%	50%	0%	100%
Infraestrutura	7%	21%	43%	29%	100%
Acessibilidade/Trânsito	0%	7%	50%	43%	100%

Fonte: Pesquisa de Campo.

O setor hoteleiro, espera uma organização articulada com os vários agentes do mercado que são ou possuem potencial para serem afetados, especificamente quanto a programação do evento e de uma melhor infraestrutura.

6.5 SETOR DE BARES RESTAURANTES E SIMILARES

Este é um dos setores mais sintomáticos quanto aos impactos diretos do MCJ, especificamente dos empreendimentos localizados ao largo da Av. Rio Branco e adjacências, em razão da enorme área que abrange a realização do MCJ (e seus eventos).

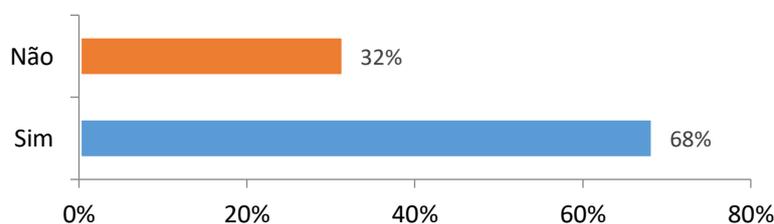
Como forma de analisar os efeitos diretos na criação de empregos e geração de renda no período do MCJ, resolvemos introduzir pesquisas²⁷ com todos os proprietários de bares/restaurantes/similares empreendidos geograficamente no local dos eventos do MCJ, para aferir dos empresários, a percepção da organização, dos investimentos previstos, da contratação de trabalhadores temporários, como também, e identificar diretamente o incremento projetado para o período de 10 de junho a 02 de julho do corrente ano.

²⁷ Pesquisa realizada no dia 06 de junho e 12 de julho de 2017.

Um dos impactos mais importante no MCJ para o ramo dos bares/restaurantes/similares é criação de vagas de trabalho temporárias. Em entrevistas com os proprietários/administradores dos estabelecimentos, 68% dos empreendimentos contrataram pessoal para o evento. Nas entrevistas, observa-se uma preocupação em razão da demanda por algumas categorias (garçons, cozinheiros, auxiliar de cozinha, auxiliar de serviços gerais, segurança, entre outras), que trabalham no setor ora analisado.

O volume requerido de profissionais qualificados (escasso) do setor para o período do evento desemboca no alto valor pago ao trabalhador que detêm tais credenciais, escolhendo o mesmo local, e muitas vezes o valor por ele percebido neste período. Estimamos que apenas nos estabelecimentos localizados na Av. Rio Branco (bares/restaurantes um total de 200 novos postos de trabalho temporários), conforme gráfico 18.

Gráfico 18– Bares, restaurantes e similares que contrataram trabalhadores temporários



Fonte: Pesquisa de Campo

Quanto a projeção de renda destes trabalhadores, é definida por 75% deles como satisfatória, em razão de auferirem renda no período do evento, rendimentos que estão localizados em faixas monetárias de aproximadamente R\$ 1.400,00 (1^{1/2} salários mínimo) e R\$ 1.874,00 (2 salários mínimos).

Percebemos que os dados apresentados são importantes para quaisquer análises no tocante a criação de emprego e geração de renda considerando a realização do evento.

Após a realização da pesquisa com os proprietários/administradores dos Bares/Restaurante/Similares, ficou evidente que os investimentos dos mesmo poderia ser exponencialmente maior, se houvesse uma maior atenção da PMM quanto a infraestrutura ofertada (segurança, banheiros químicos, limpeza, etc.) no período do Evento. A evidente insatisfação da categoria é o “esquecimento” da PMM quando da divulgação do evento, esquecendo o espaço e sua evidente importância no tocante a oferta de lazer/entretenimento/gastronomia complementar ao evento.

6.5.1 Percepção do setor bares/restaurantes/similares

A percepção do setor é dada principalmente à dificuldade de acessibilidade nas ruas próximas ao Centro de Convivência, ligada a outros fatores de infra-estrutura que podemos destacar, segundo os proprietários de Bares da Av. Rio Branco: a) falta de banheiros públicos; b) falta de divulgação (panfletos) para divulgação das atrações; c) A Praça de Convivência se tornou um local privado durante o pingô para o Thermas São Paulo; d) Os banheiros públicos do Centro de Convivência “se tornaram particulares” durante o evento; e) Falta de limpeza após a festa; aumenta segurança.

Tabela 07 -Nível de satisfação do setor de Bares/Restaurantes em relação ao MCJ

ITENS/NÍVEIS DE SATISFAÇÃO	ÓTIMO	BOM	REGULAR	PÉSSIMO	TOTAL
Divulgação	33%	47%	13%	7%	100%
Segurança	27%	47%	20%	7%	100%
Organização	13%	40%	20%	27%	100%
Limpeza	7%	60%	7%	27%	100%
Infraestrutura	7%	40%	33%	20%	100%
Acessibilidade/Trânsito	13%	27%	33%	27%	100%

Fonte: Pesquisa de Campo.

Estas foram as principais percepções tratadas quanto a organização do evento. Sendo necessária uma melhor articulação com estes comerciantes que estão inseridos diretamente em todo o processo do evento devido sua localização estratégica.

6.6 TURISTAS

Foi realizada análise quantitativa do perfil dos turistas, detalhando algumas de suas características socioeconômicas, de deslocamento e satisfação em relação aos eventos do MCJ.

Tal demonstração apontará a necessidade posterior por parte da Prefeitura Municipal de Mossoró, em estabelecer um plano estratégico de negócios visando o estabelecimento de plano de marketing/venda de cada uma das atrações que compõem o referido evento.

6.6.1 Perfil do turista - Pingo da Mei Dia

Gráfico 19 - Distribuição por sexo - Turista Pingo da Mei Dia

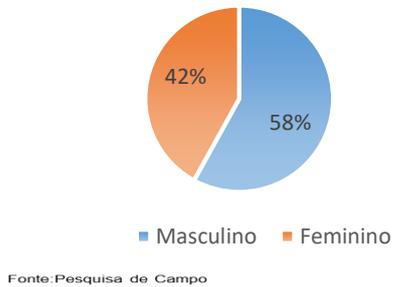


Gráfico 20 - Estado de Origem do turistas Pingo - Turista Pingo da Mei Dia

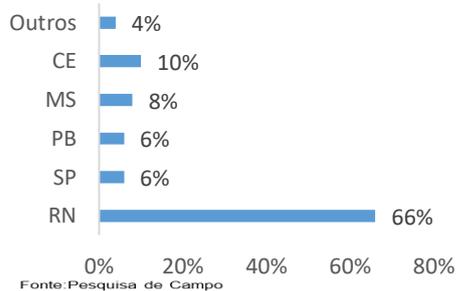


Gráfico 21 - Faixa Etária - Turista Pingo da Mei Dia

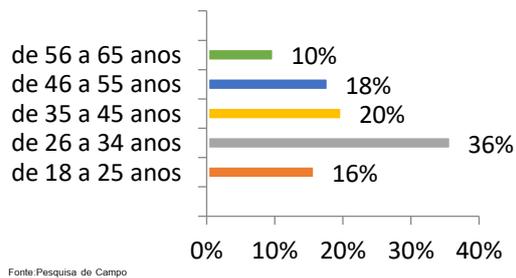


Gráfico 22 -- Escolaridade – Turista Pingo da Mei Dia

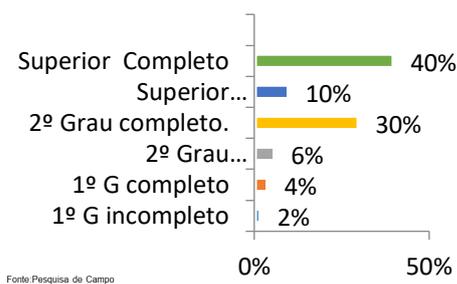


Gráfico 23 - Fator de Influência para a Viagem - Turista Pingo da Mei Dia

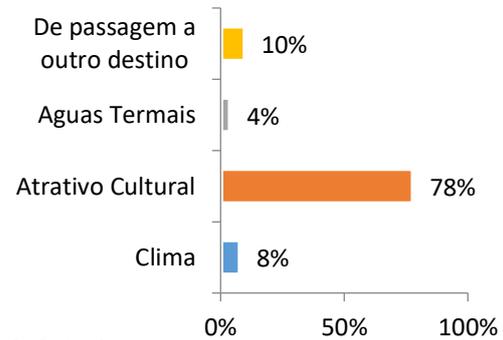


Gráfico 24 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista Pingo da Mei Dia

