

**INSTITUTO ENSINAR BRASIL
FACULDADES DOCTUM DE GUARAPARI**

GUILHERME DE SOUZA

TURISMO DE EVENTOS NO MUNICÍPIO DE GUARAPARI/ES

**GUARAPARI
2017**

**INSTITUTO ENSINAR BRASIL
FACULDADES DOCTUM DE GUARAPARI**

GUILHERME DE SOUZA

TURISMO DE EVENTOS NO MUNICÍPIO DE GUARAPARI/ES

**Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Curso de
Administração das Faculdades Doctum
de Guarapari como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Administração.**

**Área de concentração: Turismo de
eventos**

**Orientador: Prof. Bruno Afonso
Ferreira.**

**GUARAPARI
2017**

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo explicitar a importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo no município de Guarapari/ES a fim de analisar o potencial turístico como atividade econômica. Para isso foi aplicado um questionário com perguntas abertas e fechadas na Secretaria Municipal de Turismo, Empreendedorismo e Cultura com finalidade de responder os objetivos propostos pela pesquisa. Através da aplicação do questionário foi possível demonstrar que os eventos contribuem economicamente para o desenvolvimento do turismo na cidade. O verão apareceu como o evento de maior relevância, tendo em vista que a cidade recebe o maior número de turistas nesta época do ano. O fomento da economia local, o aumento da arrecadação municipal, geração de emprego e renda, investimentos e a divulgação da imagem turística da cidade se destacam como os principais impactos positivos. Em síntese a pesquisa indica que os colaboradores da Secretaria estão dedicados quanto a inclusão de novos eventos turísticos no calendário anual do município, procurando através desse ponto obter parcerias para captar recursos e convênios nas esferas estaduais e federais usando como estratégia o turismo de eventos.

Palavras-chaves: Eventos; Turismo; Desenvolvimento;

1. INTRODUÇÃO

Uma das atividades que apresenta o maior dinamismo neste século é o turismo, que vem conquistando bastante espaço nos recentes meios de internacionalização da produção e consumo. A área de turismo de eventos se originou na ideia de ocupar espaços econômicos. A área de eventos é um propulsor do desenvolvimento turístico de um país, além de ser um elemento estabilizador que preenche os espaços ociosos no período de baixa estação (ALBUQUERQUE, 2004).

Uma concentração ou reunião de pessoas, em uma data e localização pré-definidas por uma organização, com a intenção de celebrar acontecimentos importantes e

significativos é chamado de evento. O principal objetivo de um evento é estabelecer contatos entre indivíduos (ZANELLA, 2006).

Os eventos podem atribuir valor à cultura local, fazendo com que seja parte da atração turística. No entanto, os eventos podem ser idealizados por iniciativas estritamente voltadas ao consumidor. Na cidade de Guarapari é necessário contornar os efeitos da alta e baixa estação, visando fomentar o turismo em diferentes épocas do ano, para existir um equilíbrio da demanda, o turismo de eventos apresenta-se como uma solução ideal (ALBUQUERQUE, 2004).

Quando um lugar não possui atrativos turísticos, a realização de eventos pode ajudar a atrair público para essa região, o mesmo pode acontecer em regiões que recebem turistas somente durante certo período do ano, pois na baixa temporada ocorre a perda da geração de renda. A realização de eventos é uma das melhores alternativas, pois nesse período pode ocorrer uma impulsão do turismo, movimentando a economia local e regional, já que os eventos não dependem da temporada, podendo ocorrer em qualquer época do ano, favorecendo um equilíbrio na oferta e procura dos atrativos e serviços turísticos (DIAS, 2011).

Diante desse cenário, este trabalho pretende responder a problemática levantada: De que maneira os eventos contribuem para o desenvolvimento do turismo no município de Guarapari no Estado do Espírito Santo?

A abordagem acadêmica tem como objetivo geral demonstrar a importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo como atividade econômica no município de Guarapari, no Espírito Santo, tendo como norteadores os objetivos específicos, pontuar os principais eventos realizados, analisar o potencial turístico como atividade econômica, explicitar a importância dos eventos no desenvolvimento do turismo na ótica da Secretaria Municipal de Turismo, Empreendedorismo e Cultura.

Outros objetivos específicos devem ocorrer, como por exemplo demonstrar a realidade que vivemos dentro do turismo local, pois o turismo de eventos é

importante para uma cidade ou região e para o país em geral, com um vasto campo a ser explorado.

Todavia, o turismo incentiva desenvolvimento socioeconômico local e contribui para a geração de empregos e rendas e criação de infraestrutura que beneficia o turista e toda a população da cidade. Por outro lado, o turismo de eventos é uma forma de divulgar a imagem turística da cidade receptora, pois quando ocorre utiliza sua estrutura e serviço. Essa transferência de recurso financeiro, é gerada a partir de um ato de consumo, propaga-se pela economia local, contribuindo para ciclo de prosperidade econômica e, conseqüentemente, social (GOIDANICH, 1998).

O turismo de eventos tem interesse profissional e cultural por meio de congressos, simpósios, encontros culturais, festividades, entre outros, sendo uma atividade crescente e de grande potencial de crescimento. O setor de eventos está altamente atrelado ao turismo, sendo uma de suas principais ramificações (ANDRADE, 1999).

Para a realização de eventos deve ser observada uma série de exigências de mercado, observando sempre as possibilidades de entretenimento, lazer, repouso, entre diversas outras motivações, pois estes constituem um peso muito grande na composição de um produto turístico (DIAS, 2011).

