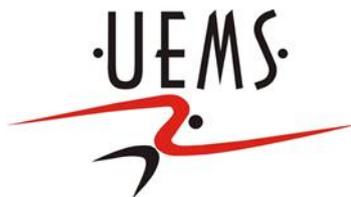


**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
CURSO DE TURISMO - UUCG**

AMANDA FALCÃO BILAR

**OS EVENTOS ESPORTIVOS COMO OPORTUNIDADE
PARA O TURISMO EM CAMPO GRANDE-MS: UM ESTUDO
DE CASO DO CIRCUITO OPEN DE VÔLEI DE PRAIA**

**Campo Grande – MS
2017**



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
CURSO DE TURISMO - UUCG

AMANDA FALCÃO BILAR

**OS EVENTOS ESPORTIVOS COMO OPORTUNIDADE
PARA O TURISMO EM CAMPO GRANDE-MS: UM ESTUDO
DE CASO DO CIRCUITO OPEN DE VÔLEI DE PRAIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo - ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul como parte das exigências para a obtenção do Título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Djanires Lageano Neto de Jesus

Campo Grande – MS
2017

B492e Bilar, Amanda Falcão

Os eventos esportivos como oportunidade para o turismo em Campo Grande - MS: um estudo de caso sobre o Circuito Open de Vôlei de Praia/ Amanda Falcão Bilar. – Campo Grande, MS: UEMS, 2017.

27p. ; 30cm

Artigo (Graduação) – Turismo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2017.

Orientador: Prof. Dr. Djanires Lageano Neto de Jesus

1. Campo Grande (MS) - turismo 2. Turismo de eventos 3. Eventos esportivos - turismo I. Título

CDD 23.ed. - 796.32582

AMANDA FALCÃO BILAR

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO ARTIGO CIENTÍFICO

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL – ÊNFASE EM
EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS**

**OS EVENTOS ESPORTIVOS COMO OPORTUNIDADE PARA O TURISMO EM
CAMPO GRANDE – MS: UM ESTUDO DE CASO DO CIRCUITO OPEN DE
VÔLEI DE PRAIA**

APROVADO EM: ____/____/____

Orientador: Prof. Dr. Djanires Lageano Neto de Jesus

Prof. Dr. Débora Fittipaldi Gonçalves

Prof. Dr. Daniela Sottili Garcia

OS EVENTOS ESPORTIVOS COMO OPORTUNIDADE PARA O TURISMO EM CAMPO GRANDE – MS: UM ESTUDO DE CASO DO CIRCUITO OPEN DE VÔLEI DE PRAIA¹

THE SPORTING EVENTS AS AN OPPORTUNITY FOR TOURISM IN CAMPO GRANDE – MS: THE CASE STUDY OF OPEN BEACH VOLLEYBALL CIRCUIT

BILAR. Amanda Falcão².
JESUS. Djanires Lageano Neto de³.

RESUMO: O objetivo deste estudo foi analisar a importância dos eventos esportivos como oportunidade para o desenvolvimento do turismo em Campo Grande (MS). Trata-se de uma pesquisa descritiva exploratória de natureza quanti-qualitativa, onde foram aplicados de questionários com atletas que participaram da Primeira Etapa do Circuito Open de Vôlei de Praia, realizado em Campo Grande e também foi realizada entrevista com o Presidente da Fundação Municipal do Esporte (Funesp), sendo utilizada ainda pesquisa bibliográfica a partir de materiais já elaborados na área entre livros e artigos científicos, além disso, realizou-se também uma pesquisa documental. Os resultados apontam que a cidade é bem avaliada pelos atletas e que está em processo de captação de eventos esportivos

Palavras-Chave: Turismo; Campo Grande; Turismo de Eventos; Eventos Esportivos

ABSTRACT: The importance of sporting events as a local development in Campo Grande. The objective of the applied research was to analyze the importance of sporting events as an opportunity for the development of Tourism in Campo Grande (MS). This was a descriptive research and exploration of quantitative-qualitative nature, which questionnaires were applied with athletes who participated in the First Stage of the Beach Volleyball Open Circuit, held in Campo Grande, and interviewed the President of the Municipal Foundation of Sport (Funesp). A bibliographical research was also used from materials already elaborated in the area, with books and scientific articles included. In addition, a documentary research was also carried out. The results indicate that the city is well evaluated by athletes and it's in the process of capture of sporting events.

Key-Words: Tourism, Campo Grande, Tourism of Events, Sporting Events

¹ O artigo será submetido para análise da Revista Observatório de Inovação do Turismo, cujo formatação se encontra em anexo.

² BILAR, Amanda Falcão. Graduanda em Turismo com Ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), Unidade Universitária de Campo Grande/MS, 2017. amandabilar@gmail.com

³ NETO DE JESUS, Djanires Lageano. Prof. Dr. efetivo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), orientador da pesquisa. netoms@uems.br.

SUMÁRIO

1. Introdução.....	06
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	06
2.1 Turismo de Eventos.....	07
2.2 Turismo de Eventos Esportivos.....	08
2.3 Os Eventos Esportivos em Campo Grande.....	10
3. Metodologia.....	14
3.1 Análise e Discussão dos Resultados.....	15
3.2 Análise da Entrevista.....	16
4. Considerações Finais.....	19
Referências.....	21
Anexos.....	23
Apêndices.....	24

1 INTRODUÇÃO

Campo Grande, Capital de Mato Grosso do Sul possui localização estratégica sendo um dos três destinos indutores do estado, além de ser apontada como a maior cidade em termos populacionais, apresenta uma boa infraestrutura para a realização de eventos e dessa forma, ano após ano, a capital vai se consolidando no segmento de eventos. Diante desse cenário, o turismo de eventos vem se mostrando como sendo um segmento turístico relevante, visto que, o turista de eventos busca usufruir a sua estada da melhor forma possível, este tipo de turista costuma ser mais exigente e com isso desembolsam um valor diário superior a grande parte dos turistas de lazer, por exemplo.

A Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016 são a prova de como um evento esportivo pode ser importante para uma cidade, estes são capazes de gerar uma maior visibilidade à cidade, mudar a imagem que os turistas têm sobre ela, atrair um maior número de visitantes, e movimentar a economia local. Sendo assim, buscando compreender os eventos esportivos a seguinte problemática foi utilizada: de que forma os eventos esportivos podem impulsionar impactando de forma positiva o turismo em Campo Grande – MS?

