

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE
CURSO DE TURISMO**

MICHELLE BENTO COSTERMANI

**ANÁLISE DO TURISMO DE EVENTOS NO PERÍMETRO URBANO DE
CAMPO GRANDE – MS: CENÁRIOS E PERSPECTIVAS**

CAMPO GRANDE-MS

2014

**BIBLIOTECA
UEMS** 

MICHELLE BENTO COSTERMANI

**ANÁLISE DO TURISMO DE EVENTOS NO PERÍMETRO URBANO DE
CAMPO GRANDE – MS: CENÁRIOS E PERSPECTIVAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em formato de Artigo Científico para conclusão parcial do curso de Bacharelado em Turismo, Unidade Universitária de Campo Grande da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul sob orientação do Prof. Dr. Djanires Lageano Neto de Jesus.

CAMPO GRANDE-MS

2014

Biblioteca UEMS
Tombo: _____
Classif.: _____
Proc.: _____
Data: _____



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE
CURSO DE TURISMO
Ficha de Aprovação de TCC

TERMO DE APROVAÇÃO

ANÁLISE DO TURISMO DE EVENTOS NO PERÍMETRO URBANO DE CAMPO
GRANDE – MS: CENÁRIOS E PERSPECTIVAS

por

MICHELLE BENTO COSTERMANI

Este Trabalho de Conclusão de Curso em formato de Artigo Científico intitulado “Análise do Turismo de Eventos no Perímetro Urbano de Campo Grande – MS: Cenários e Perspectivas” foi apresentado em 24 de novembro de 2014 como requisito para a obtenção parcial do título de Bacharel em Turismo. A acadêmica foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho Aprovado.

Prof. Dr. Djanires Lageano Neto de Jesus
Prof.(a) Orientador(a)

Prof. Ma. Luciana de Jesus Rabelo Silva
Membro titular

Prof. Dr. Miguel Angelo Batista dos Santos
Membro titular

C88a Costermani, Michelle Bento
Análise do turismo de eventos no perímetro urbano de
Campo Grande, MS: cenários e perspectivas/ Michelle Bento
Costermani. Campo Grande, MS: UEMS, 2014.
32p. ; 30cm

Artigo (Graduação) – Turismo – Universidade Estadual de
Mato Grosso do Sul, 2014.

Orientador: Prof. Dr. Djanires Lageano Neto de Jesus

1. Desenvolvimento Local 2. Infraestrutura para Eventos 3.
Perspectivas de Negócios I. Título

Michelle B. Costermani

CDD 23.ed. - 790.18

Dedico aos meus filhos Felipe, Anna, Caroline e
Guilherme meus melhores e maiores presentes,
pelos momentos de ausência.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que permitiu que tudo isso acontecesse, obrigada a minha família que nos momentos de ausência dedicados ao estudo, sempre fizeram entender que o futuro é feito a partir da dedicação no presente.

Agradeço a todos os professores por me proporcionar o conhecimento, não somente por terem me ensinado, mas por terem me feito aprender. A palavra mestre, nunca fará justiça aos professores dedicados aos quais terão os meus eternos agradecimentos.

Não posso deixar de agradecer ao meu orientador prof. Neto que confiou em mim e me apoiou quando eu queria desistir.

Aos meus amigos, pelas alegrias, tristezas e dores compartilhadas. Com vocês, as pausas entre um parágrafo e outro de produção melhora tudo o que tenho produzido na vida.

Dedico este trabalho para todos aqueles que fizeram do meu sonho real, me proporcionando forças para que eu não desistisse de ir atrás do que eu buscava para minha vida. Muitos obstáculos foram impostos para mim durante esses últimos anos, mas graças a vocês eu não fraquejei.

Obrigada por tudo família, professores, amigos e colegas!

“Quando você tem uma meta, o que era um obstáculo passa a ser uma etapa de um dos planos”

Gerhard Erich Boehme

ANÁLISE DO TURISMO DE EVENTOS NO PERÍMETRO URBANO DE CAMPO
GRANDE – MS: CENÁRIO E PERSPECTIVAS¹

Michelle Bento Costermani²
Djanires Lageano Neto de Jesus³

RESUMO

Este artigo foi baseado na pesquisa realizada como conclusão da graduação do curso de Turismo da UEMS de Campo Grande-MS, cujo objetivo geral é de analisar o potencial turístico de eventos no perímetro urbano da capital sul-mato-grossense, no período de agosto de 2013 a novembro de 2014. A metodologia da pesquisa está baseada nos métodos qualitativo e quantitativo, para mensuração dos dados quantitativos foi utilizada a interrogação direta, através de questionários com perguntas fechadas com a comunidade participante dos eventos, além de visitas in loco nos locais destinados para eventos, a fim de realizar um levantamento da quantidade de espaços e sua capacidade de ocupação. Já a pesquisa bibliográfica foi desenvolvida a partir de material já elaborado na área entre livros e artigos científicos. Por se tratar de uma atividade que necessita de infraestrutura adequada e de preparação educacional, cultural e de mobilidade, o turismo de eventos impacta diretamente diversos setores da economia, já que pressupõe investimentos, em áreas que são, muitas vezes, negligenciadas pelo poder público, de modo que essa atividade pode ser considerada de grande valia para a modernização e estruturação dos serviços públicos essenciais na localidade. Nesse sentido, a pesquisa apontou que mesmo com o atual estágio de desenvolvimento da Capital sul-mato-grossense, oferecendo condições para o fomento do turismo de eventos, acredita-se que essa capacidade poderá ser incrementada somente nos próximos dez anos, já que a mesma ainda não é preponderantemente prioridade nas políticas públicas e privadas locais.

Palavras-Chave: Desenvolvimento Local, Infraestrutura para Eventos; Perspectivas de Negócios.

ABSTRACT

This article was based on research conducted at the conclusion of the Tourism graduation course at the UEMS in Campo Grande-MS, which general objective is to analyze the tourism potential of events within the city limits of the capital of Mato Grosso do Sul during the period between August 2013 and November 2014. The research methodology is based on qualitative and quantitative methods. The measurement of the quantitative data was used to direct interrogation through questionnaires with closed questions about community events, as well as site visits to locations for event in order to survey the number of spaces and their capacity of occupation. A bibliographic research was developed from material already developed in the area of books and scientific articles. Because it is an activity that requires

¹ O artigo será submetido para análise da Revista Turismo Contemporâneo (RTC), cujo padrão de formatação se encontra em anexo.

² COSTERMANI, M.B. Graduada em Turismo pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), Unidade Universitária de Campo Grande/MS, 2014. michellebc1982@gmail.com.

³ NETO DE JESUS, D. L. Professor Doutor e efetivo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), orientador da Pesquisa. netoms@uems.br.

adequate infrastructure and educational, cultural and mobility preparation, the tourism event directly impacts many economy sectors, since it presupposes investments in areas that are often neglected by the government, so that this activity can be considered valuable for structuring and modernization of key public services in the locality. Accordingly, the survey indicated that even with the current stage of development of the capital of Mato Grosso do Sul, providing conditions for the promotion of tourism events, it is believed that this capacity can be increased only in the next ten years, since it is still predominantly a priority in public and private local policies.

