

## **Turismo de Eventos e Negócios em Campo Grande/MS: uma Análise Histórica Dentro do Turismo, Abordando a Qualificação Receptora Interna de Hotéis da Capital**

**Resumo:** Hodiernamente é sabido que o mercado mundial de consumo turístico no segmento de negócios e eventos é gerador de boa porcentagem da receita econômica global, sendo assim, a qualificação dos atores que estão diretamente ligados a este segmento do mercado do Turismo é algo de suma importância para ser analisado e planejado. O objetivo deste artigo *a priori* e *a posteriori* é analisar a qualificação receptiva à turistas por parte dos hotéis em Campo Grande. Para tanto, foram utilizadas três metodologias de pesquisa, sendo estas, o método de pesquisa quali-quantitativa, o método de observação assistemática não-participante e o método histórico, juntamente com os dados extraídos de materiais de pesquisas diversos. Os procedimentos para a execução das pesquisas foram executados na modalidade de pesquisa aplicada de caráter exploratório indutivo, partindo do problema de receptividade de turistas de negócios e eventos em Campo Grande, visando identificar e criar instrumentos e/ou políticas contra qualquer óbice que possa ser prejudicial para o desenvolvimento do turismo de eventos e negócios na Capital sul-mato-grossense. Ao se concluir este artigo foram observados que realmente o turismo de negócios e eventos é uma realidade na Capital que tende a crescer mais ainda como apontam as pesquisas, porém ainda há alguns problemas que merecem a atenção das autoridades competentes.

**Palavras-chave:** Segmento; Mercado; Filosofia; Teologia; Turismo.

**Summary:** Today is know that the world market for tourist consumption in the business segment and events is good percentage generator economic global revenue, therefore, the qualification of the actors that are directly linked to this segment of the market Tourism is something of utmost importance to be parsed and planned. The purpose of this article *a priori* and the *posteriori* is to analyze the qualification receptive to tourists from hotels in Campo Grande. To this end, we used three methodologies, the qualitative-quantitative research method, the method of quantitative unsystematic observation not end and the historical method, along with the data extracted from various research materials. The procedures for the implementation of surveys were carried out in the mode of applied research of exploratory inductive character, leaving the problem of receptivity to tourists and business events in Campo Grande, aiming to identify and create instruments and/or policies against any obstacles that may be detrimental to the development of tourism and business in the capital of Mato Grosso do Sul. To conclude this article were observed that really the business tourism and events is a reality in the Capital that tends to grow even more as point research; however, there are still some issues that deserve the attention of the competent authorities.

**Keywords:** Segment; Market; Philosophy; Theology; Tourism.

## Introdução

O mercado do Turismo atualmente é responsável pela geração de milhares de empregos, rendas financeiras, desenvolvimento social, cultural e econômico no mundo, como bem apontam as pesquisas e trabalhos desenvolvidos nesta área desde quando se associou estudos sociais, antropológicos e demais estudos congêneres, ao Turismo.

Mas, qual é a importância hoje, de se ter um mercado tão amplo e tão importante como este, com uma ótima qualificação profissional no que diz respeito à sua mão de obra? Quais são os impactos sofridos por uma região ou destino turístico que é bem requisitado por turistas, porém em contrapartida, não possui um quadro de profissionais qualificados para receber essa malha de consumidores em seu universo de atrativos turísticos?

Um dos “10 Mandamentos do Turismo”, ou seja, um dos 10 princípios do Turismo, o (*Global Code of Ethics for Tourism*, Código Global de Ética para o Turismo, tradução nossa) segundo a (UNWTO, Organização Mundial de Turismo), é o artigo 6, que precisamente reza dentro dos 6 parágrafos que o compõe, sobre as obrigações que os profissionais e idealizadores do Turismo têm para com seu respectivo público.

Iniciaremos a primeira parte deste artigo referente à qualificação dos idealizadores e prestadores de serviços do turismo de negócios e eventos em Campo Grande, tomando como fulcro, as conceituações de atividades similares ao Turismo e o conceito do que é o Turismo, ou seja, como os autores e teóricos entendem sobre o conceito do que vem a ser o Turismo, fazendo um recorte histórico com algumas das principais teorias já desenvolvidas especialmente sem menoscarar dessa discussão dialética, a principal teoria, que é a teoria desenvolvida pela OMT, para tornar a compreensão não só do tema abordado, mais fácil para o leitor como de igual modo, trazer um panorama histórico do que vem a ser Turismo para facilitar o acesso à esta área do conhecimento para os leitores não-familiarizados.