O setor de turismo de eventos é a oportunidade para o desenvolvimento de agências de turismo, hospedagens, rodovias, aeroportos, comércio, mobilidade urbana e diversos outros setores. Isso é necessário, pois o crescimento da quantidade de negócios desenvolvidos por causa dos eventos é muito grande e de extrema importância para as regiões anfitriãs. O turismo de eventos nasceu com o objetivo de preparar e organizar a recepção das pessoas interessadas no evento, criando uma boa imagem daquelas regiões de interesse nacional e internacional de negócios (ALBUQUERQUE, 2004).

Dessa forma, o turismo de eventos no município de Guarapari no estado do Espírito Santo, em evidência possuirá grande oportunidade de sucesso no instante de sua

realização, mostrando assim sua importância para desenvolver o potencial turístico do presente município, tendo em vista que existe a necessidade de focar na ampliação de eventos, pois existe uma escassez o que impede o crescimento do turismo de eventos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo

O turismo é o conjunto de atividades que envolvem a movimentação de pessoas entre diferentes regiões, podendo ocorrer dentro de uma mesma cidade, estado ou país. Essas atividades que envolvem muitas áreas da ciência, como geografia, psicologia, economia, entre outras. Tudo isso é muito recente, sendo alvo de estudos econômicos e científicos desde o seu surgimento. Estes estudos visam entender e estabelecer a importância socioeconômica entre o turismo e região onde o mesmo se desenvolve (VILLELA, 2017).

O desenvolvimento turístico abrange um amplo e diversificado conjunto de atividades econômicas com importância destacada no setor de serviços, indústria e no comércio em geral. O turismo está relacionado a diversos setores, como o turismo de consumo, o turismo religioso, o turismo cultural, o turismo rural, o turismo ecológico (MATIAS, 2001).

Os turistas são considerados as pessoas que estão diretamente envolvidas no deslocamento em busca do turismo, saindo de uma região para outra por um período determinado sem a finalidade de desenvolvimento de atividades remuneradas (LEITE, 2015).

O turismo possui grande relevância na economia global, pois a movimentação turística aumenta o consumo, a produção de bens e serviços, auxiliando na geração de novos empregos (MATIAS, 2001).

O turismo permite uma viagem no tempo e no espaço, pois sua história data dos primeiros deslocamentos humanos até as fantásticas viagens turísticas espaciais, programadas para as próximas décadas. Desta forma a essência da viagem é o poder atrativo dos patrimônios naturais, denominados recursos, e dos histórico-culturais espalhados pelos mais diversos recantos do planeta. O turista tem procurado cada vez, mais novas alternativas de viagem, objetivando promover seu descanso e entretenimento, ocupando melhor o seu tempo livre (OLIVEIRA, 2000).

A atividade turística nas últimas décadas vem passando por um processo impressionante de segmentação na sua oferta, e demonstrando que é um dos principais caminhos para o desenvolvimento econômico de uma região ou país, em razão de seu envolvimento com inúmeros setores, pelas suas múltiplas ofertas e diferentes tipologias (MATIAS, 2001).

Um cenário que mostra o turismo como uma das atividades econômicas de maior crescimento no mundo, com tendência muito forte a intensificar progressivamente sua representatividade no mercado global, todas essas organizações, por menores que sejam, passam a necessitar de um eficiente gerenciamento mercadológico de suas atividades, para continuar competitivas, pois as atividades se especializam e novos destinos ganham relevo no mapa turístico mundial, exigindo iniciativas e decisões ágeis e certas (DE ROSE, 2002).

Tendo em vista mudar essa realidade a ponto de conquistar um lugar de evidência no turismo, torna-se necessário modificar os atrativos turísticos, isto é, não apenas vender a imagem, mas originar a infraestrutura fundamental para receber e ganhar o turista, sem que a presença deste provoque danos ao ambiente e aos moradores do local, melhor dizendo, criar um turismo sustentável (MOTA, 2001).

Ao analisar o fenômeno turístico, devem ser levados em conta dois aspectos importantes: o interesse dos turistas e o interesse do local que recebe os turistas. O primeiro procura regiões que oferecem atividades que ocupem seu tempo livre e que atendam a seus interesses; o segundo visa atrair os turistas para ocupar o tempo

livre dos mesmos por meio das atrações que já possui ou que pode criar. A relação entre esses dois aspectos produz solução que movimentam o desenvolvimento econômico local à proporção que se estrutura e impulsiona o setor turístico. É exatamente nesse contexto que o turismo traz resultados com o crescimento de serviços e bens, crescimento da oferta de empregos, fluxo da moeda, ascensão da qualidade social da comunidade e também o surgimento de empresas e parcerias ligado ao setor turístico (OLIVEIRA, 2000).

A crescente importância do turismo no contexto econômico-social do Brasil e do mundo vem acompanhada de um amadurecimento contínuo em estudos e planejamentos técnicos científicos que contribuem para o aperfeiçoamento das políticas privadas e governamentais voltadas para o setor (MILONE, 2000).

O conhecimento dos elementos que compõem de forma global a oferta turística de uma região deve proporcionar a oportunidade de aproveitamento integral dos recursos turísticos existentes. Por meio de um levantamento de informações, dentro desses critérios, torna-se possível conhecer o cenário turístico do polo analisado, composto não somente pelos atrativos turísticos efetivamente existentes, mas também por recursos em fase potencial (MOTA, 2001).

É sempre necessário considerar que o turismo impulsiona o desenvolvimento nacional, estadual e municipal, sendo de competência dos municípios, sob a orientação e respaldo da administração federal, assumir e intervir para obter a melhoria da qualidade de vida de suas populações e a incumbência de inventar para o grupo de cidadãos as melhores condições práticas de acesso efetivo e sem discriminação a esse segmento de atividade (MILONE, 2000).