A pesquisa possui características descritiva e exploratória de natureza quanti-quali, onde foi realizado um levantamento bibliográfico, através de livros e artigos, juntamente com uma pesquisa documental afim de encontrar relatórios e atos do poder público no setor em questão. Para alcançar o objetivo foi utilizado o método descritivo, foi realizado um estudo de caso, no Circuito Open de Vôlei de Praia, realizado dos dias 13 a 17 de setembro de 2017 no Parque das Nações Indígenas, onde foi aplicado um questionário fechado para 15 atletas, além disso, foi realizada entrevista semiestruturada com o Presidente da Fundação Municipal de Esporte (Funesp) para diagnosticar a realidade local.

De modo geral, os eventos podem promover a cidade sede salientando seus pontos positivos favorecendo, como por exemplo, geração de empregos, movimentação do setor hoteleiro, e se realizados eventos de grande porte a cidade pode deixar uma visão positiva sob os turistas. Neste sentido, o estudo que originou este trabalho teve como objetivo analisar os eventos esportivos como oportunidade para o turismo em Campo Grande – MS.

Destacando-se o turismo de eventos diferenciando-se do turismo de eventos esportivos, apontando os eventos esportivos em Campo Grande com a estrutura disponibilizada, além das perspectivas para os empreendedores da área.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Considerando os eventos esportivos como oportunidade para o turismo em Campo Grande – MS é relevante compreender os segmentos vinculados aos eventos de modo geral, por conseguinte, os eventos esportivos com suas particularidades, e de que forma eles podem ajudar no desenvolvimento do município enquanto destino turístico, principalmente, na época de sazonalidade, apontando que, a infraestrutura oferecida deve ser relevante e quais as ações realizadas pelo poder público dentro do segmento de eventos podem colaborar para ampliação de ações efetivas.

2.1 TURISMO DE EVENTOS

O turismo de eventos é um dos segmentos que está em constante desenvolvimento, pois, não está ligado apenas a realização do evento em si, mas também a atividades paralelas que movimentam um mercado muito grande. Sendo assim, é pertinente destacar o Evento como sendo uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizadas em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos etc. (ZANELLA,2012).

Albuquerque (2004) aponta que o processo advindo da promoção de eventos irá contribuir, de forma significativa, para a utilização dos equipamentos e serviços turísticos das regiões promotoras dos mesmos, bem como para a divulgação de seus diversos atrativos, isto porque quando um evento é promovido ele atrai um significativo número de turistas para o local da realização, pressupõem-se que os turistas se utilizarão da rede hoteleira disponível e também dos setores de alimento e bebidas (A&B), o que significa um movimento grande na economia e empregos gerados de forma direta e indireta.

Por conta dos benefícios que os eventos podem gerar a uma localidade, pode haver uma concorrência para a captação deste entre os destinos, pois os eventos geram muitas divisas para a localidade, uma vez que quando o turista vem participar do evento, ele se hospeda, faz compras, geralmente vem acompanhado e acaba deixando um bom capital para a cidade receptora, criando uma rotatividade na economia local. Além do mais os eventos podem movimentar toda a estrutura da cidade, a começar pelo poder público que pode colocar em prática uma série de melhorias na infraestrutura da cidade que depois serão utilizadas em benefício da comunidade (KOTLER,1994).

Pode-se dizer então que, o turismo de eventos se destaca por ser um segmento em expansão nos últimos anos, de acordo com uma pesquisa de mercado realizada pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) no ano de 2016 juntamente com a ABEOC (Associação Brasileira de Empresas de Eventos), o setor de eventos vem crescendo 14% ao ano no Brasil, sendo percebido pelas cidades sedes como uma oportunidade para a localidade, pois este segmento estimula as atividades sociais, econômicas e culturais. Tal segmento é praticado com interesse profissional, pessoal ou cultural, estes podem ser em forma de congressos, convenções, seminários, simpósios, feiras, encontros culturais, competições esportivas.

2.2 TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS

Os eventos esportivos tiveram o seu início nos Jogos Olímpicos, que se iniciaram em 776 a.C, acredita-se que os Jogos Olímpicos foram os primeiros eventos esportivos com critérios organizacionais, os eventos esportivos são chamados de eventos especiais, pois eles não fazem parte da programação normal de um local (POIT, 2013).

Ishiy (1998) define os eventos esportivos como acontecimentos festivos que envolvam exposições de uma modalidade desportiva ou de um conjunto delas, os eventos esportivos podem gerar grandes impactos em seu local de realização, como obras de infraestrutura e retomada de projetos que foram engavetados, isso tudo acaba gerando valorização em cima da cidade-sede do evento. Os eventos possuem uma grande diversidade, eles podem ser divididos em tipos e modalidades, de acordo com os objetivos, os fatos que os geraram, sua qualificação e natureza. Poit (2013), subdivide a sua tipologia entre:

Campeonato: Forma de competição onde os concorrentes se enfrentam pelo menos uma vez e tem uma duração relativamente longa. Recomendável quando há disponibilidade de tempo e recursos. Um exemplo é o Circuito Open de Vôlei de Praia, que é o objeto de estudo deste artigo e já foi realizado na cidade por dois anos consecutivos.

Torneio: Competição de caráter eliminatório que é realizada num curto espaço de tempo. Neste tipo de competição, dificilmente ocorre o confronto entre todos os participantes. Recomendável quando se tem pouco tempo e um grande número de participantes, um exemplo de torneio realizado na capital é o Circuito MS de Tênis que é o torneio realizado pela Federação de Tênis do Mato Grosso do Sul.

Olímpiadas: Competição que reúne várias modalidades esportivas e consome alguns dias ou semanas na organização e realização das diversas modalidades e suas respectivas

categorias.

Taça ou copa: Com exceção à Copa do Mundo de Futebol e a alguns eventos tradicionais, normalmente se utiliza o nome Taça ou Copa juntamente com o nome oficial do torneio para poder prestar alguma homenagem ou promover um determinado patrocinador, um exemplo deste tipo de evento é a Copa Pantanal, uma competição de voleibol que acontece pela 7ª edição em 2017.

Festival: Evento esportivo participativo e informal. Visa a integração, promoção da modalidade, e principalmente motivar os participantes e familiares. Neste tipo de evento recomenda-se premiar todos os participantes, como o festival de lutas que foi aberto em julho de 2017 pela 12ª edição, realizado pela Fundação de Esporte do Mato Grosso do Sul, obtendo 11 modalidades esportivas.

Gincana: Atividade desportiva recreativa que conta com diversas estações criativas e com objetivos a serem atingidos. O desafio a vencer provas inusitadas é sua maior característica. Em 2014 a Funesp (Fundação Municipal de Esporte) realizou o evento “Traduzindo a importância do Lazer” onde a população campo-grandense teve oportunidade de participar de gincanas e praticar esportes como circuitos de exercícios na areia, treino orientado, slackline.