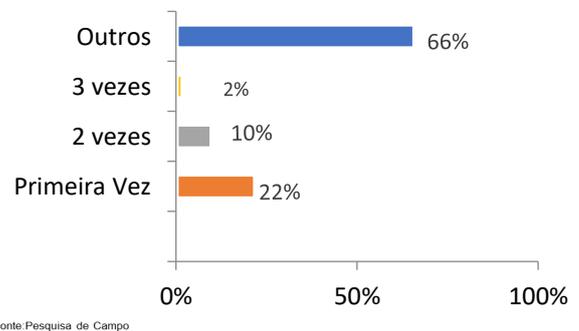


Gráfico 25 - Tempo de permanência - Turista Pingo da Mei Dia

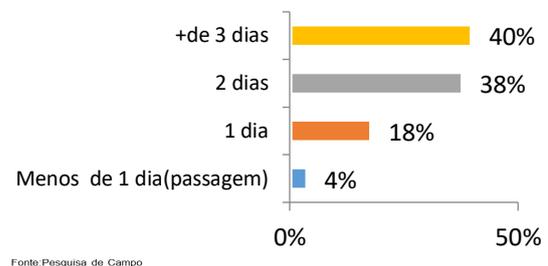


Gráfico 26 - Percepção sobre a Cidade - Turista Pingo da Mei

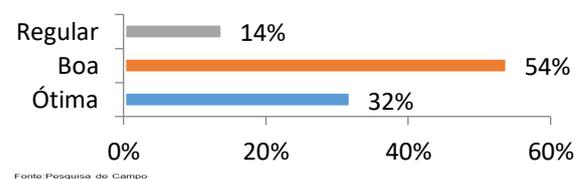


Gráfico 27 - Número de Acompanhantes - Turista Pingo da Mei Dia

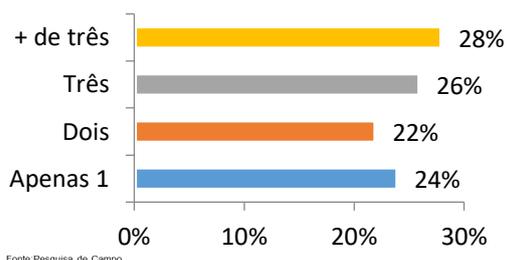


Gráfico 30 - Gasto com Alimentação - Turista Pingo da Mei Dia

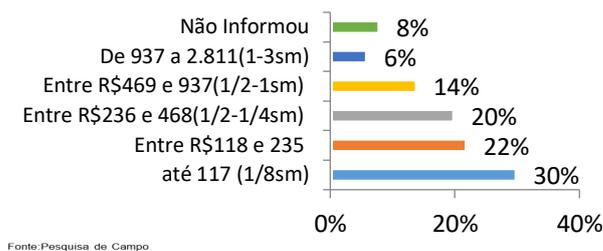


Gráfico 28 - Renda Mensal - Turista Pingo da Mei Dia

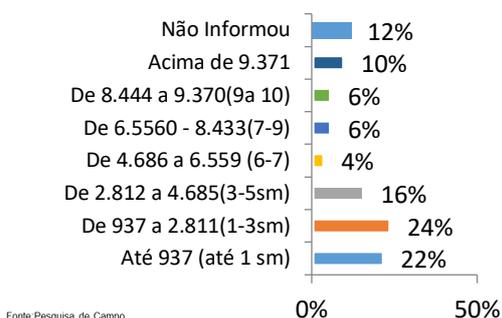


Gráfico 31 - Gasto com Transportes - Turista Pingo da Mei Dia

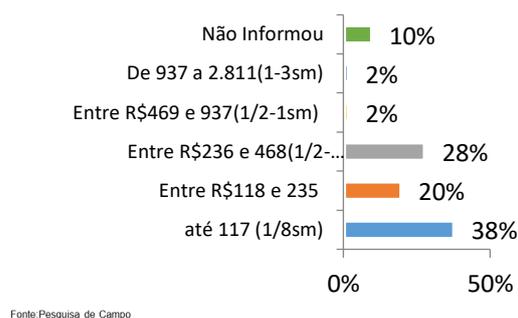


Gráfico 29 - Gasto com Hospedagem - Turista Pingo da Mei Dia

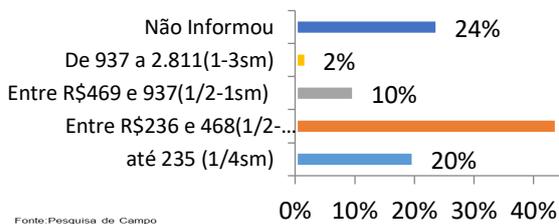
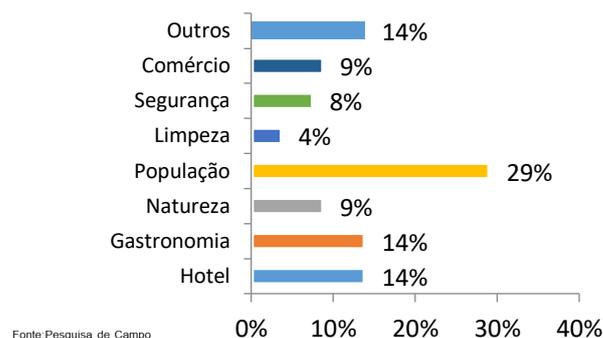


Gráfico 32 - O que mais agradou em Mossoró - Turista Pingo da Mei Dia



6.6.1.1 -Percepção do turista do pingo

O Pingo da Mei Dia, constituiu-se neste MCJ no evento com o maior número de pessoas, e um termômetro para os problemas (e alguns solucionados) que surgiram no decorrer do evento.

A participação popular foi maciça, mas deixou a desejar na maioria das pessoas o quesito da acessibilidade, da quantidade de banheiros, a falta de segurança (foram relatados e presenciados muitos furtos e assaltos, em razão da falta de um controle de acesso da população).

Mesmo com todos os problemas apontados, foram considerados pelos turistas, ao lado do chuva de bala, um evento com 100% de aprovação e retorno dos turistas, foram entrevistados 50 pessoas.

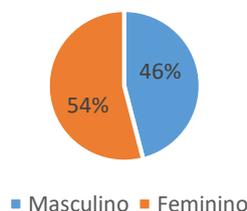
Tabela 08 - Percepção do Turista do Pingo

ITENS/GRAU DE SATISFAÇÃO	ÓTIMA	BOA	REGULAR	PÉSSIMA	TOTAL
Segurança	24%	50%	26%	0%	100%
Organização do Evento	24%	54%	22%	0%	100%
Limpeza	22%	54%	24%	0%	100%
Acessibilidade/Trânsito	20%	38%	40%	2%	100%

Fonte: Pesquisa de Campo.

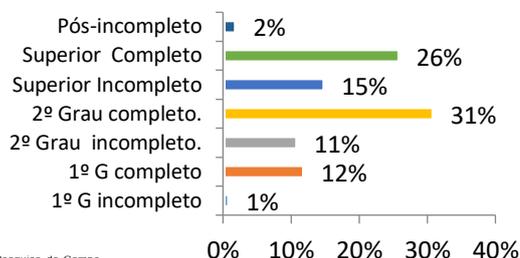
6.6.2 Perfil do turista - Estação das Artes

Gráfico 33 - Distribuição por sexo – Turista Estação das Artes



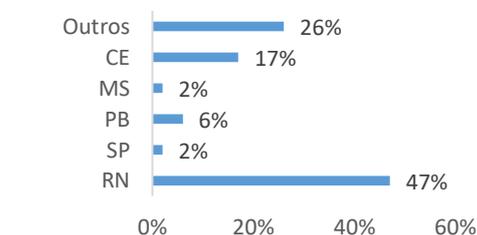
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 36- Escolaridade - Turista Estação das Artes



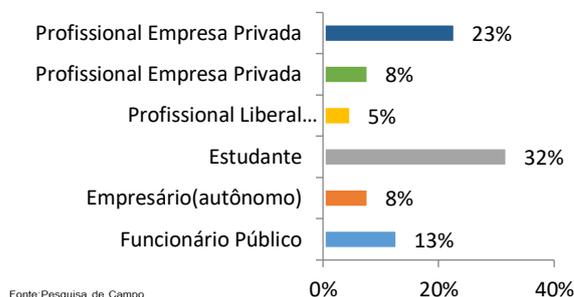
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 34 - Estado de Origem – Turista Estação das Artes



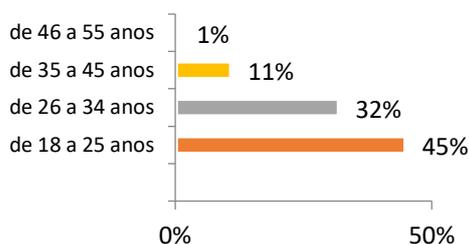
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 37 - Ocupação - Turista Estação das Artes



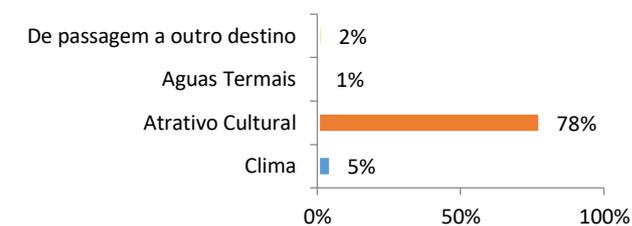
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 35 - Faixa Etária - Turista Estação das Artes



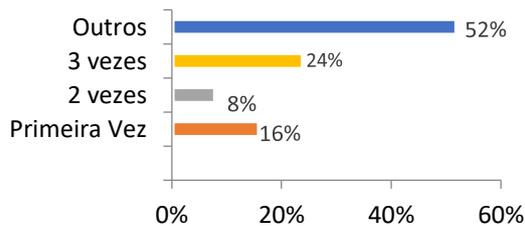
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 38- Fator de Influência para a Viagem - Turista Estação das Artes



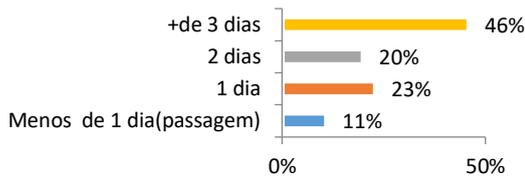
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 39 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista Estação das Artes



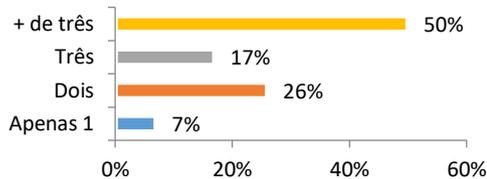
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 40 - Tempo de permanência - Turista Estação das Artes