Key words: Local Development, Infrastructure for events; Business Perspective.

1 INTRODUÇÃO

O município de Campo Grande possui localização estratégica do ponto de vista geoeconômico e turístico e desponta no segmento de Turismo de Eventos, inclusive, contando com o apoio do Campo Grande *Convention & Visitors Bureau*⁴, organizado pelo empenho do *trade turístico*⁵, após ser observado o potencial real nos segmentos locais descritos.

Sabendo da importância de se ter uma base de dados para futuras produções científicas, o resultado desta pesquisa tem por finalidade apresentar a análise do segmento turístico de eventos no perímetro urbano de Campo Grande, capital do estado de Mato Grosso do Sul (MS), observando a organização e planejamento dos espaços, coletando informações dos equipamentos estudados nesse setor no período de agosto de 2013 a novembro de 2014.

A capital sul-mato-grossense possui atrativos turísticos históricos, culturais e de entretenimento que se destacam pela convivência harmônica da natureza e o progresso. Sabe-se da existência de equipamentos locais, porém, pela desatualização dos dados quantitativos da oferta disponível de atendimento do turismo local, pelos órgãos representativos e gestão pública, surge a necessidade de levantamento dessa capacidade local.

Para composição da metodologia da pesquisa, foram aplicados questionários mistos tanto de natureza quantitativa e qualitativa além da observação dos fatos e no registro das variáveis com análises dos materiais coletados nas empresas da atividade turística, pesquisas de campo para verificar os espaços destinados a esse segmento, levantando a capacidade dos locais para sua realização.

⁴ É uma organização composta por lideranças institucionais representativas dos diversos segmentos econômicos, culturais, educacionais e o poder público com foco na articulação, sensibilização e apoio, de forma independente, para a captação de eventos e fomento dos negócios para a cidade de Campo Grande. Agir no fomento da economia local para beneficiar os negócios de todos os associados. <http://www.campograndecvb.com.br/sobre/>. Acesso em: 14 de novembro de 2014 às 20h54

⁵ Trade turístico é o conjunto de agentes, operadores, hoteleiros e demais prestadores de serviços turísticos. http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulo20operacional_7_roteirizacao_turistica.pdf. Acesso em: 14 de novembro de 2014 às 20h58

A cidade de Campo Grande - MS tem se configurado, portanto, como pólo do turismo de eventos, que pode gerar divisas e empregos diretos e indiretos para a população local, porém a questão norteadora que foi perseguida na pesquisa na busca de respostas foi: Campo Grande pode ser considerada de fato uma cidade pólo de eventos?

Por ser uma atividade que necessita de infraestrutura adequada e de preparação educacional, cultural e de mobilidade, o turismo de eventos impacta diretamente diversos setores da economia de modo que essa atividade pode ser considerada de grande valia para a modernização e estruturação dos serviços públicos essenciais na região. Com base nos relatórios do perfil socioeconômico do município, é possível traçar um quadro sinótico em que se demonstra que essa modalidade de turismo tem grande potencial de geração de emprego e recursos financeiros para o município.

Na execução da pesquisa e consolidação deste trabalho é possível dizer que os objetivos traçados no início da pesquisa foram plenamente alcançados, uma vez que deu para se fazer um retrato ampliado dos eventos que podem atrair turista de eventos e negócios para a capital de Mato Grosso do Sul.

O que permite ao pesquisador fazer algumas ilações relativas ao fomento do turismo de eventos e de lazer, apontando que falhas estruturais, educacionais e de mobilidade são elementos impeditivos de uma dinâmica maior da exploração turística e maior desenvolvimento do setor de serviços na região central do Estado.

2 TURISMO E SUAS RELAÇÕES EPISTEMOLÓGICAS

A atividade turística é um segmento produtivo que mais vem crescendo no mundo. Segundo análise do Departamento de Estudos e Pesquisas do MTur, a marca de viagens internas realizadas subiu de 190,8 milhões, registrados em 2011, para 197 milhões em 2012. Até o final de dezembro, o número de brasileiros que viajaram pelo país chegou aos 60 milhões, superando o recorde histórico de 58,9 milhões de 2011.

Dados do PNT (Plano Nacional do Turismo) 2013-2016 estima ainda, que para o ano de 2022 o turismo seja responsável por 3,63 milhões de empregos. Estão incluídas como geradoras de empregos diretos as atividades relacionadas à hotelaria, agências de viagens, companhias aéreas, outros tipos de transportes de passageiros, restaurante e lazer.

Pensar a atividade turística a partir do lazer, exclusivamente, implica em se ter uma visão limitadora de outras formas de atividades turísticas que se apresentam nas sociedades ocidentais, principalmente o turismo de eventos.

Atualmente, todo acontecimento em que pessoas de diferentes meios se reúnem para uma integração com objetivos comuns podem ser classificados como evento. Essa assertiva casa-se com o conceito estabelecido por Gonçalves (2001, p. 20) que classifica: “O evento nasce da idéia, da capacidade humana de criar, de dar existência a algo, pinçando-o, muitas vezes do nada. Nasce da necessidade própria ou de outrem de congregar pessoas para partilhar emoções, conhecimentos, técnicas etc.”

Melhor dizendo, isto é fruto de uma intencionalidade e objetividade que tem aspectos ou interesses múltiplos. Assim, se um evento de negócios se desenvolve em um determinado local, não se restringe a ele, mesmo porque há a necessidade de atividades correlatas e prestação de serviços que contribuem para o sucesso do evento principal.

Ainda é possível adentrar mais no conceito de evento que resvala, ou adquire um viés filosófico, mas não deixa de estar ligado às áreas de negócios e atividades comerciais. Isso implica em dizer que o evento é uma continuidade com quebra de rotina de todos os laços que nos une às situações do cotidiano. O seu diferencial está na forma propositiva como essas situações se apresentam e como as rotinas referentes às essas situações são trocadas por outras, cujos raios de ação são maiores.

Independente do tipo de evento que se relaciona com a ampliação dos círculos familiares e formais das pessoas, é necessário criar um suporte de infraestrutura que facilite a realização dos eventos, ao mesmo tempo que proporciona-se lazer, descanso e relaxamento.

No evento, segundo Zanella (2003), devido à sua complexidade, há a exigência de alta especialização técnica para o atendimento de demandas que serão apresentados. Isto quer dizer que, em um evento, ter apenas o local e as situações que levam a realização do evento é apenas parte de toda uma estrutura que faz desse fato uma realidade.

Deve-se pensar que, por traz de um evento, sem levar em conta sua natureza, há a exigência de reproduções de elementos da vida cotidiana para que não se dê descontinuidade à vida. Esse raciocínio não se sustenta, já que o evento, e o deslocamento da pessoa por um território tem, em si, o pendão de modificar a visão que o indivíduo tem sobre o espaço e sobre as diferenças culturais e comportamentais das pessoas. Para Andrade (1999, p. 31):

Os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente as exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento descanso e tantas outras motivações. Podem representar, quando adequadamente identificados com o espaço onde se realizam, a valorização das particularidades locais, tornando-as partes destacadas da atração.