Destarte, para que não venhamos, como diria Aristóteles<sup>1</sup> “cair” em aporia, traremos

XII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil

---

<sup>1</sup> Aristóteles para falar sobre dificuldades e problemas obscuros nas discussões filosóficas, utilizava a palavra grega *aporía* (obs. no texto original a primeira letra *Alfa* da palavra “aporía” aparece com sinal de espírito lenis e um acento agudo no *Iota*). Cf. Aristóteles *Metafísica*. Saggio introdutivo e commentario, Giovanni Reale da presente edição, Vita e Pensiero, Milano. São Paulo. Loyola, 2002. ISBN 88-343-0541-8.



também neste trabalho o significado de turismo de eventos e negócios que, não obstante hodiernamente, constitui-se dentro do Turismo um casal entre dois tipos de segmentos perfeito, assim como o mais famoso casal de deuses da mitologia romana, Juno e Júpiter.

Todavia, tomamos também como pontos referenciais para a discussão alguns dos principais teóricos do Turismo nacional como por exemplo: Beni (2001), Andrade (2000), Ignarra (2011), Lohmann e Panosso Netto (2012), entre outros; e alguns dos poucos trabalhos elaborados e publicados na área, sendo estes: o artigo de Michelli Bento Costermani chamado: *Análise e avaliação do turismo de eventos e lazer em Campo Grande – MS: desenvolvimento socioeconômico e cultural local*. E também frequentamos o artigo de Ricardo Alexandre Paiva, sobre turismo de eventos e megaeventos chamado: *Eventos e megaeventos: ócio e negócio no turismo*, que foi publicado na revista (RB TUR), muito embora este artigo não circunscrever o âmbito puramente voltado para o turismo de negócios e eventos em Campo Grande, todavia, nos ajudou a traçarmos alguns pontos relevantes para a compreensão do tema abordado no presente trabalho.

Logo, a partir destes pontos referenciais, pudemos discutir sobre a capacitação dos hotéis de Campo Grande que é a segunda parte deste trabalho, de forma mais elucidada, tendo em vista que esses mesmos hotéis como atores, participam em um dos principais ramos de atividades do Turismo, o turismo de negócios e eventos.

Todavia, no afã através de pesquisas quali-quantitativas, observação assistemática não-participante, e o método histórico, almejou-se como objetivo geral deste trabalho, compreender melhor este segmento tão amplo no mercado do Turismo e consequentemente como objetivos específicos identificar pontos benéficos e maléficos resultantes deste segmento para o Turismo em Campo Grande, podendo assim talvez criar políticas ou ferramentas de prevenção contra as deficiências que forem observadas no universo de nossa pesquisa nas conclusões finais que é a terceira parte do trabalho, a parte final.

Logo, como justificativa para a elaboração deste artigo, tomamos a singular importância

social de se compreender melhor este segmento do Turismo em Campo Grande, analisando sua estrutura interna para se constatar e tentar combater falhas ou deficiências por parte de seus idealizadores e prestadores de serviços, ou seja, os órgãos e/ou entidades responsáveis, tanto por parte da iniciativa pública quanto privada; combater ou prevenir na realidade, o que futuramente possa colocar em risco o “carro-chefe” do turismo em Campo Grande.

Evidentemente, tomamos o cuidado de elaborar este trabalho, com muita cautela (multi)disciplinar, sob uma perspectiva ótica além de puramente científica, um tanto que filosófica, especificamente ao utilizarmos no Resumo, as palavras *a priori* e *a posteriori*, onde nós tomamos ambas as palavras em seus respectivos significados de acordo com a visão filosófica dos termos pelo filósofo alemão Immanuel Kant (1724-1804)<sup>2</sup>.

Ao concluirmos este trabalho, evidenciamos a grande importância do turismo de eventos e negócios para Campo Grande, pois o mesmo constitui-se de fato hoje, como sendo fator principal de viagens turísticas para Campo Grande.

## **1 Relevância de mercado do tema abordado e a importância de se conhecer os fundamentos de uma área do saber humano**

### **1.1 Relevância de mercado do tema do trabalho**

De acordo com a (ABEOC, Associação brasileira de empresas de eventos), em uma matéria do dia 31 de janeiro de 2017, o turismo de negócios e eventos é o terceiro principal motivo da vinda de turistas estrangeiros para o Brasil, que por sua vez gastam 3 vezes mais que o turista de lazer (mais de US\$ 300/dia).

Hodiernamente na capital do estado de Mato Grosso do Sul, o turismo de eventos e negócios é a “jugular” do seu corpo turístico, sendo o maior fator de atração de visitantes turistas no município, onde segundo dados do (BOLETIM OBSERVATÓRIO DE CULTURA E TURISMO EM CAMPO GRANDE), de junho de 2017, o principal motivo de visitação em Campo Grande oscila entre turismo de eventos e negócios e turismo de lazer, não obstante de acordo com o (PLANO MUNICIPAL DE TURISMO, 2017 – 2027 CAMPO GRANDE),

XII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUAÇU

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil

---

<sup>2</sup> Cf. KANT, Immanuel. *Crítica da razão pura*. Versão eletrônica. Tradução J. Rodrigues de Menege.

Cf. KANT, Immanuel. *Crítica da razão pura*. Tradução de Valério Rohden e Udo Balduur Moosburger. São Paulo – SP. Nova Cultural Ltda, 1999.

o município de Campo Grande é mais vocacionado para turismo de eventos e negócios.