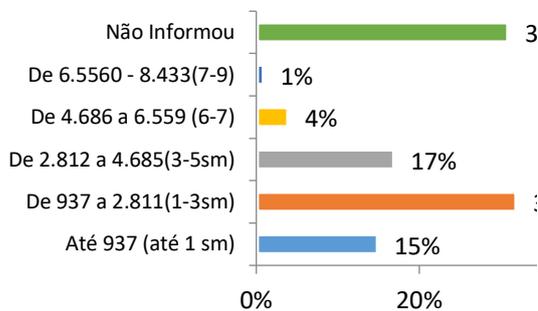
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 41 - Número de Acompanhantes - Turista Estação das Artes



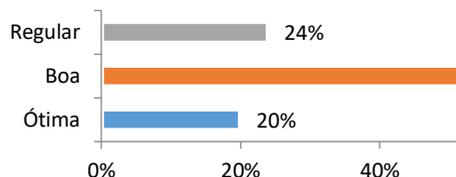
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 42 - Renda Mensal - Turista Estação das Artes



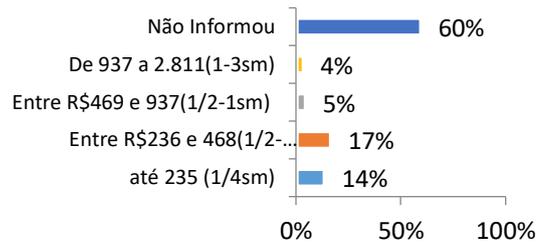
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 43 - Percepção sobre a Cidade - Turista Estação das Artes



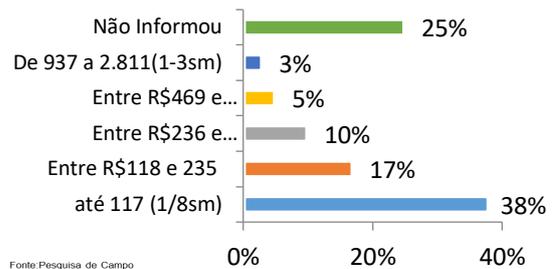
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 44 - Gasto com Hospedagem - Turista Estação das Artes



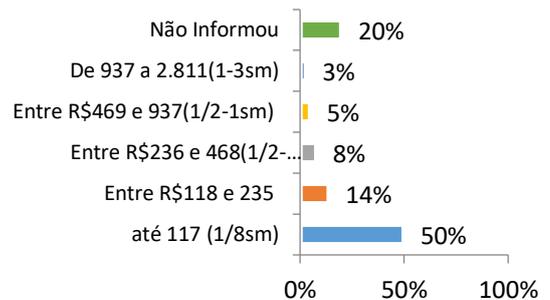
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 45 - Gasto com Alimentação - Turista Estação das Artes



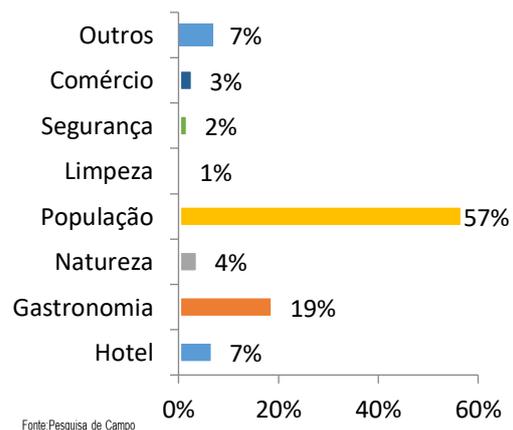
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 46 - Gasto com Transportes - Turista Estação das Artes



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 47 - O que mais agradou em Mossoró - Turista Estação das Artes



Fonte: Pesquisa de Campo

6.6.2.1 Percepção do Turista da Estação das Artes

A Estação das Artes é um ponto crucial do MCJ, pois a partir do sucesso de público dela, tem-se uma verdadeira “avalanche” de serviços/demanda de consumo por parte dos turistas e de vendas (por parte dos ambulantes/permissionários).

Foi unanime a questão das atrações quanto a quantidade de público, relatado tanto por quem trabalha, quanto por quem frequenta o espaço. As grandes atrações tem um peso significativo quanto ao funcionamento de toda engrenagem (organização) e potencialmente os defeitos explicitados, que citamos: a) falta de limpeza dos banheiros químicos (no dia 30 após a chuva, os banheiros químicos verteram todos seus dejetos para o pátio da estação das artes); b) falta de controle da entrada de pessoas(ambulantes) não cadastradas, ocupando espaços não direcionados e prejudicando os permissionários; c) segurança no início do evento tínhamos um problema, que era a falta de barreiras para controle do acesso das pessoas, fato este que foi resolvido e inclusive elogiado por 90% dos turistas, foram entrevistados 100 turistas nos dias 23 e 30 de junho.

Tabela 09 - Percepção do Turista da Estação das Artes

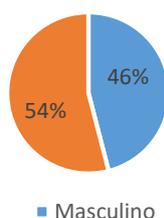
ITENS/GRAU DE SATISFAÇÃO	ÓTIMA	BOA	REGULAR	PÉSSIMA	TOTAL
Segurança	24%	52%	19%	5%	100%
Organização do Evento	19%	50%	23%	8%	100%
Limpeza	23%	47%	24%	6%	100%
Acessibilidade/Trânsito	17%	51%	21%	11%	100%

Fonte: Pesquisa de Campo.

Quanto ao grau de satisfação das pessoas, atingimos um percentual de 95% das pessoas que voltariam ao evento.

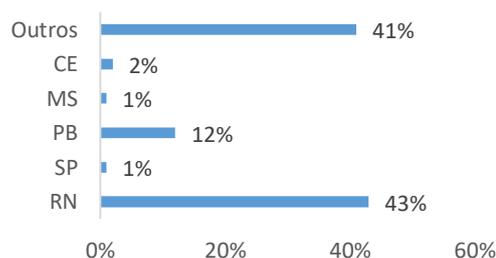
6.6.3 Perfil do Turista - Chuva de Bala/Cidadela

Gráfico 48 - Distribuição por sexo – Turista Chuva de Bala /Cidadela



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 49 - Estado de origem - Turista Chuva de Bala/Cidadela



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 50 - Faixa Etária – turista Chuva de Bala/ Cidadela

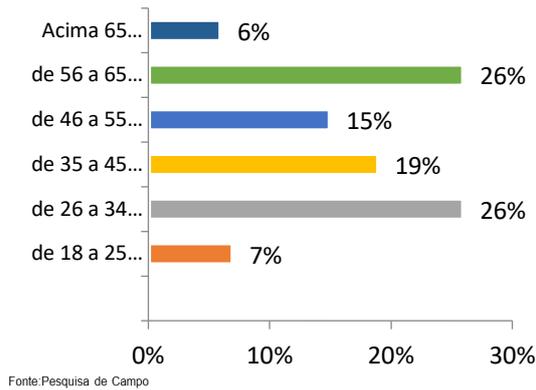


Gráfico 53 - Fator de Influência para a Viagem - Turista Chuva de Bala/Cidadela

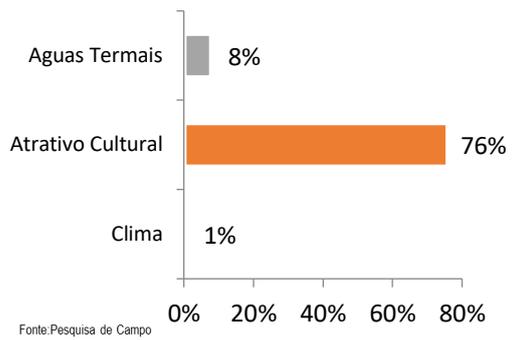


Gráfico 51 - Escolaridade - Turista Chuva de Bala/Cidadela

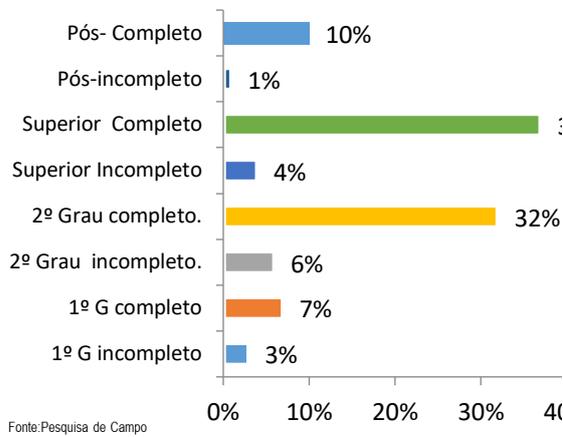


Gráfico 54 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista Chuva de Bala/Cidadela