Isto é, rompem com a visão e o entendimento de que o evento seja uma extensão das relações cotidianas, mas não rompem com o conceito de que são paralelos e ligados entre si. Pode-se perceber, todavia, que o turismo agregado ao evento, ou o turismo de evento, busca a valorização das particularidades locais, de onde se realizam o evento e que é diferente daquele que a pessoa vive ou trabalha.

Dessa forma, tratar o turismo de evento como sendo um fim em si acaba por reduzir o conceito do evento e do turismo. Em suma, turismo de evento é toda atividade que se desenvolve em paralelo a um evento, independente de sua natureza (científico, ou técnico), como atividade de lazer e de complementaridade às atividades principais que buscam chamar a atenção para as particularidades locais de onde ocorre um evento.

2.1 TURISMO DE EVENTOS

Entende-se o turista de evento como o participante de qualquer evento que nas suas horas livres, busca complementar suas experiências pela visita de locais culturais, históricos, pontos de lazer, de curiosidade e de beleza natural, ou mesmo construída, preenchendo suas horas livres. Dessa forma, ao se estabelecer uma discussão sobre o turismo de evento, devem-se levar em conta essas atividades correlacionadas ao evento e que buscam o oferecimento de atividades paralelas àquelas que ocorrem em um evento principal.

A teoria deixa claro que o turismo de evento não está ligado apenas à realização do evento em si, mas traz para si atividades paralelas que movimentam um mercado muito grande, além de movimentar uma rede de serviços de atendimento ao turista, de modo que diversas atividades correlatas concorrem para que o turista se sinta bem.

Essa lógica elementar é fácil de ser entendida a partir das nossas próprias necessidades. Afinal, nós mesmos não necessitamos apenas de diversão, mas na diversão está embutida uma série de necessidades outras que são correlatas e que precisam ser satisfeitas para que o visitante se sinta bem e volte uma segunda vez à região.

Como já foi discutido neste texto, o evento é uma atividade de qualquer natureza que desloca pessoas de seu local de origem para outro local a fim de congregar pessoas em torno de um objetivo comum. No nicho de eventos é que o turismo de eventos encontra seu espaço de atuação e de realização que busca a execução de sua atividade, ao mesmo tempo em que oferece novas experiências para o turista. Segundo Bahl (2004, p. 18):

Para efeitos de padronização de idéias, considerar-se-á que eventos é um acontecimento que ocorre a partir de um motivo e de atividades programadas a serem desenvolvidas em um local e tempo determinados, congregando indivíduos com interesse e objetivos comuns, de mobilização da cadeia produtiva e de serviços públicos de uma localidade.

Desse modo, se analisar sobre o turismo de eventos verá que ele está relacionado diretamente ao evento em si. É uma atividade paralela, ou seja, não existe uma obrigatoriedade entre o evento e a realização dessa forma de turismo, haja vista o foco de interesse ser diferente dentro de uma mesma ambiência.

De acordo com a EMBRATUR⁶ as empresas do setor de turismo registraram aumento no faturamento médio de 18,3% em 2011. Cerca de 87% dos empresários esperam expansão dos negócios em 2012. Ou seja, é um mercado que, segundo a própria autarquia está operando apenas com a capacidade mediana, já que a previsão de crescimento tende a ser 4,2% maior do que vem sendo apresentado.

Isto significa que o turismo de eventos, ainda é, em no Brasil responsável por grande parte da movimentação do turismo, ou seja, mesmo sendo explorado aquém da capacidade máxima, há pouca diversificação e oportunidades de exploração do turismo em eventos, apesar dessa forma de reunião estar se tornando cada vez mais frequente no país.

Há um ganho não somente conceitual, de divulgação dos aspectos turísticos de uma região, mas também há ganhos financeiros e de serviços que envolvem, não somente empresas que exploram esse nicho comercial, mas também o Poder Público e a população em geral. De modo geral, o turismo de evento serve como um propulsor que coloca em movimento diversas partes da economia de uma localidade através da apresentação de suas potencialidades ao visitante de outra região.

Apesar do potencial do turismo de evento ser grande no Brasil, e sua capacidade estar sendo subutilizada, a expansão dessa atividade esbarra na carência de infraestruturas das cidades brasileiras. Mesmo os maiores centros urbanos apresentam problemas que envolvem a mobilidade, o saneamento, a barreira da língua e os suportes técnicos que visam ao atendimento do turista. Matias, (2002, p. 15) diz:

Como podemos verificar, o turismo de Eventos, para se desenvolver, não necessita somente de espaços que possibilitem a realização dos eventos, mas também de meios de hospedagem e transportes, que são a base de sustentação da atividade turística.

⁶ EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

E aqui cabe um parêntese a respeito do atendimento ao turista e que envolve o relacionamento entre o visitante em potencial e o natural da localidade geográfica. Os autores Oliveira e Januário (2007), em uma análise crua apontam à necessidade de se trabalhar a população local para receber bem o turista, saber prestar informações exatas, atender e receber com educação e civilidade, além de proteger e preservar os locais que podem servir como local de atividade turística.

3 CAMPO GRANDE-MS PELO TURISMO: O UNIVERSO PESQUISADO

O município de Campo Grande está localizado na zona central do estado de Mato Grosso do Sul e possui uma área de 8.092,95 Km². A população da área urbana corresponde a 832,352 habitantes com uma densidade demográfica urbana de 97,2 habitantes por Km², ocupando 2,27% da área total do estado segundo dados IBGE - Censo 2010.

Ao contrário do que o senso comum imagina, Campo Grande não foi fundado no dia 26 de agosto. Os registros do Arquivo Público Municipal de Campo Grande (ARCA) revelam que a chegada do fundador José Antônio Pereira se dá em 1875, com um segundo retorno em 1977 e uma terceira viagem em 1883. A data de 26 de agosto foi escolhida, porque foi nesse dia que Campo Grande foi desmembrada da Comarca de Nioaque e elevada à categoria de Município, por Lei estadual datada de 26/08/1899 (IBGE, 2010).

Nos últimos dez anos, de acordo com Relatório de Perfil Socioeconômico do Município de Campo Grande (2012), a cidade vem atraindo cada vez mais eventos empresariais, culturais, técnicos e de diversidade.

A infraestrutura urbana da cidade para a recepção de eventos tem contribuído de forma positiva para a inserção do município nesse circuito. Campo Grande possui uma grande infraestrutura turística contando com hotéis, equipamentos de lazer, *city tour*⁷ que faz passagem por 42 pontos turísticos da região. Outro ponto forte da cidade é o turismo rural onde o turista pode usufruir de belas cachoeiras, trilhas ecológicas, esportes radicais, pesque pague e uma ótima infraestrutura tudo para que o turista saia satisfeito do local. Com rede hoteleira variada, boa infraestrutura urbana e serviços turísticos preparados para receber o viajante, a cidade é um dos destinos indutores do desenvolvimento Turístico Regional, com opções para negócios e eventos, lazer e cultura, de acordo com o Índice de Competitividade do Ministério do Turismo segundo dados do Ministério do Turismo (2014).