### **1.2 Relevância de se conhecer os fundamentos de uma área do saber humano**

Deveras, para entender-se uma determinada ciência, área de estudo suas tecnologias e meandros, para que a partir de então se possa delinear a sua importância de mercado, faz-se mister que primeiramente, conheçamos bem os fundamentos desse objeto de especulação, que é uma das principais etapas no ato da aprendizagem e apreensão de um objeto.

René Descartes, criador das famosas coordenadas cartesianas, dava tanta importância para os princípios e fundamentos na área do conhecimento, que ele tinha um método interessante de aprender e apreender o conhecimento de todas as áreas do saber, ou pelo menos aquilo que ele estudava, através da aquisição efetiva e sobretudo, completa da Matemática que ele chamava de Matemática universal, vejamos:

Eu, porém, consciente da minha fraqueza, decidi observar pertinazmente na busca do conhecimento das coisas uma ordem tal que, principiando sempre pelos objectos (sic) mais simples e mais fáceis, nunca passe a outros sem me parecer que os primeiros nada mais me deixam para desejar. Foi por isso que cultivei até agora, tanto quanto pude, essa Matemática universal, de maneira que julgo poder tratar daqui por diante as ciências mais elevadas, sem a elas prematuramente me aplicar (DESCARTES, 1628, p. 15-16).

Segundo Andrade M. M. (2010), ao falar dos métodos de procedimentos para pesquisa, a autora discorre sobre a importância do método histórico para se entender um determinado assunto conhecendo-o pela sua raiz.

De acordo com Lakatos e Marconi (2011), no âmbito de pesquisas sociais o método de investigação histórico sobre as raízes de uma sociedade é de fundamental importância.

## **2 Meandros do Turismo**

Em verdade como é sabido, o Turismo é uma das atividades mais complexas de se definir, não só sua filosofia interna de atuação, epistemologia, primórdios e significado, como de igual modo seu leque de atuação no mercado de trabalho, ou seja, suas áreas de atuação classificadas por modalidades e abrangência no seu campo atuacional.

Evidentemente, sobre essas questões referente à dificuldade sobre se definir o que de

fato vem a ser o Turismo, o professor Mário Carlos Beni deixou bem evidente em seu principal livro, sobre as questões de conceituações, definições, epistemologia etc..

Beni insere em sua obra também, os próprios aplicativos de fontes de pesquisas informativas sobre dados indicadores do Turismo que ele mesmo desenvolveu, como é o caso do (SISTUR<sup>3</sup>) que faz parte de sua tese de Doutorado do ano de 1988; não só seus próprios aplicativos aferidores como também de outros autores do Turismo mundial. Por fim, Beni nos expõe vários exemplos de tipos de turismo, seus respectivos significados, explica-nos sobre como elaborar questionários para pesquisas quantitativas sobre valores de gastos por parte dos turistas em viagens turísticas, nível de satisfação referente às viagens e aos produtos turísticos oferecidos e também ensina como fazer o cruzamento entre esses dados para obtermos respostas para nossas problemáticas em pesquisas científicas na área do Turismo (BENI, 1998).

### **3 Atividades similares ao turismo, definições e conceitos de turismo**

#### **3.1 Atividades similares ao Turismo**

As atividades turísticas ou pelo menos o que nós compreendemos como sendo o Turismo fora dos seus padrões hodiernos simétricos de análise estrutural, regido por suas poucas e parcas leis imanentes, auxiliadas por outras disciplinas que as complementam, começou bem antes de Thomas Cook, que foi quem regularizou algo que em um passado muito distante já existia, pelo menos de forma grosseira. Segundo Ignarra (2011), as atividades turísticas são tão antigas que datam de milênios antes de Cristo, sendo assim, fazemos questão de trazer-vos à memória aqui neste trabalho, pelo menos 2 exemplos de atividades similares ao Turismo, dos vários existentes.

##### **3.1.2 Teologia como auxílio a compreensão do Turismo**

O primeiro exemplo que nós citamos, de algo similar ao Turismo, deu-se nos tempos

---

<sup>3</sup> Sistema de informações turísticas.

antes de Cristo, como bem é mencionado por Andrade (2000), ou seja, ainda no período bíblico conhecido pelos teólogos como período veterotestamentário, na época em que vivera o maior legislador que o povo de Israel já conheceu (h#m, *Mosheh*, transliteração nossa), que traduzido do hebraico para o português significa (Moses ou retirado da água, tradução nossa), que foi quem consolidou os 613 parâmetros do Antigo Testamento que constituí o corpo da Lei do povo de (hwhy, *YHWH*<sup>4</sup>, transliteração nossa), Deus.