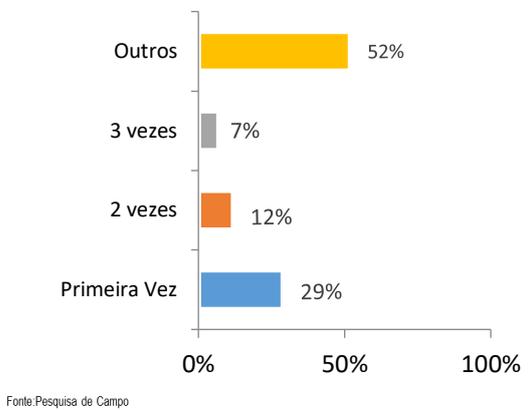


Gráfico 52 - Ocupação - Turista Chuva de Bala/Cidadela

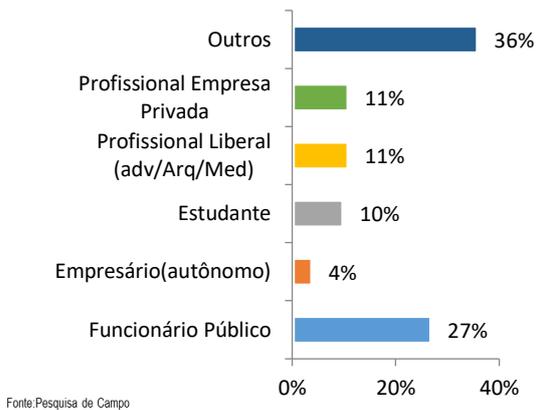


Gráfico 55 - Tempo de permanência - Turista Chuva de Bala/Cidadela

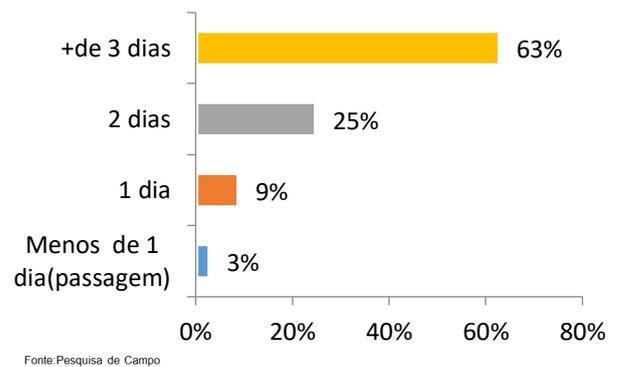


Gráfico 56 - Percepção sobre a Cidade – Turista Chuva de Bala/Cidadela

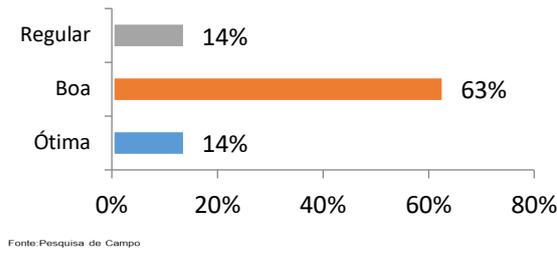


Gráfico 60 - Gasto com Alimentação - Turista Chuva de Bala/Cidadela

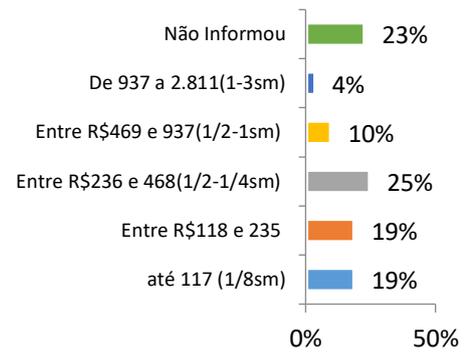


Gráfico 57 - Número de Acompanhantes – Turista Chuva de Bala/Cidadela

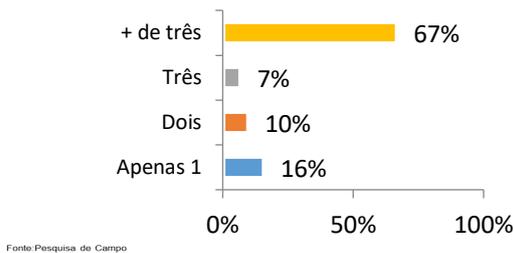


Gráfico 61 - Gasto com Transportes - Turista Chuva de Bala/Cidadela

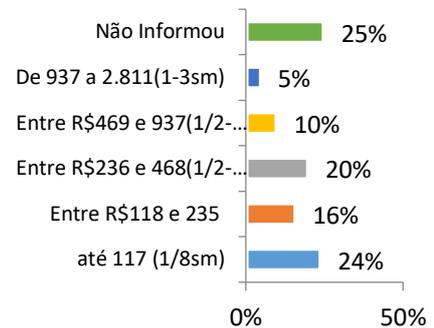
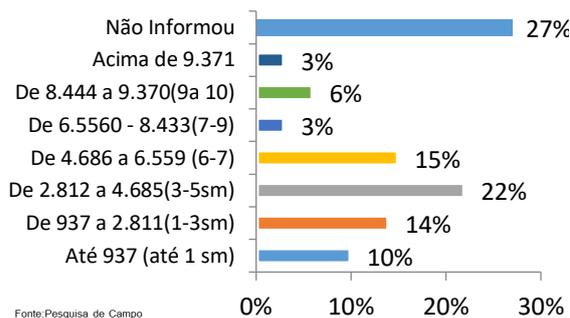


Gráfico 58 - Renda Mensal - Turista Chuva de Bala/Cidadela



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 62 - O que mais agradou em Mossoró - Turista Chuva de Bala/Cidadela

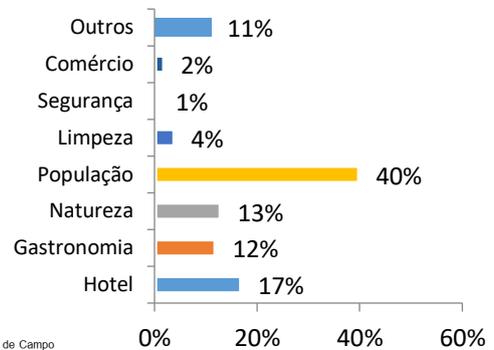
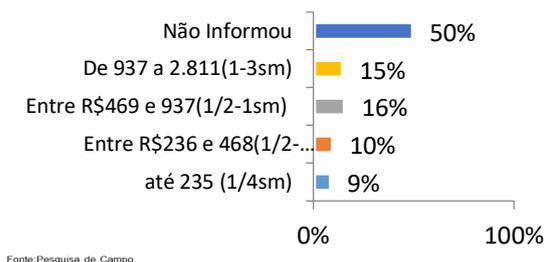


Gráfico 59 - Gasto com Hospedagem - Turista Chuva de Bala/Cidadela



6.6.3.1 Percepção do Turista do Chuva de Bala/Cidadela

No 1º dia do evento, Tivemos uma dificuldade inicial, pois um fator que provocou insatisfação dos turistas foi a desorganização do evento já que o palco de chuva de bala foi interditado (15/06), e o evento quase foi suspenso. As pessoas que citaram esse ocorrido disseram que, como não moram na cidade tiveram que adiar a viagem que já estava programada, gerando transtornos.

Outra reclamação muito frequente foi a questão do horário, pois o espetáculo começou muito tarde, algumas pessoas relataram que muitas vezes foram embora antes do espetáculo terminar, pois os filhos ficavam com sono. E sem falar o número de cadeiras que eram insuficientes. No primeiro dia o espetáculo começou após as 21h00min, e às 19h30min já não tinham mais cadeiras disponíveis.

Foi citado por muitas turistas, principalmente os do Ceará, que o trânsito na cidade era muito confuso, e as vias mal estado de conservação, que para chegar ao local do evento demorou um pouco.

Houve vários elogios em relação à segurança, pois havia um grande volume de policias, e sempre atentos a tudo que se ocorria. Uma reclamação recorrente foi a pequena quantidade de banheiros químicos a disposição do turista, foram entrevistados 100 (cem) turistas nos dias 16 e 23/06.

Tabela 10 Percepção do Turista do Chuva de Bala/Cidadela

ITENS/GRAU DE SATISFAÇÃO	ÓTIMA	BOA	REGULAR	PÉSSIMA	TOTAL
Segurança	13%	56%	27%	4%	100%
Organização do Evento	19%	52%	22%	7%	100%
Limpeza	14%	58%	23%	5%	100%
Acessibilidade/Trânsito	10%	63%	18%	9%	100%