⁷ Passeio turístico por uma cidade. <http://www.cstur.com.br/dicas/termos-turisticos>. Acesso em 06 de dezembro de 2014 as 13h27

3.1 METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa foi baseada nos métodos qualitativo e quantitativo com finalidade chegar mais próxima à realidade do segmento de eventos. Para apoiar a aplicação do método misto, foram consultadas algumas referências, entre elas, Diehl (2004, p. 51) apresenta um esboço acerca destas duas estratégias:

a) a pesquisa quantitativa pelo uso da quantificação, na coleta e no tratamento das informações, utilizando-se técnicas estatísticas, objetivando resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação, possibilitando uma maior margem de segurança;

b) a pesquisa qualitativa, por sua vez, descrevem a complexidade de determinado problema, sendo necessário compreender e classificar os processos dinâmicos vividos nos grupos, contribuir no processo de mudança, possibilitando o entendimento das mais variadas particularidades dos indivíduos.

Para mensuração dos dados quantitativos foi utilizada a interrogação direta, por meio de questionários com perguntas fechadas, com a comunidade participante dos eventos, empresários envolvidos no setor de eventos.

A pesquisa aplicada por meio de questionários de natureza quali-quantitativa foi realizada no município de Campo Grande em 2014, considerando entre suas características, três modalidades distintas de eventos, inseridos no Calendário de Eventos da Capital, sendo um expositivo na área de agronegócios; o segundo de caráter científico na área de Enfermagem; e o terceiro um evento coloquial social no segmento de arte e teatro. O universo pesquisado foi dividido da seguinte forma: no primeiro evento foram aplicados em três dias 100 questionários (considerando 3.000 participantes segundo a Organização Geral do Evento); já no segundo evento foram aplicados 28 questionários (considerando os 140 inscritos segundo a Organização do Evento); finalizando com o terceiro evento com 20 questionários (considerando que no dia de aplicação do instrumento havia 100 pessoas participantes).

Foram realizadas visitas in loco nos locais destinados para eventos, a fim de realizar um levantamento da quantidade de espaços e sua capacidade de ocupação. Já a pesquisa bibliográfica foi desenvolvida a partir de material já elaborado na área entre livros e artigos científicos, com destaque nos autores: Andrade (1999), Bahl (2004) e Matias (2002).

Assim sendo a pesquisa tem como objetivos específicos: a) Inventariar os equipamentos que atendem à demanda de eventos no município de Campo Grande para

perceber a capacidade e potencialidade, e servir de base para dados locais; b) Analisar 3 eventos realizados durante a pesquisa para verificar a satisfação da comunidade local; c) Diagnosticar fatores que pesam para um maior desenvolvimento da região.

3.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Campo Grande é uma metrópole urbana de médio porte com forte presença da agropecuária na composição econômica, entretanto, cada vez mais a cidade vem atraindo eventos de médio porte que atrai um público variado. Dentre os principais eventos, foram escolhidos os três abaixo onde cada um deles tem uma tipologia: expositivo, científico e social cultural.

3.2.1 Análise dos questionários

a) **Feira agropecuária 76º Expogrande** - O evento, na 76ª edição e é organizado pela Acrissul (Associação dos Criadores de Mato Grosso do Sul), foi realizado entre os dias 24 de abril a 4 de maio, no Parque de Exposições Laucídio Coelho, em Campo Grande (MS).

Durante a exposição foram realizados 40 leilões, com mais de 20 mil animais, além de shows, palestras de todos os segmentos e apresentação de novas tecnologias para a pecuária. Além disso, o evento contou com uma novidade o “Dia de Campo”, que aconteceu na Fazenda Baía Grande, em Rio Verde de Mato Grosso.

Figura 1: Opinião sobre as Instalações físicas do evento

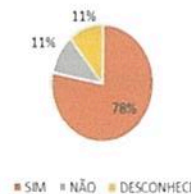


Fonte: pesquisa direta (Abril- Maio/2014)

Com relação às instalações físicas percebe-se no gráfico que o local é de grande aceitação do público participante, uma pequena parcela acredita que o local não esta de acordo com as necessidades do público.

Figura 2: A Expogrande promove o Turismo na cidade

A Expogrande promove o Turismo na cidade



Fonte: pesquisa direta (Abril- Maio/2014)

Uma das questões aplicadas no evento trata se a Expogrande promove o turismo na cidade, 11% desconhecem o assunto, mas a sua grande maioria acredita que promove sim, trazendo pessoas de outros municípios que vem a cidade somente para participar do evento e acabam permanecendo na cidade.

Figura 3: Avaliação sobre a Organização Geral do Evento

Avaliação sobre a Organização Geral do Evento



Fonte: pesquisa direta (Abril- Maio/2014)

Analisando os questionários verifica-se a satisfação do público, o percentual diferencia muito pouco entre bom e ótimo, as demais opções (regular e péssimo) não foram pontuadas. O evento agradou ao público presente principalmente nos dias de shows nacionais, atraindo um maior público.

b) 4º SENABS - Seminário Nacional de Diretrizes de Enfermagem na Atenção Básica em Saúde, o evento aconteceu entre os dias 27 a 30 de abril de 2014 na Faculdade UNIGRAN Capital, localizada na Rua Abrão Júlio Rahe, 325, Bairro Monte Castelo, Campo Grande – MS.

Este evento é uma oportunidade para os profissionais da enfermagem e outros profissionais de saúde e de áreas afins se atualizarem, refletirem sobre velhas práticas profissionais, e, dialeticamente, instituírem novas e melhores práticas. É preciso socializar os novos conhecimentos científicos gerados, promover intercâmbio de experiências e avançar na qualidade do atendimento aos usuários dos serviços de saúde, contribuindo para o cumprimento dos princípios da integralidade e equidade.

Cumprir esses princípios nos levará a repensar no processo de trabalho na área da saúde que deve ser orientado para a inclusão de novas práticas entre os profissionais de saúde,

gestores e equipes interdisciplinares e multiprofissionais. Para isso, é necessária a construção de novos saberes, criar canais de interlocução com a população e ampliar a participação popular conforme relata o histórico no site do evento.

Figura 4: Avaliação da Infraestrutura turística da cidade



Fonte: pesquisa direta (Abril/2014)

Quanto à infraestrutura turística da cidade a maioria avaliou como bom, mas foi possível verificar que por pouca diferença não obteve outro resultado. Pelo fato de que os participantes só tiveram o horário da noite disponível e a maioria dos espaços que tem uma relação com o turismo encontra-se fechado neste horário.

Figura 5: O SENABS promove o turismo na cidade



Fonte: pesquisa direta (Abril/2014)

A opinião dos entrevistados ficou bem dividida, é possível perceber que uma parcela dos entrevistados desconhece quando se trata do turismo em Campo Grande.