A passagem bíblica que relata o fato histórico, encontra-se no Livro de Números (rbdmb rps,,,,, *Sefer Bemidbar*, transliteração nossa), no capítulo de número 13 e versículo de número 2, onde a passagem diz: “envia homens que espiem a terra de Canaã, que eu hei de dar aos filhos de Israel; de cada tribo de seus pais enviareis um homem, sendo cada qual maioral entre eles. ”

Peremptoriamente, quando um exegeta<sup>5</sup> ou hermenauta<sup>6</sup> se predispõem em seus misteres de interpretar a Bíblia Sagrada, ou como diria Santo Agostinho<sup>7</sup> os Livros Santos para se compreender o que ali escrito está, eles não podem tomar um texto isolado de seu contexto que são os 2 versículos anteriores e os 2 versículos posteriores ao versículo estudado e interpretá-lo isoladamente, se eles tomam passagens isoladas da Bíblia desconsiderando esta regra básica da exegese<sup>8</sup> bíblica, eles podem incorrerem em erros crassos de hermenêutica.

A Teologia por deter uma série de ferramentas exclusivas para se fazer análise e interpretação de textos, como é o caso da exegese bíblica, pode e muito auxiliar na interpretação e análise de textos voltados para a área do Turismo.

### **3.2 Filosofia como auxílio a compreensão do Turismo**

XII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil

---

<sup>4</sup> Tetragrama correspondente a *Yahweh* que é o Nome sagrado de Deus que os judeus não podem pronunciar.

<sup>5</sup> Indivíduo que realiza exegese (p. ex., da Bíblia, de uma lei); comentarista, intérprete.

<sup>6</sup> Intérprete da lei; jurista, jurisconsulto.

<sup>7</sup> Importante Teólogo do séc. III de nossa era.

<sup>8</sup> Comentário ou dissertação que tem por objetivo esclarecer ou interpretar minuciosamente um texto ou uma palavra.

Bem, agora passaremos a expor o segundo exemplo, vale ressaltar, de atividade similar ao Turismo que não tem nada que ver com o Turismo propriamente dito no sentido *lato* da palavra hodiernamente.

Nós podemos evidenciar uma dessas atividades similares ao Turismo em um dos vários diálogos socráticos que escrevera Platão ou Arístocles, chamado *Fedro ou da Beleza*, neste diálogo Sócrates após caminhar descalço como lhe era costumeiro, conversava com Fedro sobre o belo discurso de Lísias, onde em determinada altura da conversação, eles chegam a um lugar esplendido segundo o que o próprio Sócrates relata.

Porém o que é mais notório, é que Sócrates afirma com todas as letras gregas, que um estrangeiro ao chegar naquela região ou podemos até nos atrever a dizer aqui “ponto turístico”, não encontraria melhor (οδηγεω), ou traduzindo de acordo com o *Dicionário bíblico de Strong*, do grego para o português, “guia” do que Fedro, ou seja, alguém que conhecesse bem o local visitado para poder dar melhores informações sobre, e conseqüentemente guiar pelo local.

Contudo, temos na Filosofia não só Platão, mas uma gama de pensadores, que desenvolveram suas próprias filosofias, métodos de pesquisas e através desses conhecimentos podemos nos valer e muito de suas descobertas no campo das ciências exatas e humanas como auxílio a compreensão do Turismo.

### **3.3 Definições e conceitos de Turismo**

Obviamente, há mister salientar a importância da História para o Turismo no âmbito do conhecimento acadêmico, o que implica necessariamente estabelecê-lo como fenômeno historicamente localizado, isto é claro que, na área da educação surtira um prodigioso efeito de compreensão para poder apreende-lo justificando-o como objeto de estudo, como bem é mencionado por Haroldo L. Camargo no livro *Turismo: como aprender, como ensinar* organizado por (TRIGO, 2003).

No tocante a definição do que é Turismo propriamente dito, alguns teóricos assim como (BENI, 2001; ANDRADE, 2000; LOHMANN e PANOSSO NETTO, 2012; IGNARRA, 2011), entendem que o turismo é um fenômeno.



Segundo a enciclopédia de turismo de Jafar Jafari, nós encontramos uma definição de Turismo um tanto que não muito usual por parte dos principais autores de Turismo, onde ele considera o Turismo como uma indústria multisetorial: “*As the scope and range of topics covered in this encyclopedia reveal, tourism is indeed a challenging multisectoral industry and a truly multidisciplinary field of study*” (JAFARI, 2000, p. 618).

Assim como Jafar Jafari, outros autores também consideram o Turismo como uma espécie de indústria, como por exemplo Urry (2001), e Swarbrooke (2003).

Por outro lado, José Vicente de Andrade traz em seu livro *Turismo Fundamentos e dimensões*, uma série de autores com suas definições sobre o Turismo que constitui hoje, como sendo algumas das mais importantes já elaboradas:

Turismo é “o conjunto das inter-relações e dos fenômenos que se produzem como conseqüências (sic) de viagens e das estadas de forasteiros, sempre que delas não resulte um assentamento permanente nem que eles se vinculem a alguma atividade produtiva”, de acordo com (HUNZIKER; KRAPF, apud ANDRADE, 1998, p. 37).