Desafios: Competições, normalmente individuais, que tem os processos de escala como referência. A principal característica é a possibilidade de o atleta escolher o oponente que quer desafiar.

Dentro das várias abordagens do turismo e das modalidades de eventos, tem-se o Turismo de Eventos Esportivos, que é praticado por pessoas que participam ou assistem eventos esportivos. Essa atividade movimenta a economia local com a presença de atletas durante os eventos, além da construção de infraestruturas que são utilizadas para atender determinado evento, como estádios, alojamentos para atletas, restaurantes, hotéis e outros equipamentos que servirão para atrair novos turistas (OLIVEIRA, 1998).

O Ministério do Turismo (2014) aponta que o turista de eventos apresenta um gasto quatro vezes maior que o turista de lazer, e tende a retornar mais vezes ao local. Na visão do Ministério do Turismo, os eventos esportivos estão inseridos no Turismo de Esportes, ou seja, qualquer manifestação do esporte que ocorra em determinada localidade, objetivando agregar visitantes, será considerado como uma atividade turística de esporte ou de eventos esportivos.

Este segmento do turismo possui a possibilidade de construção e valorização do orgulho cívico, do fortalecimento da identidade regional, de impactos positivos na economia,

aumento do fluxo de turistas durante e após a realização dos eventos, interações entre o setor público e privado e ampliação e construção de infraestruturas básicas na cidade sede tais como: aeroportos, rodovias e instalações esportivas (REIS, 2008). Além destes aspectos os eventos esportivos podem funcionar como uma estratégia de marketing, divulgando a cidade, podendo diminuir os problemas de sazonalidade, aumentando a arrecadação de impostos, ocasionando o crescimento do comércio local e aumentando a oferta de empregos. A Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 são exemplos de impactos positivos que os eventos esportivos podem gerar, na Copa de 2014 segundo o EMBRATUR (2015) o Brasil recebeu cerca de 1 milhão de visitantes, somente para o evento, deixaram no país um total de US\$1,586 bilhão e um gasto médio de US\$2.099, com permanência média de 15 dias, foram gerados cerca de 1 milhão de postos de trabalho. Além dos impactos positivos já citados, existe ainda o retorno publicitário aos patrocinadores, pois o nome e a marca da empresa será divulgada, juntamente com a cidade, dependendo do evento a divulgação pode ser feita em um âmbito regional, nacional e/ou estadual.

2.3 OS EVENTOS ESPORTIVOS EM CAMPO GRANDE

Campo Grande está localizada zona central do estado de Mato Grosso do Sul (MS), dispõe de uma área de 8.092,95km², possui uma população estimada em 874.210 segundo o IBGE - 2017 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), entre demais cidades do estado é a que mais se destaca no ramo do Turismo de Eventos e Negócios, segundo a Fundação de Turismo do Estado de MS (FundTur) este segmento possui um grande potencial para impulsionar a demanda nas regiões onde é realizado. Isso porque os turistas que visitam os destinos a trabalho apresentam gasto médio três vezes maior que os demais e ainda tendem a retornar com a família e amigos. O turismo de negócios e eventos é o segundo maior fato de atração dos visitantes a cidade, ficando atrás somente do turismo de lazer.

Campo Grande segundo o Plano Municipal de Turismo (2017-2027) é uma cidade cujo principal segmento é o de Eventos e Negócios, porém os eventos esportivos, que é um segmento de eventos que precisa ser mais explorado, a partir do calendário de eventos composto por apenas eventos de caráter nacional pode-se perceber que a Gestão Municipal e Estadual estão em processo de captação de eventos, pois observando o quadro de eventos verifica-se que Campo Grande recebeu 3 vezes mais eventos no ano de 2017 se comparado com o ano de 2016. Um dos principais órgãos imprescindíveis para a captação de eventos é o Conventions & Bureau, que este ano (2017) voltou a ser ativado, com outra administração

e com outro nome, o Conventions & Visitors Bureau agora se chama Campo Grande Destination.

O Conventions & Bureau de uma cidade é um órgão muito importante para que a cidade possa captar eventos, é através dele que a cidade pode se colocar na “vitrine para eventos”, facilitando assim que os eventos ocorram na localidade. Para que a cidade capte eventos os órgãos ou empresas da cidade precisam procurar o Conventions & Bureau e demonstrar interesse em receber determinado evento, a partir daí é realizado um levantamento da cidade, para que ao oferecer a cidade como local para o evento a equipe realizadora do evento saiba desde já qual a infraestrutura oferecida pela cidade e o que os turistas e atletas podem encontrar na localidade, pois os eventos esportivos ocupa apenas uma parte do dia de um turista, e para que a cidade seja apta para receber este tipo de turista a cidade precisa ter opções para este turista., por isso o funcionamento do Conventions & Bureau é imprescindível dentro de uma cidade que está na busca de captação de eventos.

Além do C&B os órgãos municipais e estaduais de esporte também fazem um papel importante dentro desse processo de captação, pois eles podem juntamente com o prefeito ou governador buscarem formas de também captarem mais eventos, o órgão municipal responsável pelos esportes também serve para que os representantes das federações esportivas estaduais entrem em contato e demonstrem interesse em trazerem eventos de sua modalidade para a localidade.

A cidade morena, como é popularmente conhecida a Capital de MS, recebeu eventos esportivos de caráter nacional, como a Formula Truck que segundo a ABEOC BRASIL (2015) aumentou em 30% a taxa de ocupação nas redes hoteleiras somente no fim de semana de realização do evento, recebeu também o Desafio do Guerreiro, evento de MMA (Artes Marciais Mistas), dentre outros eventos de caráter nacional que constam no calendário composto abaixo.

Através do quadro abaixo é possível perceber que na realização de apenas um evento muitos são os atletas envolvidos, existe além deles a equipe técnica que os acompanham durante as competições, que aumentam ainda mais estes números. Diante disso, cabe salientar a estrutura da cidade para os eventos esportivos tenham a visibilidade esperada, pois para que a cidade seja apta a receber eventos é preciso que ela disponha de serviços de qualidade para o recebimento de turistas, é preciso também que a cidade ofereça opções de entretenimento, atividades culturais, dentre outras.

Quadro 1: Calendário de Eventos Esportivos Realizados nos Anos de 2016 e 2017

EVENTOS	2016 e Público Envolvido	2017 e Público Envolvido
Fórmula Truck	Maio – 20 atletas e 2.500 espectadores	-
GP de Motovelocidade	-	Maio – 40 atletas e 1.000 espectadores
Copa Truck	-	Junho – 20 atletas e 7.000 espectadores
GP de Motovelocidade	-	Julho – 30 atletas e 1.800 espectadores
Fórmula Vee	-	Julho – 12 atletas e 1.000 espectadores
Circuito Open de Vôlei de Praia	Agosto – 64 atletas e 4.000 espectadores	Setembro – 64 atletas e 4.500 espectadores
GP de Moto Velocidade	Agosto – 30 atletas e 1.500 espectadores	Setembro – 15 atletas e 2.000 espectadores
Jogos Radicais Urbanos	-	Novembro
GP de Moto Velocidade	-	Novembro
Fórmula Vee	-	Dezembro
Total	114 atletas e 8.000 espectadores	181 atletas e 17.300 espectadores

Fonte: Pesquisa direta (Outubro/2017)

O agenciamento turístico direcionado ao setor de eventos é considerado temporário e eventual, pois duram poucos dias e geralmente são realizados nos períodos *off season*, ou seja, nos períodos de baixa temporada. Portanto, a cidade necessita de agências receptoras que possuam uma boa infraestrutura e funcionários capacitados para receber um grande número de pessoas em um espaço reduzido espaço de tempo.

O turismo esportivo se refere à prática de esportes que necessitam de um local, em que as condições e os fenômenos naturais sejam adequados para sua realização. Contudo, ambos constituem um capítulo importante para os envolvidos no ramo turístico, oferecendo oportunidades de negócios que nele investem ou desejam investir. Entretanto, a sua efetivação em um destino só se consolidará se houver locais apropriados, tanto na vocação do local, como na qualidade dos seus equipamentos e serviços disponíveis. (BESEN; MORETTO NETO, 2005, p.4)

De acordo com o CadasTur⁴(2017), Campo Grande possui hoje uma infraestrutura de 164 agências de viagens, 35 meios de hospedagens, 23 locadoras de veículos, 51 empresas organizadoras de eventos, 30 transportadoras turísticas, 44 empreendimentos do setor A&B e 24 prestadores de infraestrutura de apoio para eventos (FUNDTUR, 2017), segundo a ABAV MS (Associação Brasileira de Agências de Viagens), somente três, das 164 agências

⁴ Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo.

de viagens são receptivas, sendo todas as outras emissivas.

Além da infraestrutura citada, a cidade ainda conta com 1 autódromo internacional, 2 estádios, o estádio Jacques da Luz com capacidade para 4.500 pessoas e o estádio universitário Pedro Pedrossian (popularmente conhecido como morenã) que possui capacidade para pouco mais de 45 mil pessoas, 5 ginásios, o que permite que sejam realizados eventos de várias modalidades esportivas como Futebol, Vôlei, basquete, tênis de mesa, ciclismo por conta de suas largas avenidas, handebol, hipismo, judô, boxe, halterofilismo, dentre outros esportes tanto individuais quanto coletivos que podem alimentar o turismo na cidade na época de sazonalidade.

Quadro 2: Espaço para Eventos Esportivos

LOCAL	ENDEREÇO	CAPACIDADE
Praça Esportiva Elias Gadia	R. Albert Sabin – Vila Taveirópolis	1.000 pessoas
Praça Esportiva Belmar Fidalgo	Dom Aquino, 2536 – Centro	1.000 pessoas
Estádio Morenã	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul	45.000 pessoas
Estádio Jacques Luz	Jacques da Luz - R. Barreiras, s/n - Moreninhas	4.000 pessoas
Ginásio Poliesportivo Dom Bosco	R. 14 de Julho, 5506 – Centro	3.000 pessoas
Ginásio Guanandizã	Rua do Touro, s/n Vila Inhanhá	8.000 pessoas
Ginásio Poliesportivo Unigran Capital	R. Abrãõ Júlio Rahe, 135 - Centro	1.000 pessoas
Ginásio da Auxiliadora	R. Pedro Celestino, 1980	1.000 pessoas
Ginásio MACE	R. Rui Barbosa esquina com Av. Fernando Correa da Costa – Centro	2.500 lugares
Ginásio Rádio Clube	Av. Interlagos 477 – Jardim Morumbi	5.000 lugares
Autódromo Internacional Orlando Moura	BR – 262	35.000 pessoas
Parque das Nações Indígenas	Av. Afonso Pena, s/n - Centro	1.000 pessoas
Parque Ecológico do Sóter	Rua Cristóvão Lechuga Luengo n. 25 – Mata do Jacinto	1.000 pessoas
Ginásio de Esportes Amadeu Mena Gonçalves	Av. Interlagos, s/n - Pioneiros	1.000 pessoas
Rádio Clube Campo	Av. Toros Puxian, 477 - Vila Morumbi	5.000 pessoas
CAPACIDADE TOTAL		112.000 pessoas

Fonte: Pesquisa direta (Junho/2017)

Campo Grande já foi uma das cidades candidatas a receber jogos da Copa do Mundo de 2014 que foi realizada no Brasil; os organizadores do evento buscavam uma cidade que fosse a sede da região do Pantanal, na época a cidade morena concorria a vaga com Cuiabá (MT) que acabou levando a disputa e recebendo alguns jogos da Copa do Mundo de 2014. Tomando Cuiabá como um contraponto por ser uma cidade parecida com Campo Grande em questões geográficas e por também ser uma cidade “corredor”, é possível perceber que Campo Grande se comparada à Cuiabá (MT), possui uma boa infraestrutura para eventos, a Arena Pantanal, que foi construída para receber a Copa do Mundo possui uma capacidade para 43 mil pessoas, capacidade pouco inferior ao estádio de Campo Grande (MS), a infraestrutura que Cuiabá oferece deixa muito claro que a cidade só ganhou a disputa contra Campo Grande por conta de “marketing errado” realizado pelos gestores estaduais e municipais da época.

O fato hoje de Campo Grande não ter sido a cidade representante da região do Pantanal é visto como um aspecto muito positivo, principalmente por conta do caos que tomou Cuiabá pelas obras necessárias para a realização dos jogos, isso porque quando o primeiro jogo foi realizado na cidade, obras de recapeamento ainda estavam sendo feitas na principal via de acesso à Arena Pantanal, até o primeiro dia do evento realizado na Capital mato-grossense menos de 40% das obras prometidas seriam entregues, 6 projetos haviam entregas adiadas, dentro de um destes 6 projetos que foram adiados estava a ampliação do aeroporto Marechal Rondon.