Figura 6: Avaliação sobre a Organização Geral do Evento



Fonte: pesquisa direta (Abril/2014)

Referente à organização do evento, a análise foi de satisfação de todos os participantes, onde as opções regular e péssimo não foram pontuadas.

c) **Festival de Teatro Brasileiro (FTB)** é um projeto de intercâmbio interestadual, singular no país, que seleciona espetáculos de diferentes segmentos da produção cênica de um determinado estado e os apresenta em outras unidades da federação. A realização do Festival baseia-se não somente na circulação de espetáculos, e sim em cinco eixos de trabalho, que são:

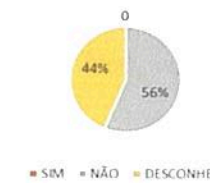
1. Ação de formação para alunos da rede pública de ensino;
2. Oficinas gratuitas de qualificação para profissionais de Artes Cênicas;
3. Apresentação de espetáculos para o público em geral;
4. Intercâmbio entre núcleos de graduação dos estados envolvidos;
5. Encontros informais entre grupos e profissionais do fazer teatral.

O projeto é também modelo da viabilidade da articulação entre as diferentes esferas da administração pública, envolvendo os governos federal, estaduais, municipais e a iniciativa privada.

Como foi dito pelos participantes, o povo campo-grandense não tem o hábito de ir ao teatro, fato comprovado no evento onde a maioria dos presentes eram ligados à artes.

Figura 7: O Festival promove o turismo na cidade

O Festival é um evento que promove o turismo na cidade

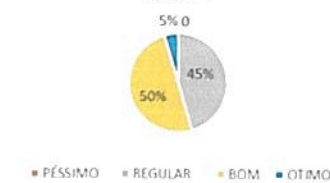


Fonte: pesquisa direta (Maio/2014)

Os entrevistados não concordam em sua maioria, que o evento promova o turismo na cidade, é um evento voltado mais para o público do meio artístico, e para a cidade de Campo Grande.

Figura 8: Avaliação da Infraestrutura turística da cidade

Avaliação da infraestrutura turística da cidade



Fonte: pesquisa direta (Maio/2014)

Quanto à infraestrutura turística da cidade a maioria avaliou como bom, mas pode-se verificar que por pouca diferença não obtivemos outro resultado, talvez pelo fato dos entrevistados ser da comunidade local.

Figura 9: Sobre a organização Geral do evento



Fonte: pesquisa direta (Maio/2014)

Os participantes das entrevistas avaliaram que a organização do evento foi boa, alguns disseram que estava tudo dentro da normalidade.

4.2 INFRAESTRUTURA DE EVENTOS (CAPACIDADE DE OCUPAÇÃO DOS ESPAÇOS)

O relatório de Perfil Socioeconômico (2012) aponta a existência de centros de convenções, salas, auditórios e espaços que podem receber públicos de diversos tamanhos, segue abaixo tabela com descrição dos espaços. Considerando esse levantamento e o realizado em campo, por meio de visitas *in loco*, verificou-se o seguinte levantamento:

Quadro 1: Espaço para Eventos Dialogais (Auditórios)

LOCAL	ENDEREÇO	CAPACIDADE
Centro de Convenções Arquiteto Rubens Gil de Camillo	Av. Waldir dos Santos Pereira, S/Nº - Parque dos Poderes	4 auditórios = 1492 lugares
Centro de Convenções Günther Hans	Rua Lino Villachá, 1250 Bairro São Julião	220 lugares
Teatro Glaucê Rocha	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul Cidade Universitária Caixa Postal, 549	752 cadeiras numeradas, possibilidade de 28 cadeiras extras totalizando 780 lugares
Teatro Dom Bosco	Av. Mato Grosso, 421, Centro	700 lugares
Centro Cultural José Otávio Guizzo	Rua 26 de Agosto, 453	300 pessoas
Auditório Concha Acústica Helena Meirelles	R: Antônio Maria Coelho, 6000 - Parque das Nações Indígenas	1050 pessoas
Auditório do MARCO	R: Antônio Maria Coelho, 6000 - Parque das Nações Indígenas	105 pessoas
Auditório da Unigran Capital	Rua Abrão Júlio Rahe, 135, Centro	2 Auditórios = 350 pessoas
Auditório da UCDB	Av. Tamandaré, 6000 - Jardim Seminário	3 auditórios = 1.040 lugares

Auditório Anhaguera - unidade 1 - Almir Satter	Av. Fernando Correa Costa, 1800 - Dr. João Rosa Pires	390 lugares
Auditório Anhaguera unidade 2	BR 163, 3203 - Chácara das Mansões	120 lugares
Auditório Anhaguera - Matriz	Rua Ceará, 333 - Bairro Miguel Couto	192 lugares
Auditório da CDL	R: Antônio Correa, 417 - Monte Libano	150 lugares
Auditório do SEBRAE	Av. Mato Grosso, 1661-Centro	190 pessoas
Auditório do SENAC	Rua Vinte e Seis de Agosto, 835 - Centro	169 lugares
Auditório do SESC	Rua Anhanduí, 200 - Centro	236 lugares
Auditório do SENAR	Rua Marcino dos Santos, 401 Bairro: Cachocira II	193 pessoas
Auditório da Assembleia Legislativa	Palácio Guaicurus, Bl. 9 - Parque dos Poderes	200 pessoas
Auditório da Câmara Municipal de Campo Grande	R: Ricardo Brandão, 1600 - Jatiuka Park	2 Auditórios = 437 pessoas
Auditório FIEMS	Av. Afonso Pena, 1206 - Bairro Amambai	180 lugares
SEST/SENAT	Rua Raul Pires Barbosa, 1784 Bairro: Chácara Cachocira II	149 lugares
TOTAL DE OCUPAÇÃO		8.643 lugares

Fonte: pesquisa direta (Junho/2014)

Quadro 2: Espaço para Eventos Expositivos/Demonstrativos (Pavilhões de Eventos)

LOCAL	ENDEREÇO	CAPACIDADE
Centro de Convenções Arquiteto Rubens Gil de Camillo	Av. Waldir dos Santos Pereira, S/Nº - Parque dos Poderes)	Salão de Exposição = 50 stands (1000 pessoas)
Centro de Exposição Albano Franco	Av. Mato Grosso, 5017 Carandá Bosque	30.000 pessoas em pé
Parque de Exposição Laucídio Coelho	Rua Américo Carlos da Costa, 320 - Jd. América	100.000 pessoas em pé
Auditório da Unigran Capital	Rua Abrão Júlio Rahe, 135, Centro.	Espaço para Exposição = 30 stands (500 pessoas)
Armazém Cultural	Av. Calógeras s/n -	1000 Pessoas
TOTAL DE OCUPAÇÃO		132.500 pessoas

Fonte: pesquisa direta (Junho/2014)

Quadro 3: Espaço para Eventos Coloquiais Sociais e Entretenimento (Buffets, Teatros)

LOCAL	ENDEREÇO	CAPACIDADE
Centro de Convenções Arquiteto Rubens Gil de Camillo Auditório Manoel de Barros	Av. Waldir dos Santos Pereira, S/Nº - Parque dos Poderes	1 Auditório para Espetáculos = 1049 pessoas
Teatro Glauce Rocha	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul Cidade Universitária Caixa Postal, 549	752 cadeiras numeradas, possibilidade de 28 cadeiras extras totalizando 780 lugares
Centro Cultural José Otavio Guizzo	Rua 26 de Agosto, 453	300 pessoas
Teatro Dom Bosco	Av. Mato Grosso, 421, Centro	700 lugares
Teatro do Prosa - SESC	Rua Anhanduí, 200 - Centro	236 lugares
Teatro da Mace	Rua 26 de Agosto, 63 - Centro	370 lugares
Golden Class	Av. Mato Grosso, 5046 - Carandá Bosque	1.800 pessoas
Ondara Executive	R. Dr. Mario Gonçalves, 129 - Chácara Cachoeira	500 pessoas