Para Mathiot<sup>9</sup>: “turismo é o conjunto de princípios que regulam as viagens de prazer ou de utilidade, tanto no que diz respeito à ação pessoal dos viajantes ou *turistas* como no que se refere à ação daqueles que se ocupam em recebê-los e facilitam seus deslocamentos. ”

De acordo com Schullard<sup>10</sup>, o Turismo é “a soma das operações especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionadas com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região. ”

Por fim, nós encontramos em uma tese de Mestrado muito bem desenvolvida sobre hotelaria de Maria Oliveira, o conceito de Turismo da (OMT), como sendo “o conjunto de

XII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil

---

<sup>9</sup> Ibid., p. 36.

<sup>10</sup> Ibid., p. 33.

atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros. ”

#### 4 Definições de turismo de eventos e negócios

Bem, iremos agora trazer algumas definições preliminares sobre o turismo de eventos e negócios, tencionando a compreensão subjaz as suas particularidades que na realidade são de singular importância para compreensão desse segmento do mercado do Turismo.

Segundo Zanella:

Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos científicos etc. (ZANELLA, 2012, p. 01).

Segundo o Manual de Eventos ANAC, agência nacional de aviações, eventos pode ser definido como:

[...] uma concentração de pessoas e/ou entidades realizada em data e local previamente estabelecido e com objetivo específico. Ferramenta fundamental nas relações públicas, os eventos buscam atrair estrategicamente a atenção de determinado público – principalmente formadores de opinião – a fim de agregar valor à imagem da instituição, por meio de acontecimento concebido e planejado para atingir os resultados almejados (MANUAL DE EVENTOS ANAC, AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÕES, p. 11).

Já por outro lado, o turismo de negócios ou *business tourism* em inglês, segundo Beni (2001), há pelo menos dois tipos de turismo de eventos, o turismo de megaeventos que é denominação dada a grandes eventos culturais, desportivos e religiosos que, por suas características internacionais, estimula a atenção nacional e maciço fluxo turístico; e o turismo de eventos fixos, sazonais, de oportunidade e monotemáticos que se refere as realizações constantes de calendários de eventos fixos como feiras, exposições e festas regionais e nacionais.

Segundo Pelizzer (2005), negócios possui uma série de variações de termos:

Hoje existem inúmeros termos que nos permitem enfocar vários novos conceitos. Trata-se dos termos “viagens de negócios”, “turismo de negócios”, “turismo de eventos”, “turismo corporativo”. Todos esses termos referem-se a

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil

negócios, portanto o que pode diferenciá-los é o foco do termo  
(PELIZZER, 2005, p. 30).

No que diz respeito às questões qualitativas do turismo de negócios e seus adeptos, Kurt Krapf tem uma importante tese de doutoramento para aceder ao posto de professor numerário na Universidade de Berna em 1953, sobre consumo turístico, onde ele diz, que as razões que influenciam os deslocamentos dos homens de negócios não têm nada que ver com seu bem-estar físico ou psíquico, todavia, seus deslocamentos têm caráter heterônomo: “[...] *los hombres de negocio buscan objetivos que nada tienen que ver con su bienestar físico o psíquico; su desplazamiento tiene, por tanto, carácter heterónimo.*”

## **5 Turismo de eventos e negócios mundial, Campo Grande em relação às outras cidades neste segmento**

Segundo dados do (IBGE, 2017), a população estimada de Campo Grande para 2018 foi de 885.711 pessoas, no censo de 2010 a quantidade era de 786.797 pessoas, o PIB per capita é de 28417,05, a densidade demográfica do município de 97.22 hab/km<sup>2</sup>.

A nível mundial de acordo com Jeanine Pires Professora e empresária, com 19 anos de experiência em turismo e eventos, Diretora da Pires & Associados e Presidente do Conselho Consultivo da WTM Latinamerica, ela traz em seu Blog uma lista elaborada pela Euromonitor International, com a lista das 100 principais cidades do mundo em chegadas de turistas internacionais, os dados de 2017 foram elaborados com previsão para até 2025, segue a lista com 5 dessas principais cidades:

- 1º Lugar: Hong Kong 26.6 milhões de visitantes;
- 2º Lugar: Bangkok 21.2 milhões de visitantes;
- 3º Lugar: London 19.2 milhões de visitantes;
- 4º Lugar: Singapore 16.6 milhões de visitantes;
- 5º Lugar: Macau 15.4 milhões de visitantes.

Por outro lado, a nível nacional de acordo com o (BOLETIM DE INTELIGÊNCIA DO SEBRAE, 2015), as cidades mais visitadas do Brasil por estrangeiros turistas de negócios são:

XII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil

- 1º Lugar: Rio de Janeiro 34%;
- 2º Lugar: São Paulo 16,4%;
- 3º Lugar: Manaus 6%;
- 4º Lugar: Foz do Iguaçu 5,8%;
- 5º Lugar: Belém 4,4%;
- 6º Lugar: Salvador 4,3%.