6.6.4 Perfil do Turista do Festival de Quadrilhas

Gráfico 63 -Distribuição por sexo -
Turista Festival de Quadrilhas

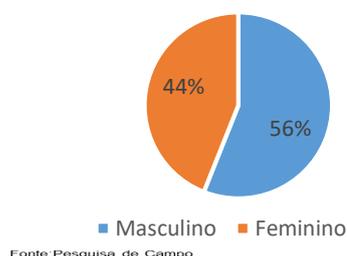


Gráfico 64 - Estado de origem - Turista
Festival de Quadrilhas

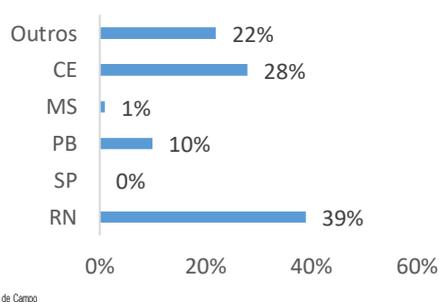


Gráfico 65 - Faixa Etária - Turista Festival de Quadrilhas

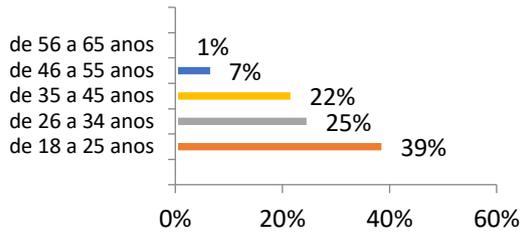


Gráfico 70 - Tempo de permanência - Turista Festival de Quadrilhas

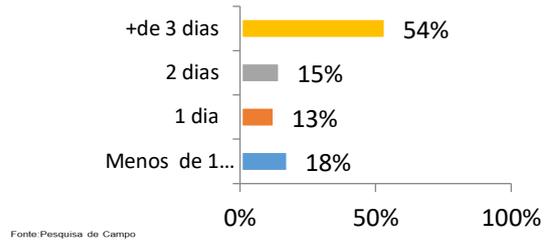


Gráfico 66 - Escolaridade - Turista Festival de Quadrilhas

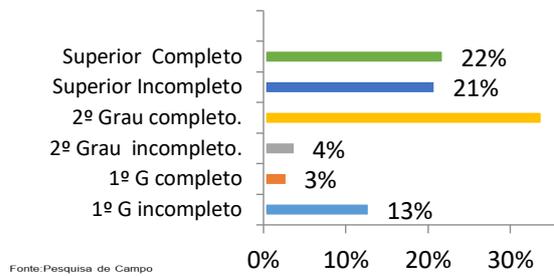


Gráfico 71 - Percepção sobre a Cidade - Turista Festival de Quadrilhas

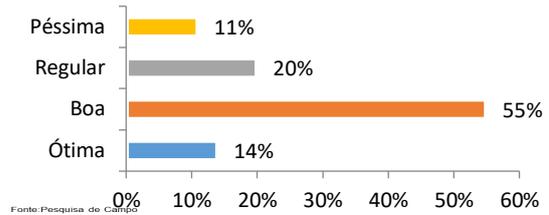


Gráfico 67 - Ocupação - Turista Festival de Quadrilhas



Gráfico 72 - Número de Acompanhantes - Turista Festival de Quadrilhas

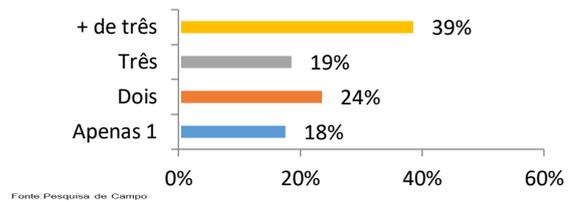


Gráfico 68 - Fator de Influência para a Viagem - Turista Festival de Quadrilhas

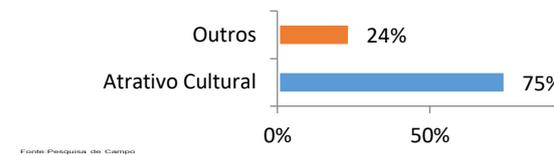


Gráfico 73 - Renda Mensal - Turista Festival de Quadrilhas

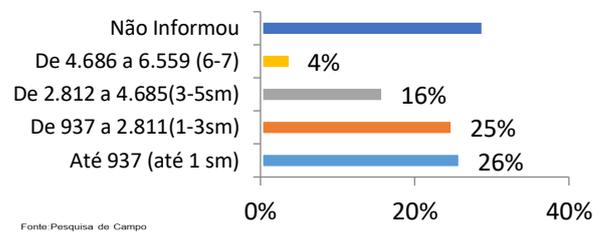


Gráfico 69 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista Festival de Quadrilhas

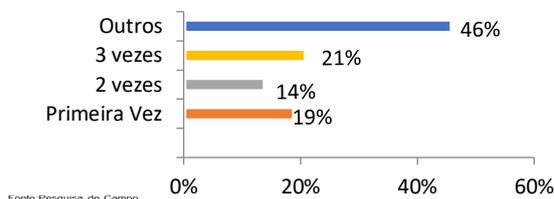


Gráfico 74 - Gasto com Hospedagem - Turista Festival de Quadrilhas

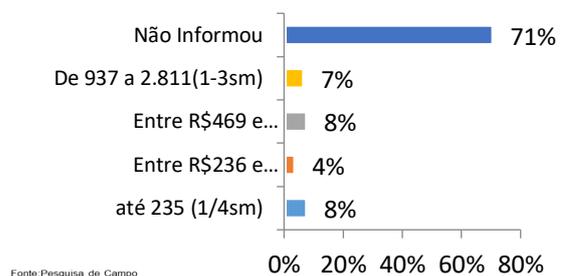
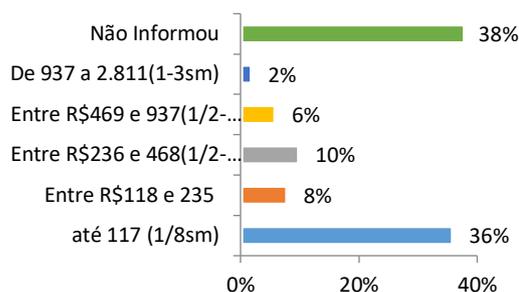
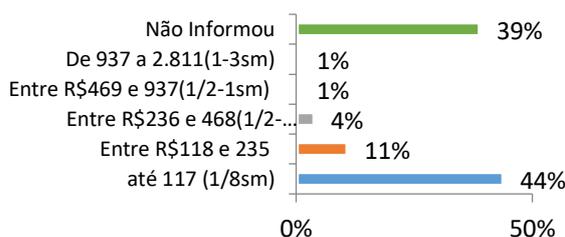


Gráfico 75 - Gasto com Alimentação -
Turista Festival de Quadrilhas



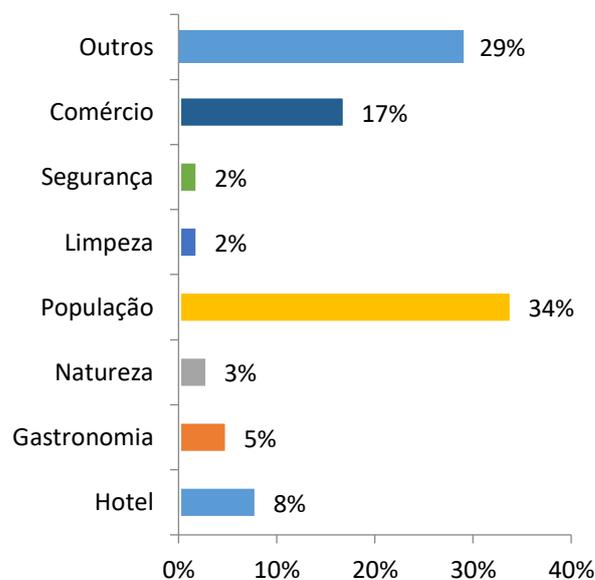
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 76 - Gasto com Transportes -
Turista Festival de Quadrilhas



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 77 - O que mais agradou em
Mossoró - Turista Festival de
Quadrilhas



Fonte: Pesquisa de Campo

6.6.4.1 Percepção do Turista do Festival de Quadrilhas

A percepção inicial dos frequentadores do Festival de Quadrilhas foi de imensa desorganização, tendo sido prejudicado inclusive o calendário de apresentações. Foi abordado com intensa reclamação a questão do espaço, da organização (do cumprimento dos horários), bem como da acessibilidade, especificamente dos grupos que estavam participando do evento. Sendo uma dificuldade quanto as quadrilhas de outros locais (cidades estados). Um ponto abordado por todos os participantes, foi a falta de um ponto de apoio para o período anterior a apresentação dos grupos.

Novamente uma questão recorrente foi a questão dos banheiros (insuficientes e sem a devida limpeza). Um dos pontos elogiados, temos a segurança.

Tabela 11 - Percepção do Turista/Quadrilhas do Festival de Quadrilhas

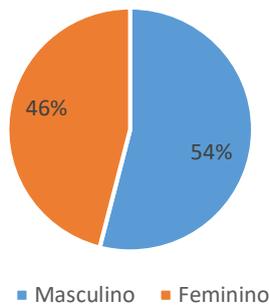
Itens/Grau de satisfação	Ótima	Boa	Regular	Péssima	Total
Segurança	19%	45%	24%	12%	100%
Organização do Evento	11%	51%	21%	17%	100%
Limpeza	14%	42%	32%	12%	100%
Acessibilidade/Trânsito	13%	38%	34%	15%	100%

Fonte: Pesquisa de Campo.

Foram entrevistadas 100 turistas e 40 quadrilhas. Quanto ao retorno dos turistas/quadrilhas, tivemos um total de 90% das pessoas com promessa de retorno no próximo ano.

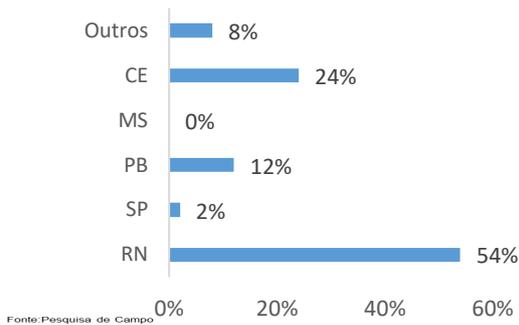
6.6.6 Perfil do Turista – Boca da Noite

Gráfico 78 - Distribuição por sexo – Turistas Boca da Noite



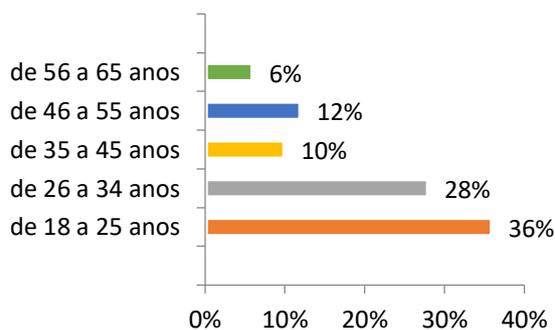
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 79 - Estado de Origem – Turistas Boca da Noite



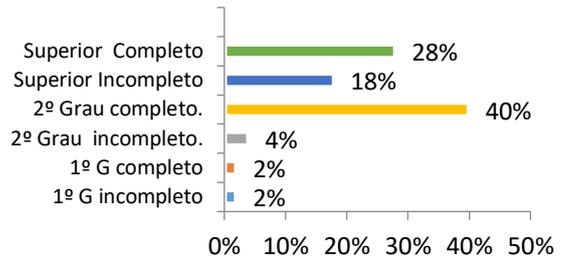
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 80 - Faixa Etária – Turistas Boca da Noite



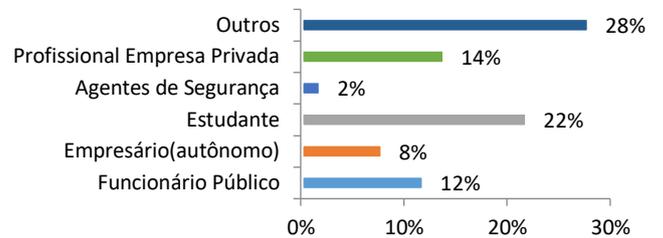
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 81 - Escolaridade – Turistas - Boca da Noite



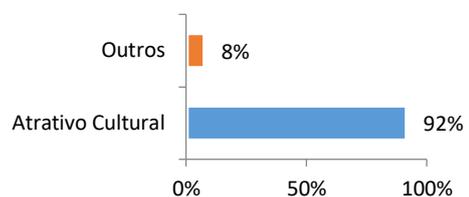
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 82 - Ocupação - Turista Boca da Noite



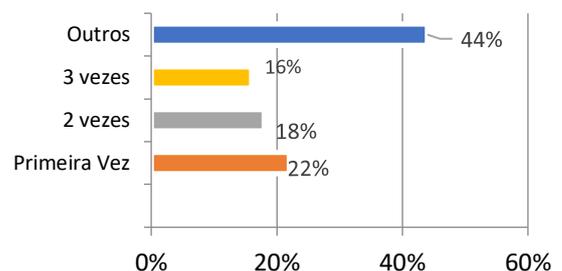
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 83 - Fator de Influência para a Viagem - Turistas Boca da Noite



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 84 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turistas Boca da Noite



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 85 - Tempo de permanência -
Turista Boa da Noite

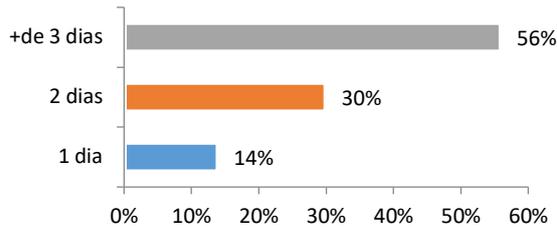


Gráfico 89 - Gasto com Alimentação -
Turista Boca da Noite

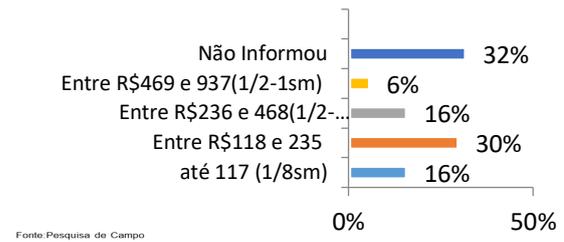


Gráfico 86 - Número de
Acompanhantes - Turista Boca da
Noite

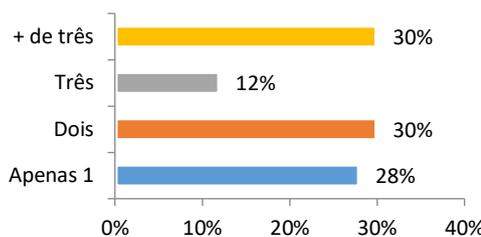
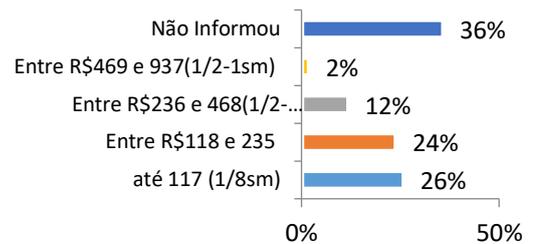


Gráfico 90 - Gasto com Transportes -
Turista Boca da Noite



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 91 - O que mais agradou em
Mossoró - Turista Boca da Noite

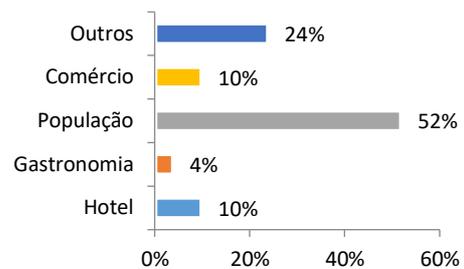
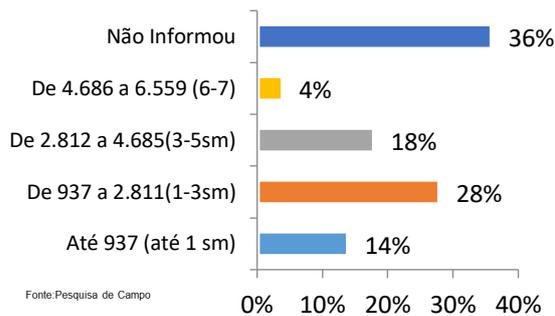


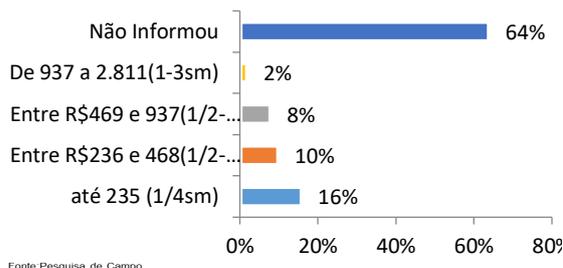
Gráfico 87 - Renda Mensal - Turista
Boca da Noite



Fonte: Pesquisa de Campo

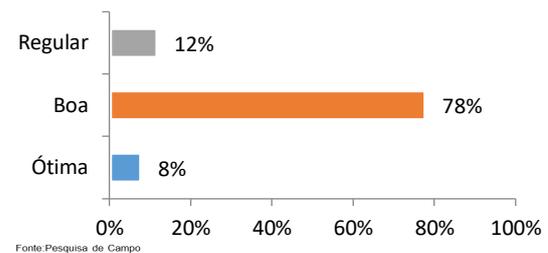
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 88 - Gasto com Hospedagem -
Turista Boca da Noite



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 92 - Percepção sobre a Cidade -
Turista Boca da Noite



Fonte: Pesquisa de Campo

6.6.6.1 Percepção do Turista Boca da Noite

O Boca da noite veio abrilhantar o final do evento, com uma participação ainda pequena em relação aos dias anteriores (que precisa ser melhor trabalhado), porém com evidente satisfação da participação do público, destacando o principal que foi a segurança.

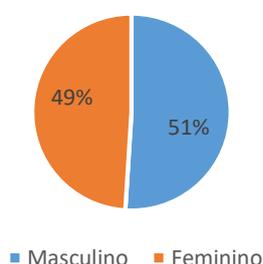
Tabela 12 - Percepção do Turista da BOCA*

ITENS/GRAU DE SATISFAÇÃO	ÓTIMA	BOA	REGULAR	PÉSSIMA	TOTAL
Segurança	24%	64%	12%	0%	100%
Organização do Evento	16%	36%	36%	12%	100%
Limpeza	4%	28%	48%	20%	100%
Acessibilidade/Trânsito	20%	68%	8%	4%	100%

*Foram entrevistadas 50 pessoas no dia 01/07. Fonte: Pesquisa de Campo.

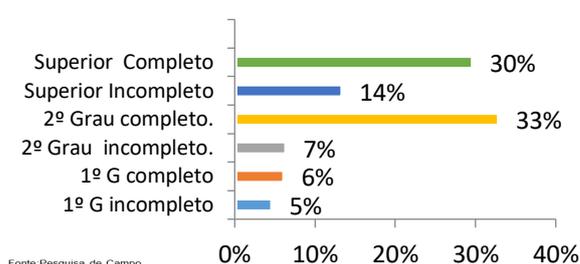
6.6.7 Perfil do geral do Turista do Mossoró Cidade Junina

Gráfico 93 - Distribuição por sexo



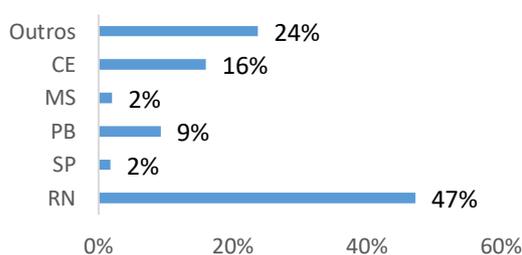
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 96 - Escolaridade - Turista MCJ



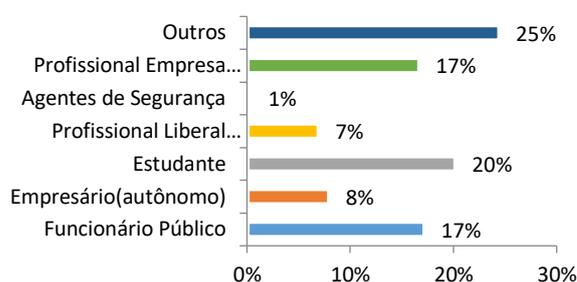
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 94 - Estados de Origem



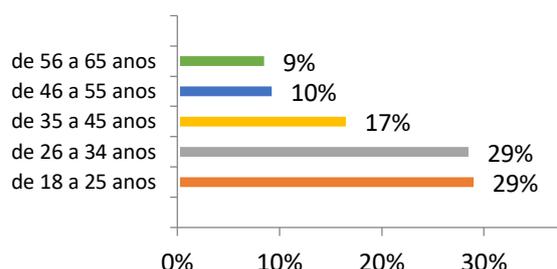
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 97 - Ocupação - Turista MCJ



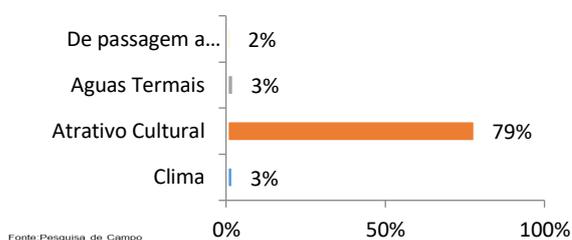
Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 95 - Faixa Etária - Turista MCJ



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 98 - Fator de Influência para a Viagem - Turista MCJ



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 99 - Quantas vezes esteve em Mossoró- Turista MCJ

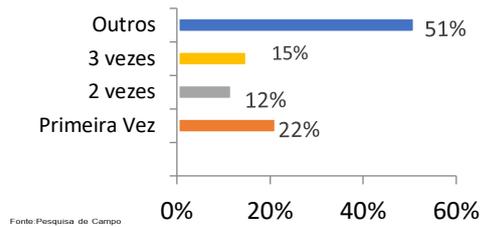


Gráfico 103 - Gasto com Hospedagem - Turista MCJ

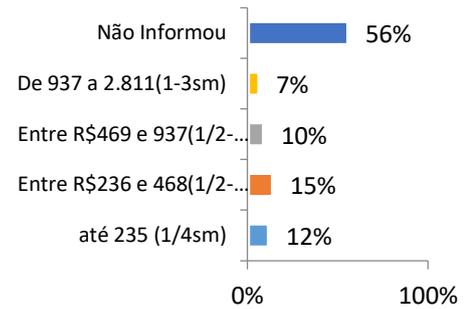


Gráfico 100 - Tempo de permanência - Turista MCJ

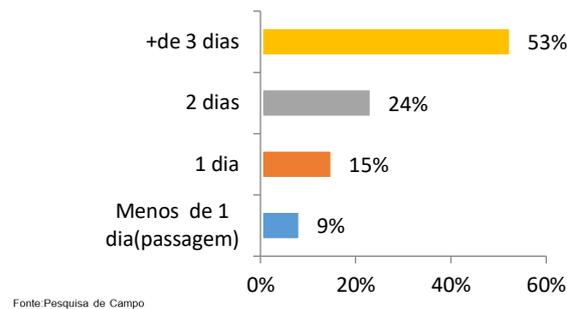


Gráfico 104 - Gasto com Alimentação - Turista MCJ

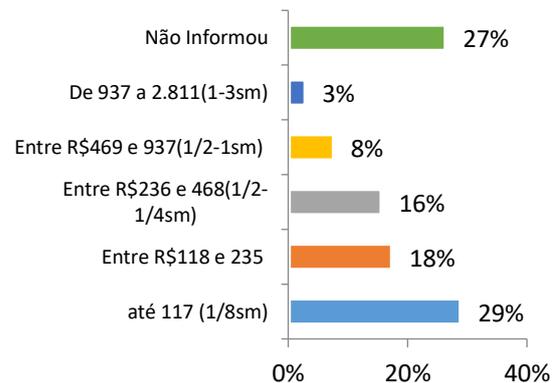
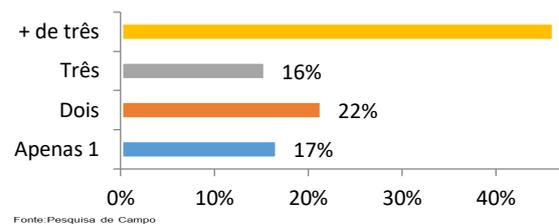


Gráfico 101 – Número de Acompanhantes – Turista MCJ



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 105 - Gasto com Transportes - Turista MCJ

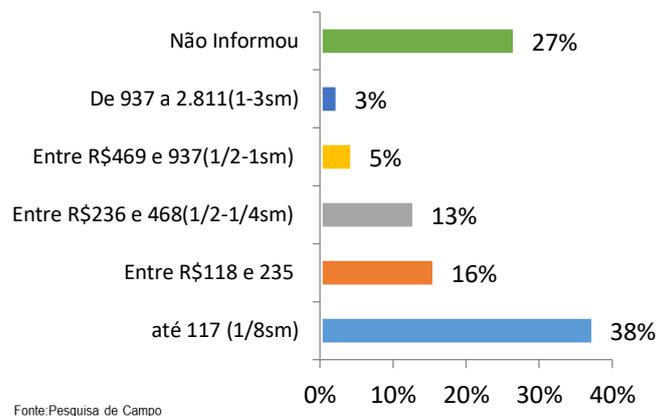
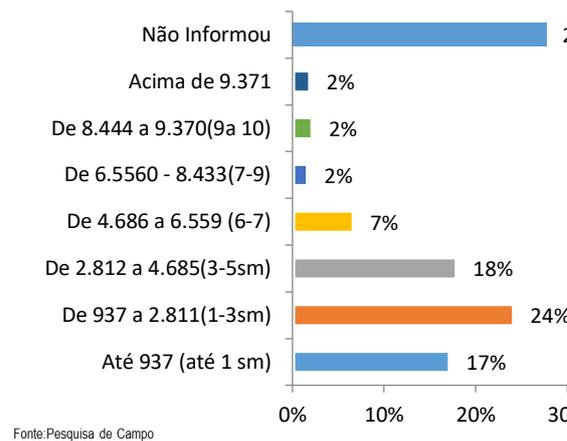


Gráfico 102 - Renda Mensal - Turista MCJ



Fonte: Pesquisa de Campo

Gráfico 106 - O que mais agradou em Mossoró - Turista MCJ

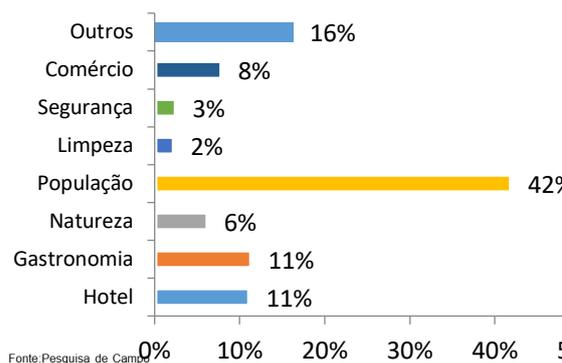
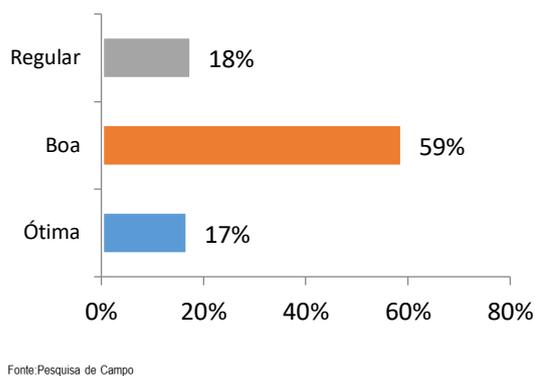


Gráfico 107 - Percepção sobre a Cidade - Turista MCJ



6.7.7.1 Percepção geral do turista do Mossoró Cidade Junina

Apesar dos problemas apontados a percepção de satisfação do turista é de 96%, renovando o ensejo do público na elaboração da próxima edição

Tabela 13 - Percepção GERAL do Turista do MCJ*

Itens/Grau de satisfação	Ótima	Boa	Regular	Péssima	Total
Segurança	20%	52%	23%	6%	100%
Organização do Evento	20%	50%	23%	7%	100%
Limpeza	17%	48%	27%	7%	100%
Acessibilidade/Trânsito	15%	50%	25%	10%	100%

*foram entrevistados 440 turistas

Fonte: Pesquisa de campo

7 DOS VALORES INVESTIDOS – PREFEITURA MUNICIPAL DE MOSSORÓ

Os investimentos realizados pela Prefeitura Municipal de Mossoró representam um valor significativo, porém dada a dimensão dos eventos que comportam o MCJ compreende-se a magnitude dos recursos empreendidos.

O MCJ desprende, além dos eventos (Pingo da Mei Dia; Estação das Artes; Cidadela/Chuva de Balas; Festival de Quadrilhas e; Boca da Noite), uma série de ações/atividades/atrativos com complementam o grandioso evento. Conforme o quadro 04 , no tocante a descrição e os respectivos valores para sua execução.

Quadro 04 – Resumo dos Custos Realizados no MCJ - 2017

DESCRIÇÃO	VALOR R\$	
1. DECORAÇÃO/PROGRAMAÇÃO VISUAL	R\$	205.402,00
2. PINGO DA MEI DIA	R\$	42.100,00
3. CHUVA DE BALA	R\$	529.320,00
4. CIDADELA/VILAREJO	R\$	78.160,00
5. ESTAÇÃO DO FORRÓ	R\$	294.500,00
6 . ARENA/FESTIVAL DE QUADRILHAS	R\$	114.000,00
7. SEGURANÇA	R\$	408.996,90
8. PAU DE ARARA	R\$	22.000,00
9. FÓRMULA JEGUE	R\$	22.710,00
10. BOCA DA NOITE	R\$	59.900,00
11.PARÓQUIA SÃO JOÃO	R\$	20.000,00
12.PREMIAÇÃO	R\$	73.600,00
13.COORDENAÇÃO/APOIO	R\$	56.000,00
14.ATRAÇÕES/SHOWS	R\$	1.422.000,00
TOTAL GERAL		R\$ 3.348.688,90

Fonte Secretária Municipal de Cultura – Prefeitura Municipal de Mossoró.

Para a realização do Evento do MCJ-2017, a PMM buscou de todas as formas, parceiras/patrocínio²⁸ que pudessem efetivamente diminuir o efetivo desembolso de recursos públicos. Conseguindo valores tanto em pecúnia, quanto em serviços/produtos, correspondem ao conforme descrição do quadro 05.

Quadro 05 - Patrocinadores/Apoiadores Oficiais do MCJ 2017

Patrocinadores	Tipo de Patrocínio		Total
	Pecúnia	Serviço	
Ambev (Skol)	R\$ 160.000,00	R\$ 50.000,00	R\$ 210.000,00
Inter TV	-	R\$ 200.000,00	R\$ 200.000,00
Sky	R\$ 80.000,00	-	R\$ 80.000,00
UNP	R\$ 25.000,00		R\$ 25.000,00
Cachaça 51	R\$ 20.000,00		R\$ 20.000,00
TCM (TV e Rádio)		R\$ 155.000,00	R\$ 155.000,00
Total	R\$ 285.000,00	R\$ 405.000,00	R\$ 690.000,00

Fonte Secretária Municipal de Cultura – Prefeitura Municipal de Mossoró.

A importância dos recursos oriundos de Parcerias Públicas Privadas PPP, são de fundamental importância no intuito de dinamizar o produto turístico (MCJ), bem como, estabelecer novas formas de atuação quanto ao planejamento do turismo local.

Fazendo uma estimativa simples do valor desembolsado pela Prefeitura, diminui-se o valor recebido através de patrocínio (pecúnia= R\$ 285.000,00) + o valor arrecadado com a venda de direito de ocupação do solo (R\$ 112.926,00). Neste sentido

²⁸ A grande dificuldade da PMM em lograr parcerias/patrocínios foi a falta de planejamento (que deve ser feita em ano anterior), e que o devido setor responsável a gestão anterior não deixou programado, inclusive no seu quesito orçamentário/programação financeira.

teríamos um custo aproximado (desembolso) no valor de R\$ 2.950.762,90 (dois milhões, novecentos e cinquenta mil, setecentos e sessenta e dois reais e noventa centavos).

8 PÚBLICO ESTIMADO

Nestas 20 edições anteriores do MCJ, a Prefeitura Municipal de Mossoró, nunca tinha estimado o público participante. Esta medida é fundamental para o planejamento necessário a infraestrutura, logística e plano estratégico de negócio para busca de patrocinadores, mediante perfil dos participantes do Mossoró Cidade Junina.

Quadro 06 – Estimativa de Público do Mossoró Cidade Junina

DATA	MOSSORÓ CIDADE JUNINA 2017 PÚBLICO ESTIMADO POR EVENTO/DATA					TOTAL
	PINGO*	CHUVA DE BALA**	FESTIVAL DE QUADRILH A**	ESTAÇÃO O DAS ARTES*	BOCA*	
10/jun	100.000			-	-	100.000
15/jun	-			90.000	-	90.000
16/jun	-	6.000	4.000	60.000	-	70.000
17/jul	-	6.000	4.000	50.000	-	60.000
18/jul		6.000	4.000	-	-	10.000
22/jun	-	6.000	4.000	30.000	-	40.000
23/jun	-	6.000	4.000	20.000	-	30.000
24/jun	-	6.000	4.000	80.000	-	90.000
25/jun		6.000	4.000	-	-	10.000
28/jun		6.000	4.000	-	-	10.000
29/jun	-	6.000	4.000	40.000	-	50.000
30/jun	-	6.000	4.000	50.000	-	60.000
01/jul	-	6.000	4.000	-	80.000	90.000
02/jul	-	6.000	4.000	-	-	10.000
Total	100.000	72.000	48.000	420.000	80.000	720.000

*Fonte: Polícia Militar do RN. 2º Batalhão. **Fonte: Secretaria Municipal de Cultura--PMM

A participação popular foi significativa, principalmente quando a atração musical/artística foi de relevância nacional, conforme expressam os números no quadro acima. Outro fator analisado foram as atrações do Chuva de Bala/Cidadela e do Festival de Quadrilhas, que segundo a organização, tinham um público circulante aproximado ao valor informado, sendo de decisão da Comissão, estabelecer um valor fixo.

A programação do Evento, por si só, explica todo o público cooptado pelo evento.

Figura 01 - Programação do MCJ – Atrações Musicais



Fonte: Prefeitura Municipal de Mossoró/RN.

Será fundamental, com planejamento antecipado, buscar contratar as melhores bandas (de reconhecimento nacional), o que elevaria em muito a criação de postos de trabalho (temporários) e geração de renda.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve o intuito de projetar a efetiva “viabilidade” do Evento denominado MCJ, em razão dos diversos questionamentos que surgem com a sua realização, entre eles: Qual o Custo de sua realização?; Valor investido pelo Setor Público?; Valor investido pelos patrocinadores?; Qual o impacto para a economia local, entre tantas outras formuladas.

Diante da necessidade de compreender a dinâmica dos “números” e do efeito para a economia/sociedade local, a Prefeitura Municipal de Mossoró/Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, realizou de forma previa ao MCJ uma série de entrevista com os chamados atores da Oferta Turística (Setor Hoteleiro; Bares/Restaurantes/Similares; Permissionários; Profissionais/Artesões; Quadrilhas Juninas), buscando projetar um

impacto sobre as referidas áreas/setores/atividades e o seu efeito quanto a criação de empregos e geração de renda na economia local.

Diante do exposto, pode-se, diante das pesquisas projetar que

- a) Serão criados temporariamente (período de Realização do MCJ²⁹), em todos os setores pesquisados, aproximadamente 3.200 novas vagas de trabalho.
- b) Incremento de um percentual próximo a 30% na taxa de ocupação do setor Hoteleiro, incrementando a renda do setor em aproximadamente R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), no período do MCJ.
- c) Que em razão do desprendimento, de recursos públicos na realização do Evento, será gerado investimentos por parte da iniciativa privada, aproximadamente R\$ 1.800.000,00 (um milhão e oitocentos mil reais).
- d) Que em razão do volume de empregos gerados, com a realização MCJ, será criada uma massa salarial de aproximadamente R\$ 3.200.000,00 (três milhões e duzentos mil de reais)
- e) Utilizando os dados pesquisados, podemos estimar o volume de recursos gerados pelas atividade das quadrilhas no município, contidos no intervalo de um valor aproximado de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil) quanto visualizados os gastos referente a confecção de trajes juninos (figurinos + adereços), até um valor aproximado de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais), quando visualizados todos os gastos (do início da preparação da “quadrilha”, até a sua apresentação no “arraiá”).
- f) Do volume total de turistas, detectamos que 22% (aproximadamente 158.000 cento e cinquenta e oito mil pessoas) estiveram pela primeira vez no MCJ, gerando um gasto aproximado, per capita de RS 41,00 (quarenta e um reais), e totalizando um valor aproximado de RS 6.500,000,00 (seis milhões e quinhentos mil de reais)
- g) Após feitas as análises, o gasto da Prefeitura Municipal de Mossoró efetuado para realizar o MCJ foi R\$ 2.950.762,90 (dois milhões, novecentos e cinquenta mil, setecentos e sessenta e dois reais e noventa centavos), tendo o mesmo gerado um valor aproximado em investimentos/massa salarial/gastos do turista/gastos dos participantes do evento MCJ, tenha gerado uma massa bruta de RS 12.000.000 (doze milhões de reais)

²⁹ Esta inclusa inclusive o período prévio e posterior, quanto a montagem/desmontagem da estrutura do evento (2 semanas antes e 2 semanas depois). Desta forma compreendemos o período do MCJ como de 27 de maio a 16 de julho.

Acrescentamos que todos os dados acima projetados, dar-se-á em razão de pesquisa prévia aos eventos (analisando exclusivamente o volume de empregos potencialmente gerados e dos valores potencialmente investidos), e que as mesmas somente poderão ser confirmadas/justificadas quando da execução de pesquisas (in loco e em consulta aos valores gerados através de impostos recolhidos) que serão executadas no período de execução do MCJ, bem como, após os eventos (conforme previsto em projeto).

10 REFERÊNCIAS

BRITO, Janaina; FONTES, Nena. Estratégias para eventos: uma ótica do Marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

CURWIN, Jon; SLATER, Roger. Quantitative methods for business decisions. 3ed. New York: Chapman & Hall. 1991.

EMBRATUR .www.embratur.gov.br

EMBRATUR. Estudo da demanda turística Internacional, 2000.

FERNANDES, I. P. e Coelho. M. F. Economia do turismo. Rio de Janeiro: Campus 2002.

<http://mossorocidadejunina.com.br/>

<http://mossorocidadejunina.hospedagemdesites.ws/2017/05/31/costureiras-ja-comemoram-expectativa-de-bom-faturamento-durante-o-mes-de-junho/>

I Dimensionamento econômico da indústria no Brasil. 2001/2002 – Principais conclusões. São Paulo, 2002.

IBGE .www.ibge.gov.br

LAGE, Beatriz H. & MILONE, Paulo César (Orgs.). Impactos sócio-econômicos globais do turismo. In LAGE, Beatriz H. & MILONE, Paulo César. Turismo: teoria e prática, São Paulo: Atlas, 2000, p.117-130.

MAGALHÃES, Cláudia Freitas. Diretrizes para o turismo sustentável em municípios. São Paulo: Rocca, 2002.

Stynes, D.J. and Propst, D.B. 1992. A system for estimating local economic impacts of recreation and tourism. In. Measuring tourism impacts at the community level. S. Reiling (Ed). Maine Agr. Expmt. Sta. Misc. Report #374.

TURISMO. www.turismo.gov.br

ZANELLA, L. C. Manual de organização de eventos. São Paulo: Atlas, 2003.

11 BOLSISTAS – Equipe de campo

Alandenilson da Silva
Ana Gabrielle Venceslau Vale
Cibelle Maena Muniz Cavalcane
Francisco Hialyson Fidelis Medeiros
Geison Calyo Varela de Melo
Iago Jácome Bezerra
Jordana de Sousa Neres
Keliane de Melo Ramalho
Letícia Beatriz de Andrade Rêgo
Louise Nascimento
Luana Thayna Rodrigues Ferreira
Maria Amanda Pinheiro dos Santos
Maria Fabiana Braz Laurentino
Sabrina Paulino de Oliveira
Sávio Luan da Costa Oliveira
Vinícius de Moraes Salgado Aquino
Vívian Menezes da Silva
Wesley Misael Bezerra Damasio
Wiliane de França Felipe
Yana Karla Oliveira Lima