Ondara Master	R. Dr. Mario Gonçalves, 129 - Chácara Cachoeira	1000 pessoas
Ondara Palace	Rua Marzipan, nº 129, Chácara Cachoeira	3000 pessoas
Grand Mere Buffet	R. Pedro Martins, 184 - Caranda	850 pessoas
Clube Estoril	R. Amazonas, 3462 - Jardim Autonomista	4.500 pessoas
Clube Uniao dos Sargentos	Rua Terenos 481, Bairro Amambaí	4.000 pessoas
TOTAL DE OCUPAÇÃO		19.085 pessoas

Fonte: pesquisa direta (Junho/2014)

Quadro 4: Espaço para Eventos Esportivos (Ginásios, Praças Esportivas)

LOCAL	ENDEREÇO	CAPACIDADE
Praça Esportiva Elias Gadia	R. Albert Sabin - Vila Taveirópolis	1000 pessoas
Praça Esportiva Belmar Fidalgo	Dom Aquino, 2536 - Centro	1000 pessoas
Estádio Morenão	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - Cidade Universitária	40.000 pessoas
Ginásio Dom Bosco	R. 14 de Julho, 5506 - Centro	1000 pessoas
Ginásio Guanandizão	Rua do Touro, s/n Vila Inhanhá	8.000 pessoas
Ginásio Poliesportivo da Unigran Capital	Rua Abrão Júlio Rahe, 135, Centro.	Ginásio - 1000 pessoas
Ginásio da Auxiliadora	R. Pedro Celestino, 1980	1000 pessoas
Ginásio MACE	Rua Rui Barbosa esquina com Av. Fernando Corrêa da Costa - Centro	2.500 lugares
Ginásio Rádio Clube	Avenida Interlagos, 477 - Jardim Morumbi	5.000 lugares
TOTAL DE OCUPAÇÃO		60.500 lugares

Fonte: pesquisa direta (Junho/2014)

Esses são alguns espaços que podem ser utilizados para eventos, e correlatos a esses eventos, há vários pontos turísticos, culturais e históricos dentro da cidade a serem explorados pelo turismo de eventos e de lazer voltados para esse público. Percebe-se a falta de propagação das informações sobre esses espaços além de maior incentivo para que os eventos ocorram de forma contínua e efetiva. Os espaços em geral na Capital são diversificados, incluindo parques, praças e bosques. Além dos espaços tradicionais é possível incluir atividades em locais antigos com uma arquitetura diferenciada que incluem as principais construções datadas do início do século XX. A pesquisa histórica sobre a quantidade de eventos que atraíram turistas teve como base os anos de 2009, 2010, 2011, 2012 e 2013, mesmo assim com a consolidação parcial, uma vez que o relatório de atividades econômicas da Prefeitura Municipal de Campo Grande – MS não foi oficialmente divulgado em 2014.

Quadro 5: Principais eventos de Campo Grande-MS

Evento	2009	2010	2011	2012	2013
Exposição agropecuária	01	01	01	01	01
Feiras de negócios	03	02	04	04	01
Shows	12	11	12	15	08

Festivais de teatro	01	01	01	01	0
Carnaval	01	01	01	01	01
Festival de cinema	01	01	01	01	01
Passoio ciclístico	01	01	01	01	01
Torneios esportivos	05	06	05	04	05
Torneio automobilístico	02	02	02	02	02

Fonte: SEMADUR (2014)

Os eventos ocorridos em Campo Grande nos últimos cinco anos, demonstram que a capital tem potencial para a atração do turismo de negócio e lazer. Os dados apresentados ainda mostram dados consolidados, de eventos localizados o seguinte quantitativo.

Quadro 6: Quantitativo de eventos

ANO	QUANTITATIVO DE EVENTOS
2009	430
2010	412
2011	463
2012	370
2013	260
TOTAL NO QUINQUENIO	1935

Fonte: SEMADUR (2014)

Os dados apresentados também demonstram que há um quantitativo relevante de eventos, de abrangência nacional, estadual, ou mesmo local. Importa frisar que a maioria dos eventos patrocinados pelo poder público tem alcance localizado, e envolve principalmente escolas da rede estadual de ensino. Nos dois últimos anos há um decréscimo acentuado na organização dos eventos realizados em Campo Grande, fator esse que requer um levantamento para saber quais as fragilidades e ameaças que potencializam esse retrocesso. Acredita-se que parte dessa realidade se relaciona com a capacidade de ocupação da rede hoteleira associada à capacidade dos espaços para eventos que para o cenário local, a capital sul-mato-grossense, não comporta grandes eventos (acima de 5000 participantes).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na execução deste trabalho final a principal dificuldade foi a obtenção de informações, uma vez que não há uma sistematização e centralização dessas informações como acontece nos grandes centros urbanos (São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, entre outros), quando existe um calendário de eventos unificado, o que facilita tanto para o turista como também para o empresário turístico saber o que irá acontecer durante o ano na cidade. Em muitas cidades o Convention & Visitors Bureau consegue abarcar o máximo de informações relacionadas ao tema.

Além disso, a recente crise política no município, ocasionando a mudança da gestão municipal com a cassação do prefeito bem como de seus assessores, desorganizou o acesso às informações deixando a coleta de dados prejudicada. Outro fator de dificuldade foi a não informatização dessas informações, o que causou atraso entre a solicitação da informação e o seu recebimento, sendo que, se ela estivesse informatizada e disponível para consulta, a consolidação de dados e informações seria muito mais rápida.

O Arquivo Público Municipal de Campo Grande também encontra-se com restrita informatização e com acesso restrito à pesquisa, sendo necessária a solicitação por escrito para se ter acesso a números e documentos com informações relevantes para a consolidação da pesquisa. Apesar disso, a organização dos dados coletados foi positiva, pois permitiu fazer um quadro amplificado dos eventos realizados no município que podem atrair turistas.

Ao término desta atividade de pesquisa pode-se concluir que o município de Campo Grande possui potencial turístico na área de eventos, entretanto, os gargalos de infraestrutura e educacionais ainda são fatores que pesam no desenvolvimento da região. Há evidentes carências em casos de mobilidade urbana no município, principalmente no transporte coletivo urbano, ou seja, esse transporte é deficitário e atende com dificuldade todas as regiões da cidade, além de não atender a população de maneira eficaz. As vias públicas apresentam gargalos de fluxo, congestionamento, sinalização deficitária e controle público mínimo.

No campo educacional, foi possível perceber que o nível de escolarização das pessoas que trabalham diretamente com o turista de evento é baixo, sem domínio de uma língua estrangeira, ou mesmo fluência na Língua Portuguesa. Apesar disso, os dados consolidados pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano apresentam grande variedade de eventos realizados no período de 2009 a 2013 com potencial de atrair turistas de todas as partes do país. Necessita, porém, de maior divulgação, de maior infraestrutura e maior receptividade da população local.