## 6 Principais locais de eventos em Campo Grande

Campo Grande além de ser um município muito visitado por turistas, possui também uma gama de locais para realização de eventos segundo o site da (SECTUR, Secretária Municipal de Cultura e Turismo), como são muitos colocaremos apenas alguns, desses locais de eventos:

- Autódromo Internacional Orlando Moura;
- Centro de Convenções Arquiteto Rubens Gil de Camillo;
- Círculo Militar de Campo Grande;
- Estádio Universitário Pedro Pedrossian – Morenã;
- Ginásio Poliesportivo Avelino Dos Reis – Guanandizão;
- Parque de Exposições Laucídio Coelho;
- Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS;
- Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – UEMS.

## 7 Resultados das pesquisas

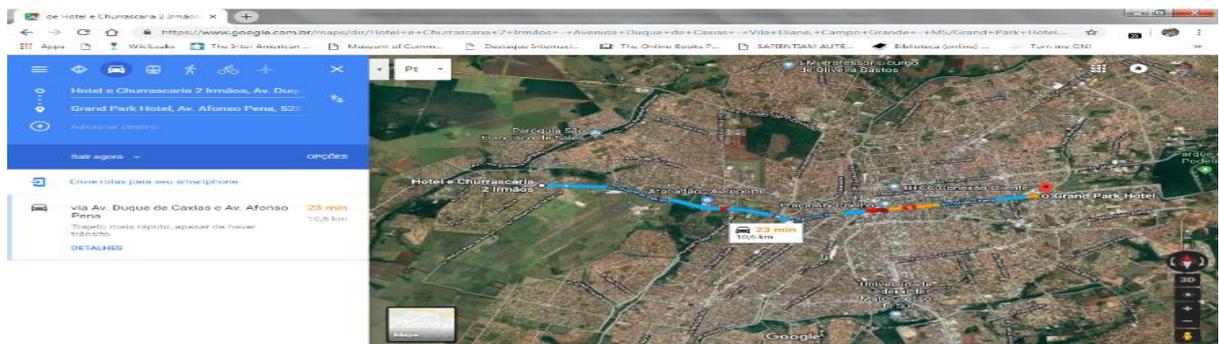
Agora que já foi exposto em capítulos anteriores, a parte didática e *a priori* do nosso trabalho, trataremos neste capítulo sobre os dados coletados pertinentes à pesquisa de campo, onde iremos esboçar em forma de gráfico e tabela a seguir os resultados coletados, quando na realidade após algumas visitas *in loco* à alguns locais de evento, nós pudemos evidenciar também algumas falhas por parte dos organizadores, como por exemplo a falta de ambulâncias

do corpo de bombeiro na área externa de alguns dos locais visitados para dar suporte caso houvesse algum acidente grave.

Sobre hotéis, segundo Andrade (2000), o hotel mais antigo do mundo é o Wekalet Al – Ghury no Cairo, porém sabemos que atualmente em atividade o hotel mais antigo é o hotel Nishiyama Onsen Keiunkan, construído no ano 705 d. C.

Nós coletamos de forma presencial através de questionários, 25 pesquisas em 25 dos principais hotéis da área central de Campo Grande que ficará mais bem exposto através de uma imagem de satélite da região onde foi feito a pesquisa, tabela, quadro com o questionário que foi elaborado sob forma de questões fechadas, fechadas de múltipla escolha e as últimas questões que foram abertas, não têm nenhuma relevância expormos aqui neste trabalho, visto serem apenas para aprimoramento do nosso questionário:

**Figura 1. Imagem de satélite, sobre rota traçada do Hotel e Churrascaria 2 Irmãos até o Grand Park Hotel**



Fonte: (<https://www.google.com.br/maps>, 2019)

**Tabela 1. Perguntas fechadas, sobre qualificação de hotéis em Campo Grande – 2018**

| <b>PERGUNTAS</b>                                                                                        | <b>SIM</b> | <b>NÃO</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|
| 1) Há em seu hotel, índices de pesquisas de satisfação do cliente sobre os serviços que são oferecidos? | 21         | 4          |
| 2) Há em seu hotel, biblioteca para os clientes usufruírem?                                             | 1          | 24         |
| 3) Há em seu hotel, quadras poliesportivas e piscinas para os clientes usufruírem?                      | 6          | 19         |
| 4) Há em seu hotel, acesso à internet liberado para os clientes?                                        | 24         | 1          |
| 5) Há aplicativos ou sites na internet, para fazer reservas ou consultar tabela de preços do seu hotel? | 21         | 4          |