3 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada com características descritiva e exploratória de natureza quanti-quali, de acordo com Dencker (2000) esse modelo de pesquisa procura aprimorar ideias ou descobrir intuições, proporcionou assim maiores informações sobre o assunto estudado por meio de estudos teóricos e levantamento bibliográfico para sua elaboração. Para a construção do trabalho foi realizado um levantamento bibliográfico, através de livros e artigos, onde autores como Besen (2005); Albuquerque (2004); e Poit (2013) foram utilizados, juntamente com uma pesquisa documental afim de encontrar relatórios e atos do poder público no setor em questão, sobretudo da FUNESP E FUNDESPORTE. Para Gil (2002) podem ser documentos como cartas pessoais, diários, fotografias, gravações, memorandos, regulamentos, ofícios, boletins, relatórios, tabelas estatísticas, jornais, boletins e folhetos.

Para alcançar o objetivo foi utilizado o método descritivo, segundo Andrade (2003) neste tipo de pesquisa os fatos são observados, registrados, analisados classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles. Este método foi utilizado por ser necessário um aprofundamento sobre o fenômeno de eventos esportivos em Campo Grande (MS) e também por conta da entrevista e pesquisas que foram realizadas. O método utilizado para analisar a entrevista foi a análise de conteúdo, de acordo com Moraes (1999), a análise conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum.

Foi realizado um estudo de caso, no Circuito Open de Vôlei de Praia, realizado dos dias 13 a 17 de setembro de 2017 no Parque das Nações Indígenas, onde foi aplicado um questionário fechado para 15 atletas participantes, a definição da amostra utilizada foi a não probabilística por tipicidade ou intencional, segundo Gil (2012) este tipo de amostragem consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população. O referido evento foi escolhido por ser o maior acontecimento de nível nacional realizado na cidade no ano de 2017. Além disso, foi realizada entrevista semiestruturada com o Presidente da Fundação Municipal de Esporte (Funesp) para diagnosticar a realidade local.

3.1 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

De acordo com a Confederação Brasileira de Voleibol, o Circuito Open de Vôlei de Praia, é a principal competição do calendário nacional do vôlei de praia, foi realizado a primeira vez em 1991, onde foi realizada 5 etapas e torneios, mas apenas para duplas masculinas, a partir do ano seguinte passou então, a contemplar o torneio feminino, atualmente o CBVP Open é composto por sete etapas, onde cada uma dura cinco dias, passando por vários estados e regiões de todo o país. A temporada de competições começa no segundo semestre de um ano, e termina no primeiro semestre do ano seguinte, com duração média de nove meses. O evento possui longa duração se comparado às outras competições, na primeira etapa participam cerca de 32 duplas, onde os atletas disputam por 16 vagas na etapa principal.

Percebe-se 30% dos atletas questionados participaram de eventos fora de seu estado/país por conta de incentivos do governo, o que mostra que apesar de existirem leis de

incentivos o governo ainda é falho quanto a questão de suporte aos atletas, fazendo com que então eles tenham que buscar a oportunidade de participar de campeonatos mundiais através de patrocínios privados.

Quando questionados se recebiam algum tipo de patrocínio, todos os atletas responderam que sim, sendo este patrocínio de origem federal e privada, somente 20% dos atletas responderam que recebem patrocínio municipal.

Em relação a percepção dos atletas sob o trabalho em conjunto da gestão estadual e municipal para a melhoria da infraestrutura de eventos, apenas 26,67% responderam que sim, 73,33% responderam que não pois não são atletas do Estado. Pode-se entender que os 26% disseram que sim talvez por estarem em um evento organizado pelo governo e município em conjunto e isso os fez verem o evento já como uma ação de captação de eventos.

Os atletas avaliaram as informações turísticas oferecidas pela cidade, e quanto a isso 46,66% dos atletas avaliaram como regular, 33,33% avaliaram como ótimo e 20% avaliaram como bom, a avaliação da maioria dos atletas como regular se deve ao fato de que as informações turísticas dentro da cidade são falhas, pois apenas o Aeroporto, a Rodoviária e a Morada dos Baís, que é um dos atrativos mais conhecidos da cidade, o atrativo fecha aos domingos e segundas, e os CATs do Aeroporto e Rodoviária não funcionam durante o fim de semana, ou seja, os turistas que desembarcarem na capital nos fins de semana não conseguem obter de nenhuma informação.

Em relação à hospitalidade, 73% avaliaram como ótimo, e os outros 27% avaliaram como bom, de acordo com o Ministério do Turismo (2007), entende-se por hospitalidade, o conjunto de ações, serviços, infraestrutura e outros recursos destinados a receber bem os visitantes, acolhê-los com satisfação e servi-los com excelência sem perder as características fundamentais da relação entre pessoas. A hospitalidade pode gerar uma boa impressão da cidade para o turista, fazendo com que desperte nele o desejo de voltar a localidade.

Quanto ao transporte os atletas classificaram como sendo bom (46,66%), 20% disseram ser ótimo e 33,33% não utilizaram ou não acharam as avaliações sugeridas adequadas, sobre a acessibilidade, todos os atletas avaliaram de forma positiva, sendo 80% classificando como ótimo e os outros 20% como bom.

A infraestrutura para Eventos foi avaliada como positiva por 66,66% dos entrevistados, a capital ter sido avaliada como tendo boa infraestrutura pela maioria dos atletas pode ser visto como um aspecto muito positivo, pois todos os atletas que participaram

do questionário são atletas de nível nacional que participaram de inúmeras competições fora do país.

Os atletas avaliaram ainda a sinalização turística e a facilidade de acesso da capital, a maioria dos atletas (46,66%) classificaram a sinalização turística da capital como ruim, isso se deve à falta de sinalização turística nos atrativos e até mesmo a falta de placas de trânsito que indiquem os atrativos, como é aplicado em muitas outras cidades, quanto a facilidade de acesso 66,66% dos atletas a classificaram como sendo ótima.

Em relação à segurança, a cidade morena recebeu a avaliação ótima de 60% dos questionados, e quanto a hospedagem a maioria dos atletas avaliaram como sendo ótima.

Avaliando os atrativos turísticos 40% dos atletas preferiram a opção ‘não se aplica’, mas 46,66% deles optaram por avaliar como ‘ótimo’, o que pode-se entender que eles tiveram o interesse de buscar os atrativos da cidade dentro do seu tempo livre.

A maioria dos atletas (93,33%) responderam que viajam acompanhados de 1 a 5 pessoas, o que pode ser considerado bom, pois estas pessoas que os acompanham acabam nem que seja de forma pequena a movimentar a economia da cidade, pois estes movimentarão no mínimo o setor hoteleiro e de alimento e bebidas da cidade.

Quando questionados em relação ao número de eventos que eles participam por ano, a maioria (33,33%) respondeu que é uma média de 9 a 10 eventos, o que pode ser visto como uma oportunidade para a cidade, pois ela pode captar nem que seja 1/10 destes eventos por ano para movimentar a cidade na época de sazonalidade.

Em relação ao gasto médio por dia, 66,66% responderam que gastam cerca de R\$301 a R\$400 por dia, o que pode gerar uma receita muito boa para o turismo, tendo em vista que foram 4 dias de evento. Quanto ao gasto médio da equipe que acompanha este atleta, que conforme visto na questão anterior é de 1 a 5 pessoas, esta equipe, segundo os questionados gastam uma média de R\$301 a R\$400 por dia.

O resultado da quantidade gasta em média por dia tanto do atleta quanto da equipe que os acompanha confirma na prática a pesquisa realizada pelo SEBRAE juntamente com a ABEOC de que o turista de eventos gasta cerca de 4 vezes mais que o turista de lazer.

3.2 ANÁLISE DA ENTREVISTA

A entrevista com o presidente da Fundação Municipal de Esporte (FUNESP), teve o intuito de diagnosticar a realidade local e buscar quais as ações que estão sendo feitas para o fomento dos eventos esportivos em Campo Grande – MS. Durante a entrevista o presidente

da FUNESP, foi questionado sobre como ele avalia a cidade em relação a infraestrutura oferecida para a realização de eventos esportivos, e obteve-se como resposta o seguinte texto:

“[...]nós temos um autódromo que é considerado entre os quatro, melhores autódromos do país [...], nós temos um estádio de futebol, que não ‘tá’ nas melhores condições, mas tem hoje condições de receber eventos também ligados a modalidade de futebol, nós temos um ginásio esportivo, que é o Guanandizão, [...] e a gente tem alguns outros espaços interessantes, alguns parques, o Parque das Nações Indígenas, que nós já recebemos esse ano aqui o Circuito Brasileiro de Vôlei de Praia, e todo mundo elogia muito[...] eu colocaria Campo Grande como uma cidade com boas condições, [...] se a gente fosse comparar com grandes centros como São Paulo, Rio e ‘tal’, mas é uma boa cidade pra realizar grandes eventos esportivos”.

De acordo com o entrevistado a cidade possui uma boa infraestrutura para a realização de eventos esportivos, alguns locais inclusive são muito elogiados. Campo Grande se comparada a cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, não possui a melhor infraestrutura do país. Quando questionado se a gestão do Município e do Governo trabalham juntos no intuito de realizar eventos esportivos e organizar um único calendário de eventos, a resposta adquirida foi:

“Não, a gente ainda não tem essa política [...]nós temos trabalhado Prefeitura e Governo do Estado já com algumas ações em conjunto [...] acho que o exemplo maior delas são os Jogos Radicais Urbanos, que é uma realização em conjunto, uma parceria mesmo do Governo, da Funesp do Governo Municipal, com o Governo do estado e a Fundesporte, que é o órgão responsável pela política esportiva do Estado ‘né’, e eu acho que essa pode ser uma boa iniciativa pra que a gente tenha um calendário em conjunto[...].”

A gestão municipal e estadual trabalham juntas quando se trata da realização de eventos esportivos na capital, mas quanto ao calendário em conjunto, é inexistente, o que pode ser um grande dificultador, pois se um único calendário de eventos fosse produzido ambos os órgãos trabalhariam ainda mais juntos para a divulgação dos eventos a serem realizados na cidade. No momento em que foi questionado sobre quais as ações realizadas para o fomento dos eventos esportivos na Capital, o entrevistado respondeu:

“[...]Ontem (27/09/2017) eu ‘tive’ com o vice presidente da federação de Muay-Thay do Estado, ele teve aqui me pedindo apoio pra realizar um campeonato brasileiro no ano que vem aqui,, e a gente imediatamente já sinalizou, com o sentido de poder apoiá-lo, então o que eu tenho feito é incentivar que os nossos espaços possam ser ocupados para grandes eventos nacionais, por exemplo, agora em 17 de Outubro eu ‘tô’ indo a São Paulo com o Prefeito Marquinhos Trad, com uma reunião com o pessoal da Stock Car, da fórmula Porsche e da Copa Truck pra viabilizar a realização desses três grandes eventos esportivos aqui em Campo Grande no nosso autódromo, então a gente ‘tá’ com uma política de captação de grandes eventos pra cidade, sejam eles eventos de âmbito nacional e quem sabe até de âmbito internacional, a gente criou os Jogos Radicais Urbanos que já vai ser realizado esse ano, a gente ‘tá’ com uma ideia de criar uma meia

maratona de Campo Grande [...] pra que a gente possa ter alguns eventos que sejam nossos[...].”

Campo Grande está na fase de captação de eventos esportivos, é importante que a cidade crie seus próprios eventos vinculados a área esportiva, pois criando-se uma tradição nesta área fica mais fácil que a cidade seja cogitada a receber eventos esportivos. Quanto à forma de realização do calendário de eventos esportivos o entrevistado disse que:

“[...]o nosso calendário de eventos são os nossos eventos de âmbito municipal [...]e agora incentivando para a realização de eventos de âmbito regional e nacional, a ideia é que a gente possa chamar a comunidade esportiva sempre no final do ano anterior pra que a gente monte junto com eles as possibilidades de eventos para o ano seguinte[...] como por exemplo eu falei da viagem que nós vamos fazer pra São Paulo, colocando Campo Grande a disposição mas não pra 2017, já ‘tamo’ construindo o nosso calendário pra 2018, pra que a gente possa com isso, com esses parceiros ter esse calendário organizado para o ano seguinte [...]”.

Então o calendário de eventos organizado pela Funesp compreende apenas eventos municipais, produzido pelo município, uma dificuldade na organização deste calendário é que, segundo o entrevistado, a definição do local de realização de um evento acaba sendo deixada para “última hora”, o que impede que eventos nacionais sejam colocados dentro do calendário de eventos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Campo Grande vem recebendo muitos eventos esportivos nos dois últimos anos (2016 e 2017), isto porque a capital está em processo de captação de eventos, o município está buscando trazer eventos nacionais, através da promoção de reuniões com os comitês organizadores de alguns eventos para colocar a capital à disposição, através destas reuniões eles podem ver que existe o interesse em realizar tais eventos na capital.

A realização de eventos esportivos nacionais pode movimentar o turismo da cidade de uma forma bastante considerável, através dos questionários aplicados pode-se dizer que a resposta para o problema da pesquisa foi obtida, pois verificou-se que os atletas não viajam sozinhos, trazem consigo também a equipe técnica que, segundo resultados é composta por 1 à 5 pessoas, sendo que cada uma delas, incluindo o atleta, gasta cerca de R\$400 por dia, os eventos esportivos duram mais de um dia, por conta de suas etapas classificatórias, se analisarmos o caso do Circuito Open de Vôlei de Praia, onde o evento durou 5 dias e vieram 64 atletas, podemos perceber que a realização de apenas um único

evento, pode movimentar de forma significativa a cidade.

Supondo que, os 64 atletas viajaram com 3 pessoas, serão 192 pessoas para apenas um evento, se multiplicarmos a quantidade de pessoas pelo gasto médio por dia e depois multiplicar o resultado pela quantidade de dias de duração do evento, no caso 5, obteremos um valor de R\$384.000, isto em apenas cinco dias e com a realização de apenas um evento, a maior parte dos atletas afirmou que participam de mais de 8 eventos no ano, se a capital se empenhar em realizar nem que seja 2 eventos ao ano, os períodos de sazonalidade seriam preenchidos com estes eventos.

Além disso, eventos deste porte movimentam de forma significativa da cidade, pois os atletas e toda a equipe técnica precisam de local para ficar, logo então precisam se hospedar em hotéis, uma equipe como a do Circuito Open de Vôlei de Praia é capaz de lotar um hotel, além do mais toda a equipe precisa se alimentar, então acabam também movimentando o setor de Alimentos e Bebidas (A&B) da cidade, além de movimentar também o setor de transporte.

Para que a cidade continue recebendo eventos como este e o processo de captação de eventos que atualmente está sendo realizado pelo poder público surja efeito, é preciso investir em infraestrutura, como por exemplo, o ginásio Guanandizão, que atualmente se encontra desativado há 3 anos por conta de um vazamento hidráulico que impede que a água tenha força o suficiente para chegar às torneias e mangueiras de emergência, além disso, o ginásio ainda tem problemas com o piso, iluminação, arquibancada, vestiário, alojamentos, banheiros e cobertura, por conta destes problemas o ginásio já deixou de receber eventos esportivos, como o Campeonato Nacional de Basquete 3x3.

Durante toda o artigo foi colocado os inúmeros pontos positivos para uma cidade na realização dos eventos esportivos, portanto cabe ao poder público dar a estes eventos a importância necessária, e buscar captar mais estes eventos, começando pelo investimento em infraestrutura, os eventos não são gera apenas resultados positivos para o turismo, ele gera muito mais para a população local, que acaba por conta destes eventos recebendo investimentos.

Portanto, se o poder público buscar deixar os locais para a realização destes eventos sempre em bom estado, e continuarem realizando as ações que buscam colocar a cidade à disposição para a realização destes eventos, as empresas vão começar a olhar a capital com um olhar mais atento, pois perceberão que existe o interesse em receber estes eventos e que o poder público realmente trabalha pra isso e logo a cidade passará a realizar cada vez mais

eventos de âmbito nacional e posteriormente internacional, o que consequentemente impulsionaria o turismo na cidade.

REFERÊNCIAS

ABAV. **Encontre um agente**. Disponível em:

<http://www.abav.com.br/encontre_agente.aspx?uf=ms>. Acesso em 29. Out. 2017.

ABEOC BRASIL. **Realização de eventos movimentou a economia em campo grande**.

Disponível em: < <http://www.abeoc.org.br/2015/04/realizacao-de-eventos-movimentou-economia-em-campo-grande/>>. Acesso em 26. Abr. 2017.

ALBUQUERQUE, Soraya Souza. **Turismo de eventos: A importância dos Eventos para o Desenvolvimento do Turismo**. 2004. 75 f. Monografia (Especialização) - Curso de Gestão e Marketing do Turismo, Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, Universidade de Brasília, Brasília, 2004. Cap. 10. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/438/1/2004_SorayaSousaAlbuquerque.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2017.

BESEN, Fabiana; MORETTO NETO, Luís. **Turismo de eventos esportivos: A avaliação da contribuição para economia da cadeia produtiva turística: um estudo de caso do Ironman Brasil 2005**. In: XII SIMPEP, 2005, Bauru. **Anais**. Bauru: Simpep, 2005. p. 1 - 11.

Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/308641601_Turismo_de_eventos_esportivos_um_estudo_de_caso_do_Ironman_Brasil_2005_Tourism_of_sport_events_a_case_study_of_Ironman_Brazil_2005_Resumo>. Acesso em: 15 maio 2017.

Brasil. Embratur. **Estados da Copa registram aumento de 13,85% na entrada de estrangeiros em 2014**. / Embratur, 2015. Disponível em: <

http://www.embratur.gov.br/piembraturnew/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Estados_ca_Copa_registram_aumento_de_1385_na_entrada_de_estrangeiros_em_2014.htm>.

Acesso em: 26.set.2017

Brasil. Ministério do Turismo. **Turista de eventos gasta quatro vezes mais que o de lazer**, 2014. Disponível em: < <http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/09/turista-de-negocios-gasta-quatro-vezes-mais-que-o-de-lazer>>. Acesso em: 02. Set.2017

Brasil. Portal Brasil. **Copa do mundo gera 1 milhão de empregos**. / Portal Brasil, 2014.

Disponível em: < <http://www.brasil.gov.br/centro-aberto-de-midia/noticias/copa-do-mundo-gera-1-milhao-de-empregos>>. Acesso em: 26 set. 2017

DENCKER, Ada de Freitas Maneti, (2000). Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. São Paulo: Futura.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.

Governo do Estado de Mato Grosso do Sul. Fundação de Turismo. **Campo Grande: Eventos e negócios impulsionam o turismo de mato grosso do sul**, (2017)-. Diário.

Disponível em: <<http://www.turismo.ms.gov.br/eventos-e-negocios-impulsionam-o-turismo-de-mato-grosso-do-sul/>>. Acesso em: 05 Mai. 2017

Governo do Estado de Mato Grosso do Sul. Fundação de Turismo. **Cadastur**, 2017. Disponível em: <<http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.action#>>. Acessado em: 07 Mai. 2017

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2017) **Censo Demográfico. Campo Grande 2017**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/campo-grande/panorama>>. Acesso em 04 out. 2017.

Instituto de Hospitalidade. **Hospitalidade: guia para profissionais operacionais**; Brasil. Ministério do Turismo. Salvador, 2007. 132 p. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/guia_hospitalidade.pdf>. Acesso em: 24 out. 2017.