2.2 Tipos de turismo

O turismo cultural é caracterizado principalmente pela busca de novas culturas e do conhecimento histórico e de todos os elementos significativos de determinada região. Esse tipo de turismo visa adquirir conhecimento da identidade cultural da

população daquela localidade, gerando um intercâmbio de informações. O objetivo deste tipo de turismo é a contemplação dos patrimônios materiais e imateriais, que são consolidados como atrações turísticas. Os principais locais para esse tipo de turismo são centros históricos, museus, festivais gastronômicos, ruínas, eventos culturais, sítios arqueológicos, festas típicas, entre outros, escolhidos estrategicamente (KÖHLER, 2007).

O turismo rural contempla as atividades turísticas realizadas em meio rural. Neste tipo de turismo, existe a possibilidade de contato com atividades de rotina do campo, contato com animais, cavalgada, pesca, comida caseira e diversas atividades relacionadas ao meio rural. Esse tipo de turismo pode ser realizado em sítios, fazendas e chácaras. O ecoturismo, também conhecido por turismo ecológico, contempla atividades voltadas ao contato com a natureza. As atividades podem ser trilhas, cachoeiras, acampamento, escaladas, mergulho, entre outros (MARQUES, 2009).

2.3 Eventos

Evento pode ser definido como acontecimento, acaso ou eventualidade, sendo um fato extraordinário, de modo a reunir pessoas com finalidade específica. Um evento é uma atividade social determinada, como um festival, uma festa, uma cerimônia, uma competição, uma convenção, entre outros, seja pelas pessoas que comparecem ou pelo valor e carga emotiva que um indivíduo apresenta (GIACAGLIA, 2006).

Para que um evento ocorra é necessário que haja um motivo, desse modo, o evento estará diretamente ligado a esse motivo, e somente ocorrerá por causa desse mesmo motivo. Sendo assim, um evento depende da ocorrência de algum fato, logo, um evento não é algo rotineiro, devendo propiciar uma ocasião extraordinária para o encontro de pessoas com uma finalidade em comum (ZANELLA, 2006).

Os eventos são incorporados no cotidiano de todas as pessoas, nas mais variadas situações e atividades econômicas e sociais, independente de religiões, raças e credos o fato é que acontece, tem data e horário de início e fim, realizado num tempo e local determinado, deve ser marcante, cheio de sensações, gerador de emoções para o público presente e telespectador e bem divulgado. Deve incorrer a algo novo componente e criativo como fator importante para o sucesso. Como o evento deve ser bem sucedido, durante e após a realização da eventualidade concebendo, desse modo, destaque na mídia para a cidade e para todas as entidades envolvidas (ANDRADE, 1999).

Os eventos se multiplicam em inúmeras atividades com características próprias, no entanto, segundo sua finalidade, podem admitir algumas classificações: fechado ou aberto, institucional ou promocional e por área de interesse, de acordo com cada caso (GOIDANICH, 1998).

Um evento fechado é o que envia convite no qual o público é convocado, área restrita de membros, realizados exclusivamente para convidados. Um evento aberto possui um público não definido, este tipo no geral é muito diversificado por atingir um amplo número de pessoas. Um evento institucional é aquele que visa firmar uma marca, apresentar uma proposta, firmar um conceito despertando o interesse do seu público. Um evento promocional visa a promoção da venda e solução do problema. A área de interesse pode ser o mais variado, sendo artístico, científico, cultural, cívico, desportivo, folclórico, lazer, promocional, religioso, turístico, entre outros, de acordo com a cultura local por exemplo. Os eventos podem ser de vários tipos, como exposições, encontros técnicos e científicos, festivais, excursões, casamentos, leilões, concurso, seminários, comemorações, shows, conclaves, debates, congressos, simpósios, passeatas, torneios, treinamentos, rodeios, oficinas, palestras e entre outros tipos de eventos, cada qual com suas características específicas, contudo todos com o mesmo propósito: aproximar as pessoas com o mesmo interesse, em um mesmo local e por um período de tempo determinado (BRITO, 2002).

2.4 Turismo de eventos

Em 1963, a Conferência Internacional do Turismo, organizada em Roma sobre os auspícios da ONU (Organização das Nações Unidas), elaborou a definição de visitante (turista), passando a constatar para fins estatísticos como a pessoa que vai para outro país por qualquer razão menos a de exercer uma profissão remunerada (HOLLOWAY, 1989).

Os eventos são também uma forma que as empresas de marketing utilizam para promoverem em determinadas ocasiões, como em aniversários de empresas, em feiras de negócios, em eventos desportivos e em espetáculos artísticos. Para serem realizados de uma forma perfeita, existe toda uma categoria de profissionais que se encarregam de planejar reuniões e elaborar os detalhes de um evento (KOLTER, 2000).

2.5 Sazonalidade do Turismo e o Setor de Eventos

A sazonalidade é uma qualidade que se verifica em uma estação. Em sentido amplo, corresponde a padrões constantes de desempenho ao longo de certos períodos de tempo, relacionados às diferentes estações do ano (MESQUITA, 2008).

A sazonalidade é o aumento ou a redução significativo da demanda de um produto ou serviço em determinada época do ano, ocorre sempre atrelando calendários, eventos ou algum fato previsível. Deve ser tratada como fato real, pois é um dos riscos que mais comprometem os negócios e um dos principais problemas da indústria turística. Por esse fato, a atividade turística é, de fato, uma atividade sazonal, não possuindo um fluxo constante de recebimento de turistas, mas variando de acordo com a alta e baixa temporada (SILVA, 2007).

Nenhuma cidade do mundo está imune à sazonalidade e seus custos são relativamente altos para as cidades que dependem de atividades econômicas impactadas pelas estações do ano, por isso o surgimento do termo vem de sazão

que representa exatamente isso as estações do ano. Uma das determinantes causas da sazonalidade são: clima, inatividades das empresas na alta temporada, férias escolares, hábitos e costumes da região. Trata-se de uma variação entre os fatores da oferta e da demanda de produtos, serviços, atividades econômicas ou como a disponibilidade dos turistas em viajar nas diferentes épocas do ano, impactando segmentos como turismo, lazer, esportes, comércio exterior, produção industrial enfim uma gama de atividades que tem uma variação importante de fluxo por conta de fatores determinados pelo tempo. A cidade de Guarapari tem uma função turística muito clara, que é uma das atividades mais representativas desse conjunto de atividades sazonais, veja um problema, portanto nessa região litorânea tem um regime de chuvas bastante generoso e como seus atrativos basicamente são as praias à chegada do outono e do inverno vem trazendo consigo o frio e o afastamento dos turistas, porém a oferta de produtos e serviços é mantida mesmo nessas estações na cidade (BAHL, 2003).

Com o objetivo de lidar com a baixa temporada a produção de eventos no inverno deve ser intensificada, buscando criar motivações extras, para corrigir possíveis desequilíbrios na demanda. Agendando os grandes eventos das cidades evitando sobre posição e buscando diminuir os períodos de baixa temporada (LIMA, 2002).

3 METODOLOGIA

A metodologia científica é o conjunto de procedimentos técnicos e intelectuais para a produção de ciência. Para isso, é necessário que se identifique os passos para a verificação do método científico, que permitiu a realização da pesquisa. Atualmente, os métodos científicos podem ser das mais variadas formas, determinados pelo tipo de objeto de estudo e as proposições motivadoras do estudo (GIL, 1999).

Esta é uma pesquisa descritiva, apresentando cunho bibliográfico com exploração de uma vasta bibliografia relacionada ao tema, disponível na literatura nacional, assim como em periódicos, teses e sites confiáveis. Uma pesquisa descritiva exhibe

propriedades de um determinado fenômeno ou população, estabelecendo relações entre variáveis que descreve (VERGARA, 2000).

Esta pesquisa possui um enfoque quantitativo, procurando identificar em números, informações e opiniões para classificá-los e analisá-los. Além disso, sua finalidade é obter dados de determinada população, sendo um método inerente ao intuito de descrever as características. Uma pesquisa quantitativa caracteriza-se pela quantificação, desde a coleta de informações até o tratamento por meio de técnicas estatísticas (RICHARDSON, 1999).

Esta pesquisa se classifica como quantitativa a partir do momento em que os dados apresentados serão colhidos em uma pesquisa de campo no universo pretendido e manipulados para as discussões futuras exploradas.

A presente pesquisa possui característica qualitativa, a partir do recolhimento dos dados da Secretaria municipal de Turismo, Empreendedorismo e Cultura como universo pretendido e manipulado para as discussões futuramente desenvolvidas.

O método utilizado para obter informações relacionadas ao tema será um questionário com perguntas abertas e fechadas que será respondido no universo de 13 pessoas que atuam pela Secretaria de Turismo, Empreendedorismo e Cultura (SETEC) do município de Guarapari, que será empregado para identificar a contribuição para o desenvolvimento do turismo de eventos no município.

Um questionário é uma forma de obtenção respostas às questões por uma fórmula que o próprio informante preenche, podendo conter perguntas abertas ou fechadas. Já uma entrevista é uma coleta de dados que pode ser uma conversa realizada face a face pelo entrevistador e o entrevistado, segundo o método para obter informações do assunto (CERVO, 2002).

De acordo com Richardson (2017, p. 39) “os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema,

analisar a interação entre as variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais.”.

A presente pesquisa irá coletar dados confiáveis numa mostra do universo contemplado, com base no referencial teórico apresentado. É uma parte fundamental da pesquisa, pois os resultados serão apresentados e a conclusão da pesquisa (MARCONI, 1996).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para embasar este estudo, buscaram-se informações e dados dos colaboradores da Secretaria Municipal de Turismo, Empreendedorismo e Cultura do município de Guarapari-Espírito Santo. Para tanto, aplicou-se um questionário contendo perguntas abertas e fechadas, e os resultados com respectiva análise dos dados são apresentados a seguir.

TABELA 01 - IDENTIFICAÇÃO DOS RESPONDENTES

Gênero	Masculino	30,77%
	Feminino	69,23%
Idade	Entre 20 e 30 anos	15,38%
	Entre 31 e 40 anos	30,77%
	Entre 41 e 50 anos	30,77%
	Acima de 51 anos	23,08%
.	Solteiro (a)	53,85%
	Casado (a)	38,46%
	União estável	0,00%
	Divorciado (a)	7,69%
	Viúvo (a)	0,00%
Escolaridade	Ensino fundamental	0,00%
	Ensino médio	0,00%
	Curso técnico	0,00%
	Superior cursando	7,69%
	Superior completo	38,46%
	Pós-graduação	53,85%
Há quanto trabalha na secretaria de turismo?	Até 1 ano	92,31%
	1 a 5 anos	0,00%
	5 a 10 anos	0,00%
	Mais de 10 anos	7,69%

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A tabela 1 mostra que a maioria dos colaboradores da Secretaria municipal de Turismo, Empreendedorismo e Cultura do município de Guarapari-ES é do sexo feminino, num percentual de 69,23%, correspondendo a 9 pessoas no universo de 13 pessoas que responderam à pesquisa. Esse dado deixa transparecer a influência da mulher no mercado de trabalho. Demonstra-se também na tabela 1 que 30,77% é do sexo masculino.

Em relação a faixa etária, entre 31 e 40 anos e 41 e 50 anos apresentam o mesmo percentual de 30,77%, conforme se observa na tabela 1, que também mostra que a faixa acima de 51 anos representa 23,08%, e entre 20 e 30 anos é de 15,38%, demonstrando uma acentuação de pessoas mais experientes na SETEC.

Mostra-se que solteiros(as) correspondem, respectivamente a 53,85% da SETEC e casados(as) apresentam 38,46% dos funcionários e 7,69% representa a opção de resposta “divorciado(a)”.

Demonstra-se também na tabela 1 o índice de escolaridade, o que descreve 53,85% de pessoas que possui pós-graduação, porém outros dados importantes são aos que referem ao ensino superior com 38,46% concluído e 7,69% cursando, direcionamento para uma equipe com bom nível de formação.

Por último, foi demonstrado ainda que um total de 92,31% trabalha na secretaria até um ano, o que representa um período curto de tempo nos cargos, e só 7,69% trabalha há mais de 10 anos.

TABELA 02 - IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS EM GUARAPARI

Qual a importância dos eventos turísticos como atividade econômica no município de Guarapari/ES?	Sem importância	0,00%
	Pouco importante	0,00%
	Raramente importante	0,00%
	Muito importante	100,00%
Levando em consideração o calendário anual de eventos, qual o de maior relevância no município de Guarapari- ES?	Réveillon	30,77%
	Verão	69,23%
	Carnaval	0,00%
	Festa do padroeiro São Pedro	0,00%
	Esquina da cultura	0,00%
	Festa da cidade	0,00%

	Festa da padroeira (Nossa Senhora da Conceição)	0,00%
--	---	-------

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Considera-se, como demonstrado na tabela 2 que os eventos contribuem economicamente para o desenvolvimento do turismo nesta cidade. Esse questionamento deixou evidente que os eventos turísticos têm 100,00% importância para o município de Guarapari/ES. Dias (2011) afirma que a realização de eventos impulsiona o turismo sendo assim umas das melhores alternativas, movimentando a economia local e regional, favorecendo um equilíbrio na oferta e procura dos atrativos turísticos.

Observa-se, que de acordo com o calendário anual de eventos, com o de maior relevância tende-se o Verão, com 69,23% das respostas, como se vê na tabela 2 tendo em vista que à cidade recebe o maior número de turistas nesta época do ano com estimativa de 100.00 pessoas na cidade. Coloca-se também o evento do Réveillon com importância referente a 30,77% representado na tabela 2, atendendo nos últimos anos um público aproximado de 100.00 pessoas na Praia Do Morro no município de Guarapari/ES, conforme os dados e informações obtidos pelo questionário aplicado.

TABELA 03 - IMPACTOS POSITIVOS E NEGATIVOS

Segundo a Lei complementar de Eventos nº071/2014 e nº089/2016 que estabelece normas, regras e procedimentos no município de Guarapari-ES, os Eventos podem se classificar quanto à natureza, quanto à duração, quanto à dimensão, quanto ao local. Observando este cenário quais os impactos negativos que afetam a cidade?	Aumento da população	30,77%
	Falta de água (abastecimento)	69,23%
	Segurança pública	0,00%
	Limpeza pública	0,00%
	Mobilidade Urbana	0,00%
	Saúde pública	0,00%
Observando este mesmo cenário quais os impactos positivos que afetam a cidade?	Aumento da arrecadação municipal	7,69%
	Fomento da economia local	69,23%
	Geração de emprego e renda	7,69%
	Repercussão da imagem turística da cidade	7,69%
	Investimentos	7,69%

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

No que se refere aos impactos negativos incluído neste cenário que afetam a cidade, percebeu-se que a falta de água (abastecimento) como a primeira opção

mais assinalada, com 69,23% de acordo com a tabela 3, em seguida o aumento da população com 30,77% demonstrando assim a procura dos turistas pelo município de Guarapari/ES. Para Matias (2001) a movimentação turística aumenta o consumo, a produção de bens e serviços, auxiliando na geração de novos empregos possuindo grande relevância na economia global.

Foi comprovado ainda na tabela 3 que um total de 69,23% dos impactos positivos no município é o fomento da economia local e conseqüentemente o aumento da arrecadação municipal, com 7,69% e a geração de empregos e renda, com 7,69% beneficiando o turista e toda a população da cidade, pois quando ocorrem eventos utiliza-se sua estrutura e serviço. Pode ser observado ainda que 7,69% assinalou a repercussão da imagem turística da cidade ligadamente com investimentos, com 7,69% de percentual como indica a tabela 3. Conforme Goidanich (1998) o turismo de eventos contribui para a geração de empregos e rendas e a criação de infraestrutura que beneficia o turista e toda a população, incentivando desta forma o desenvolvimento socioeconômico local, divulgando deste modo a imagem turística da cidade receptora.

TABELA 04 - ENVOLVIMENTO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO, EMPREENDEDORISMO E CULTURA

Quais as medidas atendidas pela SETEC para sanar os problemas dos Eventos municipais?	Fiscalização de eventos em massa	53,85%
	Campanhas de conscientização de descarte de lixo	0,00%
	Solicitação de mais policiamento nas ruas	0,00%
	Conscientização do uso devido da água e medidas punitivas de desperdício	46,15%
	Controle de endemias virais	0,00%
A sazonalidade impacta negativamente no município. O Turismo de Eventos pode ser organizado no período de baixa temporada como estratégia. A SETEC tem desenvolvido atividades turísticas para minimizar esses impactos?	Sim	100,00%
	Não	0,00%
Qual a dificuldade que a SETEC encontra para inserir eventos turísticos ou propor a inclusão no calendário anual do município?	Falta de apoio político	0,00%
	Desinteresse do executivo	0,00%
	Carência de incentivo	30,77%
	Inexistência de locais próprios para eventos	61,54%
	Falha de cumprimento à legislação pelos eventos	7,69%

Apesar de alguns setores da opinião pública acreditar que o Turismo é só uma prática de lazer, o SEBRAE viabiliza e programa estratégias de fomentar o Turismo de Eventos, pois acredita que essa atividade é importante para o crescimento da economia local. A SETEC tem desenvolvido projetos que favoreça o empreendedorismo turístico?

Sim	100,00%
Não	0,00%

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Os resultados da tabela 4 afirmam que 53,85% consideram a fiscalização de eventos em massa como a principal medida atendida pela Secretaria para sanar os problemas dos Eventos municipais. Coloca-se também a conscientização do uso devido da água e medidas punitivas de desperdício como se pode observar nos percentuais apresentados na tabela 4, com 46,15% das respostas como medida atendida pela SETEC.

Levando-se em consideração a sazonalidade impactada negativamente no município de Guarapari-ES, a Secretaria Municipal de Turismo, Empreendedorismo e Cultura como observa-se na tabela 4, com o percentual de 100,00% tem desenvolvido atividades turísticas usando como estratégia o Turismo de Eventos no período de baixa temporada. Segundo Lima (2002) a produção e agendamentos dos grandes eventos deve ser intensificada no inverno, com o objetivo de lidar com os períodos de baixa temporada.

Porém, analisando os resultados da tabela 4, veremos que a Secretaria encontra dificuldades para inserir eventos turísticos ou propor a inclusão no calendário anual do município devido a inexistência de locais próprios para Eventos correspondendo a 61,54% e em seguida com 30,77% de carência de incentivo e da falha de cumprimento à legislação pelos eventos, com 7,69% demonstrado na tabela 4.

4.1- Qual o público aproximado de cada evento que compõe o calendário anual do município?

Réveillon; dos últimos anos o público estimado foi de 100.000 pessoas na praia do morro

Verão; Devido à cidade estar com maiores números de turistas nesta época também vai à estimativa de 100.000 pessoas.

Carnaval; também possui essa expectativa de público mas é dividido entre praia do morro e centro da cidade nos desfile dos blocos e escolas de samba.

Festa do padroeiro São Pedro; 5.000.

Esquina da cultura; 5.000.

Festa da cidade; estimativa de 10.000 durante os 5 dias de festa.

Festa da padroeira Nossa Senhora da Conceição; este evento o município só apoia o evento não é uma realização do município onde não conseguimos estimar um público presente. Esta festa é realizada pela igreja católica do centro.

4.2 - O Turismo de Eventos tem também como finalidade a aproximação de empresas para realizar parcerias e negociar seus produtos e serviços. Quais parceiros a SETEC têm buscado para o desenvolvimento turístico do município?

R: A SETEC no atual momento tem buscado inúmeras parcerias principalmente devido a crise financeira que o país perpassa. Infelizmente Guarapari não possui em sua estrutura de comércio e lojas empresas de alto giro econômico que poderia aportar um investimento de alto valor de um evento por exemplo que foi sucesso o “ esquina da cultura”. Temos que trabalhar com projetos adaptados a realidade local para que seja possível coletar parcerias públicas privadas. Guarapari carece de um desenvolvimento industrial para fomentar a oportunidade de emprego e renda para os munícipes. Paralelo a parceria público privada a SETEC também busca captar recursos nas esferas estaduais e federais em convênios com estado e governo federal.

4.3 - Considerando que a população da cidade de Guarapari na alta temporada aumenta devido ao fluxo de turistas e por essa razão são contratados jovens

adolescentes para o serviço temporário de facilitador turístico. Segundo o site observatório do turismo do ES, afirma que o citado município é o mais lembrado e visitado entre os 78 municípios capixaba, visto que são através deles que também a história cultural do município é divulgada e o turista tem a oportunidade de além de se encantar com as belezas naturais, ter acesso a cultura local e seus atrativos turísticos, se há demanda, porque não efetivar esses cargos?

R: O projeto Facilitador Turístico é um projeto que já existe desde 2007 quando criado, funciona todo o período de alta temporada. A projeção do mesmo ser só na alta temporada e não durante o ano todo é devido a demanda que se tem na alta e não na baixa . Este ano de 2017, por exemplo, mantivemos 6 adolescentes dos 30 que trabalharam no verão para atender no CIAC na praia do morro prestando informações turísticas.

A questão desta prorrogação cabe ao prefeito municipal em dar continuidade aos projetos, pois o mesmo precisa autorizar ordenamento de despesas por contratação. Para 2018 está previsto 15 adolescentes.

De acordo com as informações obtidas com as perguntas abertas do questionário, no atual momento a SETEC tem buscado inúmeras parcerias, principalmente devido à crise financeira que o país perpassa e afirma que e infelizmente Guarapari não possui em sua estrutura de comércio e lojas empresas de alto giro econômico que poderia aportar um investimento de alto valor, como por exemplo, o evento “Esquina da Cultura”, realizado em 21,22,28 e 29 de julho de 2017, que foi um sucesso de público em relação as perspectivas esperadas. Oliveira (2000) certifica que o interesse do local que recebe os turistas traz consigo resultados no crescimento de serviços e bens, o da oferta de empregos, fluxo da moeda, ascensão da qualidade social da comunidade e o surgimento de empresas e parcerias ligado ao setor turístico.

Conforme a SETEC a cidade carece de um desenvolvimento industrial para fomentar a oportunidade de emprego e renda para os munícipes. Desta forma, como

observamos o resultado de 100,00% apresentados pela tabela 4, a Secretaria trabalha com projetos adaptados à realidade local para que seja possível coletar parcerias público privadas e busca captar recursos nas esferas estaduais e federais em convênios com Estado e Governo Federal.

Um projeto que já existe desde 2007 é o Facilitador Turístico no qual são contratados para serviço temporários jovens adolescentes que prestam informações turísticas na alta temporada devido a demanda e ao fluxo de turistas na região. Assim como mencionado no questionário, este ano de 2017, por exemplo, mantiveram seis adolescentes dos trinta que trabalharam no verão para atender no Centro Integrado de Atendimento ao Cidadão (CIAC) localizado na Praia do Morro. Segundo a resposta dos colaboradores da Secretaria a prorrogação desses cargos durante o ano todo cabe ao executivo dar continuidade ao projeto, pois o mesmo precisa autorizar ordenamento de despesas por contratação. Para 2018 está previsto 15 adolescentes para ocupar os cargos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora seja sucinto analisar seguidamente a pesquisa, de acordo com os autores pesquisados não restam incertezas que os eventos turísticos é uns dos principais caminhos que contribuem necessariamente para o desenvolvimento econômico de uma região ou país, concebendo assim geração de empregos, renda, infraestrutura e serviços para a cidade.

O desenvolvimento do presente estudo aplicado possibilitou com os dados analisados na Secretaria Municipal de Turismo, Empreendedorismo e Cultura de Guarapari que a realização de eventos impulsiona o setor de turismo gerando o fomento da economia local.

De acordo com o questionário realizado e aplicado na Secretaria Municipal De Turismo, Empreendedorismo e Cultura alcançaram-se dados que apontam a busca incessante de parcerias e recursos com a finalidade de investimentos em eventos,

nesse contexto ficou evidente que Guarapari carece e tem a necessidade de focar na ampliação de eventos sucedendo assim o crescimento do turismo de eventos.

Dada relevância do assunto, torna-se essencial o aumento de projetos adaptados à realidade, que visem a redução da sazonalidade para corrigir possíveis desequilíbrios na demanda de produção de eventos impactadas pelas estações do ano, intensificando e agendando os mesmos no inverno.

Conclui-se, portanto, que o turismo de eventos é extremamente responsável com uma ampla área a ser explorada, pois é o propulsor do desenvolvimento turístico, contornando os efeitos da alta e baixa estação, tendo como objetivo fomentar a economia, desempenhando um significativo desenvolvimento local, criando e buscando eventos turísticos em seu calendário anual. Aguarda-se, com este estudo atribuir sequência, pretendendo um máximo de conhecimento, com grande importância e colaborar para o avanço deste segmento de turismo em nossa cidade.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Soraya Sousa. **Turismo de Eventos: A Importância dos Eventos para o Desenvolvimento do Turismo**. Monografia. Brasília: UnB, 2004.

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de Eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.

BAHL, Miguel. **Eventos: A importância para o turismo do terceiro milênio**. 1ª ed. São Paulo: Roca, 2003.

BRITTO, Janaina e Fontes, Nena. **Estratégias para eventos**. São Paulo: Editora Aleph, 2002.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

DE ROSE, Alexandre Turatti. **Turismo: planejamento e marketing: aplicação da matriz de portfólio para destinações turísticas**. Editora Manole Ltda, 2002.

DIAS, Juliane; MARTINS, Larissa Mongrue. **Turismo de eventos e o potencial dos eventos técnicos científicos**. In: VII ENPPEX. 9. 2011, Campo Mourão. Anais da

VII ENPPEX: Campo Mourão: Faculdade Estadual de Ciências e Letras de Campo Mourão, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

GOIDANICH, Karin Leyser; MOLETTA, Vania Beatriz Florentino. **Turismo esportivo**. v. 3. Porto Alegre: SEBRAE-RS, 1998.

HOLLOWAY, Joseph Christopher. **The Business of Tourism**. Pitman Publishing, 3ª ed, Grã-Bretanha, 1989.

KÖHLER, André Fontan. DURAND, José Carlos Garcia. **Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências**. 2007.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10ª ed., São Paulo: Prentice Hall. 2000.

LEITE, Beatriz Aparecida Silva; KANIKADAN, Andréa Yumi Sugishita. **Economia e negócios: o turismo religioso**. 2015. Disponível em: <<http://www.correiadoestado.com.br/opiniaio/economia-e-negocios-o-turismo-religioso/249659/>>. Acesso em: 29 nov. 2017.

LIMA, Leonardo. **Encontro de Vereadores de Três Lagoas**. 2014.

LIMA, Nezuty. **Manual de Turismo. Turismo nossa maior riqueza**. 9ª ed. v.1. Guarapari: 2002.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração e interpretação de dados**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARQUES, Priscilla Carla Leite. **Turismo, migração e globalização: analisando a construção de identidades culturais em destinações turísticas**. In: Reunião de Antropologia do Mercosul, Buenos Aires, 2009. Anais da VIII Reunião de Antropologia do Mercosul. Buenos Aires: UNSAM, 2009.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: procedimentos e técnicas**. São Paulo: Manole, 2001.

MESQUITA, José Marcos Carvalho. **Retail Industry: Seasonality in Sales, and Financial Results**. Academy of International Business Annual Conference. Anais da Academy of International Business Annual Conference. Milão: 2008

MILONE, Paulo César; LAGE, Beatriz Gelas. **Turismo: teoria e prática**. 1ª. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MOTA, K. C. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. São Paulo: Atlas, 2000.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA, M. D. **Governança Territorial No Arranjo Produtivo Local de Turismo de Bonito/ Serra da Bodoquena e o Desenvolvimento Local**. Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Local. Dissertação de Mestrado. Universidade Católica Dom Bosco. Campo Grande: UCDB, 2007.

SENAC, DN. **Eventos: Oportunidades de novos negócios**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional. 2000.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

VILLELA, João Pedro. **O turismo e a perspectiva social e economicista de sua indústria**. 2017.

ZANELLA, José Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. 2003, Atlas.

APÊNDICE1

Questionário Aplicado

Este questionário de pesquisa acadêmica tem por finalidade responder aos questionamentos levantados no presente trabalho de conclusão de curso, que tem como tema Turismo de Eventos no município de Guarapari ES realizado por mim, Guilherme de Souza discente do curso de Administração, cursando o oitavo período. Solicito a colaboração dos funcionários da Secretaria de Turismo, Empreendedorismo e Cultura da Prefeitura Municipal de Guarapari que venham responder com sinceridade as questões abordadas e lembrando que de forma alguns nomes ou cargos serão divulgados na pesquisa. O objetivo é colher dados que serão manipulados para uma amostragem.

Grato;
Guilherme de Souza.

Perfil dos entrevistados

1- Genero

Masculino Feminino

2- Idade

20 a 30 anos 31 a 40 anos 41 a 50 anos mais de 51 anos

3- Estado Civil

Solteiro(a) União estável Casado(a) Divorciado(a) Viúvo(a)

4- Escolaridade

Ensino fundamental Ensino médio Curso técnico
 Superior cursando Superior completo Pós-graduação

5- Tempo de serviço que trabalha na Secretaria Municipal de Turismo, empreendedorismo e Cultura.

Até 1 ano 1 a 5 anos 5 a 10 anos mais de 10 anos

6- Qual a importância dos Eventos Turísticos como atividade econômica no município de Guarapari- ES?

Sem importância Pouco Importante Raramente importante Muito importante

- 7- Levando em consideração o calendário anual de Eventos, qual o de maior relevância no município de Guarapari- ES?
- Réveillon Verão Carnaval Festa do padroeiro São Pedro Esquina da cultura Festa da cidade Festa da padroeira Nossa Senhora da Conceição
- 8- Segundo a Lei complementar de Eventos nº071/2014 que estabelece normas, regras e procedimentos no município de Guarapari-ES, os eventos podem se classificar quanto à natureza, quanto à duração, quanto à dimensão, quanto ao local. Observando o cenário quais os impactos negativos que afetam a cidade?
- Aumento da população Limpeza pública
 Falta de água (abastecimento) Mobilidade urbana
 Segurança pública Saúde pública
- 9- E quais os impactos positivos?
- Aumenta a arrecadação municipal Fomenta a economia Local
 Geração de emprego Repercussão da imagem turística da cidade
 Investimentos
- 10- Quais as medidas atendidas pela SETEC para sanar os problemas dos Eventos municipais?
- Fiscalizar os Eventos em massa
 Campanhas de conscientização de descarte de lixo
 Mas policiamento efetivo nas ruas
 Conscientização do uso devido da água e medidas punitivas de desperdício
 Controle de endemias virais
- 11- A sazonalidade impacta negativamente no município. O Turismo de Eventos pode ser organizado no período de baixa temporada como estratégia. A SETEC tem desenvolvido atividades turísticas para minimizar esses impactos?
- Sim Não
- 12- Qual a dificuldade que a SETEC encontra para inserir eventos turísticos ou propor a inclusão no calendário anual do município?
- Falta de apoio político Desinteresse do executivo Carência de Incentivo Inexistência de locais próprios para Eventos
- 13- Apesar de alguns setores da opinião pública acreditar que o Turismo é só uma prática de lazer, o SEBRAE viabiliza e programa estratégias de fomentar o Turismo de Eventos, pois acredita que essa atividade é importante para o crescimento da economia local. A SETEC tem desenvolvido projetos que favoreça o empreendedorismo turístico?
- Sim Não

APÊNDICE 2

14- Qual o público aproximado de cada evento que compõe o calendário anual do município?

- Réveillon
- Verão
- Carnaval
- Festa do padroeiro São Pedro
- Esquina da cultura
- Festa da cidade
- Festa da padroeira Nossa Senhora da Conceição

15- O Turismo de Eventos tem também como finalidade a aproximação de empresas para realizar parcerias e negociar seus produtos e serviços. Quais parceiros a SETEC têm buscado para o desenvolvimento turístico do município?

16- Considerando que a população da cidade de Guarapari na alta temporada aumenta devido ao fluxo de turistas e por essa razão são contratados jovens adolescentes para o serviço temporário de facilitador turístico. Segundo o site observatório do turismo do ES, afirma que o citado município é o mais lembrado e visitado entre os 78 municípios capixaba, visto que são através deles que também a história cultural do município é divulgada e o turista tem a oportunidade de além de se encantar com as belezas naturais, ter acesso a cultura local e seus atrativos turísticos, se há demanda, porque não efetivar esses cargos?

ANEXO

CALENDÁRIO ANUAL DE EVENTOS DE GUARAPARI

JANEIRO	FEVEREIRO	JUNHO	JULHO	SETEMBRO	DEZEMBRO
RÉVEILLON	DESFILÉ DE BLOCOS E ESCOLAS CENTRO	FESTA DE SÃO PEDRO	ESQUINA DA CULTURA	FESTA DA CIDADE	FESTA DA PADROEIRA N ^a SR ^a DA CONCEIÇÃO
VERÃO	SHOWS CARNAVAL PRAIA DO MORRO				