**Fonte: Pesquisa de campo do autor, realizada em Campo Grande entre os meses de junho e agosto – 2018**

**Quadro 1. Perguntas fechadas de múltipla escolha, sobre qualificação de hotéis em Campo Grande – 2018**

| <b>PERGUNTAS</b>                                                                                                |                            |                           |                           |                            |                          |                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1) A satisfação dos clientes, referente aos serviços e estrutura oferecidos no hotel. Quais são os indicadores? | Excelente<br>6             | Bom<br>13                 | Regular<br>2              | Péssimo                    | Não quero responder<br>4 |                          |
| 2) Há Funcionários bilíngues ou trilíngues em seu hotel?                                                        | Inglês<br>16               | Espanhol<br>10            | Francês<br>2              | Alemão<br>1                | Outros<br>3              | Não quero responder<br>8 |
| 3) Há meios de acessibilidades em seu hotel?                                                                    | Rampas de acesso<br>16     | Outros<br>7               | Não<br>6                  | Não quero responder        |                          |                          |
| 4) Qual a média anual de visita de turistas em seu hotel?                                                       | De 100 a 200 pessoas<br>5  | De 200 a 400 pessoas<br>3 | De 400 a 600 pessoas<br>2 | Acima de 600 pessoas<br>12 | Não quero responder<br>3 |                          |
| 5) Qual a quantidade de leitos em seu hotel?                                                                    | Menor ou igual a 100<br>16 | Maior que 100<br>9        | Não quero responder       |                            |                          |                          |
| 6) Há em seu hotel refeições por conta da administração?                                                        | Café manhã<br>24           | Almoço<br>2               | Lanche da tarde<br>3      | Jantar                     | Não                      |                          |

Fonte: pesquisa de campo do autor, realizada em Campo Grande entre os meses de junho e agosto - 2018



Bem, agora que já estão expostos os dados da nossa pesquisa, de acordo como recomenda Severino (2007), onde ele diz que:

[...] esta modalidade de trabalho tem por finalidade registrar e divulgar, para público especializado, resultados de novos estudos e pesquisas sobre aspectos ainda não devidamente explorados ou expressando novos esclarecimentos sobre questões em discussão no meio científico (SEVERINO, 2007, p. 208).

Iremos fazer a análise dos dados a partir da metodologia de análise de conteúdo. Devido a quantidade de questões que nós colocamos em nosso questionário, iremos expor apenas as mais importantes para se sondar como está a qualificação interna dos hotéis no quesito de estrutura, ou seja, espaços para lazer, funcionários bilíngues, trilíngues etc.:

Ao se verificar a estrutura interna dos hotéis que foram pesquisados, pudemos observar que, no quesito de acesso à internet basicamente quase todos os hotéis se mostraram com uma boa adesão, ou seja, 96% dos hotéis onde foram aplicados os questionários responderam que sim e 4% não.

Sobre o quesito de biblioteca, ficou a desejar pois, apenas 4% do total de hotéis pesquisados possuem bibliotecas para seus hóspedes, enquanto que os outros 96% não possuem.

Já no quesito de possuir quadras poliesportivas e piscinas, apenas 24% responderam sim, enquanto os outros 76% responderam não.

Sobre os funcionários com mais de 1 idioma, nós pudemos observar que dos 25 hotéis pesquisados, apenas 17 responderam esta pergunta e quase todos têm funcionários bilíngues e trilíngues.

Sobre meio de acessibilidade nos hotéis para facilitar o acesso de pessoas deficientes, 100% dos hotéis pesquisados têm.

E sobre as refeições por conta da administração do hotel, 96% dos hotéis possuem alguma refeição por conta da administração e apenas 4% dos hotéis não oferece esse serviço.

XII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil

## 8 Considerações finais

Bem, ao finalizarmos este trabalho com os dados *a priori* nós entendemos que para se planejar e criar diretrizes para viabilizar o Turismo incentivando-o e promovendo-o como fator de desenvolvimento social/econômico, é algo que requer um planejamento por parte das iniciativas públicas e privadas em conjunto, de certa forma muito bem organizado, e é indispensável que primeiramente haja uma boa parcela de contribuição por parte do Poder Público local que é principal responsável por tal mister.

A partir deste trabalho que não é conclusivo, mas alusivo e convidativo, abre-se um leque de questões pertinentes à como está hoje o turismo de eventos e negócios em Campo Grande; outrossim, observamos com as pesquisas que realmente o mercado é amplo e tende a crescer, porém, há algumas barreiras que precisam serem transpostas.

Como ponto positivo, observamos que o turismo de eventos e negócios não sofre tanto os efeitos catastróficos na economia local, que a sazonalidade causa em destinos turísticos que dependem na maioria das vezes, de fatores climáticos para receber seus turistas. Por outro lado, o turismo de eventos e negócios em Campo Grande possui também seus lados negativos, especialmente no que diz respeito má “estrutura organizacional” não só do ambiente que recebe essa malha turística, mas de igual modo os atores que estão lidando diretamente com esse público, que, não obstante são fatores fundamentais para atuar com este segmento que possui uma segmentação tão amálgama de turistas.