ISHIY, Morupi. **Turismo e megaeventos esportivos**. Turismo em Análise, São Paulo, v. 9, n. 2, p.47-61, nov. 1998. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63442/66185>>. Acesso em: 22 set. 2017.

KOTLER, P. **Marketing Público: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países**. São Paulo: Makron Books, 1994.

KUAZAQUI, Edmir. **Marketing turístico e de hospitalidade: Fonte de empregabilidade e desenvolvimento para o brasil**. São Paulo: Makron Books, 2000. 216 p.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: <http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html>. Acesso em: 29. Out. 2017.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento – planejamento e organização**. Florianópolis: Terceiro Milênio, 1998.

POIT, Davi Rodrigues. **Organização de eventos esportivos**. 5. ed. São Paulo: Phorte, 2013. 224 p.

REIS, C. A. Megaeventos e Turismo: uma breve revisão. IN: RODRIGUES, P.R; PINTO, M.M.L; TERRA, R.; DACOSTA, P.L. (ORG). Legados de Megaeventos Esportivos. Brasília: Ministério dos Esportes, 2008. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/arquivos/ascom/publicacoes/Legados%20de%20Megaeventos%20Esportivos_Portugus_e_Inglis.pdf>. Acesso em: 15. Set. 2017.

SEBRAE. **Estudo mostra a expansão da área de eventos no brasil**, 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/estudo-mostra-a-expansao-da-area-de-eventos-no-brasil,986dec369ad4a410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 02/11/2017.

ZANELLA, Luiz Carlos. Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ANEXOS

Anexo A – REGRAS DE SUBMISSÃO ONLINE REVISTA OBSERVATÓRIO DE INOVAÇÃO DO TURISMO

Texto encontrado no site da revista observatório de inovação do turismo, no qual expõem regras e premissas para submissão de artigo online.

Diretrizes para Autores

Os artigos, estudos de caso e ensaios teóricos devem ser inéditos e não deverão estar em processo de avaliação em nenhuma outra publicação. Serão aceitos trabalhos em português, espanhol e inglês, de acordo com os seguintes critérios:

- **Formatação:**
 - Folha: A4;
 - Editor de texto: Word 6.0 ou posterior;
 - Fonte: Times New Roman, 12;
 - Margens: direita, superior e inferior 2,5 cm; esquerda 3 cm;
 - Parágrafo: espaçamento entre linhas 1,5; alinhamento justificado.
- **Folha de Rosto:**
 - Título do trabalho: em português e inglês;
 - Resumo: em português, com cerca de 150 palavras, compreendendo objetivos do trabalho e metodologia utilizada;
 - Palavras-chave: em português, cerca de 4 a 6 palavras. Empregar termos que permitam identificar o tema central do trabalho;
 - Resumo e Palavras-chave: em inglês, com mesmas características do resumo e palavras chave em português.
- **Texto:**
 - Composto de 15 a 25 páginas (aproximadamente 4.000 a 7.000 palavras), incluindo notas, tabelas, gráficos, figuras e referências. Exceções serão analisadas pelo grupo editorial da revista;
 - Organizado em seções numeradas por algarismos arábicos;
 - Notas: deverão ser numeradas sequencialmente e apresentadas ao longo do texto. Use-as o menos possível;
 - Referências e citações: as citações no corpo do texto devem conter indicação do sobrenome do(s) autor(es), ano e página de publicação (NBR 10520). Não use *ibid*, *op. cit.* e *assemelhados*. Ao final do texto, as referências devem ser apresentadas em ordem alfabética, de acordo com a norma da ABNT (NBR 6023).
 - Quadros, tabelas e figuras: podem ser apresentados no corpo do texto ou ao seu final e devem conter numeração em algarismos arábicos, título e fonte.

APÊNDICES

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO COM PERGUNTAS FECHADAS AOS ATLETAS CONFEDERADOS

1. Você participou de algum evento fora do estado/país por conta dos incentivos do governo brasileiro?

A) Sim, Qual? _____

B) Não

2. Você recebe algum tipo de incentivo/patrocínio?

A) Sim, qual? Municipal Estadual Federal Privado

B) Não

3. De alguma forma você percebe que a gestão estadual e municipal trabalham juntos para melhorar a infraestrutura e trazer à cidade eventos esportivos?

A) Sim B) Não

4. Considerando a realidade local, avalie os itens descritos como ruim, regular, bom, ótimo e não se aplica, caso você não tenha conhecimento ou não tenha utilizado.

Avaliação	Ruim	Regular	Bom	Ótimo	Não se Aplica
Informações Turísticas					
Hospitalidade					
Transporte					
Infraestrutura para Eventos					
Acessibilidade					
Sinalização Turística					
Facilidade de Acesso					
Segurança					
Hospedagem					
Atrativos Turísticos					

5. Ao participar de um evento que não seja realizado em sua cidade, quantas pessoas se deslocam juntamente a você?

A) De 1 a 5 B) De 6 a 10 C) De 11 a 15 D) De 16 a 20 E) 21 ou mais

6. Quantos eventos esportivos em média você participa por ano?

A) De 1 a 3 B) De 4 a 6 C) De 7 a 8 D) 9 ou 10 E) 11 ou mais

7. Quanto você atleta gasta em média por dia ao participar de eventos esportivos que sejam realizados fora da sua cidade?

A) De R\$100 a R\$200 B) De R\$201 a R\$300 C) R\$301 a R\$400 D) R\$401 a R\$500 E) R\$501 ou mais

8. Se possuir equipe que o acompanha durante as suas viagens qual o gasto médio por dia?

A) De R\$100 a R\$200 B) De R\$201 a R\$300 C) R\$301 a R\$400 D) R\$401 a R\$500 E) R\$501 ou mais

APÊNDICE B – MODELO DO ROTEIRO PARA ENTREVISTA

UEMS -UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL

UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE CURSO DE TURISMO ÊNFASE
EM EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS

ROTEIRO PARA ENTREVISTA

IDENTIFICAÇÃO

Data da entrevista ____/____/____

Nome da empresa: _____

Nome do entrevistado: _____

Função: _____

1. De que forma você avalia a cidade em relação a infraestrutura oferecida para a realização de eventos esportivos?

2. De alguma forma a gestão do Governo e do Município trabalham juntos no intuito de realizar eventos esportivos e organizar um único calendário de eventos?

3. Quais são as ações realizadas para o fomento dos eventos esportivos na Capital?

4. De que forma é realizado o calendário de eventos?