Campo Grande ainda precisa ter uma articulação eficiente entre a sociedade civil, o setor empresarial, o terceiro setor e o setor público. Esse engajamento, nem sempre, acontece. Para EMBRATUR (2014) deve-se considerar que estratégias de planejamento turístico que neguem direitos e oportunidades às comunidades receptoras são destrutivas e ilegais. Além de provocar grandes diferenças socioeconômicas e culturais no local receptor, está deixando grande parte da comunidade local isolada e longe dos benefícios gerados pela atividade.

Na pesquisa de campo com a aplicação dos questionários, nas três modalidades de eventos, entre eles um dialogal científico, um sociocultural e outro expositivo, foi identificado o desconhecimento principalmente da população local sobre os efeitos do turismo na cidade e

também de que o turista não recebe um rótulo para se diferenciar das demais pessoas, apesar que sempre existem aqueles trajados com roupas atípicas, portando um mapa local e uma máquina fotográfica na mão. Nesse sentido, é preciso informação geral na cidade, já que as populações receptoras necessitam compreender o lugar que habitam, identificando as potencialidades turísticas para utilizá-las em benefício próprio. Tais lugares devem ser, acima de tudo, respeitados para que práticas turísticas adequadas e não predatórias (ao meio-ambiente, ao território e às pessoas) venham a ser ali implantadas.

A experiência das comunidades com o turismo é muito variada, são baseada em variadas formas, modalidades e habilidades. Porém não se pode achar que tudo deva ser mantido estático e intocável, em nome da preservação. O turismo é comumente usado e percebido como uma ferramenta das políticas de desenvolvimento, voltada, principalmente, a ampliação das possibilidades de emprego e renda. Assim sendo, é possível pontuar que a execução deste trabalho de pesquisa atingiu os objetivos inicialmente propostos de se conhecer o potencial do turismo de evento na capital para que esses eventos possam ocorrer com mais frequência e atrair mais visitantes.

A Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (FUNDTUR-MS) faz a promoção e divulgação do Estado em feiras, apoio financeiro para realização de eventos regionais geradores de fluxo turístico, além de construir uma rede de negócios visando favorecer o Estado. Faz parte também das ações desenvolvidas pela entidade as Políticas e Programas do Desenvolvimento do Turismo. O Convention & Visitors Bureau de Campo Grande atua juntamente com a Fundação de Turismo, visando fortalecer e organizar as ações de captação de eventos, na busca de facilitar os contatos com as entidades promotoras dos eventos garantindo melhores resultados às ações propostas. Mesmo assim ainda falta incentivo, apoio institucional, falta associados no estado para a realização de novos eventos.

6 REFERÊNCIAS

Andrade, R. B. (1999) *Manual de eventos*. Caxias do Sul: EDUCS.

Bahl, M. (2004) *Turismo e Eventos*. Curitiba: Prototexto.

Brasil. Ministério do Turismo. (2014) *Dados e Fatos Ano termina com recordes no setor turístico*. Disponível em:

http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20121227.html. Acesso em: 25 de outubro de 2014 às 00:01.

Campo Grande Convention & Visitors Bureau. Disponível em:

<http://www.campograndecvb.com.br/sobre/> Acesso em: 14 de novembro de 2014 as 20h54

- Campo Grande. Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano e Turismo (2013). *Relatório de Desenvolvimento Econômico*. SEMADUR. Campo Grande. MS.
- Prefeitura de Campo Grande. (2009) *Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2009*. Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS.
- Prefeitura de Campo Grande. (2010) *Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2010*. Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS.
- Prefeitura de Campo Grande. (2011) *Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2011*. Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS.
- Prefeitura de Campo Grande. (2012) *Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2012*. Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/egov/imti/perfil-pageflip/perfil-2012.html> Acesso em: 17 de maio de 2014, as 15h34.
- Prefeitura de Campo Grande. (2013) *Relatório do Perfil Socioeconômico de Campo Grande 2013*. Instituto de Planejamento Urbano. Campo Grande. MS.
- Ministério do Turismo. (2014) *Campo Grande celebra 115 anos*. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140826_3.html. Acesso em: 16 de novembro de 2014, as 13h30.
- Diehl, A. A. (2004). *Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas*. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- EMBRATUR. (2014) Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20120820.html. Acesso em: 25 de maio de 2014, 0h12.
- Gonçalves, C. L. A. (2001) *A organização de eventos com arte e profissionalismo*. Fortaleza: SEBRAE.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010) *Censo demográfico. Campo Grande, 2010*. Disponível em: <http://www.morenacult.com.br/2011/08/censo-2010-ibge-populacao-de-campo.html> Acesso em: 25 de abril de 2014, às 15h22.
- Histórico Campo Grande Mato Grosso do Sul – MS. Disponível em: <http://www.ibge.com.br/cidadesat/painel/historico.php?lang=&codmun=500270&search=mat-o-grosso-do-sul%7Ccampo-grande%7Cinfograficos-historico>. Acesso em: 25 de abril de 2014, às 15h22.
- Matias, M. (2002) *Organização de Eventos: Procedimentos e técnicas*. (2º ed.): Editora Manole: São Paulo.
- Oliveira, S. T., Januário, M. V. C. (2007) *Os eventos como potencializadores do turismo regional: O festival de inverno Bahia*. In: CULTUR: Revista de Cultura e turismo. Ano 01. N.º 0. Out. 2007. Salvador. BA. Disponíveis em: <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao1/artigo5.pdf> Acesso em 27 de maio de 2014, as 23h34.
- Plano Nacional de Turismo (2014) – Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/plano_nacional/ebook/index.html Acesso em: 25 de junho de 2014, às 19h40.
- Trade turístico. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads

[publicacoes/modulox20operacional_7_roteirizacao_turistica.pdf](#) Acesso em: 14 de novembro de 2014 as 20h58

Zanella, J. C. (2003) *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização*. São Paulo: Atlas.

Anexo A

Diretrizes para submissão de artigo na Revista de Turismo Contemporâneo

<http://www.periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo>

Diretrizes para Autores

Política de submissão

- O processo de submissão e o acompanhamento da avaliação dos trabalhos serão realizados exclusivamente online, através do website da revista;
- Os trabalhos submetidos à apreciação da revista devem ser inéditos e não devem estar em processo de avaliação em outro periódico;
- Não é considerada quebra de ineditismo a inclusão de parte ou de versão preliminar do trabalho em anais de eventos científicos de qualquer natureza;
- Os trabalhos devem ser submetidos em português, inglês ou espanhol;
- Somente serão aceitos trabalhos alinhados ao escopo da revista;
- É permitido o máximo de cinco autores para cada trabalho;
- Os trabalhos serão avaliados no sistema *Double BlindReview* (Dupla Avaliação por Pares);
- Os trabalhos aprovados serão submetidos à edição final e à revisão ortográfica e gramatical.

Diretrizes de Padronização

- O artigo deverá ser no formato do arquivo Microsoft Word;
- Papel formato A4 (29,7 x 21 cm), com margens superior e esquerda 3cm; inferior e direita 2cm;
- Fonte Times New Roman, tamanho 12;
- Espaçamento entre linhas 1,5cm;
- O trabalho deve possuir no mínimo 15 e no máximo 20 páginas;
- O resumo e as palavras-chave do artigo, bem como a sua versão em inglês, não devem ultrapassar 250 palavras;
- Quadros, tabelas, gráfico e ilustrações devem ser elaborados em fonte tamanho 10;
- Caso o texto possua alguma nota, colocá-la em rodapé;
- O texto deve seguir o seguinte padrão: Título, resumo, palavras-chave, abstract, key-words, introdução, referencial teórico, metodologia, análise e discussão dos resultados, conclusões e referências;
- A apresentação de citações e referências deve estar adequada às normas da American Psychological Association (APA);
- Exemplos de citações no texto:
Barretto (1991) ou (Barretto, 1991, p. 45)
Bateson e Hoffman (2001) ou (Bateson & Hoffman, 2001, pp. 125-126)

Oliveira, Gomes, Racaneli, Velásquez e Lopes (2012) ou (Oliveira, Gomes, Racaneli, Velásquez, & Lopes, 2012)

- Exemplos de referências:

Barretto, M. (1991) *Planejamento e organização em turismo*. (9a ed.) Campinas: Papirus.

Bateson, J. E. G., & Hoffman, K. D. (2001). *Marketing de serviços*. Porto Alegre: Bookman.

Oliveira, C., Gomes, E. F., Racaneli, F. C., Velásquez, G. G., & Lopes, M. R. (2012). A hotelaria hospitalar como uma nova perspectiva de atuação em organizações de saúde. *Turismo: Estudos e Práticas*, 1(2), 191-209.

Condições para submissão

Como parte do processo de submissão, os autores são obrigados a verificar a conformidade da submissão em relação a todos os itens listados a seguir. As submissões que não estiverem de acordo com as normas serão devolvidas aos autores.

1. A contribuição é original e inédita, e não está sendo avaliada para publicação por outra revista; caso contrário, deve-se justificar em "Comentários ao editor".
2. O arquivo da submissão está em formato Microsoft Word, OpenOffice ou RTF.
3. URLs para as referências foram informadas quando possível.
4. O texto está em espaço simples; usa uma fonte de 12-pontos; emprega itálico em vez de sublinhado (exceto em endereços URL); as figuras e tabelas estão inseridas no texto, não no final do documento na forma de anexos.
5. O texto segue os padrões de estilo e requisitos bibliográficos descritos em Diretrizes para Autores, na página Sobre a Revista.
6. Em caso de submissão a uma seção com avaliação pelos pares (ex.: artigos), as instruções disponíveis em Assegurando a avaliação pelos pares cega foram seguidas.

APÊNDICE A
Questionários aplicados

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL – UEMS
QUESTIONÁRIO EXPOGRANDE 2014 – Data _____

O questionário elaborado pela acadêmica Michelle Bento Costermani tem como objetivo analisar o turismo de eventos em Campo Grande. (Comunidade)
 Com este questionário pretende-se fazer um dimensionamento do desenvolvimento socioeconômico e cultural local do segmento de eventos em Campo Grande.

Nome (preenchimento opcional): _____

Idade: _____

Sexo: () Masc () Fem

Ocupação Profissional: _____

Cidade de Residência: _____

1. Qual sua avaliação geral sobre a Organização Geral do Evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
2. Qual sua opinião sobre as atrações culturais e de lazer do evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
3. Qual sua opinião sobre as instalações físicas do evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
4. Quanto ao horário dos shows como você avalia?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
5. Quantas vezes já visitou a Expogrande incluindo as outras edições?
 () 1 vez () 2 vezes () três vezes () cinco ou mais
6. Se fosse comparar a Expogrande deste ano com os eventos anteriores como avaliaria?
 () 1 vez () 2 vezes () três vezes () nenhuma
7. Na sua opinião a Expogrande é um evento que promove o turismo na cidade?
 () SIM () NÃO () DECONHECE O ASSUNTO
8. Na sua opinião o que deveria ser melhorado na Expogrande?
 () valor menor do ingresso () transporte público () estacionamento () divulgação
 () estacionamento () mais shows musicais () mais dias de evento () local () segurança

9. Demais

Críticas/

Sugestões:

.....

.....

.....

.....

.....

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL – UEMS
 QUESTIONÁRIO SENABS 2014 – Data _____

O questionário elaborado pela acadêmica Michelle Bento Costermani tem como objetivo analisar o turismo de eventos em Campo Grande. (Comunidade)

Com este questionário pretende-se fazer um dimensionamento do desenvolvimento socioeconômico e cultural local do segmento de eventos em Campo Grande.

Nome (preenchimento opcional): _____

Idade: _____ Sexo: () Masc () Fem

Ocupação Profissional: _____

Cidade de Residência: _____

1. Qual sua opinião sobre as palestras e minicursos do evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
2. Qual sua opinião sobre as atrações culturais e de lazer do evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
3. Qual sua opinião sobre as instalações físicas do evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
4. Quanto ao horário como você avalia?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
5. Quantas vezes já visitou a SENABS incluindo as outras edições?
 () 1 vez () 2 vezes () três vezes () Nenhuma
6. Se fosse comparar a SENABS deste ano com os eventos anteriores como avaliaria?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
7. Na sua opinião a SENABS é um evento que promove o turismo na cidade?
 () SIM () NÃO () DECONHECE O ASSUNTO
8. Na sua opinião o que deveria ser melhorado na SENABS?
 () valor menor da inscrição () transporte público () estacionamento () divulgação
 () mais dias de evento () local () segurança
9. Como você avalia a infraestrutura turística da Cidade – Campo Grande/MS
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO
10. Qual sua avaliação sobre a Organização Geral do Evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO

11. Demais Críticas/ Sugestões:

.....

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL – UEMS
 QUESTIONÁRIO Festival de Teatro 2014 – Data _____

O questionário elaborado pela acadêmica Michelle Bento Costermani tem como objetivo analisar o turismo de eventos em Campo Grande. (Comunidade)
 Com este questionário pretende-se fazer um dimensionamento do desenvolvimento socioeconômico e cultural local do segmento de eventos em Campo Grande.

Nome (preenchimento opcional): _____

Idade: _____

Sexo: () Masc () Fem

Ocupação Profissional: _____

Cidade de Residência: _____

1. Qual sua opinião sobre as atrações culturais e de lazer do evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO

2. Qual sua opinião sobre as instalações físicas do evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO

3. Quanto ao horário como você avalia?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO

4. Na sua opinião é um evento que promove o turismo na cidade?
 () SIM () NÃO () DECONHECE O ASSUNTO

5. Na sua opinião o que deveria ser melhorado?
 () transporte público () estacionamento () divulgação () local () segurança

6. Qual sua avaliação geral sobre a Organização Geral do Evento?
 () PÉSSIMO () REGULAR () BOM () OTIMO

7. Demais Críticas/ Sugestões:

.....

BIBLIOTECA
MEMS