Por fim, com essa pequena experiência de pesquisa, através da coleta de dados e visitas técnicas *a posteriori*, convidamos novos pesquisadores que queiram porventura melhorar este sucinto trabalho, a executar uma pesquisa talvez um pouco mais abarcante, especialmente envolvendo o Aeroporto, Rodoviária e Restaurantes de Campo Grande por ex., para que juntos possamos trabalhar em prol do desenvolvimento científico sustentável do Turismo em todas as suas vertentes, não só regional, municipal, estadual, mas a nível nacional.

## Referências

ABEOC. *A vez do turismo de negócios e eventos*. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2017/02/a-vez-do-turismo-de-negocios-e-eventos/>>. Acesso em: 24 ago. 2018.

ALMEIDA, J. F. *Bíblia sagrada*. Revista e corrigida. 4. ed. 2009.

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo fundamentos e dimensões*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ANDRADE, Maria Margarida de. *Introdução à metodologia do trabalho científico : elaboração de trabalhos na graduação* – 10. Ed. – São Paulo : Atlas, 2010.

BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. 4ª. ed. rev. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001.

\_\_\_\_\_. *Análise estrutural do turismo*. 13ª ed. São Paulo – SP. São Paulo, 1998.

BOLETIM DE INTELIGENCIA SEBRAE. *Turismo de negócios e eventos*. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/fc664c6f5670e0c36bd14c8831dc659a/\\$File/5848.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/fc664c6f5670e0c36bd14c8831dc659a/$File/5848.pdf)>. Acesso em: 23 set. 2018.

DESCARTES, René. *Regras para a direção do espírito*. Versão eletrônica. Tradução: João Gama.

DICIONÁRIO BÍBLICO STRONG. *Léxico Hebraico, Aramaico e Grego de Strong*. Versão eletrônica. Barueri – SP, 2002.

DIVULGADO RANKING DAS 100 CIDADES MAIS VISITADAS DO MUNDO. Disponível em:< <http://blog.panrotas.com.br/mktdestinos/index.php/2017/11/07/divulgado-ranking-das-100-cidades-mais-visitadas-do-mundo/>>. Acesso em: 24 nov. 2018.

XII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil



IBGE. *Brasil/Mato Grosso do Sul/Campo Grande*. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/campo-grande/panorama>>. Acesso em: 23 set. 2018.

IGNARRA, Luiz Renato. *Fundamentos do turismo*. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

JAFARI, Jafar. *Enciclopedia of tourism*. Versão digital. Routledge. London, 2000.

KANT, Immanuel. *Crítica da razão pura*. Tradução de Valério Rohden e Udo Balduur Moosburger. São Paulo – SP. Nova Cultural Ltda, 1999.

KANT, Immanuel. *Crítica da razão pura*. Versão eletrônica. Tradução J. Rodrigues de Meringe [21--?].

KRAPF, Kurt. *La consumición turística: Una contribución a la teoría de la consumición*. Versão espanhola de Francisco Muñhos Escalona (2000), de la versión francesa de Rene Baretje (1964), de la version original em alemán com um prólogo de Walter Hunziker. 102 f. Tese (Doutorado apresentada para aceder ao posto e professor numerário a Universidade de Berna 1953). Disponível em:< <http://www.gestionturistica.cl/archivos/Libros/Krapf.pdf>>. Acesso em 27 nov. 2018.

LAKATOS; Marconi. *Metodologia científica*. 6ª. ed. São Paulo : Atlas, 2011.

LOHMANN; PANOSSO NETTO. *Teoria do turismo conceitos, modelos e sistemas*. 2. ed. São Paulo. Aleph, 2012.

XII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil



MANUAL DE EVENTOS. *Anac manual de eventos*. 1. ed. Elaboração: Assessoria de Comunicação Social – ASCOM, 2012. Disponível em: <[http://ead2.iff.edu.br/pluginfile.php/20252/mod\\_resource/content/0/Manual\\_Eventos\\_da\\_ANAC.pdf](http://ead2.iff.edu.br/pluginfile.php/20252/mod_resource/content/0/Manual_Eventos_da_ANAC.pdf)>. Acesso em: 25 jul. 2018.

PAIVA, Ricardo Alexandre. *Eventos e megaeventos: ócio e negócio no turismo de eventos*. Disponível em: <<https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/890>>. Acesso em: 04 jul. 2018.

PELLIZER, Hilário Ângelo. *Turismo de negócios: qualidade na gestão de viagens empresariais*. -- São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2005.

PLATÃO. *Fedro ou da beleza*. Guimarães Editores. LDA. Versão eletrônica.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. 23. ed. rev. e atual. São Paulo : Cortez, 2007.

SWARBROOKE... [et al.]. *Turismo de aventura : conceitos e estudos de casos*. Tradução de Marise Philbois Toledo. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (Org.). *Turismo: como aprender, como ensinar*. 1 – 3. ed. – São Paulo: Senac, 2003.

URRY, Jhon. *O olhar do turista : lazer e viagem nas sociedades contemporâneas*. Tradução de Carlos Eugênio Marcondes de Moura. 3ª ed. São Paulo. Studio Nobel. SESC, 2001.

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

XII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU

12 a 14 de junho de 2019

Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil